



**IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL
SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS. ESTUDIO DE
CASO: INTERAGUA**

Tesista: María Isabel Salvatierra Moncayo

Trabajo final para la obtención del título de Magíster en Comunicación con Mención en
Comunicación Digital

Guía de Tesis: Mg. Jorge Tigrero Vaca

Guayaquil, agosto del 2018

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Índice

Introducción	1
Antecedentes	3
Marco teórico	6
Comunicación y Estrategia Digital	6
Las plataformas digitales	9
Facebook	10
Twitter	10
Página Web	11
Impacto de las plataformas digitales en los usuarios	11
Factores de las plataformas digitales que influyen en el usuario	12
Requerimientos de los usuarios hacia las plataformas digitales	14
Gobierno Electrónico	15
Gobierno en Facebook y Twitter	16
Metodología de investigación	17
Objetivos	17
Diseño y metodología de la investigación	17
Hipótesis	18
Variables de investigación y su operacionalización	18
Variable Independiente (causa)	18
Variables Dependientes (efecto)	18
Unidad de análisis	20
Población y muestra	20
Técnicas de recogida de datos	22
Instrumentos para la recolección de datos	24
Análisis de datos	26
Plan de trabajo de campo	27
Resultados	28
Resultados de post en Facebook	28

	3
IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS	
Resultados de post en Twitter	31
Resultados de encuestas sobre página Web de Interagua	32
Ponderación de resultados	33
Discusión de resultados	36
Conclusiones	38
Limitaciones del estudio	38
Recomendaciones	41
Bibliografía	42
Anexos	47

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de Variables de investigación	19
Tabla 2 Usuarios que acceden a servicios de Interagua	20
Tabla 3 Valor de Z	21
Tabla 4 Valor de muestra	22
Tabla 5 Formulario para ingresar datos de publicaciones de Facebook	24
Tabla 6 Formulario para ingresar datos de publicaciones de Twitter	25
Tabla 7 Formato para evaluación de página Web	25
Tabla 8 Escala de Valoración de Dimensiones	27
Tabla 9 Datos de publicaciones de Facebook del 01 al 07 de junio de 2018	29
Tabla 11 Datos de publicaciones de Twitter del 01 al 07 de junio de 2018	31
Tabla 13 Datos de encuestas	32
Tabla 14 Puntaje de cada variable consultada	34
Tabla 15 Logro alcanzado en cada variable	34
Tabla 16 Resultados de Valoración de Variables	35

Índice de Figuras

Figura 1 Fórmula para calcular la muestra finita	21
Figura 2 Fórmula para calcular el Engagement Rate	23
Figura 3 Fórmula para calcular el Engagement Rate de Facebook	24
Figura 4 Fórmula para calcular el Engagement Rate de Twitter	24

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Figura 5 Engagement de Facebook más destacados del 01 al 07 de junio de 2018	30
Figura 6 Engagement de Twitter en orden de mayor a menor del 01 al 07 de junio/18	32

Resumen

La presente investigación, tuvo el propósito de analizar el impacto de las plataformas digitales Facebook, Twitter y página Web de los usuarios de la empresa Interagua, concesionaria encargada del servicio de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Guayaquil. Para ello se realizó un estudio del problema de investigación, y una revisión de teorías y definiciones de otros autores relacionados con el tema. Como parte de la metodología de campo, se midió las interacciones (*Engament Rate*) en contenidos publicados por Interagua, a través de las redes sociales Facebook y Twitter; y se aplicó encuestas a los usuarios para evaluar la situación en la que se encontraba la página Web institucional, tomando como referencia las variables accesibilidad y usabilidad.

Los resultados del diagnóstico de la situación actual señalan que al igual que otras empresas, Interagua requiere del uso óptimo de la comunicación externa, y una de las opciones acorde con las TIC, es el contacto con los usuarios a través de las redes sociales y un portal Web. Facebook es la plataforma que mejor rendimiento le proporciona a la empresa, mientras que las estrategias para Twitter requieren ser revisadas.

En base a los resultados obtenidos, se recomienda evaluar periódicamente las interacciones de los contenidos publicados, aplicando la fórmula del *Engament Rate* conforme se plantea en este estudio. En cuanto a los contenidos además de informativos

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS
técnicos, deben complementarse con textos relacionados con temas comunitarios; además de mantener la página Web en permanente renovación.

Palabras clave: plataformas digitales, Facebook, Twitter, sitio Web, Interagua.

Abstract

The present investigation, had the purpose of analyzing the impact of the digital platforms Facebook, Twitter and Web page of the users of the company Interagua, concessionaire in charge of the potable water and sewerage service of the city of Guayaquil. For this, a study of the research problem was carried out, and a review of theories and definitions of other authors related to the subject. As part of the field methodology, the interactions (Engament Rate) were measured in contents published by Interagua, through the social networks Facebook and Twitter; and surveys were applied to users to assess the situation in which the institutional website was located, taking as reference the variables accessibility and usability.

The results of the diagnosis of the current situation indicate that like other companies, Interagua requires the optimal use of external communication, and one of the options according to the ICT, is the contact with users through social networks and a Web portal. Facebook is the platform that provides the best performance to the company, while Twitter strategies need to be reviewed.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Based on the results obtained, it is recommended to periodically evaluate the interactions of the published contents, applying the Engagement Rate formula as it is proposed in this study. In terms of content as well as technical information, they must be complemented with texts related to community issues; In addition to maintaining the Web page in permanent renewal.

Keywords: digital platforms, Facebook, Twitter, website, Interagua.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Introducción

El presente trabajo tiene como campo de acción la empresa Interagua, concesionaria encargada del servicio de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Guayaquil; dicha empresa se encarga de la gestión de residuos y agua potable desde el año 2001. El estudio está enmarcado en el ámbito relacionado a la utilización del internet, Facebook y Twitter como plataformas digitales y el sitio web en los usuarios de servicios básicos.

Interagua al igual que otras empresas además de un mejoramiento en la calidad de sus servicios a sus usuarios, requiere del uso óptimo de la comunicación tanto externa como interna. Uno de los elementos principales dentro del proceso comunicativo son los usuarios de las plataformas digitales, por lo tanto, es importante evaluar sus impresiones a través de análisis de contenidos publicados en redes sociales. Interagua se encuentra en proceso de implementación de tecnologías y estrategias digitales como la renovación de la página web, sistemas de facturación electrónica, una agencia de atención al cliente virtual, recaudación de pagos en línea, consulta de facturas, consumo a través de una App para la conectividad; además del uso de redes sociales para acceder a un contacto con sus usuarios de manera directa.

Pero en ese sentido, surge la pregunta ¿en qué medida la utilización de plataformas digitales y su presencia en internet permiten mejorar la gestión local de una entidad pública como Interagua? ¿Hasta qué punto las publicaciones en redes sociales permiten una comunicación digital efectiva a la vez que hay interacción con los usuarios de servicios básicos? ¿Hasta qué punto las publicaciones permiten la difusión del servicio básico ofertado?

Dentro de ese contexto en particular, se requiere determinar qué tipo de estrategias digitales se requieren para ser aplicadas en redes sociales como Twitter y Facebook, para que

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

los servicios básicos que brinda Interagua en la ciudad de Guayaquil, lleguen a más usuarios y a su vez se conviertan en espacios de comunicación las 24 horas del día pensando en un mejor servicio para los usuarios.

El abordaje de las estrategias digitales de Interagua conlleva analizar las funciones de las plataformas digitales y la web con el objetivo de desarrollar propuestas de mejora. Para ello es mencionar a la función, como el conjunto de elementos y las relaciones entre ellos que son necesarias para definir una estructura (Cortés & Cardona, 2015) y atributos como las propiedades, características o las cualidades de algo (RAE, 2016).

Entonces, ¿Qué importancia tienen la función y los atributos de la información publicada en Facebook, Twitter y sitio web, respecto a los servicios que presta Interagua?, ¿Cuál es el alcance y función de las plataformas digitales, el sitio web y en qué difieren sus usos? , ¿Cómo determinar las preferencias de los diferentes usuarios?, ¿Qué metodología sería pertinente aplicar para analizar el impacto de las plataformas digitales Facebook, Twitter y para analizar el nivel de accesibilidad y usabilidad del sitio web?.

El propósito de este trabajo es que a partir del análisis de las plataformas digitales, sitio web y su impacto en los usuarios de servicios básicos, se propongan planes de acción para mejorar los resultados. Para ello se consideran los siguientes objetivos a cumplir: a) Analizar la función y los atributos presentes en Facebook, Twitter y sitio web, respecto a la información de los servicios básicos; b) Identificar el alcance y función de las plataformas digitales Facebook, Twitter de acuerdo a su uso; c) Identificar las diferencias según el tipo de usuarios de servicios básicos; y d) Proponer una metodología para el análisis de la comunicación en las plataformas digitales Facebook, Twitter y el sitio web.

Se busca que la metodología aplicada aporte a otras investigaciones vinculadas al análisis de plataformas digitales de diversas organizaciones; además que la aplicación de

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS
estrategias digitales permitirá proponer nuevos planes y programas para empresas similares a Interagua orientadas a la inclusión de las plataformas digitales, los servicios en línea, etc.

Antecedentes

La comunicación mediante redes sociales virtuales, como Facebook, LinkedIn, Twitter, MySpace y los blogs, entre otras, se ha constituido en uno de los principales medios para mantener una conexión permanente con amigos, compañeros de trabajo o estudio. Estas plataformas digitales ofrecen una forma económica, rápida y masiva de transmisión de información en tiempo real, por lo que crea muchas expectativas debido a su potencial en favor de la gestión de una organización (Sánchez & Pinochet, 2017).

Las posibilidades de comunicación a través de los medios sociales facilitan el trabajo colaborativo. Muchas organizaciones adoptan las plataformas de medios sociales, como parte de sus sistemas de gestión con el propósito de incrementar el conocimiento compartido (Ellison, Gibbs, & Weber, 2015).

Las redes sociales se inician tímidamente a partir de 1995 con el apareamiento del Internet. En el periodo 2002-2004 ingresan con fuerza redes como Cyworld, Friendster, Hi5, LinkedIn, MySpace, Orkut, Facebook y Live Spaces (Skeels & Grudin, 2009). Entre estas se destaca Facebook, que comenzó como un sitio en favor de los jóvenes en ambientes universitarios para posteriormente convertirse en el sitio social más importante, siendo actualmente utilizado para compartir fotos o mensajes con amigos públicos o privados.

Facebook es una plataforma digital que originalmente fue creada para ofrecer un espacio virtual en donde los estudiantes de la Universidad de Harvard pudieran mantener una comunicación a través de la interacción, compartiendo contenidos a través de Internet. Debido a lo revolucionario e

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

innovador del proyecto éste logró el éxito rápidamente y se extendió de tal manera que cualquier usuario de la red pudiera tener acceso (Hütt Herrera, 2012).

Actualmente es la red social más utilizada en el mundo, a través de la cual se puede subir contenidos multimedia (texto, imágenes, videos), mensajería instantánea, chat en vivo, calendario de cumpleaños y muchas acciones más. De acuerdo con estadísticas realizadas Facebook es el medio social más visitado (92%) por los ecuatorianos (Tendencias digitales, 2017).

Facebook se encuentra en primer lugar de las redes sociales más utilizadas en la actualidad, y según Statistic Brain (2018), a finales del año 2017 alcanzó aproximadamente los 1.860 millones de usuarios a nivel mundial. Durante el segundo semestre del 2017 Twitter ocupa el sexto lugar entre las seis redes sociales con mayor presencia a nivel mundial, con 317 millones de usuarios, observándose que no solo no aumenta, sino que tiene una tendencia disminuir respecto a años anteriores (Oromartv, 2017).

Twitter es una plataforma electrónica que permite publicar mensajes cortos de hasta 140 caracteres (tuits) lo que limita a los usuarios en el momento de escribir, por lo que se requiere ceñirse a los conceptos esenciales de lo que se desee compartir.

Desde septiembre del 2016, se pueden acompañar los tuits con imágenes, videos, gifs animados. Los elementos que tiene Twitter son: foto de perfil, nombre de la cuenta, usuario de twitter, cronología (timeline) que muestra los tuits compartidos por los seguidores, y una descripción de la biografía con máximo 160 caracteres. Dentro del twitter se encuentran elementos: texto del mensaje, enlace a páginas web, artículos, fotos y/o videos. Actualmente Twitter permite la inclusión de emojis (emoticonos) que de manera análoga acompaña a la mensajería instantánea. Al igual que Instagram se incluyen etiquetas (hashtag), retuits (respuestas) y menciones que equivale a me gusta.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Según el estudio de Java y otros (2007) cada usuario de las diferentes plataformas tiene propuestas distintas y se apropian de la red de manera única; las intenciones, esquemas de conexión están basados en sus propias rutinas, noticias, y dadas de acuerdo con el tipo de contenido que desean compartir. Con este último estudio fue posible establecer tipos de usuarios en relación con los contenidos publicados, y así se dividen en los seguidores, los usuarios esporádicos, y los que construyen relaciones con amigos, familia y colegas de trabajo (Java, Finin, Song y Tnseg, 2007).

En el mundo se ha extendido el uso de las redes sociales, cada vez más empresas los utilizan para dar a conocer sus actividades y medir la satisfacción de los usuarios. Según Pew Research (2016) luego de un estudio realizado en el año 2015 en los EE.UU, se concluye que la mayoría de instituciones poseen un perfil en Facebook y Twitter, y se ha ido incrementando la tendencia de entidades públicas como municipios y gobiernos seccionales, quienes más utilizan el twitt o la publicación de perfil a la hora de comunicar sus actividades.

Según Pew Research (2016) a nivel regional, Ecuador, es uno de los países con mayor penetración de internet en América Latina, la mayoría de personas tienen acceso a internet. Respecto al contexto ecuatoriano, es importante destacar los datos del INEC (2014) indican que del total de la población adulta tan solo el 18% de los hogares tienen acceso a un computador portátil, 27,5% tienen computadora de escritorio y el 37% tienen acceso a internet. En este sentido se resalta que en Guayas el porcentaje de acceso a internet llega al 40% dando lugar a fenómenos diversos como la proliferación de las redes sociales, a esto se suma que alrededor del 1,2 millones de ecuatorianos tienen un teléfono inteligente. En el 2017, la Agencia de Comunicación y Control de las Telecomunicaciones informó que existían aproximadamente 14 millones de usuarios de redes sociales en el territorio nacional.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Dentro del contexto actual de gobernanza y gestión, se tornan cada vez más complejas los asuntos públicos, por lo que Twitter y Facebook se han convertido en redes sociales imprescindibles como parte de la estrategia de comunicación y actividades administrativas de las instituciones. Cada apoyo comunicativo tiene un estilo propio. Por lo que se puede optar por modelos formales (que es el caso, de los contenidos en la web) a mensajes más cortos y directos, incluso incorporando emoticones, causando que cada soporte comunicativo sea único y distinto (Prados Álvarez, 2017).

Desde los años noventa entidades como los municipios, empresas públicas ven en el internet la oportunidad para comunicarse sincrónica y asincrónicamente con los usuarios a través de los sitios web, foros, y correos electrónicos (Albornoz & Rivero, 2007). Con este criterio, y de acuerdo con la conceptualización del Gobierno Electrónico (GE) conlleva procesos administrativos, con la utilización y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para alcanzar una mejor administración interna y atención de las demandas ciudadanas.

Respecto a la revisión de literatura relacionada con el GE en América Latina y el Caribe, no se encontraron trabajos directamente relacionados con comunicación digital que a su vez identifiquen las condiciones que hacen más exitosas la implementación de planes de gobierno electrónico con atención a las demandas ciudadanas a través de redes sociales (Diéguez, Rasparan, Sánchez, & Schjeiman, 2015).

De acuerdo con la experiencia del gobierno electrónico aplicado, el Municipio de Cataluña (2010) es una Institución que considera que Twitter es la red social que más influye en la actualidad informática porque es un chat con alcance mundial, que permite comunicarse sin intermediarios.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Twitter es una forma de difusión de contenidos o una invitación a conocer los servicios, “estar en twitter supone evolucionar del monólogo al diálogo” así como medir el estado de la opinión pública en tiempo real. Las administraciones públicas deben dar respuesta las quejas o sugerencias con respuesta rápida y no superior a dos horas con apertura, a las críticas dirigidas a la institución (Gobiernos de Cataluña, 2010).

Marco teórico

Comunicación y Estrategia Digital

Según la Unesco (2014) “la comunicación es el intercambio de ideas, mensajes e información. Puede revestir formas diversas y recurrir tanto a medios de comunicación social tradicionales (radio y televisión) como a medios más modernos (internet, entre otros)” (p. 118) A través de la comunicación, las personas son capaces de compartir e intercambiar sus ideas y conocimientos con otros individuos.

A criterio de Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007) la comunicación es estudiar la relación entre los sujetos interlocutores, es un proceso por medio del cual ocurre la construcción social de la realidad organizacional. La comunicación presupone la participación y el diálogo.

Como parte de los planes de acción, todas las empresas establecen sus estrategias que para Chandler (2003), son la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. Según Carneiro (2010) , la estrategia es la orientación para actuar a futuro, el establecimiento de un fin, dentro de periodo de tiempos estimado como aceptable hacia el cual guiar la empresa. Generalmente en la planificación de las organizaciones cuentan las estrategias de comunicación.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Conforme lo señala Scolari (2008), la comunicación tradicional es un intercambio de mensajes que fluye desde un emisor hasta un receptor con una interacción dinámica que permite el intercambio de posición, sin embargo, esto ha variado con el apareamiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación -TIC- lo cual ha posicionado de manera importante al internet y dado protagonismo a los medios virtuales, surgiendo un nuevo estilo denominado comunicación digital.

Dentro del ámbito de la comunicación digital se ha dejado de mencionar a receptores para recodificar al usuario como prosumidor, quien puede recibir y a la vez generar información, dentro de un contexto de medios interactivos (Scolari, 2008).

La comunicación digital responde a soportes y canales de información diseñados en base al entorno para que las estrategias respondan a un plan de atención a las necesidades. Las estrategias digitales se definen como “nueva idea de negocio para una nueva forma de comunicar. Para abrir la puerta a nuevos mercados donde impera la conversación más que la venta” (Prados Álvarez, 2017).

La comunicación digital de la que habla Scolari (2008) sería una suerte de “... trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular” (p. 277). En este sentido se destaca la situación actual de las estrategias digitales de las empresas, quienes compiten tanto en el ámbito físico como en el digital acentuando que dichas estrategias digitales deben ser únicas (Serrano, 2009).

Relacionando las referencias indicadas hasta el momento con el análisis del ámbito empresarial, se tiene lo expresado por Scolari (2008) quien resalta que las empresas se benefician de la comunicación digital interactiva sobre los medios masivos en espacios tecnológicos nuevos como consecuencia del incremento de consumo de los recursos digitales

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

“se ha dado paso a la comunicación digital o comunicación interactiva” (p. 79).

Debido a ello resulta indispensable hablar de accesibilidad, interactividad (participación de los usuarios), virtualidad y multi modalidad (conversión de medios y lenguajes) para el desarrollo de transformaciones tecnológicas necesarias para potenciar aspectos como el servicio público.

La gran cantidad de información generada permite que tanto el sitio web como las redes sociales estén conectados de manera directa e indirecta. Originando de esta manera la necesidad de un análisis del Big Data, término que se refiere a “volúmenes masivos y complejos de información estructurada y no estructurada que requiere de métodos computacionales para extraer conocimiento” (Arcila, Barbosa & Cabezuelo, 2016, p.624).

Esta información generada mediante el uso de plataformas digitales desde un enfoque comunicacional aporta con datos fundamentales en la realización de diagnósticos y pronósticos para la toma de decisiones; entendiendo que “se consideraran los datos procedentes de entradas o videos subidos en Youtube o envío de mensajes a través de redes sociales como Facebook y Twitter” (Pulido Cañabate, 2014); todos estos elementos abordados en las plataformas implementadas.

Las plataformas digitales

Un servicio de red social de internet es un medio de comunicación cuyo principal propósito es que la personas se relacionen en línea ya sea por amistad, intereses en común o explorar intereses de otros. Las redes sociales pueden ser genéricas, profesionales, verticales o temáticas (Basto, 2014).

A diferencia del uso de plataformas digitales por parte del público en general, en el ámbito de los sitios institucionales, se destacan cuatro categorías de plataformas digitales: sitios con contenido generados por usuarios, las redes sociales, sitios para comercializar y de

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

mercadotecnia y sitios destinados al entretenimiento. La investigación se concentra en la primera y segunda categoría con el análisis de tres plataformas: Facebook, Twitter y sitio web. Para analizar las redes sociales y sus elementos Van Dijck (2013) señala que descansa sobre tres pilares (individuo, grupo y discurso), el primero representado por el usuario individual que crea, comparte y recibe información; el grupo que corresponde a la red social de la cual forman parte los individuos y el discurso o contenidos que se transmiten de manera dinámica a través de la red.

Una plataforma virtual es “un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet” (Basto, 2014, p.7), para lo cual el usuario solamente requiere disponer de un PC con conexión a la Web para poder acceder a un sitio online específico. Con el uso de la Web es posible realizar algunas actividades de gestión que antes la realizaba de manera física desplazándose hasta las instalaciones de una empresa o Institución.

En el caso de Interagua, dispone de aplicaciones como Twitter, Facebook y sitio Web institucional, que sirven como medios de comunicación con ciertas ventajas que facilitan las nuevas tecnologías, como menores costos de transacción, empleo de sus recursos administrativos de un modo más eficiente, y obtención de respuestas adecuadas y a tiempo a los requerimientos de los usuarios. De esta manera Interagua evita realizar procedimientos de atención al público de manera directa (presencial), lo cual conlleva a disponer de menor espacio físico, optimización en disponibilidad de personal para atención al público, lo cual se refleja en disminución de costos económicos por procesos operativos.

Facebook

Es una plataforma de red social a través de la cual los usuarios son capaces de mantenerse en contacto permanente con un grupo de amistades previamente seleccionados y

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

aceptados, para intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido, ya sea fotografías, comentarios y memes; empleando para ello el internet. Facebook tiene a su cargo también otras redes sociales como Instagram y WhatsApp (IIEMD, 2011). Debido a su versatilidad y permanente actualización en base a las necesidades de los usuarios, es la red social preferida.

Twitter

Esta red social móvil, permite intercambiar mensajes con contactos (conocidos y nuevos) en el mismo momento, con lo cual es posible acceder a información noticiosa reciente e importante de manera abreviada. Es un sitio web micro blogging que permite a los usuarios enviar y leer micro entradas de texto de una longitud máxima de caracteres. Desde sus inicios esta plataforma aceptaba como máximo 140 caracteres los cuales se denominan tweets desde un teléfono móvil (Urrutia & Zelaya, 2011), actualmente y a partir de noviembre de 2017 están disponibles 280 caracteres para todos los usuarios. Uno de los motivos para esta ampliación de caracteres se debe a que en idiomas como el alemán hay muchas palabras largas, lo cual dificultaba incluir un mensaje en tan corto espacio (Ibabe & Jaureguizar, 2015).

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Página Web

La World Wide Web –WWW- es una forma de ver toda la información disponible en Internet de forma continua, sin rupturas. Utilizando saltos hipertextuales y búsquedas, el usuario navega a través de un mundo de información creado parcialmente a mano, con la ayuda de computadoras, bases de datos y sistemas de información" (Ibabe & Jaureguizar, 2015). La página web es un documento puede contener enlaces que a su vez direcciona a otra Página Web al realizar un clic sobre él. Para poder visualizar una Página Web se requiere de un Browser o navegador.

El diseño web es una actividad multidisciplinar y reciente, paralela al desarrollo del internet. Para ello interviene el diseño gráfico y las artes visuales, la programación de las aplicaciones informáticas, el diseño de interfaces, el contenido, la publicidad, marketing, entre otras (Ideas propias , 2005)

Impacto de las plataformas digitales en los usuarios

Las plataformas digitales en una sociedad de la información son la base de una comunicación organizacional para la mejora de un servicio público. En materia de comunicación, las organizaciones públicas optan por una estrategia que incluye a las redes sociales y, específicamente en las plataformas sociales ya que les permite conocer los intereses de las personas a la que brindan los servicios, a los ciudadanos, y como resultado mejorar la atención que se les ofrece (Pando, 2013).

El ciudadano desde su dispositivo de bolsillo recibe información de los servicios cuando él lo escoja por lo que se puede hablar de un ciudadano más libre o un ciudadano usuario móvil consciente de su identidad digital, es decir, de su reputación digital. De ahí que la web es un medio de comunicación principal que se complementa con las cuentas o perfiles

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS digitales; la administración mediante la interacción con estas comunidades online puede mejorar sus procesos.

Considerar las inquietudes de los usuarios del servicio en relación a los medios digitales a través de las redes sociales representa un aporte prioritario para poder evaluar las estrategias institucionales actuales, fomentar el impulso a mejoras orientadas a la usabilidad y la accesibilidad a través de internet que limitan la información, para de esta forma incluir la tecnología como parte del proceso de atención al usuario dentro de Interagua. Sin embargo, la página web debe ser una ventana única de servicios empresariales, para hacer más competitiva a la empresa y atraer más inversiones futuras (Pando, 2013).

Factores de las plataformas digitales que influyen en el usuario

Los perfiles en redes sociales deben resolver las necesidades comunicativas respecto a la ciudadanía sin desvincularse de los objetivos y la estrategia comunicacional de la organización a la vez que la Administración mejora sus servicios, crea otros nuevos.

A diferencia de lo que ocurre en el ámbito de redes sociales y sitios web institucionales no orientados a servicios básicos, se requiere conocer percepciones de los públicos a los que se direccionan las acciones implementadas para establecer y reorganizar los recursos digitales atendiendo los motivos por lo que se generan disconformidades (Moraleda, 2016).

La implementación de una plataforma electrónica tiene el propósito de mejorar los procesos, agilizar trámites para que los ciudadanos no hagan largas filas, sin embargo, no muchos ciudadanos conocen estas herramientas o saben su función por lo que es importante tener conocimiento de sus percepciones, así como expectativas frente a este gobierno electrónico (Monsalvo, 2015).

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Cuando se trata del diseño de la página web, además de que es un medio digital de comunicación con el público es importante que esta herramienta maneje adecuadamente los principios de usabilidad y accesibilidad por lo que para entender de mejor forma se revisa los conceptos de cada una.

La usabilidad se refiere al alcance en el que un producto puede ser utilizado por usuarios determinados para obtener resultados específicos de manera efectiva, eficiente, y satisfactoria en un contexto particular de uso (Martínez, 2011).

Ello significa que una herramienta se considera con un buen diseño de usabilidad cuando, pueda ser utilizado en forma adecuada, práctica y a satisfacción de la mayoría de usuarios que accedan; que la aplicación o portal sea fácil de navegar; que no instructivos complicados; y que cualquier persona, sin importar su edad o conocimientos, pueda usarlo, con el menor cometimiento de errores.

Por accesibilidad se entiende la posibilidad de que una aplicación o portal Web pueda ser accedido y operado, de forma independiente de las habilidades o limitaciones propias del usuario o de las derivadas del contexto de uso (Martínez, 2011).

Ello requiere que todos los elementos visuales, imágenes o animaciones, cuenten con una descripción clara de su función; que se use texto legible y entendible; que exista una adecuada organización de la página; y sobre todo que tenga las características de ser una página amigable.

Es destacable dentro de lo que corresponde al entorno digital, la utilización de las plataformas por parte de una Institución que presta servicios como Interagua, tiene el propósito de disminuir los costos de transacción; que el empleo de recursos sea más eficiente; y que las respuestas que surjan sean las más adecuadas y a tiempo respecto a los requerimientos de los usuarios. Para conocer los resultados del impacto en los usuarios, será

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

necesario realizar consultas y mediciones que permitan establecer correcciones o actualizaciones a los diseños iniciales.

Requerimientos de los usuarios hacia las plataformas digitales

Las redes sociales funcionan si aportan valor real al usuario, si facilitan “la vida” del ciudadano, disminuyen sus costes de transacción, les ofrecen soluciones a problemas, o le dan acompañamiento moral o psicológico. Por ello es fundamental fijarse en cuáles son los problemas que resolver desde el punto de vista del valor del usuario (Sancho, 2011).

Facebook es una plataforma más de alcance mientras que Twitter es un termómetro de opiniones directas sobre temas puntuales (Serrano, 2009). En ese sentido, tienen propósitos distintos y se complementan a la vez que se diversifican y con ello a sus usuarios. En conclusión, el uso de los sitios web, las redes sociales y las aplicaciones para usuarios que fomentan la participación de las personas y su involucramiento con la tecnología es distinto a nivel global, regional o local.

Considerar las inquietudes de los usuarios del servicio en relación con los medios digitales a través de las redes sociales representa un aporte prioritario para poder evaluar las estrategias institucionales actuales, fomentar el impulso a mejoras orientadas a la usabilidad y la accesibilidad a través de internet que limitan la información, para de esta forma incluir la tecnología como parte del proceso de atención al usuario dentro de Interagua.

Se debe entonces, entender la usabilidad de los productos como la característica de facilidad de uso que tiene una aplicación para un usuario según ciertas condiciones determinadas para evaluar que el programa tenga una eficiencia interna satisfactoria (Pulido

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS (Cañabate, 2014).

La Web 2.0 es un término que surgió para referirse a nuevos sitios web que se diferenciaban de los sitios web más tradicionales (Web 1.0). La característica diferencial es la participación colaborativa de los usuarios (Intef, 2014). Un ejemplo de sitio web 1.0 sería la Enciclopedia Británica donde los usuarios pueden consultar en línea contenidos elaborados por expertos. Como alternativa web 2.0 se encuentra el sitio Wikipedia, donde los usuarios que deseen pueden participar en la elaboración de sus artículos.

La plataforma digital permite una mejor acción de gobierno para la presentación de servicios, mejor actuación pública, así como el fomento de la participación ciudadana para que accedan a servicios básicos a través del uso de tecnologías (Sancho, 2010). No obstante, La web 2.0 es una herramienta más en el proceso de mejora y transformación de los sistemas de gobernanza, pero es una herramienta complementaria que no puede sustituir la iniciativa política y el liderazgo en la acción gubernamental (Pulido Cañabate, 2014).

Gobierno Electrónico

El gobierno electrónico o e-gobierno también llamado gobierno digital comprende todas aquellas actividades que se respaldan en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que el Estado adopta para incrementar la eficiencia de la gestión pública, con el propósito de optimizar los servicios prestados a los ciudadanos (Ruelas & Perez Arámburo, 2006).

El gobierno electrónico, mejora notablemente la eficiencia del gobierno, ya que las TICs permiten optimizar procedimientos burocráticos, disminuir costos de transacción y emplear recursos de un modo eficiente; pues le permite responder adecuadamente y a tiempo a los requerimientos de los ciudadanos (Ibabe & Jaureguizar, 2015). Ello permite mejorar la

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

relación entre los ciudadanos y el gobierno, dado que permite una mayor interacción y como tal un mayor intercambio de información. Sin embargo, al ser un fenómeno multidimensional existen distintas maneras de entender o abordar el tema.

Las acciones que se pueden desarrollar en nombre del gobierno electrónico según Pando y Fernández (2013) se pueden agrupar en cuatro grandes temáticas: “empoderar al ciudadano, facilitar la actividad económica, aumentar la eficiencia de la administración pública y generar condiciones para el desarrollo del gobierno electrónico” (p.39).

Empoderar al ciudadano significa acceso fácil a la información con servicios rápidos y ágiles, con carga administrativa mínima, con información que permita la resolución de sus problemas, la simplificación de trámites y sobre todo el establecimiento de vínculos para que las personas participen. Ello optimiza actividad económica de la empresa, ya que le permite ser más competitiva, y se disminuye la carga administrativa. La eficiencia de la administración pública implica trabajar con la mejor tecnología disponible; lo cual se refleja en innovación y mejores condiciones de atención.

Gobierno en Facebook y Twitter

El Gobierno Electrónico (GE) es una estrategia que ha cobrado importancia entre los organismos públicos debido a su interés en la interacción con la sociedad civil a la vez que hay mejora en la de gestión local, a través del uso y apropiación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y el espacio virtual (Cortés & Cardona, 2015). En este contexto, actualmente, la mayor parte de las organizaciones usan estrategias de comunicación mediante el uso de internet y redes sociales para la difusión de sus actividades.

El perfil de Twitter @012 nace a principios de 2013 con el objetivo de cumplir la función de atender a la ciudadanía a través de las redes sociales. Se contribuye, así, a hacer más fácil el acceso a la información de la ciudadanía con contenidos de diferentes ámbitos

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS
relacionados con la Administración: trámites, consejos, avisos, convocatorias, subvenciones, anuncios, normativa, etc.

A diferencia de Facebook, Twitter hace posible que la Administración y el ciudadano tengan conversación con interacciones directas y concretas. Las instituciones de gobierno, sin embargo, deben aplicar en Twitter una política de interacción sólida, que tenga como premisa que los perfiles corporativos hablen en nombre de los organismos que representan.

En resumen, aun cuando las iniciativas web 2.0 aplicadas en el marco de los sistemas de gobernanza están todavía en una fase inicial, se puede detectar ya un conjunto de potencialidades para la mejora de la interacción y el valor de intercambio entre Gobierno y ciudadano. Los usuarios pueden contribuir con un rol más activo en la creación de valor público, mejorando la utilidad de los sistemas de información y de la prestación de los servicios a través de la consolidación de redes sociales y de intereses (Sancho, 2011).

Metodología de investigación

Objetivos

Los objetivos propuestos son:

- Analizar los atributos y la función presentes en Facebook, Twitter y sitio web para la información sobre los servicios básicos
- Identificar las preferencias de los usuarios que acceden a las plataformas digitales para información de servicios básicos que presta Interagua.
- Diagnosticar la situación de la comunicación entre los usuarios de Interagua a través de las plataformas digitales Facebook, Twitter y sitio web

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

- Proponer lineamientos para mejoras en la comunicación a partir del análisis de la comunicación a través de las plataformas digitales Facebook, Twitter y el sitio web de Interagua.

Diseño y metodología de la investigación

El enfoque de investigación es mixto, debido a que se combinan estrategias cuantitativas y cualitativas: El alcance de la investigación es descriptivo, de tipo no experimental y transversal. Es no experimental debido a que no se manipulan las variables de estudio, sino que observan tal como se manifiestan en su entorno natural; y transversal porque se realizan mediciones en un momento único (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El análisis y los resultados obtenidos permitirán a futuro, establecer cuáles son las mejoras necesarias para crear las publicaciones en Twitter, Facebook y como se puede dirigir al usuario al sitio web. De esta forma se conseguirá aumentar el tráfico, así como mejorar las estrategias digitales actuales en los usuarios de los servicios básicos. Los resultados obtenidos se concentran en los usuarios de Guayaquil en el periodo entre el 1 al 8 de junio.

Hipótesis

El análisis de funciones y atributos de plataformas digitales Twitter, Facebook y sitio web de Interagua permiten mejorar la comunicación interactiva y dar buen servicio a los usuarios.

Variables de investigación y su operacionalización

Cauas (2014) explica que una variable se "trata de una característica observable o un aspecto discernible en un objeto de estudio que puede adoptar diferentes valores o expresarse en varias categorías" (p. 3). Se determinaron las siguientes variables de interés para el presente estudio según el enfoque de cada uno de los instrumentos planteados.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Variable Independiente (causa)

Análisis de funciones y atributos de plataformas digitales Twitter, Facebook y sitio web de Interagua

Variables Dependientes (efecto)

- Comunicación interactiva con los usuarios
- Mejor servicio a los usuarios

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Tabla 1 *Operacionalización de Variables de investigación*

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Incidencia	
V. Independiente Análisis de funciones y atributos de plataformas digitales Twitter, Facebook y sitio web de Interagua	Plataformas digitales (virtual). - Es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de internet (Definicion.de, 2016).	Situación actual		
	Twitter , es un microblogging que permite enviar y leer microentradas de texto de una longitud máxima de 140 caracteres (tweets) (Urrutia & Zelaya, 2011).			
	Facebook , es una plataforma de red social mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido (IIEMD, 2011).	Propuesta de mejora	Diagnostico con e Mejora en diseño Respuesta favoral	
V. Dependiente Comunicación interactiva	Sitio web (Página Web) es un documento electrónico que forma parte de la WWW (World Wide Web) construido en el lenguaje HTML ó en XHTML y que se visualiza sobre un navegador. Este documento puede contener enlaces que a su vez direcciona a otra Página (Ibabe & Jaureguizar, 2005)			
	Comunicación. – Es un conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos o audiovisuales a uno o varios públicos (Ideas propias, 2006).	Relación entre los ciudadanos e Interagua	La mayoría de tra online	
V. Dependiente Mejor servicio a los usuarios	Interactividad. – Es un proceso de comunicación o interrelación entre uno o varios sujetos, de forma sincrónica o asincrónica, bidireccional o multidireccional (Revuelta & Pérez, 2009)			
	Recursos empresariales , son el capital, equipos, tecnología, talento humano y otros aspectos, que pueden ser manipulables dentro de ciertos límites (Johansen, 2004).	Atención virtual	Disminuye costos Empleo de recurs eficiente Respuestas adecua requerimientos de	

Elaborado por: María Isabel Salvatierra

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Unidad de análisis

El campo de acción de la investigación comprende los recursos empresariales que dispone Interagua en línea, con el propósito de mantener una comunicación con su público externo. Estos recursos digitales sirven para interactuar con los usuarios a los cuales Interagua presta sus servicios. Los recursos digitales que serán la unidad de análisis de este estudio corresponden a las plataformas Facebook, Twitter y portal web diseñado por la empresa.

Población y muestra

Los espacios estudiados son Twitter, Facebook y un análisis técnico de la usabilidad y accesibilidad de los usuarios al sitio web, con el propósito de actualizar la información y diseño de contenidos conforme los requerimientos de los usuarios (González & Zerega, 2015).

Los sujetos estudiados son los usuarios de las redes sociales que responden a las publicaciones en Facebook, Twitter y página Web, propuestas por Interagua en relación con los servicios básicos. Se analizaron las interacciones realizadas durante un periodo de 8 días desde 01 de junio a las 00:00 hasta el 07 de junio de 2018, a las 23:59. Para el análisis de las reacciones del público usuario al ingresar a navegar en la página Web se ha aplicado la técnica de la encuesta, por lo que para ello se ha tomado en cuenta:

- Número de usuarios
- Usuarios que acceden a página web

Interagua afirma que atiende a 2,4 millones de usuarios, con el servicio del abastecimiento de agua (Diario Expreso, 2016). El INEC (2010) señala que el número de miembros de una familia promedio en el Ecuador es de 3,8 miembros, por lo que, al dividir

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS
estas dos cantidades para determinar el total, se tiene que Interagua atiende alrededor de 631.579 familias, lo que equivale al mismo número de usuarios-representantes.

Tabla 2 *Usuarios que acceden a servicios de Interagua*

Acceden a servicios de Interagua	Miembros /familia	Jefes de familia
2.400.000	3,8	631.579

Para calcular la muestra se tomó como población a 631.579 personas, luego de lo cual una vez aplicada la fórmula para el cálculo de la muestra de población finita Tintaya (2015), se obtiene un resultado de 174 personas a encuestar. De acuerdo a lo que señala el INEC (2016) un promedio equivalente al 63,8% de ecuatorianos acceden a Internet, con lo cual la muestra queda en 111 personas a encuestar. A continuación, se presenta el detalle del procedimiento para el cálculo de la muestra.

n =	174	
N =	631.579	
Z =	1,65	
p =	0,80	
q =	0,20	
E =	5	%
nivel de confianza =	90,0%	

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Figura 1 Fórmula para calcular la muestra finita

Fuente: (Mendenhall, 2004, p. 213)

Tabla 3 *Valor de Z*

Z	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2.00	2.58
----------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Nivel de confianza	75.0%	80.0%	85.0%	90.0%	95.0%	95.5%	99.0%
---------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: (Tintaya, 2015)

$$n = \frac{2,7225 \times 0,8 \times 0,2 \times 631579}{(0,0025 \times 631578) + (2,7225 \times 0,8 \times 0,2)}$$

$$n = \frac{275115,3768}{1579,3806} = 174 \text{ a encuestar}$$

Tabla 4 *Valor de muestra*

Muestra	Acceden a Internet	Población a encuestar
174	63,8%	111

Fuente: Datos de cálculo

Técnicas de recogida de datos

Se propone medir las interacciones con las publicaciones relacionadas con el pago de servicios básicos considerando los *me gusta*, *compartidos* y *comentarios* en Facebook, *favoritos*, *retuit* y *respuesta* en Twitter, durante un periodo de 8 días desde el 01 de junio a las 00:00 hasta el 07 de junio a las 23:59.

Para ello se seleccionó un periodo de interacción con los mensajes y se tomaron datos relacionados con la respuesta a la información; se midieron las variaciones en relación: respuestas de Interagua al usuario, retweets donde el usuario añade comentarios, menciones sobre los servicios básicos, clics donde el usuario menciona o comparte el sitio web de Interagua.

Para contrastar las interacciones en Twitter y Facebook versus las impresiones en

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Twitter y alcance de Facebook, se aplicó la fórmula Engagement Rate cuya traducción literal es *compromiso* y es uno de los KPI (indicador de marketing) más importantes (Paz, 2017), que ayuda a medir y cuantificar factores claves de una estrategia de marketing online,

La herramienta Engagement Rate (ER) en Twitter o Facebook es un cálculo para hallar una métrica, la cual consiste en números para conocer cuál es el estado de aceptación de los usuarios y además testear la aceptación de las soluciones de comunicación actuales para hacer pagos de servicios básicos (Human Level, 2017).

Para calcular el ER, lo primero es obtener el volumen de *interacciones* sumando todos los: Me Gusta, Comentarios y Compartidos, en Facebook y Favoritos, Respuestas y Retuits, en Twitter. Luego como denominador se coloca el total de impresiones o el total de fans, todo esto dentro de un período de tiempo.

En este caso se emplearon Interacciones/Impresiones o alcance. Para Facebook se utiliza alcance de las publicaciones porque es un dato que se proporciona; Twitter ofrece la posibilidad de impresiones solamente, por lo que la fórmula general queda así:

<p style="margin: 0;">INTERACCIONES</p> <p style="margin: 0;">Me gusta, Compartido, Comentario (Facebook)</p> <p style="margin: 0;">Favorito, Retuit, Respuesta (Twitter)</p> <p style="margin: 0;">Engagement Rate = $\frac{\text{---}}{\text{---}} \times 100$</p> <p style="margin: 0;">IMPRESIONES O ALCANCE</p> <p style="margin: 0;">Impresiones (Twitter): # de veces que la publicación ha sido vista</p> <p style="margin: 0;">Alcance (Facebook): # de personas que han visto la publicación</p>

Figura 2 Fórmula para calcular el Engagement Rate

Fuente: (Paz, 2017)

Esta forma de calcular el ER indica que interacciones en Facebook (Me gusta, Compartido, Comentario) se han logrado en proporción al alcance o número de personas que han visto las publicaciones. Para el cálculo de Twitter (Favoritos, Retuit, Respuesta) se obtuvo en proporción a las impresiones (número de veces que han sido vista las

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS publicaciones). Estos datos fueron proporcionados por los administradores de las plataformas de Interagua.

De acuerdo con la especialista española Clara Avila (2014), considerando que la fórmula planteada inicialmente es lineal, es decir, el valor asignado en Facebook a: me gusta, compartido y comentario, es considerado igual para todos. Esto no refleja la realidad, por lo que se replantea dar valor de acuerdo con la importancia que merece cada interacción, debido a que no es lo mismo darle un me gusta que compartir (Avila, 2014). Igual definición es aplicable a Twitter, por lo que, de acuerdo con esta Especialista, se ha adaptado de la siguiente manera:

Me gusta = 1

Comentarios = 2

Compartido = 3

En consecuencia, la fórmula dándole esos pesos quedaría así:

$$\text{Engagement Rate Facebook} = \frac{\text{INTERACCIONES}}{\text{ALCANCE}} \times 100$$

Me gusta + 2*Comentario + 3*Compartido (Facebook)
Facebook: # de personas que han visto la publicación

Figura 3 Fórmula para calcular el Engagement Rate de Facebook

Fuente: (Avila, 2014)

$$\text{Engagement Rate Twitter} = \frac{\text{INTERACCIONES}}{\text{IMPRESIONES}} \times 100$$

Favorito +2*Respuesta +3*Retuit (Twitter)
Twitter: # de veces que la publicación ha sido vista

Figura 4 Fórmula para calcular el Engagement Rate de Twitter

Fuente: (Avila, 2014)

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Para obtener el ER luego de recopilar los datos descritos en las siguientes tablas, se obtuvieron valores que luego de aplicarse en las fórmulas antes mencionadas fue posible calcular la interacción de los usuarios tanto para Facebook como para Twitter, de manera independiente.

Instrumentos para la recolección de datos

Para obtener información de las publicaciones de Facebook se ha tomado como referencia un formato que permite ingresar datos sobre fecha, hora y las interacciones realizadas por los seguidores.

Tabla 5 Formulario para ingresar datos de publicaciones de Facebook

Fecha	Hora Publicación	Categoría	Post	Me gusta	Compartido s	Comentario s	Alcance	Engagemen t
-------	---------------------	-----------	------	-------------	-----------------	-----------------	---------	----------------

Fuente: (Avila, 2014)

Tabla 6 Formulario para ingresar datos de publicaciones de Twitter

Fecha	Hora Publicación	Categoría	Post	Favorito	Retuit	Respuesta	Impresiones	Engagement
-------	---------------------	-----------	------	----------	--------	-----------	-------------	------------

Fuente: (Avila, 2014)

Valoración de página Web de la empresa Interagua

Para evaluar el sitio web por parte de los usuarios de servicios básicos, se empleó un formulario encuesta. Esta encuesta es importante porque permitió evaluar la situación en la que se encuentran los recursos digitales en la web, en cuanto al nivel de accesibilidad y

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

usabilidad, para mejorar el diseño del portal empresarial de Interagua, todos estos aspectos basados en información obtenida a través de cuestionarios a los usuarios, sobre cuáles son sus impresiones acerca de dichos recursos. Para el levantamiento de las encuestas se utilizó la opción formularios (encuestas) de Google Docs (Google Drive) cuyos resultados quedan grabados en la nube. La selección de los encuestados se la hizo de manera aleatoria.

Para evaluar la página Web de Interagua se tomó como referencia la que propone Martínez (2011) respecto a las variables usabilidad y accesibilidad y las sub variables más importantes adaptándolas al tema en investigación. En cuanto a la valoración se adopta la escala de Likert, donde el valor mínimo de 1 equivale a “MUY BAJO” (nivel de eficiencia o funcionamiento) y el valor máximo de 5 equivale a “MUY ALTO” (nivel de eficiencia o funcionamiento). La calificación intermedia se representa con 3 como “REGULAR” que equivale a una calificación intermedia. Esa forma de valorar permitió ponderar los resultados de acuerdo con el nivel de importancia calificado por cada uno de los encuestados, por lo que esta metodología de evaluación se apega a los principios de validez y confiabilidad.

Tabla 7 *Formato para evaluación de página Web*

Variables / Calificación	1	2	3	4	5
Usabilidad					
El diseño del sitio Web se anticipa a las necesidades del usuario.					
La información disponible es consistente y no está sobrecargada					
Rapidez en el tiempo de espera entre una acción y otra					
La información ya generada se protege y no se pierde por algún error del usuario					
El texto es legible, con tamaño adecuado y su color contrasta con el fondo					
Accesibilidad					
Rapidez para el ingreso a la pagina					

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Los elementos visuales, imágenes o animaciones, cuentan con una descripción de su función.

Las indicaciones para navegar son claras y tienen sentido

Facilidad para cambiar de una opción de búsqueda a otra

Apropiada organización de la página

Adaptación de: (Martínez, 2011).

Análisis de datos

Una vez que se dispuso de los datos procedentes de la aplicación de la fórmula para el Engagement rate se procedió a establecer los resultados tanto en el acceso de usuarios a Facebook, así como a Twitter. Igualmente, para establecer los resultados de la encuesta se utilizó la hoja de cálculo de Excel, con la obtención de gráficos para tener los resultados y realizar las respectivas comparaciones y análisis.

Conforme lo señala Chiavenato (1999) eficacia, es el logro de los objetivos previstos mediante los recursos disponibles, mientras que eficiencia, es la mejor manera de hacer o ejecutar las tareas (métodos) con el fin de que los recursos se utilicen del modo más racional posible (p. 3) con el propósito de alcanzar el mayor logro. Bajo ese criterio la investigadora propone una forma de evaluar los logros alcanzados, luego de evaluar la página Web de Interagua.

Tabla 8 *Escala de Valoración de Dimensiones*

Calificación (% de logro)	Eficiencia de dimensión	Identificación
0% - 40%	MALA	
41% - 60%	REGULAR	
61% - 80%	BUENA	
81% - 90%	MUY BUENA	
91% - 100%	EXCELENTE	

Elaborado por: Ma Isabel Salvatierra

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Plan de trabajo de campo

- Medir las interacciones con las publicaciones relacionados considerando los *me gusta* en Facebook, *comentarios o respuesta o retuit* en Twitter durante un periodo de 8 días desde el 15 abril a las 0:00 hasta el 23 de abril a las 23:59. Con los datos recopilados aplicarlos en la fórmula de cálculo para establecer el Engagement Rate.
- Aplicar las encuestas a los usuarios vía online con el propósito de evaluar el sitio web, en cuanto al nivel de accesibilidad y usabilidad. Los resultados más relevantes obtenidos de forma numérica serán graficados para tener mejor objetividad de los datos finales.
- Analizar y discutir los datos finales tomando como referencia los objetivos y principios teóricos.
- Establecer lineamientos de actualización tanto para los contenidos como el alcance de redes sociales (Facebook, Twitter) y pagina Web institucional.
- Resumir conclusiones y recomendaciones

Resultados

Los resultados descritos a continuación fueron obtenidos por la investigadora, como producto de la aplicación de técnicas de campo. Esta etapa del trabajo se limita a sintetizar los resultados presentándolos de manera objetiva mediante un detalle en forma de tablas y gráficos, con un texto explicativo correspondiente. Los análisis de los resultados más relevantes quedan para la siguiente sección correspondiente a Discusión de los resultados.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Los resultados corresponden al cálculo del ER luego de aplicarse en las fórmulas correspondientes con lo cual fue posible calcular la interacción de los usuarios tanto para Facebook como para Twitter, de manera independiente. Así mismo se hace constar información producto de la aplicación de encuestas con el propósito de evaluar la navegación en la página Web por parte de los usuarios de Interagua.

Resultados de post en Facebook

Luego de revisar los 20 post que publicó Interagua en la plataforma Facebook, desde el 1 al 7 de junio de 2018, se obtuvieron datos muy específicos de día, hora, categoría e interacciones. Con los valores ingresados fue posible obtener el *Engagement rate* de los post en Facebook durante el periodo de una semana.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Día	Fecha	Hora Publicación	Categoría	Post	Me gusta	Compartidos	C
jueves	7 de junio	20:23	Informativo	Operativo de rehabilitación de tubería	2	2	
jueves	7 de junio	14:50	Informativo	Operativo de rehabilitación de tubería	15	2	
jueves	7 de junio	13:43	Informativo	Visitas Institucionales	9	0	
jueves	7 de junio	9:16	Informativo	Interrupción programada	19	12	
jueves	7 de junio	9:07	Medios Teleamazonas	Operativo trabajo programado	29	20	
jueves	7 de junio	9:05	Medios Telerama	Operativo trabajo programado	5	3	
jueves	7 de junio	8:58	Informativo	Operativo de rehabilitación de tubería	19	0	
jueves	7 de junio	8:51	Medios	Operativo trabajo programado	11	11	
miércoles	6 de junio	16:13	Informativo	Operativo trabajo programado	34	59	
miércoles	6 de junio	12:00	Medios Ecuavisa	Operativo trabajo programado	1	1	
miércoles	6 de junio	12:00	Medios TC Televisión	Operativo trabajo programado	1		
miércoles	6 de junio	9:35	Educativo	Alrededor de Iberoamérica: Reciclaje animado	2		
martes	5 de junio	15:57	Educativo	Día mundial del medio ambiente	16	8	
martes	5 de junio	8:57	Comunitario	Ecogestión	16	3	
martes	5 de junio	8:00	Educativo	Día mundial del medio ambiente	16	1	
lunes	4 de junio	15:08	Informativo	Operativo trabajo programado	11	22	
lunes	4 de junio	14:48	Informativo	Operativo trabajo programado	50	112	
lunes	4 de junio	14:46	Informativo	Operativo trabajo programado	1,605	3203	
lunes	4 de junio	11:49	Comunitario	Capacitación	8	2	
viernes	1 de junio	10:33	Comunitario	Día del Niño	32	6	

Tabla 9 Datos de publicaciones de Facebook del 01 al 07 de junio de 2018

Fuente: Datos de campo

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

De los resultados de Engagement rate publicados en Facebook, se han ubicado en orden de mayor a menor importancia, los mismos que se describen en la tabla y gráfico siguientes.

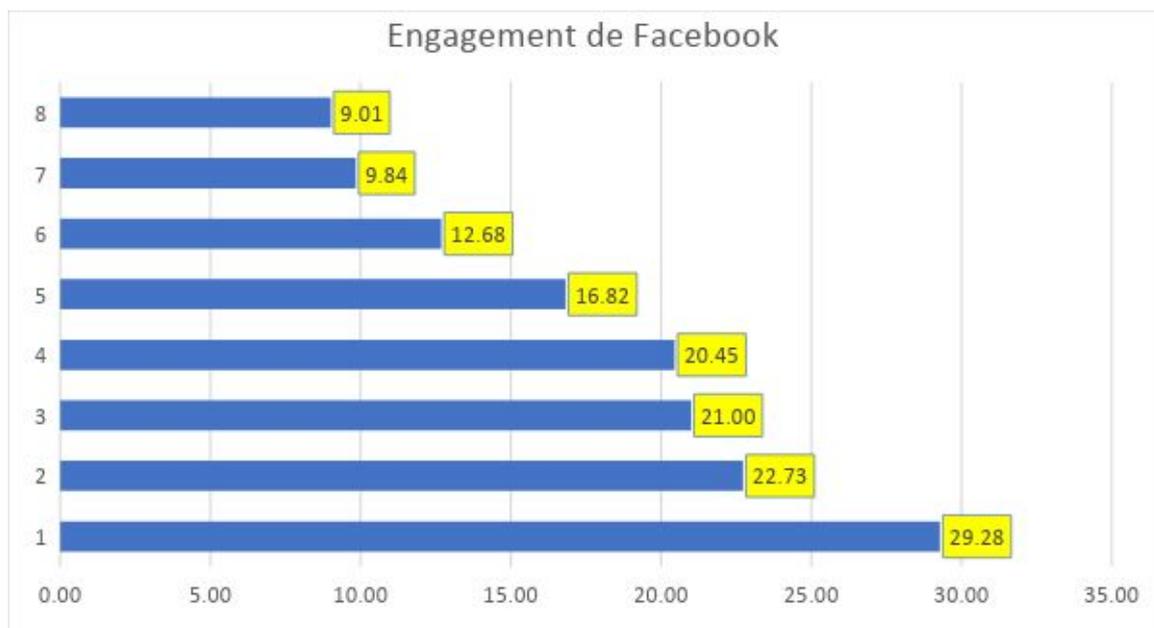


Figura 5 Engagement de Facebook más destacados del 01 al 07 de junio de 2018

Fuente: Estudio de campo

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Resultados de post en Twitter

Luego de revisar los 6 post que publicó Interagua en la plataforma Twitter, desde el 1 al 7 de junio de 2018, se obtuvieron datos muy específicos de día, categoría, e interacciones. Con los valores ingresados se pudo obtener el *Engagement rate* de los post en Twitter durante el periodo de una semana.

Tabla 11 *Datos de publicaciones de Twitter del 01 al 07 de junio de 2018*

Día	Fecha	Categoría	Post	Favorit o	Retuit	Respu est a
Jueves	7 de junio	Informativo Interagua	Operativo de rehabilitación de tubería	10	5	10
Jueves	7 de junio	Alain Vélez Ramírez	Erradicar la violencia	10	12	0
Lunes	4 de junio	Diario Expreso	Redes de alcantarillado	6	13	4
Sábado	2 de junio	Ecu 911 Samborondón	Fuga de agua "La Aurora"	8	23	1
Sábado	2 de junio	Henry Alfredo Dueñas	Fuga de agua "La Aurora"	4	2	0
Sábado	2 de junio	CSCG	Fuga de agua "La Aurora"	4	31	7

Fuente: Estudio de campo

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

De los resultados de Engagement rate de los 6 post publicados en Twitter, se han ubicado en orden de mayor a menor importancia, los mismos que se describen en la tabla y gráfico siguientes.

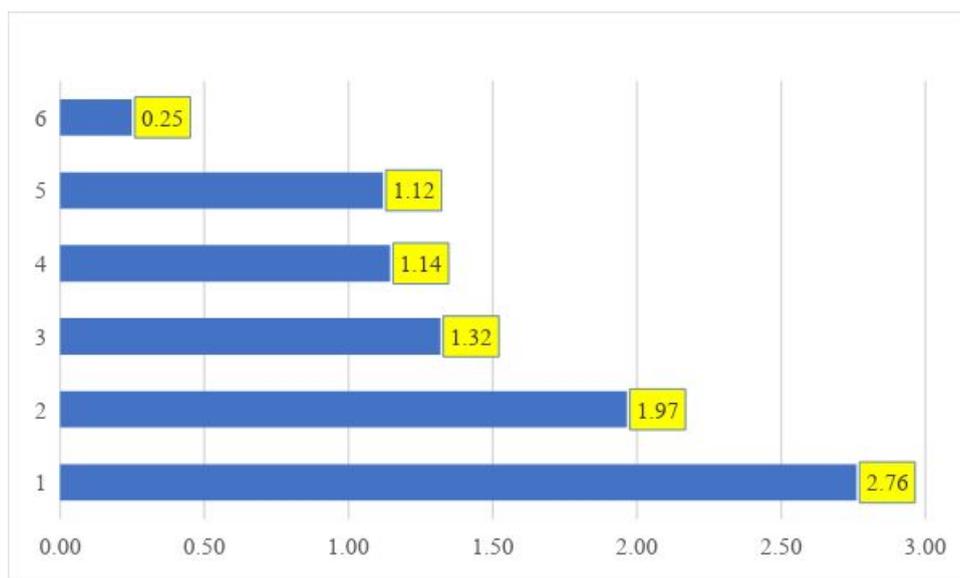


Figura 6 Engagement de Twitter en orden de mayor a menor del 01 al 07 de junio/18

Fuente: Estudio de campo

Resultados de encuestas sobre página Web de Interagua

A continuación, se describen los resultados de las encuestas realizadas vía online para conocer el criterio de los usuarios que navegaron en la página Web de la empresa Interagua.

Los resultados de las encuestas obtenidas con el uso de Google Docs (Google Drive) quedaron grabados en la nube. La selección de los encuestados se la hizo de manera aleatoria.

Tabla 13 Datos de encuestas

Variables / Calificación	1	2	3	4	5	TOTAL
Usabilidad						
El diseño del sitio Web se anticipa a las necesidades del usuario.	14	14	32	36	14	111
La información disponible es consistente y no esta sobrecargada	11	7	50	29	14	111

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Rapidez en el tiempo de espera entre una acción y otra	7	11	36	39	18	111
La información ya generada se protege y no se pierde por algún error del usuario	4	18	36	36	18	111
El texto es legible, con tamaño adecuado y su color contrasta con el fondo	7	18	18	50	18	111

Accesibilidad

Rapidez para el ingreso a la página	0	11	32	47	21	111
Los elementos visuales, imágenes o animaciones, cuentan con una descripción de su función.	11	14	32	32	21	111
Las indicaciones para navegar son claras y tienen sentido	11	7	25	50	18	111
Facilidad para cambiar de una opción de búsqueda a otra	7	11	29	50	14	111
Apropiada organización de la página	7	11	47	25	21	111

Fuente: Estudio de campo

Ponderación de resultados

Una vez resumidos los resultados en cuanto al número de usuarios encuestados, se tiene que para cada pregunta (variables) existen 5 opciones de respuesta, que de acuerdo a las instrucciones se especificó que, para calificar, había que considerar el valor mínimo de 1 equivale a “muy bajo” (nivel de eficiencia o funcionamiento) y el valor máximo de 5 equivale a “muy alto” (nivel de eficiencia o funcionamiento). La calificación intermedia se representa con 3 como “regular” que equivale a una calificación intermedia.

Tomando en cuenta el nivel de calificación de 1 a 5, se procede a ponderar el número de respuestas, multiplicando cada valor por el nivel de calificación que se encuentre de 1 a 5, lo cual significa que hay que tomar como referencia el puntaje máximo (mejor calificación) de 111 respuestas $\times 5 = 555$, por lo que la ponderación queda de la siguiente manera:

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Tabla 14 *Puntaje de cada variable consultada*

Variables / Calificación	1	2	3	4	5	Ponderad o
Usabilidad						
El diseño del sitio Web se anticipa a las necesidades del usuario.	14	29	97	143	72	354,5
La información disponible es consistente y no esta sobrecargada	11	14	150	115	72	361,6
Rapidez en el tiempo de espera entre una acción y otra	7	21	107	158	90	383,1
La información ya generada se protege y no se pierde por algún error del usuario	4	36	107	143	90	379,5
El texto es legible, con tamaño adecuado y su color contrasta con el fondo	7	36	54	201	90	386,7
Accesibilidad						
Rapidez para el ingreso a la pagina	0	21	97	186	107	411,8
Los elementos visuales, imágenes o animaciones, cuentan con una descripción de su función.	11	29	97	129	107	372,4
Las indicaciones para navegar son claras y tienen sentido	11	14	75	201	90	390,3
Facilidad para cambiar de una opción de búsqueda a otra	7	21	86	201	72	386,7
Apropiada organización de la página	7	21	140	100	107	376,0

Fuente: Estudio de campo

Tabla 15 *Logro alcanzado en cada variable*

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Variables / Calificación	Ponderado	Valor máximo	% logro
Usabilidad			
El diseño del sitio Web se anticipa a las necesidades del usuario.	354,5	555	63,9%
La información disponible es consistente y no está sobrecargada	361,6	555	65,2%
Rapidez en el tiempo de espera entre una acción y otra	383,1	555	69,0%
La información ya generada se protege y no se pierde por algún error del usuario	379,5	555	68,4%
El texto es legible, con tamaño adecuado y su color contrasta con el fondo	386,7	555	69,7%
Accesibilidad			
Rapidez para el ingreso a la página	411,8	555	74,2%
Los elementos visuales, imágenes o animaciones, cuentan con una descripción de su función.	372,4	555	67,1%
Las indicaciones para navegar son claras y tienen sentido	390,3	555	70,3%
Facilidad para cambiar de una opción de búsqueda a otra	386,7	555	69,7%
Apropiada organización de la página	376,0	555	67,7%

Fuente: Estudio de campo

De los resultados de las encuestas con 10 preguntas sobre Usabilidad (5) y Accesibilidad (5) de la página Web de Interagua, se procedió a comparar los resultados de porcentaje por logro frente los valores de la escala planteada antes por lo que quedó así:

Aplicando la escala de valoración (% logro) frente a eficiencia, propuesta en metodología los resultados obtenidos quedarían de la siguiente manera:

Tabla 16 *Resultados de Valoración de Variables*

Variables / Calificación	% logro	promedio	Identificación
Usabilidad		67.23%	Buena

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

El diseño del sitio Web se anticipa a las necesidades del usuario.	63.9%	Buena
La información disponible es consistente y no esta sobrecargada	65.2%	Buena
Rapidez en el tiempo de espera entre una acción y otra	69.0%	Buena
La información ya generada se protege y no se pierde por algún error del usuario	68.4%	Buena
El texto es legible, con tamaño adecuado y su color contrasta con el fondo	69.7%	Buena
Accesibilidad	69.81%	Buena
Rapidez para el ingreso a la pagina	74.2%	Buena
Los elementos visuales, imágenes o animaciones, cuentan con una descripción de su función.	67.1%	Buena
Las indicaciones para navegar son claras y tienen sentido	70.3%	Buena
Facilidad para cambiar de una opción de búsqueda a otra	69.7%	Buena
Apropiada organización de la página	67.7%	Buena

Fuente: Estudio de campo

De acuerdo con lo observado se encuentra que todas variables analizadas alcanzaron una calificación de Buena. El valor promedio de cada variable principal igualmente tiene calificación de Buena.

Discusión de resultados

De los 20 post analizados que publicó Interagua en la plataforma Facebook, durante una semana, en su gran mayoría corresponden a contenidos de aviso para los usuarios respecto a operativos de manteniendo programado. Los resultados reflejados en ER (Engagement Rate) indican a 8 post con mayor interacción (me gusta, compartido, comentarios), siendo 7 relacionados con operativos programado y 1 con interrupción también programada. Los ER más importantes están entre 9,01 a 29,28%. Cabe destacar que los post publicados se lo hace con preferencia de lunes a jueves a diferentes horas. De los 20 post, 4

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

se enlazan con Noticieros en TV, cuando se transmiten novedades de mantenimiento, sin tener la acogida esperada porque son transmitidos en la plataforma Facebook, por lo que la audiencia es mínima.

Luego de revisar los 6 post que publicó Interagua en la plataforma Twitter, durante una semana, la mitad se relaciona con un daño en un sector de la ciudad (La Aurora). Cabe destacar que los resultados reflejados en ER (Engagement Rate) son muy bajos (máximo 3.15%) lo cual señala que este medio (Twitter) no está siendo utilizado adecuadamente para los intereses de Interagua. Las publicaciones de los post se las hacen con preferencia los días jueves y sábado.

Los resultados de las encuestas realizadas con los usuarios que navegaron en la página Web de la empresa Interagua, luego de confrontar las respuestas (puntaje) con el valor máximo, y ponderar los valores, señalan que de acuerdo a la escala de calificación la página web tiene una calificación de 67,23% para la usabilidad y 69,81% para la accesibilidad; en los dos casos equivale a Calificación Buena. Estos resultados indican que se requiere una actualización del diseño de la página Web institucional.

Respecto al abordaje analítico de la función y los atributos presentes en Facebook, Twitter y sitio web que principalmente son empleados para transmitir información a los usuarios que se plantea como objetivo 1, se tuvo que el análisis de la función efectuado con cada post publicado en Facebook, la respuesta de los usuarios es aceptable ya que las interacciones o conjunto de elementos (me gusta, compartir y comentar) que equivale a la función así lo indican; sin embargo, no recibe el mismo resultado con las interacciones de Twitter, lo cual lo convierte en el uso de plataforma poco útil. En cuanto a las publicaciones en las plataformas Facebook y Twitter, las propiedades, características o las cualidades (atributos) que ofrecen cada una son diferentes y en ese caso Facebook se

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

muestra como más flexible en cuanto a capacidad de mostrar contenidos textual y gráfico, frente a Twitter que mantiene un formato muy restringido, lo cual no permite ofrecer una información más detallada.

Las respuestas de la encuesta (página web) son más claras ya que la consulta a los usuarios es más concreta, en base a un mayor número de variables consultadas, lo cual permite saber en cual o tal variable hay que trabajar más.

Del análisis de los resultados frente al alcance y función de las plataformas digitales Facebook, Twitter de acuerdo a su uso se desprende que se ha cumplido el objetivo 2, ya que se ha observado que los mensajes de Interagua tienen más acogida a través de Facebook, aunque requiere una mayor atención para obtener mejores resultados. En cuanto a Twitter es necesario rediseñar totalmente la estrategia de difusión de mensajes por parte de Interagua hacia sus usuarios.

El objetivo 3 se ha cumplido parcialmente en cuanto a identificar las diferencias según el tipo de usuarios de servicios básicos debido a que las respuestas en Facebook y Twitter son analizadas de forma cuantitativa, mientras que al consultarse sobre el acceso a la página Web es posible analizar cada una de las subdimensiones de Usabilidad y Accesibilidad ya sea de manera cualitativa como cuantitativa.

Para dar cumplimiento al objetivo 4, en cuanto a una metodología para el análisis de la comunicación en las plataformas digitales Facebook, Twitter y el sitio web, se plantean ciertas sugerencias en el acápite correspondiente a Recomendaciones.

Conclusiones

Interagua al igual que otras empresas además de un mejoramiento en la calidad de sus servicios a sus usuarios, requiere del uso óptimo de la comunicación externa, por lo que

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

resulta importante establecer un acercamiento permanente con los usuarios y una de las opciones acorde con las TIC, son el uso de las plataformas digitales, que son “un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet” (Cortés & Cardona, 2015), con estas plataformas es posible evaluar sus impresiones a través de análisis de contenidos publicados en redes sociales. En ese aspecto Interagua si cumple con las exigencias actuales.

La comunicación mediante redes sociales, es uno de los medios más importantes para mantener una conexión más cercana con otras personas, ya que ofrecen una manera rápida, económica, y masiva de transmisión de información en tiempo real (Sánchez & Pinochet, 2017). Para que esta comunicación a través de las plataformas sea más eficiente, se requiere disponer de estrategias digitales con el propósito de analizar el conjunto integral de elementos, atributos y cualidades de cada plataforma (Cortés & Cardona, 2015).

Es acertado que Interagua haya adoptado las plataformas de medios sociales, como parte de sus sistemas de gestión con el propósito de incrementar el conocimiento compartido (Ellison, Gibbs, & Weber, 2015) por lo que este trabajo ha permitido conocer el alcance y función de cada una de las plataformas, además de determinar las preferencias de los diferentes usuarios, para de esta manera realizar las correcciones necesarias.

Al igual que otras empresas Interagua se beneficia de la comunicación digital interactiva sobre los medios masivos en espacios tecnológicos nuevos (Scolari, 2008). Las plataformas digitales deben estar en permanente renovación, tomando en cuenta que debe ser una ventana única de servicios empresariales, para hacer más competitiva a la empresa y atraer más a sus usuarios (Pando, 2013).

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Si Interagua pretende mantener el uso de las redes sociales, debe tener en cuenta que estas funcionan si aportan valor real al usuario, si disminuyen sus costes, y ofrecen soluciones a problemas (Sancho, 2011).

Los resultados obtenidos y el análisis de los mismos van a servir de mucha ayuda para la empresa Interagua, y particularmente para las personas encargadas de administrar los contenidos en las plataformas Facebook, Twitter y página Web; ya que el diagnóstico de la interactividad de éstas, permitirá revisar las estrategias de comunicación actuales, facilitando la toma de decisiones (Pulido Cañabate, 2014)

Se concluye que Facebook es la plataforma que mejor rendimiento le proporciona a Interagua debido a su versatilidad y permanente actualización en base a las necesidades de los usuarios (IIEMD, 2011). Para que el uso de Twitter alcance similar rendimiento se requiere un rediseño completo del perfil. La página web necesita un mejoramiento en su diseño, desde estructura, formas de comunicación, acceso y manejo informativo, tomando como referencia la que propone Martínez (2011) respecto a las condiciones de usabilidad y accesibilidad

La mayoría de los post publicados por Interagua en las plataformas Facebook y Twitter, tiene contenidos de aviso para los usuarios respecto a operativos de manteniendo programado, solo unos cuantos post se relaciona con temas comunitarios. La página web es un medio informativo general de la empresa, con aceptación de parte de usuarios; con opciones para informarse de temas que antes el usuario los hacía de manera personal en sus instalaciones físicas, y como resultado mejorar la atención a los usuarios (Pando, 2013).

La fórmula de calcular el EG planteada en esta investigación es muy aceptada en el medio empresarial para evaluar las interacciones de los contenidos publicados a través de las plataformas digitales (Human Level, 2017), siempre y cuando el periodo de tiempo a evaluarse sea suficiente o representativo.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

En base a la información disponible en Facebook (me gusta, compartir, comentarios y alcance); en Twitter (favorito, respuesta, retuit e impresiones), las interacciones pueden evaluarse de manera cuantitativa aplicando la fórmula del Engagemnet Rate (ER) considerando la importancia que merece cada interacción; por lo que con los resultados obtenidos es posible pronosticar el impacto de cada mensaje publicado en los usuarios (Avila, 2014).

Limitaciones del estudio

Entre las limitantes para el desarrollo de esta investigación se menciona el levantamiento de las encuestas de manera personal, debido a la resistencia de las personas a responder las personas, por lo que se optó por realizarlas vía online. Otra de las limitantes fue el limitado acceso a una entrevista con los funcionarios encargados de administrar las páginas de Facebook, Twitter y portal Web, ya que fue difícil obtener una cita personal, debido a múltiples ocupaciones.

Recomendaciones

Se recomienda optimizar el funcionamiento del perfil de Interagua en Facebook hasta alcanzar un EG más alto. En cuanto a Twitter se recomienda incrementar el número de post a publicarse. Respecto a la página Web debe aplicarse encuestas al público por lo menos dos veces al año, con el propósito de actualizar el diseño de la misma.

Se sugiere a Interagua que las publicaciones realizadas a través de Facebook y Twitter, además de información técnica sobre operativos de mantenimiento, se publique más sobre temas cotidianos que interesen a la comunidad. Debe incentivar más la existencia de la página web como medio informativo general de la empresa.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Se recomienda que, dentro del plan institucional, se debe dar la importancia que merece la comunicación digital manteniendo el uso de las plataformas hasta ahora utilizadas dando énfasis a los mensajes con contenido visual amigable.

Se debe mantener la metodología para calcular las interacciones en Facebook y Twitter de acuerdo a lo propuesto en este trabajo, con periodos de tiempo a evaluarse suficientes o representativos. Debe adoptarse la fórmula de calcular el EG, es decir, que se mantenga la importancia que merece cada interacción: me gusta=1, comentarios=2; y compartido =3, porque de esa manera se refleja más la realidad.

Bibliografía

Abela, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*.

Recuperado el 10 de octubre de 2014:

<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Albornoz, M. B., & Rivero, M. (2007). *Experiencias andinas de gobierno electrónico: La problemática de la participación ciudadana*. Quito: FLACSO.

Arcila, C., Barbosa, E., & Cabezuelo, F. (2016). *Técnicas big data: análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística. El profesional de la información (EPI)*, 25(4), 623-631.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Avila, C. (03 de noviembre de 2014). Obtenido de Como medir el Engagement :

<http://www.claraavilac.com/2014/11/03/como-medir-el-engagement-en-facebook/>

Basto, Pedro (2014) Redes sociales y gobierno electrónico. 3 de febrero.

<https://prezi.com/7qqw5qzrpqi/redes-sociales-y-gobierno-electronico/>

Brönstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (julio-diciembre de 2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signo y Pensamiento*, XXVI(51), 26-37 . Recuperado el 26 de junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>

Carneiro, M. (2010). *Dirección Estratégica Innovadora*. . La Coruña, España: Netbiblo.

Cortés, J., & Cardona D. (2015) *Gobierno electrónico en América Latina: Revisión y tendencias*. Editorial Universidad del Rosario.

Chandler, A. D. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. New York: Beard Books.

Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos, quinta edición* . México: Editorial Mc Graw Hill.

Diario Expreso. (16 de agosto de 2016). Recuperado el 10 de mayo de 2018, de Interagua. El agua cuadruplicó su cantidad de usuarios:

<http://www.expreso.ec/guayaquil/el-agua-cuadruplico-su-cantidad-de-usuarios-YA570302>

Diéguez, G. Gasparín , Sánchez, & Schjeiman (2015) *Escenarios y perspectivas del gobierno electrónico en América Latina y el Caribe*. Documento de trabajo n°132 junio.

Ellison, N., Gibbs, J., & Weber, M. (2015). The use of enterprise social networks sites for knowledge sharing in distributed organization: the roles of organizational affordances. *American behavioral Scientist*, 29(1), 103-123.

Gobiernos de Cataluña. (2010). Recuperado el 10 de mayo de 2018, de Manual de los gobiernos en Twitter Pautas para instituciones públicas a partir de la experiencia del Gobierno de Cataluña.:

http://serveisdigitals.gencat.cat/web/.content/02_CATALEG_SERVEIS/xarxes-socials/20170512_Manual-de-los-gobiernos-en-Twitter.pdf

Generalitat de Catalunya (2015) *20 casos de éxito en las redes sociales de la Generalitat de Cataluña*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departamento de la Presidencia, Dirección General de Atención Ciudadana y Difusión.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

González, M. Zerega, M. (2015). *Conversadores, Cronistas del ego y Bufones, reflexiones*

acerca de los contenidos que se publican en Twitter. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 8, (1), 186-205. Doi: [dx.doi.org/10.12804/disertaciones.01.2015.08](https://doi.org/10.12804/disertaciones.01.2015.08)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*.

Hütt Herrera, H. (2012). Las Redes Sociales: Una Nueva Herramienta de Difusión.

Reflexiones, 91(2), 121-128.

Ideas Propias. (2006). *Técnicas de comunicación*. Madrid: Ideas propias Editores.

Ideas propias . (2005). *Diseño de páginas Web y Diseño gráfico* . Vigo : Editorial Ideas propias .

Ibabe, I., & Jaureguizar, J. (2015). *Como crear una web docente de calidad* . Madrid: Netbiblio.

IIEMD. (2011). Obtenido de ¿Que es Facebook? :

<https://iiemd.com/articulo/facebook/como-funciona-que-es-facebook-entrar-2>

INEC. (2016). Recuperado el 15 de mayo de 2018, de Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por área:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

INEC (2014). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU*.

Indicadores de Pobreza y Desigualdad. Jueves, 01 de marzo de 2018, de INEC Sitio web:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2014/marzo-2014/140415%20PobrezaMarzo.pdf>

Itahora. (2018). *Interagua: una estrategia digital para optimizar la calidad de servicios*. 05 de febrero. ITAHORA Medio Digital,

www.itahora.com/lideres-it/interagua-una-estrategia-digital-para-optimizar-la-calidad-de-servicios/.

Intef. (2014). Recuperado el 25 de julio de 2018, de Concepto de Web 2.0:

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/concepto_de_web_20.html

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. Recuperado el 15 de diciembre de 2013, de Website Ebiqurity group: http://ebiquity.umbc.edu/_file_directory_/papers/369.pdf □
- Johansen, O. (2004). *Anatomía de la empresa*. México: Grupo Noriega Editores.
- Martínez, G. M. (2011). Recuperado el 22 de marzo de 2018, de Usabilidad y accesibilidad en web: <http://www.semec.org.mx/archivos/6-11.pdf>
- Paz, Martín (2017) *3 fórmulas para calcular el engagement rate*. www.pazmartin.com/calcular-el-engagement-rate/
- Mendenhall, G. (2004). *Elementos de muestreo estadístico, 8va. Edición*. México D.F.: Prentice Hall.
- Monsalvo López, Carolina (2015) *Acercamiento Al Gobierno Electrónico En Colombia*. EAE, 15 de abril, 104 pp.
- Moraleda, V. (2016). Revista Virtual Co. . *Obtenido de Plan de Comunicación Digital, estrategias y acciones para conseguir objetivos*: <https://www.socialco.es/plan-de-comunicacion-digital-en-las-ong-v-estrategias-y-acciones-para-conseguir-objetivos/>
- Oromartv. (06 de abril de 2017). Recuperado el 10 de mayo de 2018, de ¿En dónde y cuáles son las redes sociales virtuales más usadas?: <http://oromartv.com/donde-cuales-las-redes-sociales-virtuales-mas-usadas/>
- Pando, D. y Fernández Arroyo, N. (comp.) (2013). *El gobierno electrónico a nivel local. Experiencias, tendencias y reflexiones*. Buenos Aires: CIPPEC y Universidad de San Andrés.
- (Human Level, 2017).
- Piñuel J.L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Recuperado el 10 de diciembre 2014, del sitio web de la Universidad Complutense: https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolinguisticaUVigo.pdf □
- Prados Álvarez, C. (2017). *Marketeros de Hoy*. [online] Disponible en: <https://marketerosdehoy.com/marketing/comunicacion-digital/> [Acceso 1 Mar. 2018].
- Pulido Cañabate, E. 5. (2014). *Big data: ¿solución o problema? Lección Inaugural Curso Académico 2014-201*.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS RAE. (2016). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*. Madrid: Real Academia de la Lengua.

Revuelta, F., & Pérez, L. (2009). *Interactividad en los entornos de formación online*. Barcelona: Editorial UOC.

Ruelas, A. L., & Perez Arámburo, P. (2006). El gobierno electrónico: su estudio y perspectivas de desarrollo. *UNIrevista*, Vol. 1(nº 3). Recuperado el 22 de marzo de 2018, de http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_118.pdf

Sánchez, M. A., & Pinochet, G. (enero-junio de 2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32), 107-135. Recuperado el 10 de mayo de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187247578006.pdf>

Sancho Royo, David (2010) *Participación ciudadana, gobierno electrónico y redes sociales*. Foro Iberoamericano de Participación Ciudadana en la Gestión Pública del Siglo XXI San José, Costa Rica, 8 y 9 de septiembre de 2011 <http://siare.clad.org/fulltext/0073705.pdf>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Madrid: Gedisa.

Serrano, E. (2009). Scielo. Obtenido de Accesibilidad vs usabilidad web: evaluación y correlación. Universidad de Alcalá.: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2009000200004&script=sci_arttext&tlng=pt#notas

Skeels, M., & Grudin, J. (2009). *When social networks crossboundaries: a case study of workplace use of Facebook and LinkedIn*. Florida: ACM.: Proceedings of the ACM 2009 International .

Tendencias digitales. (2017). *Estudios usos de Internet en Latinoamérica 2016*. Recuperado el 05 de mayo de 2018, de Evolución de los medios sociales en Ecuador: <https://tendenciasdigitales.com/evolucion-de-los-medios-sociales-en-ecuador/>

Tintaya, E. (2015). *Como extraer la muestra finita*. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <https://es.slideshare.net/eliseotintaya/como-extraer-muestra-finita>

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Unesco. (2014). *Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo*. Obtenido de

Comunicación:

<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Comunicacion.pdf>

Urrutia, A., & Zelaya, J. (2011). *Uso de las redes sociales Facebook y Twitter como estrategias del diseño publicitario para el posicionamiento de marcas en El Salvador*.

San Salvador: Facultad de Ciencias y Artes “Francisco Gavidia, Escuela de Artes Aplicadas.

Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Anexos

Anexo 1 Post de Facebook



IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda.
7 de junio a las 09:07 · 🌐

#Medios || Teleamazonas informa sobre los sectores afectados en el #TrabajoProgramado del día de hoy en Vía Daule por trabajos de rehabilitación.



2 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Interagua C. Ltda.
7 de junio a las 09:05 · 🌐

#Medios || Telerama reporta sobre el operativo del día de hoy sobre el acueducto de 1250mm en Vía a Daule.



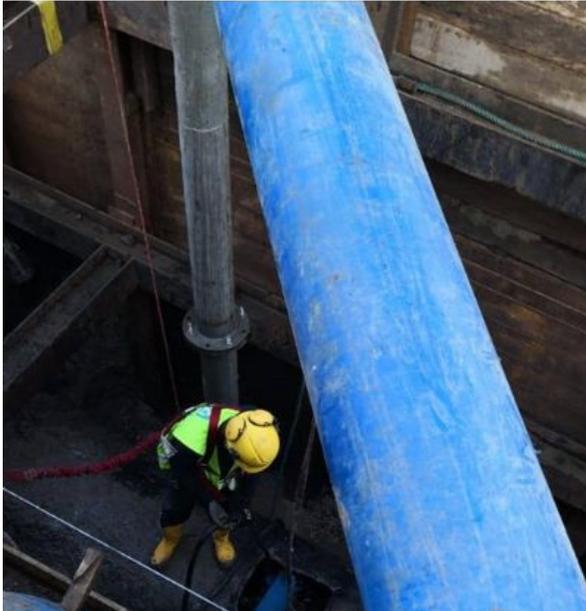
758 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

 Interagua C. Ltda. 7 de junio a las 08:58 · 🌐

🚧 #Actualización
Una vez iniciados los trabajos de rehabilitación del acueducto de 1250mm, se procese con el desagüe del acueducto.
📍 KM 15 Vía Daule



 Interagua C. Ltda. 7 de junio a las 08:51 · 🌐

#Medios || #InterrupciónProgramada
Hoy
El Universo compartió en su nota sobre la interrupción del día de hoy. Esperamos que te hayas podido abastecer a tiempo, los trabajos se estiman que culminen a las 4AM del día de mañana (viernes 8/Junio)

sin agua durante 23 horas

Interagua informó de una nueva suspensión del servicio de agua potable en distintos sectores del norte por trabajos de rehabilitación de un acue-

06 de junio de 2018

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda.
6 de junio a las 16:13

#TrabajoProgramado || 7 de Junio
 KM 15 Vía Daule
 5AM a 4AM (del jueves al viernes 8/Junio)
 Rehabilitación del acueducto... Ver más



**Interrupción Programada
jueves 7 de junio/2018**

INTERAGUA, informa que con el propósito de garantizar el abastecimiento del servicio de agua potable a la ciudad, se realizarán trabajos de rehabilitación sobre el acueducto de 1250 mm ubicado en el **Km. 15 de vía a Daule (Ingreso Petrocomercial)** Por lo tanto, se suspenderá el servicio de agua potable **desde las 05h00 del jueves 7 hasta las 04h00 del viernes 8 de junio del 2018. (23 horas de interrupción).**

SECTORES AFECTADOS
COOPERATIVAS:
 Simón Bolívar, Nueva Generación, La Fortaleza, Richard Custer, Moradores Voluntad de Dios, Mario de Prati, Colinas de la Florida, Lot. Industrial Inmaconsa, Padres Salesianos, Plamavit, Buenos Aires, Ismael Murillo, Lincol Salcedo, Bella Visión, Colinas del Sol, Cumbres del Sol, Mercado Mayorista, Hospital Universitario, Nueva Esperanza, Nuevo Conquistador, Cdda. Loma Vista, Terrenos Academia Naval Ilingworth, 3 de Diciembre, Cdda. La Florida, La Guardiania, El Madrigal.

Interagua C. Ltda.
6 de junio

#Medios || TC Televisión informa el #TrabajoProgramado por trabajos de #rehabilitación en el acueducto de 1250 mm ubicado en el Km 15 de vía a Daule.

El operativo iniciará a las 5AM del 7 de Junio y culminará a las 4AM del viernes 8 de Junio/18.



97 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Interagua C. Ltda.
8 de junio

#Medios || #TrabajoProgramado Ecuavisa informa sobre la interrupción de agua potable por la rehabilitación en el acueducto de 1250 mm ubicado en el Km 15 de vía a Daule el jueves 7 de Junio/18.



95 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Interagua C. Ltda.
6 de junio a las 09:35



Arranca la campaña educativa Alrededor de Iberoamérica 2018

Los invitamos este año a descubrir cómo podemos cuidar a los animales en vías de extinción con la reutilización del plástico y la importancia de reciclar de forma divertida.

Alrededor de Iberoamérica: Reciclaje animado

RECICLAJE ANIMADO

Animales en vías de extinción como consecuencia de la contaminación del plástico en el planeta.

Ver más

Me gusta Comentar Compartir

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda.
5 de junio a las 15:57 · Instagram · 🌐

#DíaMundialDelMedioAmbiente || ¿Sabes como el plástico contamina nuestro entorno?
Entérate del daño que puede causar el plástico en el mundo
#SinContaminación

5 de Junio
Día Mundial
del Medio Ambiente

Interagua
Operado por VEOLIA

PLÁSTICO: El mejor desecho es aquel que no termina en la basura.

500.000
millones de bolsas plásticas se usan en el mundo cada año.

50%
del plástico es de un sólo uso.

1'000.000
de botellas plásticas se compran por minuto.

17'000.000
de barriles de petróleo se

Interagua C. Ltda.
5 de junio a las 08:57 · Instagram · 🌐

🌱 #ECOGESTION || Iniciamos #Junio con un nuevo proyecto de nuestro equipo de Gestión Comunitaria: Formación en huertos orgánicos y construcción de ecoladrillos de la mano del Ministerio de Salud Pública, Dirección Distrital de Educación, Miess y Peace Corp.
Orgullosos de formar parte de este proyecto social e integrador.

... Ver más

Interagua
Operado por VEOLIA

eraagua
Operado por VEOLIA

ECOGESTION

Eco-Ladrillos

eragua
Operado por VEOLIA

ECOGESTION

+3

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda.
5 de junio a las 15:57 · Instagram · 🌐

#DíaMundialDelMedioAmbiente || ¿Sabes como el plástico contamina nuestro entorno?
Entérate del daño que puede causar el plástico en el mundo
#SinContaminación

5 de Junio
Día Mundial
del Medio Ambiente

Interagua
Operada por VEOLIA

PLÁSTICO: el mejor desecho es aquel que no termina en la basura.

500.000
millones de bolsas plásticas se usan en el mundo cada año.

50%
del plástico es de un sólo uso.

1'000.000
de botellas plásticas se compran por minuto.

17'000.000
de barriles de petróleo se consumen.

Interagua C. Ltda.
4 de junio a las 15:08 · 🌐

Interrupción Programada
jueves 7 de junio/2018

INTERRUPCIÓN PROGRAMADA –
JUEVES 7 DE JUNIO/18

INTERAGUA, informa que con el propósito de garantizar el abastecimiento del servicio agua potable a la ciudad, se realizarán trabajos de rehabilitación sobre el acueducto de 1250 mm ubicado en el Km. 15 de vía a Daule (Ingreso Petrocomercial) Por lo tanto, se suspenderá el servicio de agua potable desde las 05h00 del jueves 7 hasta las 04h00 del viernes 8 de junio del 2018. (23 horas de interru...

[Ver más](#)

Me gusta Comentar Compartir

04 DE JUNIO DE 2018

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda.
4 de junio a las 14:48 · Instagram · 🌐

#InterrupciónProgramada || 📍 KM 15 vía Daule
📅 Jueves 7 de Junio
🕒 5AM a 4 AM (del viernes 8 de Junio)
🔧 Rehabilitación del acueducto 1250 mm... Ver más



**Interrupción Programada
jueves 7 de junio/2018**

INTERAGUA, informa que con el propósito de garantizar el abastecimiento del servicio de agua potable a la ciudad, se realizarán trabajos de rehabilitación sobre el acueducto de 1250 mm ubicado en el **Km. 15 de vía a Daule (Ingreso Petrocomercial)** Por lo tanto, se suspenderá el servicio de agua potable **desde las 05h00 del jueves 7 hasta las 04h00 del viernes 8 de junio del 2018. (23 horas de interrupción).**

SECTORES AFECTADOS
COOPERATIVAS:
Simón Bolívar, Nueva Generación, La Fortaleza, Richard Custer, Moradores Voluntad de Dios, Mario de Prati, Colinas de la Florida, Lot. Industrial Inmaconsa, Padres Salesianos, Plamavit, Buenos Aires, Ismael Murillo, Lincol Salcedo, Bella Visión, Colinas del Sol, Cumbres del Sol, Mercado Mayorista, Hospital Universitario, Nueva Esperanza, Nuevo Conquistador, Cdl. Loma Vista, Terrenos Academia Naval Ilingworth, 3 de Diciembre, Cdl. La Florida, La Guardiania, El Madrigal.

URBANIZACIONES:
Montebello, Tottori, El Caracol, Buena Esperanza, Lot. Industrial Galarza, San Carlos, Carturama, Terrenos Fábrica Crídesa, Valle de la Flor, Hacienda Germania, Costeña del Río, Mercado de Transferencia de Viveres de Guayaquil, Las Palmeras, Paraiso del pueblo, San Felipe, lot. Lomas de Prosperina, Mirador del Norte, Santorini, Schoenstatt, Urb. Central, Parque Industrial Señora de Pareja, CTG, Pinturas Unidas, Barrio Señora de Pareja, Mirador del Norte, Saint Gallen, Novacero, Terrenos de la Universidad de Guayaquil, Urdenor II, Ciudad del Aire, Urbanor, Cdl. Las Lomas de Urdesa, Coop. Paz y Amor, Portón de las Lomas, Urdenor, Urdesa Central, Urdesa Norte, Principado Las Lomas de Urdesa, Cdl. La Roca, Cdl. Juan Tanca Marengo, Martha de Roldós.

Interagua C. Ltda.
4 de junio a las 14:46 · 🌐

#InterrupciónProgramada || 📍 KM 15 vía Daule
📅 Jueves 7 de Junio
🕒 5AM a 4 AM (del viernes 8 de Junio)
🔧 Rehabilitación del acueducto 1250 mm... Ver más



**Interrupción Programada
jueves 7 de junio/2018**

INTERAGUA, informa que con el propósito de garantizar el abastecimiento del servicio de agua potable a la ciudad, se realizarán trabajos de rehabilitación sobre el acueducto de 1250 mm ubicado en el **Km. 15 de vía a Daule (Ingreso Petrocomercial)** Por lo tanto, se suspenderá el servicio de agua potable **desde las 05h00 del jueves 7 hasta las 04h00 del viernes 8 de junio del 2018. (23 horas de interrupción).**

SECTORES AFECTADOS
COOPERATIVAS:
Simón Bolívar, Nueva Generación, La Fortaleza, Richard Custer, Moradores Voluntad de Dios, Mario de Prati, Colinas de la Florida, Lot. Industrial Inmaconsa, Padres Salesianos, Plamavit, Buenos Aires, Ismael Murillo, Lincol Salcedo, Bella Visión, Colinas del Sol, Cumbres del Sol, Mercado Mayorista, Hospital Universitario, Nueva Esperanza, Nuevo Conquistador, Cdl. Loma Vista, Terrenos Academia Naval Ilingworth, 3 de Diciembre, Cdl. La Florida, La Guardiania, El Madrigal.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS



Anexo 2 Post de Twitter

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda @interagua · 7 jun.

⚠️ #Actualización

Nuestro equipo técnico continúa con el operativo de rehabilitación cortando la tubería de 1250 mm afectada

📍 KM 15 Vía Daule



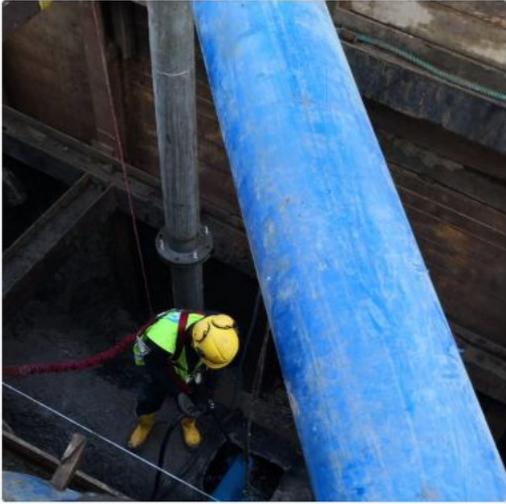
💬 10 🔄 5 ❤️ 10 ✉️

Interagua C. Ltda @interagua · 7 jun.

⚠️ #Actualización

Una vez iniciados los trabajos de rehabilitación del acueducto de 1250mm, se procese con el desagüe del acueducto.

📍 KM 15 Vía Daule



💬 2 🔄 2 ❤️ 1 ✉️

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda @interagua · 6 jun.
 #TrabajoProgramado || 7 de Junio
 KM 15 Vía Daule
 5AM a 4AM (del jueves al viernes 8/Junio)
 Rehabilitación del acueducto

¡RT y abastécete a tiempo!



**Interrupción Programada
jueves 7 de junio/2018**

INTERAGUA, informa que con el propósito de garantizar el abastecimiento del servicio de agua potable a la ciudad, se realizarán trabajos de rehabilitación sobre el acueducto de 1250 mm ubicado en el **Km. 15 de vía a Daule (Ingreso Petrocomercial)**. Por lo tanto, se suspenderá el servicio de agua potable **desde las 05h00 del jueves 7 hasta las 04h00 del viernes 8 de junio del 2018. (23 horas de interrupción).**

SECTORES AFECTADOS
COOPERATIVAS:
 Simón Bolívar, Nueva Generación, La Fortaleza, Richard Custer, Moradores Voluntad de Dios, Mario de Pratt, Colinas de la Florida, Lot. Industrial Inmaconsa, Padres Salesianos, Planavit, Buenos Aires, Irmael Murillo, Lincol Salcedo, Bella Visión, Colinas del Sol, Cumbres del Sol, Mercado Mayorista, Hospital Universitario, Nueva Esperanza, Nuevo Conquistador, Cda. Loma Vista, Terrenos Academia Naval Illingworth, 3 de Diciembre, Cda. La Florida, La Guardiania, El Madrigal.

URBANIZACIONES:
 Montebello, Tottori, El Caracol, Buena Esperanza, Lot. Industrial Galarza, San Carlos, Carturama, Terrenos Fabrica Cridesa, Valle de la Flor, Hacienda Germania, Costeña del Río, Mercado de Transacciones de Muebles de Comercio, Los Peloneros, Distrito del Acobado, San Alcafría (Guavaniil) ATM (Guavaniil) @amanayav v 6 más

Interagua C. Ltda @interagua · 5 jun.
 #ECOGESTION || Iniciamos #Junio con un nuevo proyecto de nuestro equipo de Gestión Comunitaria: Formación en huertos orgánicos y construcción de ecoladrillos de la mano del Ministerio de Salud Pública, Dirección...
facebook.com/interagua/post...

7 2 6

Interagua C. Ltda retweetó

Veolia Ecuador @Veolia_Ec · 5 jun.
 Iniciamos el #DíaDelMedioAmbiente con 10 consejos para usar menos plástico. Fija como objetivo que los siguientes 6 meses reduzcas tu consumo de plásticos.

Juntos podemos hacer el cambio que queremos ver.

10 TIPS PARA USAR MENOS PLÁSTICO
 El 91% de el plástico que se produce jamás es reciclado.

- 1 Pide en restaurantes o cafeterías vasos de vidrio y tazas de cerámica. Asimismo, tampoco pidas o uses popotes.
- 2 Usa termos para almacenar el café o agua en la oficina.
- 3 Lleva contigo siempre cubiertos de metal para evitar consumir desechables.
- 4 Evita comprar juguetes de plástico poco duraderos.
- 5 Si necesitas usar cubiertos o platos desechables prefiere los biodegradables.
- 6 Guarda los envases de vidrio o metal después de usarlos para almacenar tu comida. Aprovechalos cuando vayas al mercado y compra tus alimentos a granel - arroz, frijol, azúcar, sal.
- 7 Compra siempre bolsas de tela en tu supermercado.



IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Interagua C. Ltda @interagua · 5 jun.
 #DiaDelMedioAmbiente || ¿Sabes como el plástico contamina nuestro entorno?
 Entérate del daño que puede causar el plástico en el mundo #SinContaminación

PLÁSTICO: El mejor desecho es aquel que no termina en la basura.

500.000 millones de bolsas plásticas se usan en el mundo cada año.

50% del plástico es de un sólo uso.

1'000.000 de botellas plásticas se compran por minuto.

10% de los residuos que generamos están hechos de plástico.

17'000.000 de barriles de petróleo se utilizan en el año para producir botellas agua.

Interagua C. Ltda @interagua · 4 jun.
 INTERRUPTIÓN PROGRAMADA – JUEVES 7 DE JUNIO/18
facebook.com/note.php?note,...

Interagua C. Ltda @interagua · 4 jun.
 #InterrupciónProgramada || 📍 KM 15 vía Daule
 📅 Jueves 7 de Junio
 ⌚ 5AM a 4 AM (del viernes 8 de Junio)
 🛠️ Rehabilitación del acueducto 1250 mm

🗣️ CORRE LA VOZ Y ABASTÉCETE A TIEMPO

Interrupción Programada
jueves 7 de junio/2018

INTERAGUA, informa que con el propósito de garantizar el abastecimiento del servicio de agua potable a la ciudad, se realizarán trabajos de rehabilitación sobre el acueducto de 1250 mm ubicado en el Km. 15 de vía a Daule (Ingreso Petrocomercial) Por lo tanto, se suspenderá el servicio de agua potable desde las 05h00 del jueves 7 hasta las 04h00 del viernes 8 de junio del 2018. (23 horas de interrupción).

SECTORES AFECTADOS
COOPERATIVAS:
 Simón Bolívar, Nueva Generación, La Fortaleza, Richard Custer, Moradores Voluntad de Dios.

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES TWITTER, FACEBOOK Y EL SITIO WEB EN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BÁSICOS





Guayaquil, 14 de Septiembre del 2018

Señores:

Universidad Casa Grande

Ciudad.-

De mis Consideraciones:

Por medio de la presente deixo constancia que he revisado la propuesta de trabajo de titulación de la Srta. María Isabel Salvatierra, cuyo tema es: **"Impacto de las plataformas Digitales TWITTER, FACEBOOK Y SITIO WEB en los usuarios de servicios básicos"** y acepto su utilización y difusión para que la estudiante culmine sus estudios de 4to nivel en la Maestría de Comunicación Digital.

Atentamente:

Ilfn Florsheim

Gerente de Comunicación