

Comunicación estratégica digital en redes sociales: diagnóstico comparativo en gobiernos cantonales de Santa Elena, Ecuador

*Strategic digital communication on social media: a comparative diagnosis of
cantonal governments in Santa Elena, Ecuador*

Arlinez Katuska Lainez Olea

Universidad Estatal Península de Santa Elena
arlinez.lainezolea@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0004-0096-8043>
Santa Elena – Ecuador

Guillermo Del Campo Saltos, PHD.

Universidad Estatal Península de Santa Elena
gdelcampo@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0120-9802>
Santa Elena – Ecuador

Formato de citación APA

Lainez, A. & Saltos, G. (2026). *Comunicación estratégica digital en redes sociales: diagnóstico comparativo en gobiernos cantonales de Santa Elena, Ecuador*. Revista REG, Vol. 5 (Nº. 2), p. 571 – 594.

INTELIGENCIA COLECTIVA

Vol. 5 (Nº. 2). abril – junio 2026.

ISSN: 3073-1259

Fecha de recepción: 12-04-2025

Fecha de aceptación: 23-04-2026

Fecha de publicación: 30-06-2026



RESUMEN

El objetivo del estudio fue analizar la comunicación estratégica digital de las redes sociales en los gobiernos cantonales de La Libertad y Salinas, Ecuador, con un alcance descriptivo, comparativo e interpretativo. Metodológicamente, se adoptó un enfoque mixto, se trabajó con una muestra de 10 funcionarios del área de comunicación, cinco por cada municipio, seleccionados mediante muestreo intencional. Se utilizó una técnica cualitativa para la recolección de información a través de entrevistas semiestructuradas, cuyos datos fueron procesados mediante codificación temática con apoyo del software Atlas.ti. Se efectuó un análisis cuantitativo de los contenidos de redes sociales oficiales de los gobiernos seccionales, considerando el tipo de publicaciones, frecuencia de posteo, orientación comunicacional e interacción, resultados que evidenciaron que ambos municipios generan contenidos de manera frecuente, entre 12 y 18 publicaciones semanales, siendo en su gran mayoría contenido informativo de la gestión municipal. La comunicación se efectuó desde un enfoque estratégico, que se reflejó en la programación periódica de las publicaciones y como estas se alinean a informar sobre eventos locales y campañas institucionales, se pudo identificar también que hace falta fortalecer el uso de métricas analíticas que evalúen el desempeño comunicacional. El estudio concluye que la estrategia de comunicación digital en estos gobiernos locales debe rediseñarse mediante una planificación formal, además se aportó evidencia empírica sobre las limitaciones estructurales de la gestión comunicacional digital en contextos locales y lineamientos prácticos para su mejora lo que podría favorecer a una mejora en la interacción y así consolidar un proceso de gobernanza más participativo.

PALABRAS CLAVE: Comunicación interactiva, entorno social, estrategias de comunicación, gobierno local, participación de la población, redes sociales.

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze strategic digital communication on social media in the cantonal governments of La Libertad and Salinas, Ecuador, with a descriptive, comparative, and explanatory scope. Methodologically, a qualitative approach was adopted, working with a sample of 10 communication officials (five from each municipality), selected through purposive sampling. Data collection was carried out through semi-structured interviews, and the information was processed using thematic coding with the support of Atlas.ti software. In the same way we executed an analysis of the official social media accounts taking into account factors such as the type of content shared, how often posts were published, the level of interaction. This results showed that both city hall were quite active, posting between 12 and 18 times for weeks. Being, most of the content was institutional and informative, which did not seem engagement or active participation. It was also saw that there were no clear defined digital communication strategies, and that the use of analysis tools to evaluate communication performance was rather limited. In consequence, communication was developed mainly from an operational rather than a strategic. This concluded that digital communication in local governments needs to be hard through formal strategic planning, the systematic use of performance indicators, and the development of specialized technical capabilities, that would contribute to improv citizen interaction and consolidating more participation governance processes. This study provides empirical evidence on the structural limitations of digital communication management in local contexts and offers practical guidelines for its improvement.

KEYWORDS: Interactive communication, social context, communication strategies, local government, citizen participation, social media.

INTRODUCCIÓN

En el escenario contemporáneo, la comunicación institucional experimenta una transformación profunda impulsada por la digitalización y la consolidación de las redes sociales como espacios centrales de interacción pública. De acuerdo a esto, el desarrollo de tecnologías de la información ha reconfigurado no solo las dinámicas comunicativas, sino también las formas de relación entre ciudadanía y Estado, incidiendo directamente en los procesos de gobernanza. Desde esta perspectiva, el concepto de sociedad red, como menciona (Flores, 2020), permite comprender cómo la circulación de información en entornos digitales redefine el ejercicio del poder, la participación ciudadana y la construcción de legitimidad institucional. Con este análisis, Calle y Badía (2020) plantean que la comunicación estratégica en el sector público debe integrarse al desarrollo organizacional y la cultura política, asegurando un vínculo entre el discurso y la práctica. Esta visión conecta con los principios de gobierno abierto, transparencia, participación y colaboración, propuestos por (Chípuli y Librada, 2021).

En el ámbito de los gobiernos locales, estos desafíos adquieren una relevancia particular debido a su proximidad con la ciudadanía. Zabala et al. (2022) menciona que existe un uso generalizado de redes, mientras que Marcos et al. (2021) dice que herramientas como WhatsApp se utilizan principalmente para difusión, lo que no permite aprovechar su potencial bidireccional. En el ámbito latinoamericano, esta problemática se profundiza. Palacios y Tapia (2021), señalan que la ausencia de planificación estratégica reduce el impacto de la comunicación digital, mientras que Navarrete y Pérez (2024) destacan vacíos estructurales como la falta de capacidades técnicas y recursos. Así mismo, Posso y Fontalvo (2024) y Celi (2022), coinciden en que la comunicación digital estratégica puede contribuir a la construcción de valor público y al fortalecimiento de territorios participativos.

El fortalecimiento de la gobernanza democrática no puede comprenderse sin el papel fundamental de la comunicación estratégica en entornos digitales. Según plantean Gómez y De la Garza (2023), la digitalización ha rebasado la interacción social para redefinir cómo las entidades públicas construyen su cercanía ante la ciudadanía. De esta manera, Ramos (2024) coincide en que la introducción de redes sociales en el sector público implica un cambio desde modelos comunicativos unidireccionales hacia situaciones más participativas. Sin embargo, autores señalan que este cambio no ocurre de manera inmediata, ya que depende de la existencia de fuertes estrategias de comunicación. Desde la perspectiva normativa de Ladrón de Guevara (2023), quien relaciona la comunicación pública con el "Derecho a Saber", lo que implica asegurar el acceso a información que debe ser clara, oportuna y veraz. En este sentido, la comunicación estratégica digital trasciende su

función informativa y se posiciona como un mecanismo para fortalecer la rendición de cuentas y la generación de valor público.

A pesar los aportes de los autores, existe una carencia en la investigación y análisis de cómo los gobiernos seccionales en ciudades de la provincia de Santa Elena, implementan la comunicación estratégica digital. En relación a esto, no se tiene estudios que comparen la planificación, el uso de las redes sociales y su impacto en la administración de municipios que comparten características sociales y políticas.

Los gobiernos locales de Salinas y La Libertad han incorporado redes sociales en su gestión de comunicación; sin embargo, no se puede definir si su uso responde a una estrategia orientada a la participación, la transparencia y la gobernanza, o si se limita a funciones informativas. Esta brecha entre adopción tecnológica y uso estratégico justifica la necesidad de un análisis empírico situado.

En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿En qué medida los gobiernos cantonales de Salinas y La Libertad utilizan las redes sociales como herramientas de comunicación estratégica digital orientadas a la gobernanza, la transparencia y la participación ciudadana?

La presente investigación se justifica en la necesidad de generar evidencia empírica que permita comprender y mejorar la gestión comunicacional digital en gobiernos locales. Su aporte radica tanto en el plano teórico —al profundizar en la relación entre comunicación estratégica digital y gobernanza en contextos locales— como en el práctico, al ofrecer insumos para el diseño de estrategias comunicacionales más efectivas y coherentes con los principios democráticos.

En consecuencia, se analiza la comunicación estratégica digital en redes sociales implementada por los gobiernos cantonales de Salinas y La Libertad, evaluando su planificación, niveles de interacción y contribución a la gobernanza, la transparencia y la confianza ciudadana.

El presente estudio parte de que los gobiernos cantonales de Salinas y La Libertad emplean sus redes sociales con un enfoque mayoritariamente informativo, caracterizado por carencia en la planificación estratégica y una débil orientación hacia la participación ciudadana y la gobernanza digital.

MÉTODOS MATERIALES

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas, que nos orientan a comprender en profundidad las dinámicas de la comunicación estratégica digital en los gobiernos cantonales de Salinas y La Libertad. La investigación permitió

combinar el análisis de cómo se interpretan las prácticas comunicacionales con el trabajo de observar los indicadores en redes sociales, permitiendo fortalecer la validez de los hallazgos mediante la triangulación de datos.

El estudio tuvo un alcance descriptivo, comparativo y explicativo. Fue descriptivo porque permitió ver cómo se desarrollan las prácticas de comunicación; comparativo, ya que se analizaron dos gobiernos cantonales muy parecidos; además se buscó comprender los factores que influyen en el desarrollo de la comunicación digital estratégica, como la planificación, los recursos que se tienen y la forma de organización. La presente investigación fue no experimental y de tipo transversal, debido a que las variables no se modificaron y la información se recopiló en un solo momento.

La población se conformó por el personal relacionado con el área de comunicación de los dos municipios. Para seleccionar a los participantes, se usó un muestreo intencional basado en criterios específicos, y se eligió a personas con conocimiento directo sobre la gestión que se realiza en comunicación. En total, la muestra incluyó a diez participantes, responsables de comunicación institucional, encargados de las redes sociales y el personal técnico del área. Sus funciones están vinculadas a la planificación, elaboración de los contenidos y el seguimiento de la interacción de los usuarios.

Para los criterios de inclusión se consideraron: (a) la participación directa en la gestión de redes sociales, (b) que se tenga al menos seis meses de experiencia en el cargo y (c) deben tener conocimiento de los procesos de planificación y ejecución de la comunicación. Se utilizaron las entrevistas cuando la información comenzó a repetirse, siguiendo el criterio de la saturación de información.

Una técnica que se utilizó para recolectar los datos fue la entrevista semiestructurada, que permitió analizar factores como la planificación estratégica, la gestión de los contenidos para redes, la interacción con el público y todo lo que puede limitar el trabajo dentro de las instituciones públicas. Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de cada participante y transcritas de manera textual.

El análisis cualitativo se realizó mediante codificación temática con apoyo del software Atlas.ti, siguiendo un enfoque mixto deductivo-inductivo. En una primera fase, se definieron categorías iniciales derivadas del marco teórico como la planificación estratégica digital, la interacción ciudadana, también la gobernanza digital, transparencia y recursos institucionales.

En una segunda etapa, se utilizó la codificación abierta con el fin de identificar categorías que surgieran a partir de los discursos analizados. Para ello, se tomaron en cuenta criterios como la

importancia del tema, la frecuencia con la que aparecían ciertas ideas, su significado dentro del contexto y la claridad en su interpretación. Esto permitió organizar la información en dimensiones de análisis coherentes.

Para complementar se realizó un análisis del contenido de las redes sociales, principalmente Facebook, para que sea conocido el desempeño de una institución en su vida diaria

El análisis de la información estuvo conformado por las publicaciones que se realizaron en todas las cuentas oficiales de los municipios. La selección estuvo considerada por algunos criterios: publicaciones en las cuentas de carácter institucional, contenido que se relaciona con la gestión municipal y los servicios para la ciudadanía, y publicaciones que tienen disponibilidad dentro del periodo de recolección de datos. No se tomaron en cuenta los contenidos repetidos o que no se relacionen con la gestión de estudio.

El tiempo de estudio estuvo conformado por los meses de enero y febrero de 2026, este periodo fue elegido por contar con actividad regular y sin contar con procesos electorales, lo cual permitió conocer algunas prácticas de comunicación habituales.

Se analizaron algunas variables como la frecuencia con la que se publica, el contenido que puede ser informativo, institucional o participativo y la interacción con los seguidores como las reacciones, comentarios y compartidos. Todo esto permitió adoptar un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo dentro de este estudio.

La recopilación de la información se hizo mediante un proceso en el cual se compararon los resultados del análisis del contenido, con los datos obtenidos en las entrevistas. Este proceso permitió ver las similitudes y diferencias entre lo que expresan las instituciones y lo que se observa en la práctica, lo que dio mayor solidez a los resultados.

Los datos conseguidos incluyeron información de campo como: entrevistas y análisis de redes sociales, también se incluyó fuentes documentales como: literatura científica, normativas institucionales y documentos oficiales.

Con respecto a la ética, se procuró que sea la participación voluntaria mediante un consentimiento informado, lo cual permitió la confidencialidad y el anonimato de todos los participantes mediante la codificación de sus datos para asegurar el uso responsable de la información obtenida contando con los principios de integridad académica.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados se construyeron a partir del análisis de diez entrevistas en profundidad realizadas a personal del área de comunicación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de La Libertad (Funcionario 1 – Funcionario 5) y Salinas (Funcionario 6 – Funcionario 10). La información fue procesada mediante codificación temática, lo que permitió identificar no solo patrones comunes y diferencias entre casos, sino también las lógicas subyacentes que configuran la gestión de la comunicación estratégica digital.

De manera complementaria, el análisis de contenido de las páginas oficiales de Facebook, correspondiente al período enero–febrero de 2026, permitió contrastar las percepciones institucionales con prácticas comunicacionales observables. Esta triangulación evidenció tensiones entre el discurso estratégico declarado y la ejecución operativa cotidiana.

Matriz de categorización cualitativa

La matriz de categorización cualitativa (Tabla 1) se estructuró como un instrumento analítico que articula categorías, códigos y evidencia empírica, permitiendo vincular la interpretación con los discursos de los actores. Más que una organización descriptiva, la matriz funciona como base para comprender las condiciones que limitan o configuran la comunicación estratégica digital en los contextos analizados.

En la categoría de planificación digital, la repetición del código “plan no formal” pone en evidencia que no existe una estrategia comunicacional claramente establecida, esta situación no solo se debe a una falta técnica, sino también a una forma de organización enfocada en lo inmediato. Como menciona un entrevistado: “nos guiamos más por lo que va saliendo en el día a día que por un plan estructurado” (Funcionario 3). Esto hace que la comunicación pierda capacidad de anticiparse y se enfoque más en reaccionar, lo que reduce su valor estratégico dentro de la gobernanza.

En relación con la gestión de contenidos, la influencia de la “agenda institucional” indica que la comunicación se centra principalmente en mostrar actividades oficiales. Un entrevistado señala que: “publicamos lo que hace la primera autoridad del cantón o las actividades del municipio” (Funcionario 7), lo que refleja una dinámica orientada más a informar que a generar diálogo. Esto limita la variedad de contenidos y dificulta incluir enfoques participativos o con mayor valor para la ciudadanía.

Sobre la cercanía con los ciudadanos, acerca del término de “respuesta limitada”, nos permite observar una diferencia entre tener redes sociales y utilizarlas de manera efectiva. Aunque estas facilitan la comunicación en ambos sentidos, en la práctica no siempre se cumple. Como menciona un entrevistado: “no siempre se alcanza a responder todos los comentarios” (Funcionario 2).

En lo que respecta al código “equipo reducido” podemos dar a conocer una limitación importante que influye en las áreas. Un entrevistado menciona: “somos pocas personas para lo que significa la comunicación” (Funcionario 9). Esta condición dificulta la planificación, la diversificación de contenidos y la gestión diversa de la interacción, generando una dinámica en la carga de trabajo mantiene un enfoque reactivo.

Al relacionar todas estas categorías, se identifica un patrón en común: la comunicación digital se desarrolla en una situación con limitaciones tanto organizacionales como estructurales, lo que favorece prácticas más operativas que estratégicas.

En relación a estos resultados, muestran que la diferencia entre el potencial de las redes sociales como herramientas para la gobernanza y su uso real en los gobiernos cantonales que se han analizados se debe a la combinación de factores organizativos, técnicos y culturales, más que a la falta de plataformas digitales en sí.

Tabla 1

Matriz de categorización cualitativa de la comunicación estratégica digital

Categoría	Código	Evidencia (citas)
Planificación digital	Plan no formal	“Nos guiamos más por lo que va saliendo” (Funcionario 3)
	Ausencia de indicadores	“No medimos resultados como tal” (Funcionario 6)
	Improvisación operativa	“Se publica según la urgencia” (Funcionario 1)
Contenidos	Agenda institucional	“Publicamos actividades del alcalde” (Funcionario 7)
	Enfoque informativo	“Es más informativo que participativo” (Funcionario 8)
	Baja diversificación	“Casi siempre es el mismo tipo de contenido” (Funcionario 4)
Interacción	Respuesta limitada	“No se alcanza a responder todo” (Funcionario 2)
	Comunicación unidireccional	

Gobernanza digital	Baja participación	“Solo informamos, no hay mucho diálogo” (Funcionario 5)
	Participación débil	“La gente comenta poco” (Funcionario 10)
	Transparencia informativa	“No hay estrategias para involucrar a la gente” (Funcionario 6)
Recursos institucionales	Equipo reducido	“Se publica información, pero no se profundiza” (Funcionario 9)
	Limitaciones técnicas	“Somos pocos para todo” (Funcionario 4)
	Sobrecarga laboral	“No tenemos herramientas avanzadas” (Funcionario 7)
		“Una persona hace varias funciones” (Funcionario 1)

Fuente: Autor (2026).

La construcción de las categorías analíticas responde a un proceso de articulación entre el marco teórico y la evidencia empírica. En una primera fase, las categorías iniciales como planificación estratégica digital, interacción ciudadana y gobernanza fueron derivadas de los enfoques teóricos sobre comunicación pública y gobernanza digital. Posteriormente, a través de la codificación abierta, emergieron códigos que permitieron operacionalizar dichas categorías en el contexto específico de los gobiernos cantonales analizados.

Desde una perspectiva más extensa, las categorías no funcionan de forma independiente, porque están conectadas. En este aspecto, la falta de una planificación se relaciona con la improvisación en la gestión de contenidos de redes sociales, lo que limita la variedad de mensajes y minimiza las posibilidades de generar la interacción. Esta eventualidad se ve influida en falta de recursos institucionales, que afecta a la capacidad de respuesta en la aplicación de estrategias participativas.

En esta situación los recursos se convierten en un factor que atraviesa todas las demás dimensiones, mientras que la baja interacción con la ciudadanía impacta en la débil consolidación de prácticas de gobernanza digital. De esta manera, la matriz no solo sirve para organizar la información,

también ayuda a entender las relaciones y causas que explican por qué la comunicación digital se mantiene principalmente en un nivel operativo.

Planificación estratégica digital

En ambos gobiernos cantonales se evidenció la existencia de lineamientos generales de comunicación; sin embargo, estos no siempre se encontraron formalizados en un documento específico de comunicación digital. En el caso de La Libertad, varios participantes señalaron que la planificación se desarrollaba de manera operativa, principalmente en función de actividades mensuales o coyunturales: “Se trabaja con una planificación, pero no está como un documento digital estructurado, sino más bien como una guía interna” (funcionario 2). En el caso de Salinas, aunque se percibe una percepción ligeramente más estructurada, también se evidencia que no existe un plan digital propio: “Sí hay planificación, pero está integrada al plan general, no como algo específico para redes sociales” (funcionario 7).

Al comparar ambos municipios, se observa que los dos reconocen la existencia de cierta planificación, sin embargo, esta no está bien estructurada ni organizada de forma sistemática, lo que dificulta que se consolide como una verdadera herramienta estratégica. En cuanto a los objetivos, tanto en La Libertad como en Salinas se evidenció una orientación predominante hacia la difusión de información institucional, el posicionamiento de la imagen pública y la visibilidad de la gestión municipal. No obstante, no se identificó una definición clara de objetivos estratégicos medibles, lo que reflejó una brecha entre la intención comunicacional y su planificación técnica.

Gestión de redes sociales y producción de contenidos

En relación con la gestión operativa, los resultados evidencian que la definición de contenidos en ambos municipios responde principalmente a la agenda institucional, las actividades del alcalde y requerimientos de otras áreas, un colaborador menciona: “Publicamos en función de las actividades que se generan día a día” (funcionario 3). Esta lógica configura una gestión reactiva, orientada a la cobertura de eventos más que a una planificación basada en análisis de audiencias o segmentación estratégica. A nivel organizacional, esta forma de trabajo está relacionada con la falta de recursos disponibles y la inexistencia de lineamientos claros, lo que limita la posibilidad de diversificar los contenidos. En cuanto a las plataformas, ambos municipios utilizan Facebook como su principal canal de comunicación, mientras que otras redes tienen un uso más secundario y sin una estrategia definida. A nivel organizacional, se identifican equipos reducidos y multifuncionales: “Somos pocos y hacemos de todo: diseño, redes, fotos, videos” (Funcionario 4). Esta estructura incide directamente en la

limitada capacidad de planificación, monitoreo y especialización, condicionando el desempeño comunicacional.

Análisis de contenido en Facebook

Tabla 2

Tipología de contenidos publicados en Facebook por municipio de enero a febrero 2026

Tipo de contenido	Salinas (n)	Salinas (%)	a Libertad (n)	La Libertad (%)
Informativo	52	43 %	38	36 %
Institucional	41	34 %	37	35 %
Promocional	18	15 %	22	21 %
Participativo	10	8 %	9	8 %
Total	121	100	106	100 %

%

Fuente: Autor (2026).

El análisis de las publicaciones realizadas entre enero y febrero de 2026 permitió identificar patrones diferenciados en la producción y el rendimiento del contenido. Las publicaciones se clasificaron en cuatro tipos: informativo, institucional, promocional y participativo. Los resultados indican que predominan los contenidos de tipo institucional e informativo, mientras que los participativos no son frecuentes. Respecto al desempeño, se observó que el nivel de interacción por publicación (como reacciones, comentarios y compartidos) fue más alto en contenidos de relacionados a lo social o comunitario. Mientras que las publicaciones de tipo institucional generaron una menor respuesta por parte de la ciudadanía. Asimismo, el engagement rate de Salinas se mantuvo en 1.48% nivel medio, lo que sugiere que hay visibilidad, pero una limitada conexión con la audiencia.

$$147/9900 \times 100 = 1.48\%$$

Mientras que La Libertad se mantuvo en 0.90%

$$69/7700 \times 100 = 0.90\%$$

Este comportamiento se relaciona con lo expresado por los entrevistados respecto a la orientación informativa de la comunicación: “Es más informativo que participativo” (P8).

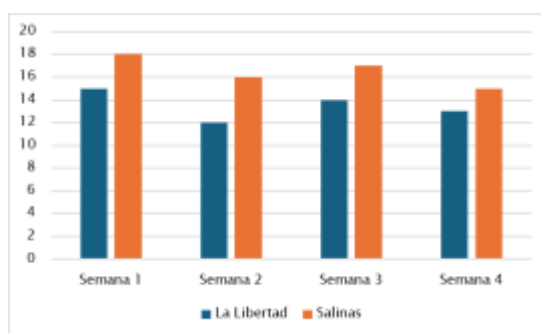
La relación entre tipo de contenido e interacción evidencia que, aunque existe una producción constante de publicaciones, esta no necesariamente se traduce en participación activa. En relación a los contenidos enfocados en la agenda institucional son los que suelen generar menos interacción, mientras que los relacionados a temas de interés ciudadano o comunitario muestran mayor respuesta.



Desde el enfoque de análisis, los resultados mostraron una relación directa entre la gestión reacciones de contenidos (hallazgo cualitativo) y el bajo nivel de interacción (hallazgo cuantitativo). Lo que quiere decir que la falta de la planificación estratégica no solo influye en lo que se publica, también condiciona el nivel de participación ciudadana. Los resultados evidencian diferencias en los niveles de engagement entre los municipios, con valores que oscilan entre 0,90% y 1,48%. En el caso de La Libertad, se observa un nivel de interacción más bajo, lo que sugiere una menor capacidad de los contenidos para generar respuesta en la audiencia, en comparación con ciertas publicaciones del municipio de Salinas.

Figura 1

Frecuencia de publicaciones como indicador de gestión operativa en enero de 2026

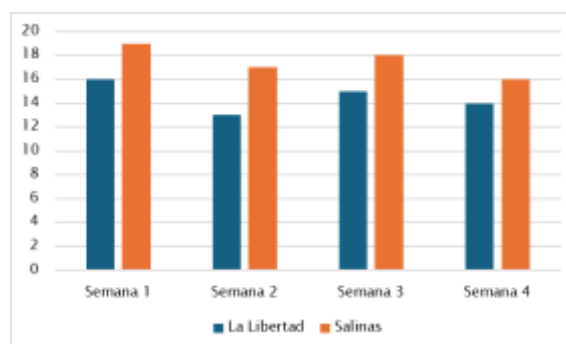


Fuente: Autor (2026).

Podemos observar que Salinas tiene más publicaciones durante la semana, con valores que van entre las 15 y 18 publicaciones semanales. Estos resultados ponen en evidencia que los dos municipios tienen una actividad constante en sus redes sociales y se observa que la mayor frecuencia de publicaciones en Salinas se alinea a una mayor capacidad operativa.

Figura 2

Actividad comunicacional sostenida sin evidencia de planificación estratégica en febrero de 2026



Fuente: Autor (2026).

El análisis de la frecuencia de publicaciones en Facebook durante los meses de enero y febrero de 2026 evidencia que ambos gobiernos cantonales mantienen una actividad constante en sus redes sociales. En enero, Salinas presenta una ligera mayor frecuencia de publicaciones en comparación con La Libertad, lo que sugiere una mayor intensidad comunicacional en este periodo. Esta tendencia se repite en febrero, donde nuevamente Salinas presenta resultados ligeramente superiores a La Libertad. Sin embargo, en ambos casos se observa una cierta estabilidad a lo largo de la semana, sin cambios importantes, lo que indica una gestión relativamente constante, aunque no necesariamente planificada de manera estratégica. Este comportamiento coincide con lo mencionado en las entrevistas, donde se indicó que la generación de contenido responde principalmente a la agenda institucional y a las actividades diarias, más que a una planificación organizada basada en objetivos comunicacionales claros.

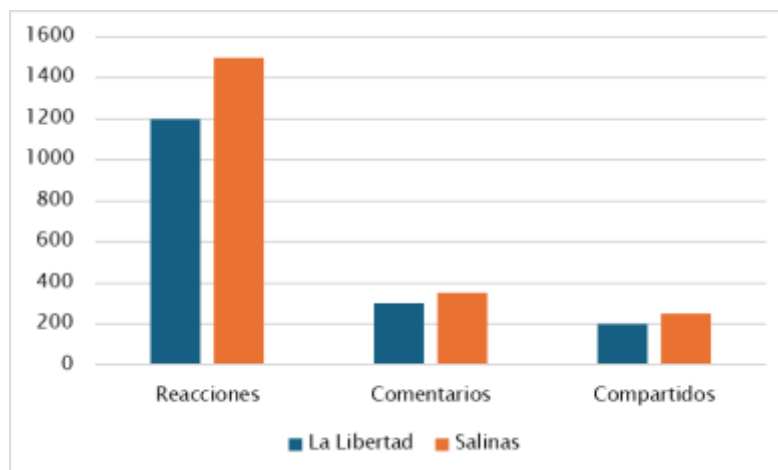
Interacción y participación ciudadana

Respecto a la interacción con la ciudadanía, los participantes indicaron que los comentarios y mensajes eran revisados de forma constante; sin embargo, la capacidad de respuesta dependía del volumen de interacción y de la disponibilidad del equipo. “Tratamos de responder todo, pero a veces no se alcanza por la cantidad de mensajes” (P5), “Se responde lo más rápido posible, pero hay temas que requieren coordinación con otras áreas” (P6).

Al comparar los municipios se observa que hay un comportamiento parecido: donde existe disposición para interactuar, pero con las limitaciones operativas que dificultan responder de forma rápida. Respecto a cómo participan, se identificó que las acciones implementadas tales como: transmisiones en vivo, publicaciones informativas, cobertura de eventos, logran generar un nivel de interacción, pero no responden al modelo estructurado de participación digital, “Sí hay interacción, pero más en comentarios o reacciones, no tanto en participación” (P2). Esto reflejó que la comunicación digital aún se mantiene en un nivel intermedio entre lo informativo y lo participativo.

Figura 3

Nivel de interacción como indicador de participación ciudadana limitada



Fuente: Autor (2026).

Si bien existe interacción, esta se concentra principalmente en reacciones, lo que evidencia un nivel básico de participación.

Comunicación digital, gobernanza y transparencia

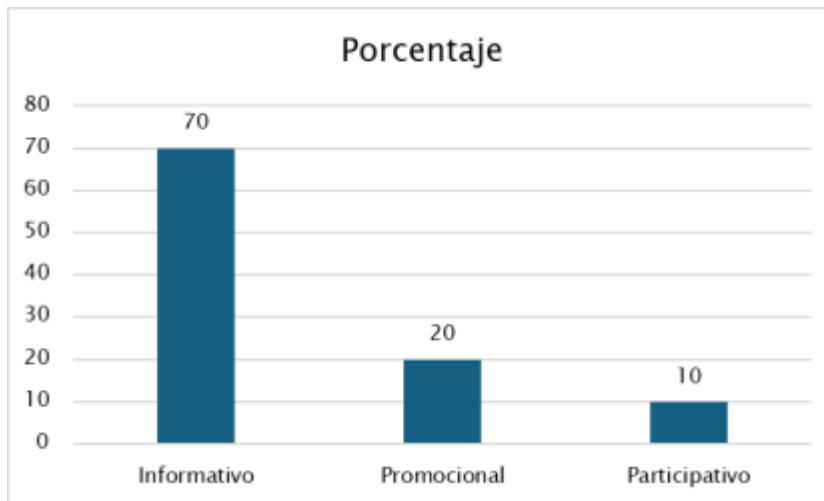
Uno de los hallazgos más consistentes fue la percepción positiva sobre el aporte de las redes sociales a la transparencia institucional. En ambos municipios, los entrevistados coincidieron en que estas plataformas permiten informar de manera oportuna y directa a la ciudadanía, “Las redes ayudan mucho a que la gente sepa lo que se está haciendo” (Funcionario 1), “Ahora todo se comunica en tiempo real, eso da más confianza” (Funcionario 7).

Asimismo, se reconoció que la comunicación digital contribuye a fortalecer la relación entre gobierno y ciudadanía, aunque su potencial para incidir en procesos de toma de decisiones aún es limitado, “No se usa tanto para tomar decisiones, más bien para informar” (Funcionario 8).

Comparativamente, tanto La Libertad como Salinas han consolidado la función informativa y de visibilidad institucional, pero aún presentan desafíos para integrar la comunicación digital en una lógica más participativa y de gobernanza.

Figura 4

Predominio del contenido institucional y su limitada orientación participativa



Fuente: Autor (2026).

Evaluación, métricas y toma de decisiones

En relación con la evaluación de resultados, los participantes señalaron que se utilizan principalmente métricas básicas proporcionadas por las plataformas digitales, como alcance, reacciones y número de seguidores, “Revisamos las estadísticas que da Facebook, pero no algo más avanzado” (funcionario 3), “Vemos qué publicaciones funcionan mejor, pero no hay un análisis profundo” (funcionario 9).

No se evidenció el uso de herramientas especializadas ni la aplicación sistemática de indicadores estratégicos, lo que limita la toma de decisiones basada en datos.

De forma comparativa, ambos municipios coincidieron en que la evaluación es más descriptiva que analítica, lo que refleja una debilidad estructural en la gestión estratégica de la comunicación digital.

Limitaciones estructurales y oportunidades de mejora

Finalmente, los entrevistados identificaron una serie de limitaciones comunes que afectan el desarrollo de la comunicación estratégica digital en ambos gobiernos cantonales. Dentro de las cuales se destacaron la falta del personal, que ayude a cubrir con todo lo que demanda la alcaldía, así como la falta de capacitación en temas que conlleva la comunicación, “El principal problema es que no hay suficiente personal” (P4).

Estas circunstancias, reflejan en gran medida, las debilidades presentadas en planificación, gestión, estrategia y evaluación.

Respecto a las propuestas en mejoras, los participantes coinciden en la importancia de fortalecer la planificación digital, profesionalizar al equipo y asignar un mejor recurso en el área de comunicación, “Se necesita un plan más claro y capacitación constante” (Funcionario 6).

Análisis de redes sociales

De manera complementaria, se realizó un análisis de contenido de las redes sociales oficiales de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de La Libertad y Salinas, centrado específicamente en la plataforma Facebook, durante el período comprendido entre enero y febrero de 2026. Este análisis permitió contrastar lo expresado por los entrevistados con la práctica comunicacional observable, incorporando tanto elementos cualitativos como métricas cuantitativas.

De manera general, pudo identificarse que ambas instituciones públicas mantienen participación activa en la plataforma de Facebook, con diferencia en sus alcances. La municipalidad de Salinas, en su red social “Alcaldía de Salinas” cuenta con 9,9 mil seguidores, mientras que la municipalidad de La Libertad, en su sitio oficial “Alcaldía de La Libertad” registra 7,7 mil seguidores. Posicionando digitalmente a Salinas, lo cual se refleja también en una mayor interacción en sus publicaciones.

En frecuencia de publicaciones, dentro del periodo analizado evidencia actividad constante en ambos municipios. Salinas presenta alrededor de 16 y 18 publicaciones semanales, y La Libertad se mantiene en un rango de 12 y 15 publicaciones por semana, lo que permite confirmar que si existe una gestión activa en redes sociales; sin embargo, esto no indica que responda a una planificación estratégica formal, sino más bien a una gestión institucional diaria.

Sobre las publicaciones realizadas, en los dos casos prevalece un enfoque informativo y promocional, que se orienta a difundir actividades de carácter institucional, como obras públicas, esto es referente a la acción social y agenda de la primera autoridad cantonal.

Las publicaciones del municipio de La Libertad se caracterizan por ser descriptiva y centran a la cobertura de eventos, mientras que en la municipalidad de Salinas se hace una mayor proyección audiovisual, como reels y transmisiones en vivo, aportando dinamismo a su comunicación digital.

Respecto al nivel de interacción, se identifica que se mantiene un nivel moderado en ambas municipalidades, puesto que las publicaciones generan principalmente reacciones (me gusta, me encanta) y, en menor medida comentarios y compartidas. Esta interacción se da en mayor proporción en eventos de índole comunitario y de interés de la ciudadanía. Aun así, no se evidencian estrategias que generen una participación más activa.

Desde esta perspectiva, aunque las redes sociales cumplen con un rol fundamental en términos de visibilidad institucional y transparencia, su uso está enfocado en difusión de información.

En términos generales, los resultados demuestran que, aunque ambos gobiernos cantonales haya o estén logrando una presencia digital activa, aún existen limitaciones en cuanto al uso estratégico de estas plataformas, principalmente en la planificación y diversificación de contenidos, así como la participación activa de la ciudadanía.

Tabla 3

Métricas de redes sociales por municipio

Red Social	Indicador	La Libertad	Salinas
Facebook	Seguidores	7700	9900
	Frecuencia semanal	12 – 15	16 – 18
	Tipo de contenido	Informativo / Promocional	Informativo / Promocional
	Nivel de interacción	Moderado	Moderado - alto
Instagram	Seguidores	832	9302
	Frecuencia semanal	12 – 15	16 – 18
	Tipo de contenido	Informativo	Informativo
	Nivel de interacción	Bajo moderado	Moderado
X	Seguidores	167	No
	Frecuencia semanal	16 - 18	No
	Tipo de contenido	Informativo / Promocional	No
	Nivel de interacción	Promocional	No
Tik Tok	Seguidores	175	No
	Frecuencia semanal	5 – 6	No
	Tipo de contenido	Promocional	No
	Nivel de interacción	Bajo	No

Fuente: Autor (2026).

En cuanto a la planificación digital se puede evidenciar que en La Libertad predomina la ausencia de un plan formal, mientras que en Salinas se cuenta con ciertos lineamientos generales vinculados a la estrategia de la institución, pero esto no se traduce en sistema claro y la planificación sigue siendo limitada.

DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación permiten situar a los gobiernos cantonales analizados en una fase intermedia de desarrollo de la comunicación estratégica digital, caracterizada por la coexistencia de prácticas operativas consolidadas y una limitada institucionalización de enfoques estratégicos. Alineándose con lo planteado por (Andrus y Gutiérrez, 2024; Alcalá y Vieyra (2024), quienes concuerdan que la adopción de las redes sociales en el sector público no implica una transformación de la comunicación, sino más bien responde a reproducir lógicas tradicionales en entornos digitales. Sin embargo, a diferencia de estos enfoques, este estudio demuestra que dicha reproducción no solo responde a una inercia institucional, sino a la interacción de componentes organizacionales y estructurales que condicionan a dicha gestión comunicacional.

En este sentido, los hallazgos amplían la discusión al mostrar que la limitada orientación estratégica no debe interpretarse exclusivamente como una debilidad técnica, sino como el resultado de restricciones en recursos, capacidades y estructuras organizativas. Desde la perspectiva de la gobernanza digital, los resultados confirman parcialmente los planteamientos de Bartal y Jagodnik, (2021); Suarez et al. (2025) quienes sostienen que la comunicación pública debe orientarse hacia la participación y la co-creación de valor público. Dentro de los casos analizados se evidencian términos de transparencia informativa, lo cual indica una brecha entre el conocimiento de las plataformas digitales y la implementación práctica.

En relación con la comunicación estratégica, los resultados contrastan con los planteamientos de (Rocana, 2022; Espinel, 2023), quienes destacan la importancia de la planificación, la segmentación de audiencias y la evaluación mediante indicadores. En los gobiernos cantonales analizados, estos elementos se encuentran presentes de manera incipiente o fragmentada, lo que limita la consolidación de una comunicación verdaderamente estratégica. Este estudio no contradice la teoría, sino que demuestra la dificultad de aplicarla en contextos locales con limitaciones estructurales, (Romero y Álvarez, 2025); Enríquez et al., (2024), refuerzan la idea en cuanto a que estas dinámicas responden a un patrón establecido, que se caracteriza por ser una comunicación centrada en difusión de información. No obstante, este estudio demuestra un matiz importante al evidenciar que existen diferencias en el desarrollo de la comunicación, donde surge la necesidad de un análisis más comparativo.

Este aporte relevante de esta investigación radica en la identificación del papel de aquellos factores estructurales en la comunicación digital. En relación con lo planteado por Bendezú et al. (2025) y Molina (2024), los resultados muestran que la disponibilidad del recurso humano y las capacidades técnicas y condiciones organizacionales inciden directamente en la posibilidad de

desarrollar estrategias comunicacionales avanzadas. Este estudio refuerza la idea de que estratégicamente, la comunicación digital debe ser comprendida como un proceso organizacional integral. Y desde el punto de vista teórico, el análisis del estudio aporta a relacional la digitalización con gobernanza, esto después de demostrar que la aplicación de tecnologías no garantiza el nivel de interacción o transparencia.

Metodológicamente, la aplicación del enfoque cualitativo y cuantitativo permitió diferenciar y contrastar las percepciones institucionales que se pudieron evidenciar, fortaleciendo la validez del estudio y abriendo posibilidades para análisis comparativos a futuro.

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos evidencian la importancia de reforzar la planificación estratégica, así como de contar con equipos de comunicación más especializados y capacitados. También se vuelve necesario incorporar indicadores que ayuden a orientar de mejor manera la toma de decisiones.

En lo que respecta con el supuesto de investigación, los resultados permiten validarlo de forma parcial. Si bien se identifica una clara tendencia hacia un uso informativo de las redes sociales, esta situación no puede atribuirse únicamente a la falta de planificación. Solo que responde a la combinación de factores estructurales, culturales y organizacionales. Esta visión aporta al estudio porque ofrece una interpretación más amplia y compleja del fenómeno analizado.

Para finalizar, es necesario reconocer las limitaciones. El tamaño reducido de la muestra, junto con el enfoque transversal, esto dificulta generalizar los resultados y analizar cómo evolucionan las estrategias comunicacionales a lo largo del tiempo. En este sentido, las futuras investigaciones podrían considerar estudios o comparaciones entre los distintos niveles de gobierno, lo que permitiría profundizar en el análisis de la comunicación estratégica digital en el ámbito público. En relación a los resultados, estos permiten sostener que la transformación de la comunicación digital en gobiernos locales no es un proceso lineal ni automático, al contrario, es condicionado por la interacción entre factores tecnológicos, organizacionales y contextuales. Este hallazgo aporta al campo de la comunicación pública al evidenciar la necesidad de enfoques integrales que articulen tecnología, estrategia y capacidades institucionales.

CONCLUSIONES

El estudio permite concluir que la comunicación digital en los gobiernos cantonales de La Libertad y Salinas se desarrolla bajo un modelo predominantemente operativo. En este contexto las redes sociales se utilizan principalmente como medios para difundir información institucional, más que como herramientas estratégicas orientados a fomentar la participación ciudadana y la gobernanza digital. Este resultado identifica que el uso de estas plataformas digitales no implica, por sí solo, un cambio en la comunicación pública, ya que depende de las condiciones organizacionales y estrategias específicas. Desde el punto de vista analítico, esta investigación señala que las principales limitaciones no se explican solo por la falta de planificación formal, más bien a la interacción de factores estructurales como que estén disponibles los recursos, la capacidad técnica y la organización del trabajo, que condicionan el desarrollo de una comunicación estratégica basada en los datos. Esta perspectiva permite superar enfoques centrados solo en la tecnología.

En cuanto a lo que se aporta científicamente, el estudio contribuye al análisis de la comunicación pública al demostrar que el paso hacia aquellos modelos de comunicación estratégica digital en gobiernos seccionales es progresivo y no lineal, ya que está influido por aspectos contextuales, organizacionales y ámbito cultural. Además, se ofrece evidencia desde un contexto local poco explorado, lo que ayuda a comprender mejor como se desarrolla la comunicación digital en ciudades de América Latina. En la práctica, estos resultados hacen notar la importancia de reforzar la planificación de las estrategias, incorporar los indicadores de evaluación y seguir promoviendo que los equipos de comunicación se profesionalicen, Esto permitiría avanzar hacia modelos donde se participe más y se genere valor público. Para terminar, se recomienda que las futuras investigaciones ahonden en las comparaciones entre distintos niveles de gobierno y usen enfoques que permitan analizar la evolución de las estrategias digitales en el tiempo. También sería importante incluir la visión de la ciudadanía para complementar el análisis desde el ámbito institucional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá, M., & Vieyra, V. (2024). Redes sociales digitales y derecho a la participación ciudadana. *Nuevo Derecho*, 20(35), 1-12. <https://doi.org/10.25057/2500672X.1630>
- Andraus, C., & Gutiérrez, J. (2024). El impacto de las Redes Sociales en la difusión de contenidos políticos en la ciudad de Portoviejo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 9(2), 1-15. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v9i2.6431>
- Bartal, A., & Jagodnik, K. (2021). Role-Aware Information Spread in Online Social Networks. *Entropy (Basel, Switzerland)*, 23(11). <https://doi.org/10.3390/e23111542>
- Bendezú, J., Ortiz, J., & Valencia, C. (2025). Comunicación Gubernamental Digital en la Percepción Ciudadana del Valor Público de las Gestiones Gubernamentales Iqueñas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6), 7460-7480. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15435
- Calle, S., & Badía, A. (2020). Comunicación Estratégica, clave para un Buen Gobierno. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 9(22). <https://revistas.uh.cu/alcance/article/view/5370>
- Carrión, D., Santín, F., & Gallardo, D. (2025). Influencia de las Estrategias de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de Celica, en la Percepción Ciudadana. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica*, 5(2), 2242–2255. <https://doi.org/10.61384/r.c.a..v5i2.1273>
- Celi, K. (2022). Transformación digital como proceso generador de valor público para el ciudadano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 1981-2005. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2725
- Chípuli, A., & Librada, B. (2021). El enfoque de gobierno abierto en las políticas públicas: el caso del programa para un gobierno cercano y moderno (2013-2018). *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 24(5), 19-34. <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/Sociales/article/view/3556>
- Enríquez, B., Quito, M., Satín, F., Henríquez, E., & Granda, C. (2024). Instagram como Herramienta de Comunicación Digital para la Gestión Municipal: Un Estudio de Caso del Gobierno Autónomo Descentralizado de Yantzaza, Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 3302-3317. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10759

- Espinel, A. (2023). Gestión y planificación de la información y comunicación. *Revista Enfoques de la Comunicación*(9), 227-255.
<https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/99>
- Flores, J. (2020). La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red. *Sintaxis*, 1(5), 85-102. <https://doi.org/10.36105/stx.2020n5.05>
- Gómez, C., & De la Garza, D. (2023). Redes sociales y administración pública: los desafíos y oportunidades de los gobiernos en la era de la comunicación digital. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*(39), 83-107. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.04>
- Ladrón de Guevara, L. (2023). LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO LOCAL. *Revista Iberoamericana de Gobierno Local*(23).
<https://revista.cigob.net/23-junio-2023/articulos/la-comunicacion-publica-como-herramienta-estrategica-para-el-desarrollo-local-NJ17/>
- Marcos, S., Doménech, H., & Casero, A. (2021). La plataformización de la comunicación política institucional. El uso de WhatsApp por parte de las administraciones locales. *Revista Latina de Comunicación Social*(79), 100-126. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1520>
- Molina, R. (2024). Ismael Crespo, José Miguel Rojo-Martínez, Claudia Mayordomo, Salvador Moreno y Alejandro Soler: Redes sociales y comunicación gubernamental digital en el ámbito local. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*(21), 268-270.
<https://doi.org/10.24965/reala.11348>
- Navarrate, L., & Pérez, F. (2024). Gestión del Social Media marketing y comunicación digital en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal: un análisis actitudinal y orientación receptiva del ciudadano del cantón Penipe. *MQR Investigar*, 8(3), 4158-4185.
<https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.3.2024.4158-4185>
- Palacios, J., & Tapia, A. (2021). *Estrategias de comunicación digital del gobierno autónomo descentralizado San Miguel de Bolívar e impacto de la red social facebook en la ciudadanía periodo febrero - julio de 2020 [Tesis de Grado]*. Universidad Nacional de Chimborazo:
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7299>
- Posso, L., & Fontalvo, A. (2024). Desarrollo de la comunicación estratégica y sus aportes a la comunicación de ciudad: un recorrido documental por sus usos en el ámbito territorial. *Revista Brasileña de Gestión Urbana*, 16. <https://periodicos.pucpr.br/Urbe/article/view/32147>

- Ramos, J. (2024). Redes sociales digitales en el sector público: Análisis comparado de la adopción de Facebook en dos alcaldías de la Ciudad de México. *Estado, Gobierno y Gestión Pública*, 22(43), 164–191. <https://doi.org/10.5354/0717-8980.2024.67455>
- Rocana, J. (2022). *Diseño de un plan estratégico de comunicación digital para el GAD municipal del cantón El Pan [Tesis de Mestría]*. Universidad Politécnica Salesiana: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23874>
- Romero, M., & Álvarez, J. (2025). Public communication generated through Facebook: impact on citizen perception in Cuenca, Ecuador. *Journal of Education and Culture*, 6(11). <https://doi.org/10.46652/runas.v6i11.230>
- Suárez, J., Vallejo, J., & Del Campo, G. (2025). Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 1733 – 1748. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3448>
- Tornato, M. (2024). *Comunicación estratégica para la diplomacia pública en entornos digitales: estudio de caso; Embajada del Paraguay en Ecuador [Tesis Maestría]*. Universidad Andina Simón Bolívar: <http://hdl.handle.net/10644/10121>
- Villodre, J. (2020). Redes sociales (en las administraciones públicas). *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*(19), 375-390. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5718>
- Zabala, O., Lorenzo, F., & González, T. (2022). Interactividad en redes sociales para crear relaciones de confianza: ayuntamientos de navarra en tránsito. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 23-42. <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e246>

CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

