



“EFICIENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO
INFORMATIVO DE LA GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE VIGÍA
DEL FUERTE”

LUIS ERLIN CUESTA VIVAS

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Mayo de 2024

EFICIENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO INFORMATIVO DE
LA GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE VIGÍA DEL FUERTE

LUIS ERLIN CUESTA VIVAS

ID 842695

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesora

DORIS AMANDA ROSERO GARCIA

Docente

Investigación II NRC-345

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Mayo de 2024

Contenido

DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
Lista de tablas.....	7
Lista de figuras.....	8
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Descripción del problema.....	13
1.2 La pregunta de investigación.....	15
1.3 Los objetivos de investigación.....	15
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.3.2 Objetivos específicos.....	15
1.4 Justificación de la investigación.....	16
2. MARCO DE REFERENCIA.....	17
2.1. Marco de antecedentes.....	17
2.2. Marco Teórico.....	20
2.3. Marco normativo.....	23
2.4. Marco conceptual.....	23
3. METODOLOGÍA.....	25
3.1. Enfoque y alcance de la investigación.....	25
3.1.1. Población y muestra.....	25
3.1.2. Definición de la población.....	25
3.1.3. Cálculo y selección de la muestra.....	27
3.2. Instrumento(s).....	27
3.3. Descripción de procedimientos.....	28
3.4. Análisis de información.....	30
3.5. Las variables.....	31

3.5.1. Variable(s) independiente(s).....	31
3.5.2. Variable(s) dependiente(s).....	32
4. RESULTADOS.....	32
5. DISCUSIÓN	39
6. CONCLUSIONES.....	41
REFERENCIAS	42

DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente Dios, por permitirme llegar hasta esta etapa tan importante de mi formación. A mi abuela Herminia Perea Guardia por ser el pilar y la viva demostración del esfuerzo y sacrificio que debemos hacer por lo que queremos en la vida.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios todo poderos, por guiarme en el camino, manifiesto gratitud con todas aquellas personas que estuvieron presentes en la realización de este sueño tan importante para mí, agradecer toda la ayuda, las palabras de motivación, el conocimiento puesto a disposición y sus consejos.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a los docentes, quien con su conocimiento y su guía fueron una pieza clave para que pudiera desarrollar cada etapa.

Por último, quiero agradecer a la base de todo, a mi familia, en especial a mi abuela, gracias por tu amor incondicional y sabiduría que siempre me has brindado, mamá, gracias por ser mi roca y por todo el apoyo que siempre me has dado. Te admiro y te agradezco por todo lo que haces, mi amor, gracias por ser mi compañera de vida y por todo el amor y apoyo incondicional que me brindas. Eres mi mayor bendición.

¡Muchas gracias por todo!

Lista de tablas

1. Tabla No 1- Resultados obtenidos pg. 32

Lista de figuras

Figura 1. ¿Con qué frecuencia sueles revisar las redes sociales de la administración municipal de Vigía del Fuerte?	Pg. 35
Figura 2. ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver con más frecuencia en las redes sociales de la administración municipal?.....	35
Figura 3. ¿Consideras que la información publicada por la administración municipal en redes sociales es clara y comprensible?.....	36
Figura 4. ¿Crees que la administración municipal responde adecuadamente a los comentarios y preguntas de los ciudadanos en redes sociales?.....	36
Figura 5. ¿Has compartido alguna publicación de la administración municipal de Vigía del Fuerte en tus propias redes sociales?.....	37
Figura 6. ¿Conoces a alguien que haya tomado alguna acción (asistir a un evento, utilizar un servicio, etc.) como resultado de ver una publicación de la administración municipal en redes sociales?.....	37
Figura 7. ¿Consideras que las publicaciones de la administración municipal en redes sociales generan impacto en la comunidad?.....	38
Figura 8. ¿Cuál es tu red social favorita para obtener información sobre la gestión de la administración municipal?.....	38

Resumen

En la investigación de “la eficiencia del uso de las redes sociales como medio informativo en la gestión de la administración municipal de Vigía del Fuerte”. La administración municipal utiliza redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp para comunicar su gestión, pero se desconoce el alcance real de esta información en la población, en esta investigación se destaca la situación de vulnerabilidad de la población rural debido a la falta de acceso a la información por la limitada cobertura de internet; la población del municipio sobre la cual se hará la investigación es un total de 9423 habitantes, con una mayoría en áreas rurales y una importante presencia de comunidades indígenas y afrodescendientes.

El objetivo es establecer la eficiencia del uso de las redes sociales como medio informativo, de manera específica se analizó el alcance e interacción de las publicaciones, así como la evaluación de la percepción y nivel de satisfacción de los ciudadanos. Se utilizó un enfoque cuantitativo y el uso de encuestas como técnica de investigación. Se tomó una muestra de 148 personas para analizar las causas y magnitud de la eficiencia.

La investigación se enfocó en recopilar y analizar datos estadísticos provenientes de la aplicación de encuestas a los ciudadanos para obtener datos cuantitativos sobre su percepción y nivel de satisfacción.

Palabras clave: redes sociales, medio informativo, Vigía del Fuerte, gestión administrativa, eficiencia de redes sociales.

Abstract

In the investigation of "the efficiency of the use of social networks as an information medium in the management of the municipal administration of Vigía del Fuerte." The municipal administration uses social networks such as Facebook, Twitter and WhatsApp to communicate its management, but the real reach of this information in the population is unknown. This research highlights the vulnerability of the rural population due to the lack of access to information due to limited internet coverage; The population of the municipality on which the research will be carried out is a total of 9423 inhabitants, with a majority in rural areas and a significant presence of indigenous and Afro-descendant communities.

The objective is to establish the efficiency of the use of social networks as an information medium, specifically the scope and interaction of the publications, as well as the evaluation of the perception and level of satisfaction of citizens. A quantitative approach and the use of surveys as a research technique were used. A sample of 148 people was taken to analyze the causes and magnitude of efficiency.

The research focused on collecting and analyzing statistical data from the application of surveys to citizens to obtain quantitative data on their perception and level of satisfaction.

Keywords: social networks, news media, Vigía del Fuerte, administrative management, efficiency of social networks.

Introducción

Es innegable que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) han pasado a formar parte de prácticamente todos los entornos en la vida cotidiana y que internet, el mayor exponente de estas tecnologías, ya es accesible por más de 7 de cada 10 ciudadanos en los países desarrollados. Es por esto que recientemente, plataformas de la Web 2.0 como las redes sociales, aprovechando este nuevo estilo de vida y tendencia, han nacido y empezado a ser empleadas diariamente por miles de millones de personas. (Revert, 2016, pág. 6)

La comunicación a través de redes sociales virtuales, como Facebook, LinkedIn, Twitter, MySpace y los blogs, entre otras, se ha convertido en uno de los principales medios para estar conectados con amigos, empleados y colegas. Estas ofrecen un medio económico, ubicuo y masivo, y han generado muchas expectativas debido al potencial para dar apoyo a diferentes funciones de una organización. Las posibilidades de comunicación basadas en los medios sociales facilitan el trabajo colaborativo. Muchas organizaciones implementan plataformas de medios sociales, como sistemas de gestión del conocimiento para incrementar el conocimiento compartido (Ellison Gibbs & Weber, 2005, citado por Sánchez & Sánchez, 2017). En particular, las redes sociales ayudan en la difusión de información y conocimiento haciéndola más eficiente. De cualquier manera, existe evidencia de que las organizaciones no siempre obtienen los beneficios esperados. (Sánchez & Sánchez, 2017)

Las posibilidades de interacción y selección de la información de interés han permitido concebir espacios estimulantes para el cibernauta, en el tanto el acceso a la información de interés es muy efectivo e inmediato. Sin embargo, esto ha implicado una adaptación multipartita, tanto a la estructura que se da a los contenidos, como a la redacción y presentación de los

mismos. Es decir, la Web debe obedecer a las expectativas crecientes y cambiantes de las personas, pero a pesar de esto, se han concebido algunas generalidades dentro de los protocolos web, donde el uso de las mayúsculas, por ejemplo, constituyen una práctica inapropiada. De igual forma, un número de usuarios, cada vez más joven y “multitareas”, empiezan a concebir estas vías alternativas de comunicación, como sus fuentes esenciales de acceso al mundo. Por ejemplo, en lugar de leer el periódico o escuchar las noticias, muchos jóvenes utilizan las redes sociales para conocer cuáles son los acontecimientos más relevantes que tienen lugar en su entorno. (Herrera, 2012, pág. 6)

Además de que las redes sociales ofrecen una vía alternativa a las empresas para llegar a los consumidores, estos sitios son el lugar más prominente donde dicho colectivo se informa e intercambiar opiniones e ideas acerca de los productos de las compañías y donde éstas últimas no tienen capacidad alguna para controlar esta información. (Revert, 2016, pág. 6)

En este contexto, la presente investigación pretende estudiar empíricamente la eficiencia del uso de las redes sociales como medio informativo de la gestión de la administración municipal, en concreto.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Vigía del Fuerte al estar ubicado en la orilla del Rio Atrato y al tener el 65% de la población del municipio en el área rural, generando una situación de vulnerabilidad para esta población, limitándolos en el acceso a la información proveniente del internet por la falta de cobertura. De igual forma, cuenta con una población de 9.423 habitantes equivalentes a 2.356 familias aproximadamente; de los cuales 1035 son indígenas Embera - Katios y 8.388 son población Afro descendiente. (Gobernacion de Antioquia, 2020)

Según la secretaria de planeación municipal, este municipio cuenta con ocho (8) corregimientos: San Alejandro, San Miguel, Buchadó, San Antonio de Padua, Palo blanco, Vegaez, La Loma, La Playa, 11 veredas: Villa Nueva, San Martin, Puerto Antioquia, Arenal, Puerto Medellín, Santa maría, Belén, Boca de Vidrí, Isleta, Vuelta Cortada, Puerto Palacio, 5 resguardos indígenas: Guaguandó, Jarapetó, Gengadó, Partadó, Salado. (Alcaldía de Vigía del Fuerte, 2020, pág. 23)

En la actualidad la administración municipal de Vigía del Fuerte cuenta con redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp para comunicar o transmitir los importantes sucesos en materia de gestión administrativa, aunque en la teoría es una buena estrategia hacer la difusión de la gestión por estos medios, a manera de evaluación de los buenos resultados, no se conoce estadísticamente a que cantidad de ciudadanos llega esta información. (Aldret, 2017)

La comunicación a través de plataformas de redes sociales en línea, como Facebook, LinkedIn, Twitter, MySpace y blogs, ha adquirido gran importancia como medio para mantener contacto con amigos, empleados y colegas. Estas plataformas ofrecen una forma económica, ubicua y de alcance masivo, generando grandes expectativas debido a su potencial para respaldar diversas funciones organizativas. Las posibilidades de comunicación que ofrecen las redes sociales facilitan el trabajo en equipo, y muchas organizaciones las utilizan como herramientas para fomentar el conocimiento compartido, a través de plataformas de gestión del conocimiento (Ellison Gibbs & Weber, 2005, citado por Sanchez & Sanchez, 2017). Específicamente, las redes sociales contribuyen a la difusión más eficiente de información y conocimiento. Sin embargo, existen pruebas de que las organizaciones no siempre logran obtener los beneficios esperados. (Sánchez & Sánchez, 2017)

El problema principal que enfrenta el municipio de Vigía del Fuerte es la limitación de acceso a la información proveniente del internet, debido a la falta de cobertura en el área rural donde se encuentran ubicadas alrededor de 6.408 personas, de los cuales solo el 6.2% tiene acceso a internet. (Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones, 2019, pág. 4)

A pesar de que la administración municipal utiliza redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp para comunicar y transmitir los importantes sucesos en materia de gestión administrativa, no se tiene un conocimiento estadístico preciso sobre la cantidad de ciudadanos a los que realmente llega esta información. Esta falta de información impide evaluar adecuadamente la efectividad de la estrategia de difusión, lo que dificulta identificar si se están alcanzando los objetivos de comunicación y participación ciudadana. (Aldret, 2017)

En resumen, la situación de vulnerabilidad por falta de cobertura de internet en el área rural y la falta de métricas claras sobre el alcance de la información transmitida a través de redes sociales plantean un desafío significativo para garantizar una comunicación efectiva y equitativa, así como para fomentar la participación ciudadana en la gestión administrativa del municipio.

1.2 La pregunta de investigación

¿Cómo influye el uso de las redes sociales en la percepción y participación ciudadana en relación a la gestión de la administración municipal de Vigía del Fuerte?

1.3 Los objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer la eficiencia del uso de las redes sociales como medio informativo de la gestión de la administración municipal de Vigía del Fuerte.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar el alcance y la interacción de las publicaciones en redes sociales realizadas por la administración municipal de Vigía del Fuerte.
- Evaluar la percepción y el nivel de satisfacción de los ciudadanos respecto a la información proporcionada a través de las redes sociales por la administración municipal.

1.4 Justificación de la investigación

Este problema de investigación es relevante ya que busca analizar la efectividad de las redes sociales en la difusión de información sobre la gestión municipal, lo cual es crucial en la era digital.

La realización del estudio es viable, ya que actualmente las redes sociales son una herramienta ampliamente utilizada para la difusión de información. Sin embargo, es importante considerar aspectos como el acceso a internet y la alfabetización digital en la población objetivo. (Matamala, 2018)

La emergencia de esta investigación radica en la necesidad de comprender el impacto y alcance de las redes sociales en la comunicación gubernamental a nivel local, lo cual puede influir en la transparencia y participación ciudadana. (Tarullo, 2015)

El estudio beneficiará principalmente al segmento de la población que reside en Vigía del Fuerte, ya que les permitirá acceder a información relevante sobre la gestión municipal a través de las redes sociales, lo que puede fomentar una mayor participación ciudadana. (Tarullo, 2015)

Metodológicamente, el estudio permitirá emplear herramientas de análisis cuantitativo para evaluar el alcance, interacción y percepción de la información difundida a través de las redes sociales municipales. (Sánchez & Sánchez, 2017)

A nivel personal y profesional, realizar este estudio proporcionará un mayor entendimiento sobre el uso estratégico de las redes sociales para comunicación gubernamental, así como habilidades en investigación social y análisis de datos que pueden ser aplicadas en futuros proyectos profesionales.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco de antecedentes

Ospina y Zambrano (2023) en su artículo publicado por la ESAP cuyo título es gobierno digital e inteligencia artificial, una mirada al caso colombiano, en el artículo se ha desarrollado una revisión sobre las transformaciones en la gestión pública, desde el modelo jerárquico de la Iglesia, cameralistas, administración pública burocrática weberiana, Nueva Gestión Pública, Gestión por Resultados hasta la Gestión Pública Inteligente, profundizando en las oportunidades que brinda la tecnología en el sector público y en especial la Inteligencia Artificial para automatizar procesos en diferentes áreas estratégicas y contribuir a dar solución a problemáticas sociales, como la lucha contra la corrupción, medio ambiente, seguridad, salud, educación, etc., y con ello mejorar la experiencia ciudadana. (Díaz & Ospina, 2023)

El Estado colombiano, ha venido evolucionando en sus modelos de gestión pública acorde con las tendencias, necesidades sociales y voluntades políticas de sus gobernantes, por ejemplo, actualmente las entidades públicas operan con el MIPG, así mismo, se ha pasado de un enfoque de gobierno electrónico a una política de gobierno digital, sin embargo, hay asimetrías en esta transformación digital entre las diferentes entidades tanto del orden nacional como territorial. (Díaz & Ospina, 2023)

La IA debe tener en cuenta un marco ético para evitar malas prácticas y riesgos asociados con esta tecnología. Es importante destacar la existencia de organizaciones que impulsan estos marcos éticos y buenas prácticas como, por ejemplo, la OCDE y la Asociación Global sobre Inteligencia Artificial (GPAI); la Unión Europea cuenta con normas de protección de datos,

donde se prohíbe el tratamiento de datos biométricos para identificación de personas, salvo en situaciones de interés público. Colombia también cuenta con su propio marco ético relacionado con la inteligencia artificial para la implementación ética y confiable de la IA y así evitar efectos negativos como desinformación, seguridad y privacidad de datos (DAPRE, 2021b, citado por Diaz & Ospina, 2023), así como el respeto de los derechos ciudadanos

A partir del análisis de las fuentes de consulta, se pueden establecer los grandes beneficios de la incorporación de aplicaciones de IA en el ámbito gubernamental para automatización de tareas, dejando la toma de decisiones a los gerentes públicos que se rigen por los valores del servicio (DAFP, s.f., citado por Diaz & Ospina, 2023)

El Estado colombiano debe seguir ampliando la conectividad a internet en todo el territorio nacional para avanzar de manera armónica en los temas de gobierno digital e inteligencia artificial. De igual forma, en el corto plazo, se debe fortalecer la estrategia de acceso multicanal (internet, apps, teléfono, oficina y puestos móviles) con el objetivo de desplegar los servicios del Estado a toda la población, lo anterior en el marco de la política de servicio al ciudadano (DAFP, 2020, citado por Diaz & Ospina, 2023)

Para el fortalecimiento de ciudadanía digital, el Estado y la Academia deben generar más programas académicos y fortalecer los actuales en el componente de tecnologías de la información y comunicación de cara a la cuarta revolución y la GPI. (Diaz & Ospina, 2023)

Nicole Gonzales (2020) en su tesis de grado cuyo objetivo general es identificar cómo las redes sociales se convierten en un aporte comunicacional dentro de SUSALUD para mantener comunicación con su público externo. (Gonzales, 2020)

Galindo (2019) en Lima desarrolla su tesis titulada “Facebook como herramienta de relaciones públicas y el control social de la gestión pública, en los seguidores de la fan Page de una entidad fiscalizadora superior del Perú” dicha investigación está en base a un enfoque cuantitativo aplicada, ya que buscan determinar la valoración entre los seguidores de Facebook con la gestión pública de tipo descriptivo correlacional.

La presente investigación busca la existente relación entre la red social Facebook como una herramienta para las relaciones públicas y el control que tiene dentro de la gestión pública.

Se concluyó que la labor de la entidad fiscalizadora Superior del Perú realiza una buena gestión de su red social Facebook en la que promueven el control social de la gestión pública en los ciudadanos. También promoviendo la construcción de una relación de calidad entre los ciudadanos y la entidad pública. (Galindo,2019, citado por Gonzales, 2020, pág. 16)

Mejía (2015) en Guayaquil, Ecuador desarrolla su tesis para licenciatura titula “Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi” está en base a una investigación cuantitativa descriptiva. Teniendo como instrumento de investigación para la recopilación de datos se usaría la entrevista con preguntas estructuras a rectores, padres de familias y psicólogos, encuestas a todos los estudiantes, la observación y el test con el fin de establecer la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes.

Mediante la información recopilada durante esta investigación se llegó a la conclusión que las redes sociales nos permiten comunicarnos con otros usuarios en corto plazo, muchos de los estudiantes hoy en día hacen uso de las redes sociales para divertirse, conversar, socializar, entre otros. No considerando que en ciertos casos esta es una herramienta de distracción con respecto a la situación educativa. (Mejia, 2015, citado por Gonzales, 2020, pág 17)

2.2. Marco Teórico

El resultado de un mundo globalizado ha sido, entre otros tantos, ríos de información difundidos en canales como la televisión, la prensa escrita, la radio y claro, las redes sociales.

2.2.1. Eficiencia

Según (George, Laborí, Bermúdez, & González, 2017) autores del artículo “Aspectos teóricos sobre eficacia, efectividad y eficiencia en los servicios de salud”, Stephen Palmer pretende medir la eficiencia, mediante un cociente, la relación que se establece entre los recursos y los productos, intermedios o finales que se desean alcanzar. Para David Evans y sus colaboradores entienden la eficiencia como la proporción en que se logró una meta respecto al máximo posible en relación con los recursos dados. También Murray y Frenken consideran que la eficiencia está estrechamente relacionada con el desempeño de un sistema de salud, que este desempeño debe evaluarse sobre la base de objetivos y que debe tomarse como eficiencia el grado en que un sistema alcanza los objetivos propuestos, con los recursos disponibles y Jaramillo señala que debe considerarse la eficiencia como el máximo resultado posible de productividad que puede ser alcanzado a partir de un volumen de recursos determinado.

2.2.2. Redes sociales

(Crovi, López, & López, 2009) citaron a diversos autores para explicar el concepto de red social, por un lado, tenemos a John Arundel Barnes y a Nadel Siegfried, los cuales la definen como la agrupación de vínculos que unen a las personas que conforman un sistema social a través de categorías sociales y grupos cerrados. Por otro lado, menciona la definición de Clyde James Mitchell, la cual es similar, porque menciona que es una agrupación específica en una

porción establecida de personas, las cuales pueden definir la forma de actitudes y formas de actuar de estas en conjunto Las redes sociales son plataformas digitales que permiten la interacción y el intercambio de información entre usuarios (Sono, 2020).

2.2.3. Mapa de Cobertura

La empresa **Suma móvil Colombia** El mapa de cobertura se refiere al área geográfica donde funciona un operador móvil, los mismos son elaborados gracias a los datos que proporcionan estos proveedores de servicios de telecomunicaciones (Suma Movil, s.f.).

La falta de cobertura de internet en el área rural de Vigía del Fuerte limita el acceso a la información para una parte significativa de la población, lo que genera una situación de vulnerabilidad. Esto afecta especialmente a los habitantes indígenas Embera-Katios y a la población afrodescendiente, quienes representan una parte importante de la comunidad.

2.2.4. Internet

El último reporte de Reuters Institute Digital News pone al internet encima de cualquier otro medio. En el caso de Colombia, la proporción es que, por cada 10 personas, ocho usan este canal para informarse (sin excluir el uso de otros medios tradicionales). Pero si se revisa solo el alcance de las redes, el reporte muestra que han cautivado a 72% de las audiencias. Facebook es líder en cuanto a la difusión de noticias, usada por 65% de colombianos; Whatsapp se ubica segundo, con 40% de participación, y el top tres lo cierra YouTube, con 34%. (Solórzano, 2022)

2.2.5. Administración municipal

Según Carlos Manuel Rodríguez Santos (2000) en la *compilación de normas de aplicación municipal, comentarios, conceptos y doctrina* “El régimen municipal

colombiano” el municipio es la entidad territorial fundamental de la división político-administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa, dentro de los límites que le señalen la Constitución y la ley y cuya finalidad es el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en su respectivo territorio.

En el artículo 1 de la ley 136 de 1994 se define el municipio como la entidad territorial fundamental de la división político-administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa, dentro de los límites que le señalen la Constitución y la ley y cuya finalidad es el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en su respectivo territorio (Rodríguez, 2000).

La administración municipal utiliza redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp para difundir información sobre su gestión, pero no se cuenta con métricas claras sobre el alcance real de esta información. Esta falta de datos dificulta evaluar la efectividad de esta estrategia comunicativa y su impacto en la participación ciudadana.

En cuanto a las definiciones operativas para guiar la medición y aplicación de los conceptos en la investigación, sería importante establecer indicadores específicos para medir el alcance de la información difundida a través de las redes sociales, así como para evaluar la participación ciudadana generada por estas iniciativas.

Con relación a la difusión de la gestión de la administración municipal de Vigía del Fuerte a través de las redes sociales, no hay estudios que demuestren que tan eficiente es la utilización de esta estrategia como medio de información.

2.3. Marco normativo

Normativa para la rendición de cuentas.

Las principales normas sobre rendición de cuentas son: (Función pública 2023)

- Conpes 3654 de 2010: “Política de rendición de cuentas de la Rama Ejecutiva a los ciudadanos”
- Ley 489 de 1998: Artículo 33 “Audiencia públicas”
- Ley 1757 de 2015: Artículos 48 al 59 “Rendición de cuentas de la Rama Ejecutiva”.

Manual único de rendición de cuentas.

Normatividad Conectividad Digital

- Ley 2108 de 2021 “Esta ley cataloga el servicio público de acceso a Internet como uno de carácter esencial y define las TIC como un servicio universal” (Departamento nacional de planeación 2023)

2.4. Marco conceptual

Los conceptos más relevantes de la investigación son:

Eficiencia del uso de las redes sociales: Este concepto se refiere a la capacidad de las redes sociales para cumplir con los objetivos establecidos en términos de difusión de información, interacción con la comunidad, alcance del público objetivo, entre otros. En el

contexto de la investigación, explora cómo efectivamente las redes sociales están siendo utilizadas por la administración municipal para informar a los ciudadanos sobre sus actividades, proyectos y decisiones. (Herrera, 2012)

Medio informativo: En este caso, se refiere al papel de las redes sociales como un canal para difundir información relevante sobre la gestión de la administración municipal. Es importante analizar cómo las redes sociales se utilizan para comunicar noticias, políticas públicas, eventos y logros, así como para interactuar con los ciudadanos y recibir retroalimentación. (Sánchez & Sánchez, 2017)

Gestión de la administración municipal: Este concepto abarca todas las actividades relacionadas con la dirección y administración de los asuntos públicos a nivel local. En el contexto de la investigación, incluye aspectos como la planificación territorial, servicios públicos, participación ciudadana, transparencia y rendición de cuentas. (Espinosa, 2009)

Vigía del Fuerte: Es el contexto específico del estudio, el municipio o localidad en la que se centra la investigación. En el se considera la particularidad de una población con un 68% de ruralidad y la necesidad específica de noticias al evaluar el uso de las redes sociales como medio informativo por parte de la administración municipal.

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y alcance de la investigación

El enfoque es cuantitativo y el alcance de la investigación comprende la recopilación y el análisis de datos estadísticos provenientes de la interacción con las redes sociales utilizadas por la administración municipal de Vigía del Fuerte. Esto incluyó la medición de métricas como el alcance, la interacción, la frecuencia y tipo de publicaciones, entre otros indicadores relevantes para evaluar la eficiencia informativa. Asimismo, abarco encuestas aplicadas a los ciudadanos para obtener datos cuantitativos sobre su percepción y nivel de satisfacción con la información proporcionada a través de las redes sociales por la administración municipal.

3.1.1. Población y muestra

La población objeto de la investigación fue el municipio de Vigía del fuerte, el cual cuenta una población de 9.423 habitantes, está ubicado en el sur de la subregión de Urabá antioqueño. Limita por el norte con el municipio de Murindó; por el oriente con los municipios de Frontino y Urrao; y por el sur y occidente con el departamento de Chocó.

3.1.2. Definición de la población

La población objeto de investigación para el estudio sobre la eficiencia del uso de las redes sociales como medio informativo en la gestión de la administración municipal de Vigía del

Fuerte está compuesta por los habitantes del municipio, con especial énfasis en aquellos que se ven afectados por la situación de vulnerabilidad generada por la limitación en el acceso a la información proveniente del internet debido a la falta de cobertura, especialmente en las zonas rurales.

Vigía del Fuerte, ubicado en la orilla del río Atrato, presenta características demográficas y geográficas particulares que influyen en la definición de su población. Con el 68% de sus habitantes residiendo en áreas rurales, se evidencia una distribución geográfica dispersa que impacta significativamente en el acceso a servicios e información, incluyendo el proveniente de internet.

La población objeto de investigación incluye a los habitantes de los ocho corregimientos (San Alejandro, San Miguel, Buchadó, San Antonio de Padua, Palo Blanco, Vegaez, La Loma, La Playa). Es importante destacar que dentro de esta población se encuentran 1035 individuos pertenecientes a la comunidad indígena Embera-Katios y 8.388 habitantes que forman parte de la población afrodescendiente.

En total, se estimó que la población objeto de estudio asciende a 9.423 habitantes, lo que equivale a aproximadamente 2.356 familias. Esta diversidad demográfica y cultural representa un desafío significativo para el estudio y requiere estrategias específicas para garantizar una representación adecuada y significativa en la recolección de información y análisis de resultados. (Gobernacion de Antioquia, 2020)

3.1.3. Cálculo y selección de la muestra

La muestra para esta investigación se calculo con la siguiente formula:

Tomada de: <https://entrenos.eafit.edu.co/proyeccion-social/desarrollo-humano/centro-documental/Documents/Formato%20ficha%20t%C3%A9cnica%20del%20indicador.xls>

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$	donde: $n_o = p*(1-p)* \left(\frac{Z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

Los resultados obtenidos a continuación:

- Tamaño del universo: 9.423 habitantes
- Tamaño de la muestra: 148
- Error muestral: 8%
- Nivel de confianza: 95%

3.2. Instrumento(s)

En este contexto, a través de encuesta; la presente investigación estudio empíricamente la eficiencia del uso de las redes sociales como medio informativo de la gestión de la administración municipal.

La encuesta utilizada para esta investigación está pendiente de validación

3.3. Descripción de procedimientos

Vigía del Fuerte, es una comunidad diversa y dispersa, con una gran proporción de habitantes en áreas rurales y con limitaciones significativas en el acceso a la información proveniente del internet debido a la falta de cobertura. Además, la presencia de comunidades indígenas y afrodescendientes añade complejidad al estudio.

En este contexto, al diseñar la aplicación del instrumento de recolección de información, en este caso una encuesta, fue crucial considerar estrategias que permitieran alcanzar a todos los segmentos de la población a encuestar. Algunas consideraciones importantes fueron:

- Adaptación del formato: Fue importante adaptar el formato de la encuesta para que fuera comprensible y relevante para todos los grupos étnicos presentes en la población, asegurando que las preguntas fueran culturalmente sensibles y apropiadas.
- Estrategias de alcance: Dada la dispersión geográfica de la población en corregimientos, veredas y resguardos indígenas, se diseñó una estrategia logística que permitió llegar a todos estos lugares para garantizar una representación adecuada en la muestra.
- Colaboración local: Fue fundamental establecer alianzas con líderes comunitarios, autoridades locales y organizaciones representativas de las comunidades indígenas y afrodescendientes para facilitar el acceso a los participantes y asegurar su participación informada y voluntaria.

- Uso de medios alternativos: Dado el limitado acceso a internet, se consideró como medio alternativo para la aplicación de la encuesta, el uso de encuestadores locales.

Considerando estas particularidades, se pudo garantizar una aplicación efectiva del instrumento de recolección de información que permitió obtener datos representativos y significativos para el estudio.

A continuación, se describe de manera cronológica como fue el proceso de aplicación del instrumento de recolección de información, la encuesta:

1. Preparación logística: Se estableció un cronograma y un plan logístico para la aplicación de la encuesta, teniendo en cuenta el tiempo disponible y los recursos necesarios. Se designó un equipo responsable de la aplicación de la encuesta integrado por habitantes de los 8 corregimientos del municipio.
2. Contacto con los participantes: a través de encuestadores ubicados en los 8 corregimientos del municipio de Vigía del Fuerte, se realizó un contacto inicial con los 148 participantes, seleccionados para informarles sobre el propósito de la encuesta, así como la fecha, hora y lugar donde se llevaría a cabo (Cada encuesta fue aplicada en el lugar de residencia de los participantes).
3. Entrega y explicación del cuestionario: En el día 6 de abril de 2024 a las 2:30 pm, se entregó el cuestionario a cada participante y se les brindó una breve explicación sobre cómo completarlo. Se enfatizó en la importancia de responder con sinceridad y claridad.

4. Aplicación individual de la encuesta: Cada participante completo el cuestionario de manera individual, en un ambiente tranquilo y propicio para concentrarse en las preguntas planteadas.
5. Recolección de los cuestionarios: Una vez completados, los cuestionarios fueron recogidos por el equipo responsable, asegurándose de que todos hayan respondido todas las preguntas necesarias.
6. Revisión de los cuestionarios: Se realizó una revisión inicial para identificar posibles inconsistencias o respuestas incompletas que requirieran aclaración con los participantes.
7. Análisis preliminar: Se llevó a cabo un análisis preliminar de las respuestas recopiladas para detectar posibles patrones o tendencias que pudieran requerir mayor atención en el análisis posterior.

3.4. Análisis de información

Para analizar los resultados de las encuestas, se utilizó Excel de la siguiente manera:

1. Se tabularon los datos de las respuestas de las encuestas en una tabla
2. Se ingresaron los datos de las respuestas de las encuestas en una hoja de cálculo.
3. Utiliza las funciones de Excel para calcular el porcentaje de respuestas a cada pregunta.
4. Se crearon gráficos que muestran visualmente la frecuencia de respuestas a cada pregunta, así como la relación entre las diferentes variables.

5. Realiza un análisis cuantitativo de redes sociales, teniendo en cuenta las preferencias de los encuestados y su percepción sobre la claridad y efectividad de la información publicada.

3.5. Las variables

3.5.1. Variable(s) independiente(s)

A continuación, se relacionan las variables independientes contempladas en la realización de la investigación:

- Frecuencia de revisión de las redes sociales de la administración municipal de Vigía del Fuerte.
- Tipo de contenido preferido en las redes sociales municipales (noticias, eventos, servicios, participación ciudadana).
- Percepción sobre la claridad y comprensibilidad de la información publicada por la administración municipal en redes sociales.
- Evaluación de la respuesta de la administración municipal a los comentarios y preguntas de los ciudadanos en redes sociales.
- Compartir publicaciones de la administración municipal en redes sociales
- Conocimiento de personas que hayan tomado alguna acción como resultado de ver una publicación de la administración municipal en redes sociales.
- Percepción del impacto de las publicaciones en la comunidad.
- Red social favorita para obtener información sobre la gestión municipal.

3.5.2. Variable(s) dependiente(s)

A continuación, se relacionan las variables dependientes contempladas en la realización de la investigación:

- Nivel de interacción y participación ciudadana en las redes sociales municipales.
- Impacto de las publicaciones en el comportamiento y acciones de los ciudadanos.
- Alcance y efectividad de la difusión de información a través de las redes sociales municipales.

4. RESULTADOS

Tabla No 1 – Resultados obtenidos

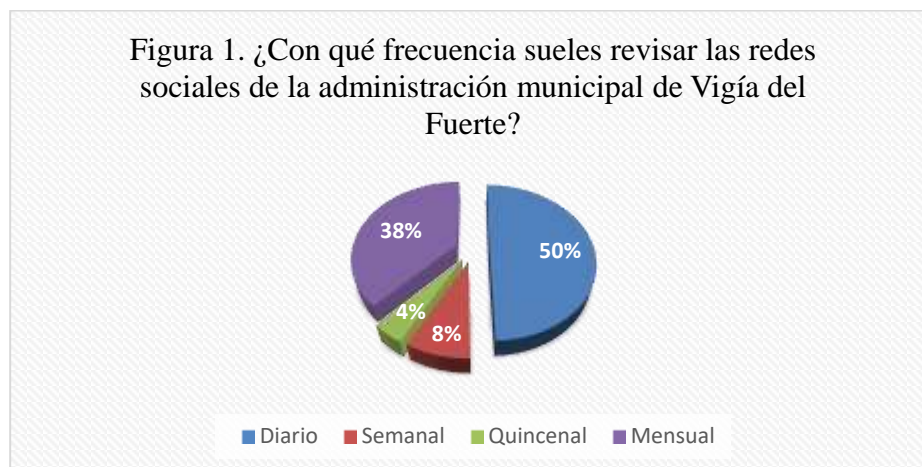
RESULTADOS OBTENIDOS	
Encuesta A: Análisis cuantitativo del contenido en redes sociales	
1. ¿Con qué frecuencia sueles revisar las redes sociales de la administración municipal de Vigía del Fuerte?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Diario	72
• Semanal	15
• Quincenal	6
• Mensual	55

2. ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver con más frecuencia en las redes sociales de la administración municipal?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Noticias	82
• Eventos	35
• Servicios	17
• Participación ciudadana	14
3. ¿Consideras que la información publicada por la administración municipal en redes sociales es clara y comprensible?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Si	93
• No	55
4. ¿Crees que la administración municipal responde adecuadamente a los comentarios y preguntas de los ciudadanos en redes sociales?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Si	47
• No	101
Encuesta B: Alcance de la difusión en redes sociales	
1. ¿Has compartido alguna publicación de la administración municipal de Vigía del Fuerte en tus propias redes sociales?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Si	86

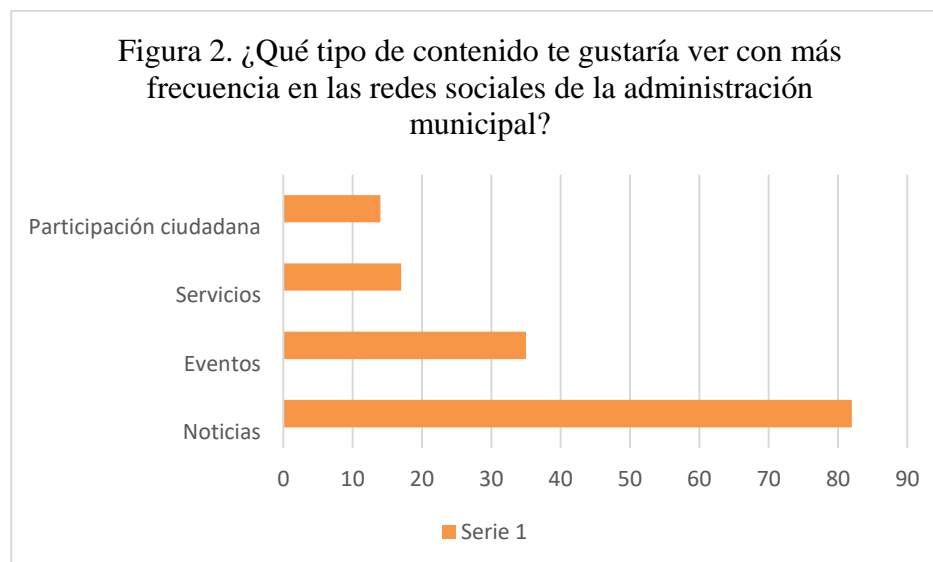
• No	62
2. ¿Conoces a alguien que haya tomado alguna acción (asistir a un evento, utilizar un servicio, etc.) como resultado de ver una publicación de la administración municipal en redes sociales?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Si	35
• No	113
3. ¿Consideras que las publicaciones de la administración municipal en redes sociales generan impacto en la comunidad?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• Si	79
• No	69
4. ¿Cuál es tu red social favorita para obtener información sobre la gestión de la administración municipal?	
Opciones	Cantidad de Respuestas
• WhatsApp	51
• Facebook	74
• X	
• Instagram	23
• Tik Tok	

Representación gráfica de los resultados obtenidos en la investigación:

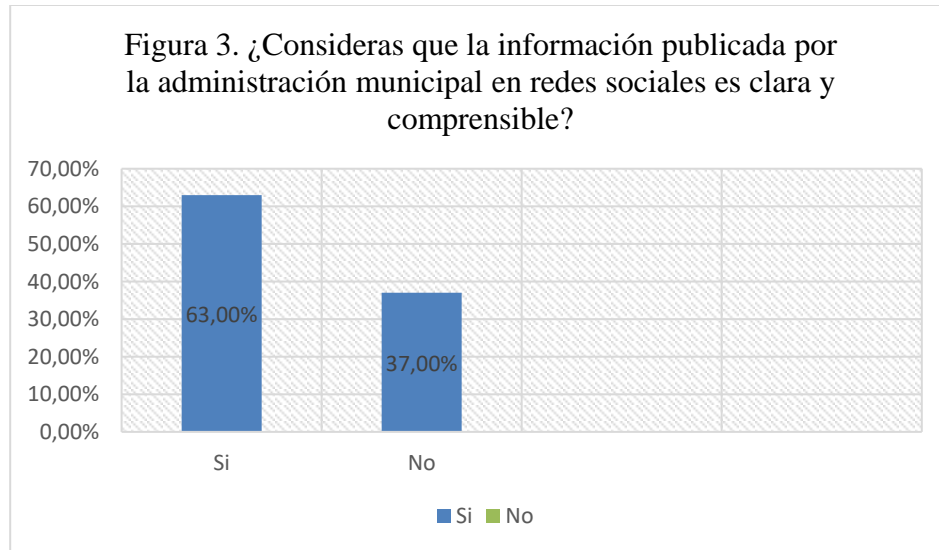
Encuesta A: Análisis del alcance y la interacción de las publicaciones en redes sociales



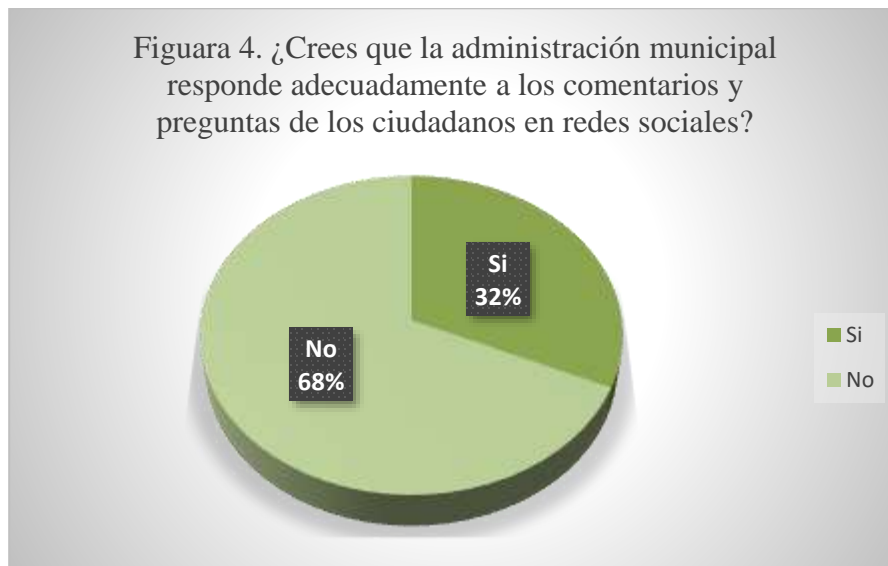
Los resultados de las encuestas muestran que la mayoría de las personas revisan diariamente las redes sociales de la administración municipal de Vigía del Fuerte



Los resultados de las encuestas muestran que la mayoría de las personas les gustaría ver es noticias como contenido de las redes sociales contenido, seguido por eventos.

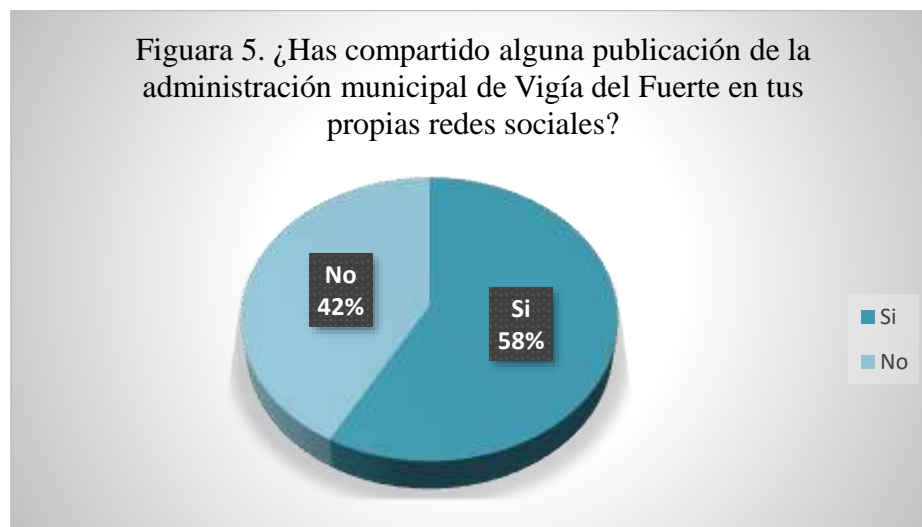


La mayoría de las personas consideran que la información publicada en las redes sociales es clara.

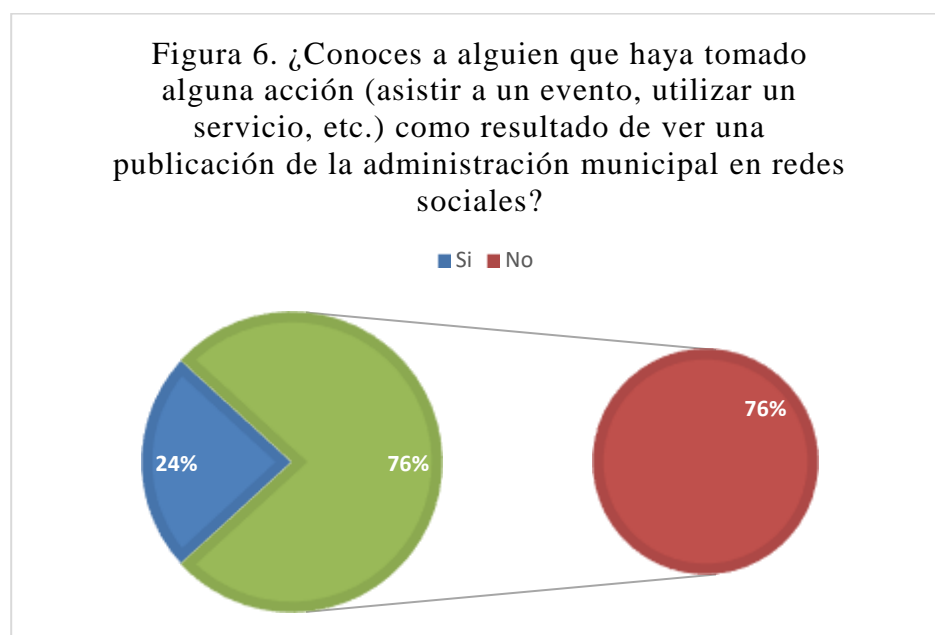


La mayoría de las personas considera que hay preocupación sobre la adecuada respuesta a comentarios y preguntas de los ciudadanos por parte de la administración municipal en sus redes sociales.

Encuesta B: Evaluación de la percepción y el nivel de satisfacción de los ciudadanos

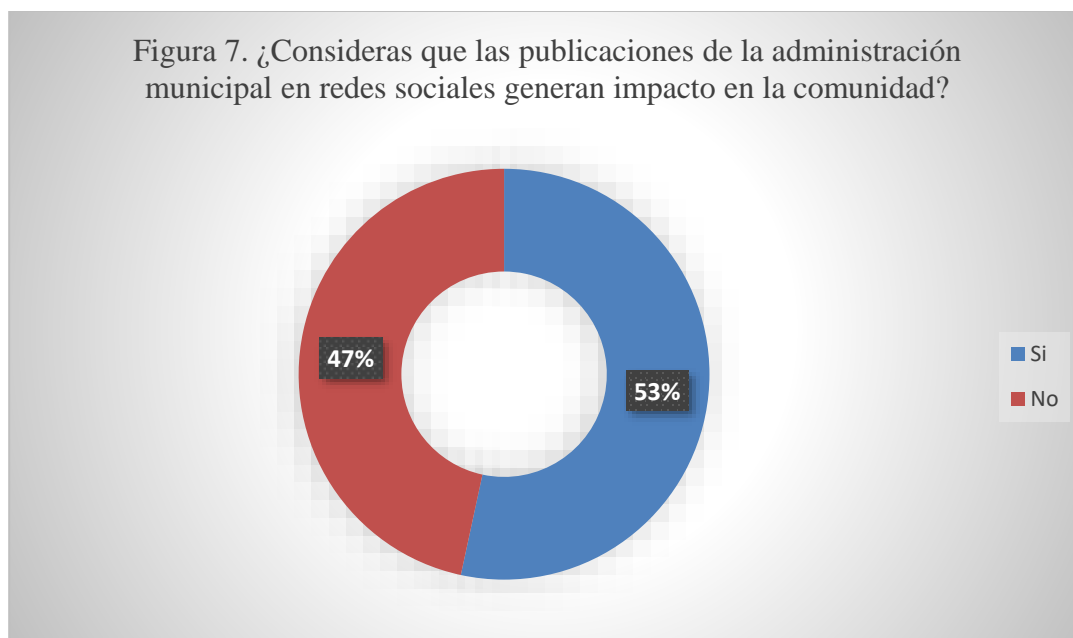


Los resultados de las encuestas muestran que, muchas personas han compartido publicaciones de la administración en sus propias redes sociales.



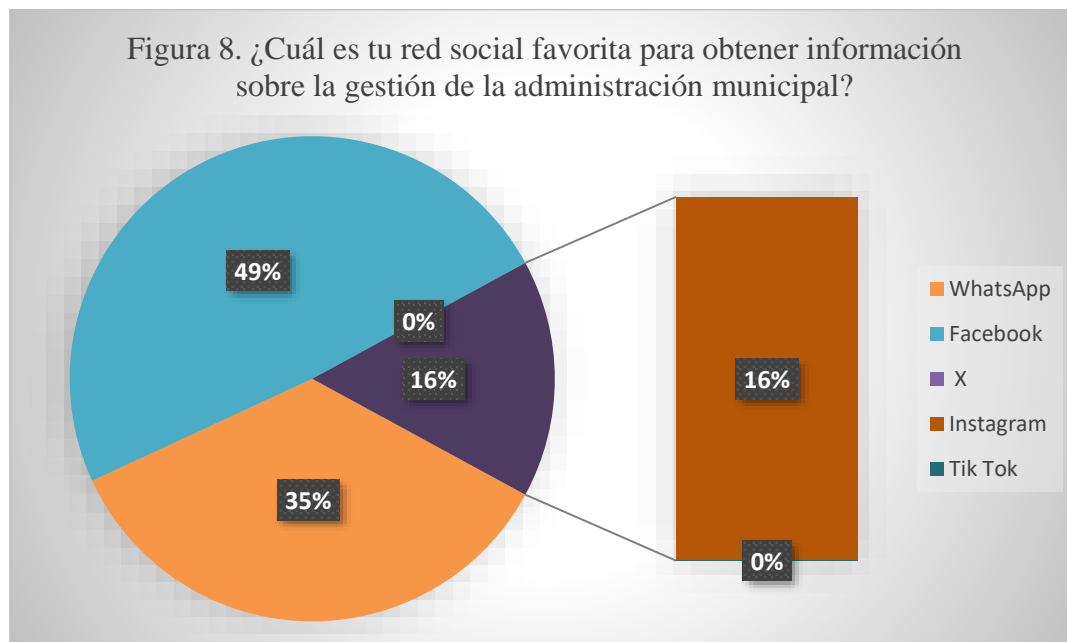
La mayoría de los encuestados manifiestan que la convocatoria a través de las redes sociales por parte de la administración municipal no es efectiva.

Figura 7. ¿Consideras que las publicaciones de la administración municipal en redes sociales generan impacto en la comunidad?



Los resultados de las encuestas muestran que, muchas personas creen que estas publicaciones generan impacto en la comunidad.

Figura 8. ¿Cuál es tu red social favorita para obtener información sobre la gestión de la administración municipal?



Se evidencia que Facebook es la red social favorita para obtener información sobre la gestión municipal.

5. DISCUSIÓN

Es importante destacar que la mayoría de los encuestados revisan diariamente las redes sociales de la administración municipal, lo que indica un alto nivel de interés en el contenido publicado. Además, la preferencia por noticias es clara, lo que sugiere que este tipo de contenido es valorado por la comunidad.

Un resultado que va en esa tendencia es el de Ospina & Zambrano (2023), que en su artículo señalan que el estado colombiano debe seguir ampliando la conectividad a internet en todo el territorio nacional para avanzar de manera armónica en los temas de gobierno digital e inteligencia artificial. De igual forma, en el corto plazo, se debe fortalecer la estrategia de acceso multicanal (internet, apps, teléfono, oficina y puestos móviles) con el objetivo de desplegar los servicios del Estado a toda la población, lo anterior en el marco de la política de servicio al ciudadano. (DAFP, 2020, citado por Ospina & Zambrano 2023)

Sin embargo, los resultados de la presente investigación también muestran ciertas áreas de mejora, como la necesidad de una mayor claridad y comprensibilidad en la información publicada, así como una respuesta más adecuada a los comentarios y preguntas de los ciudadanos en redes sociales.

Así mismo Gonzales (2020), citando a Mejia (2015), encuentro que mediante la información recopilada durante esta investigación se llegó a la conclusión que las redes sociales nos permiten comunicarnos con otros usuarios en corto plazo.

Por otro lado, es alentador ver que una cantidad significativa de personas ha compartido publicaciones de la administración en sus propias redes sociales y considera que estas publicaciones generan impacto en la comunidad. Esto indica un potencial para ampliar el alcance y la influencia de las redes sociales en la gestión municipal.

Galindo,2019, citado por Gonzales, 2020, pág. 16 encontro que la entidad fiscalizadora Superior del Perú realiza una buena gestión de su red social Facebook en la que promueven el control social de la gestión pública en los ciudadanos. También promoviendo la construcción de una relación de calidad entre los ciudadanos y la entidad pública.

6. CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados de las encuestas, se puede concluir que la mayoría de los ciudadanos revisan diariamente las redes sociales de la administración municipal, prefieren ver noticias con más frecuencia y consideran que la información publicada es clara y comprensible. Sin embargo, existe una percepción negativa en cuanto a la respuesta de la administración a los comentarios y preguntas de los ciudadanos en redes sociales.

Además, se observa que una cantidad considerable de personas ha compartido publicaciones de la administración en sus propias redes sociales, pero pocos han tomado acciones como resultado directo de estas publicaciones. La mayoría considera que las publicaciones generan impacto en la comunidad y prefieren obtener información a través de Facebook y WhatsApp.

En general, se puede concluir que las redes sociales son una herramienta importante para la difusión de información por parte de la administración municipal, pero es necesario mejorar la interacción con los ciudadanos para maximizar su efectividad.

REFERENCIAS

- Alcaldía de Vigía del Fuerte, V. d. (2020). *Micolombiadigital*. Obtenido de https://vigiadelfuerteantioquia.micolombiadigital.gov.co/sites/vigiadelfuerteantioquia/content/files/000143/7142_pdt-31-vigia-2020-2023---el-cambio-lo-hacemos-tods--aprobado.pdf
- Aldret, A. D. (2017). Participación ciudadana en la gestión y en las políticas públicas. *scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792017000200341
- Díaz, M. R., & Ospina, K. J. (2023). Gobierno digital e inteligencia artificial, una mirada al caso colombiano. *Revista Escuela Superior de Administración Pública*, <https://revistas.esap.edu.co/index.php/admindesarro/article/view/819>.
- Espinosa, M. (2009). La participación ciudadana como una relación socio–estatal acotada por la concepción de democracia y ciudadanía. *scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632009000100004
- George, R. S., Laborí, R., Bermúdez, L. A., & González, I. (2017). Aspectos teóricos sobre eficacia, efectividad y eficiencia en los servicios de salud. *Revista información científica*, 96(6). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5517/551764135018/html/#:~:text=5-,Se%20hace%20referencia%20a%20alcanzar%20los%20mejores%20resultados%20con%20los,pr ocesos%20t%C3%A9cnicos%20necesarios%20para%20lograrla>.
- Gobernacion de Antioquia, G. d. (2020). *Gobernacion de Antioquia*. Obtenido de <https://www.antioquiadatos.gov.co/wp-content/uploads/2022/07/Fichas-municipales-estadisticas/SR09%20-%20URAB%C3%81/05873%20-%20Vig%C3%ADa%20del%20Fuerte.pdf>
- Gonzales, N. S. (2020). *EL impacto de la gestión de las redes sociales de su salud, 2020*. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7538/GONZALES_MN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones(2)*, 1-9. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Matamala, C. (2018). Desarrollo de alfabetización digital ¿Cuáles son las estrategias de los profesores para enseñar habilidades de información? *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982018000400068
- Mexico, G. d. (2019). *Gobierno de Mexico*. Obtenido de <https://www.gob.mx/inafed/articulos/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-los-gobiernos-locales>

- Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones, M. d. (2019). Plan nacional de conectividad rural. Obtenido de https://mintic.gov.co/portal/715/articulos-126217_recurso_1.pdf
- Revert, R. S. (2016). *El uso de las redes sociales en el ámbito empresarial: análisis de los determinantes de su adopción, intensidad de uso e influencia*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/59538>
- Rodriguez, C. M. (2000). compilación de normas de aplicación municipal, comentarios, conceptos y doctrina "El régimen municipal colombiano". *Revista Escuela superior de Administración Pública*, <https://repositoriocdim.esap.edu.co/bitstream/handle/123456789/8610/El%20r%C3%A9gimen%20municipal%20colombiano%20compilaci%C3%B3n%20de%20normas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Sánchez, M. A., & Sánchez, G. P. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32). Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187247578006/index.html>
- Solórzano, S. (2022). ¿Cómo se informan los colombianos entre medios de comunicación y redes? *La Republica*, <https://www.larepublica.co/empresas/como-se-informan-los-colombianos-entre-medios-de-comunicacion-y-redes-sociales-3413759>.
- Sono, M. F. (2020). *Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias de la comunicación*. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7536/SONO_JM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Suma Movil, C. (s.f.). *Suma Movil Colombia*. Obtenido de <https://sumamovil.com.co/glosario/mapa-de-cobertura-que-es-y-para-que-sirve/>
- Tarullo, M. R. (2015). Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica. *RiHumSo*, 1(7). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5744448.pdf>