



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Título

El uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021

**Trabajo de Titulación para optar al título de
Licenciatura en Comunicación**

Autora:

Pacheco Estévez Paula Anahy

Tutora:

MSc. Alejandra Carpio


Riobamba, Ecuador. 2023.

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Paula Pacheco, con cédula de ciudadanía 0605141019, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: “El uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 30 de mayo 2023.



Paula Anahy Pacheco Estévez

C.I: 0605141019

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR

Quien suscribe, MsC. Alejandra Carpio Herrera catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “El uso de redes sociales del GAD municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021”, bajo la autoría de Paula Anahy Pacheco Estévez; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 28 días del mes de abril de 2023.

Atentamente,

**ALEJANDRA
MARIA
CARPIO
HERRERA**

Firmado
digitalmente por
ALEJANDRA MARIA
CARPIO HERRERA
Fecha: 2023.05.22
15:47:33 -05'00'

Alejandra Carpio Herrera

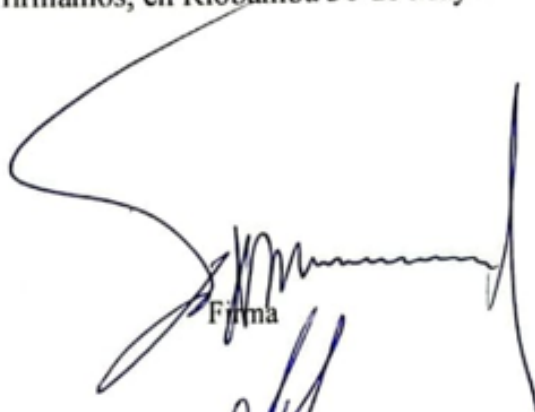
TUTORA

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación El uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021, por Paula Anahy Pacheco Estévez, con cédula de identidad número 0605141019 bajo la tutoría de la MSc. Alejandra Carpio; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 30 de Mayo 2023.

Presidente del Tribunal de Grado
MSc. Paul Parra



Firma

Miembro del Tribunal de Grado
MSc. Galo Vásconez



Firma

Miembro del Tribunal de Grado
MSc. Jenny Zavala



Firma

MSc. Alejandra Carpio
TUTORA



Firma

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Original

Que, PAULA ANAHY PACHECO ESTÉVEZ con CC: 0605141019 estudiante de la Carrera de COMUNICACIÓN Facultad de CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “El uso de redes sociales del GAD municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021, que corresponde al dominio científico DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA y alineado a la línea de investigación COMUNICACIÓN Y PERIODISMO DIGITAL, cumple con el 1%, reportado en el sistema Antiplagio nombre del sistema, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 26 de Mayo de 2023

ALEJANDRA Firmado
MARIA digitalmente por
CARPIO ALEJANDRA MARIA
HERRERA CARPIO HERRERA
Fecha: 2023.05.23
17:25:16 -05'00'

Mgs. ALEJANDRA CARPIO HERRERA
DOCENTE UNACH

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación a mi madre Celia Estévez que es mi motor de vida conjunto a mi padre Juan Carlos que me ha cuidado toda mi vida, porque los dos han aportado en este gran camino de enseñanza. Dedico este trabajo a mis hermanos porque con ellos la vida ha sido menos complicada y me han apoyado para culminar este trabajo, a mi hija salome, y a cada una de las personas de mi hogar.

Dedico mi investigación a los futuros investigadores de temas similares que les sirva como guía para futuros proyectos, que este trabajo sirva como una inspiración para cada uno de ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por la enseñanza por darme la perseverancia y por no dejarme caer jamás en mis sueños, que siempre estén allí apoyándome y brindándome su amor incondicional a pesar de cualquier adversidad de mi vida, de igual manera agradezco a cada una de las personas que me han brindado el conocimiento académico en estos 23 años de mi vida.

Principalmente agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme las puertas a su institución permitiéndome ser una alumna más en sus aulas con esperanzas y sueños que año con año fueron alimentando, agradezco al Ing. Ramiro Ruales que ha sido un profesor excepcional, al Msc. Carlos Larrea, a mi tutora que ha guiado mi camino en este proceso de investigación Msc. Alejandra Carpio, y a cada uno de los docentes que conforman la Carrera de comunicación, gracias por sus enseñanzas día con día.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	17
1. MARCO REFERENCIAL	17
1.1 Planteamiento del problema	17
1.2 Formulación del problema.....	18
1.3 Justificación.....	18
1.4 Objetivos.....	19
CAPITULO II	20
2. MARCO TEÓRICO	20
2.1 Estado del arte	20
2.2 Redes sociales.....	21
2.3 Comunicación.....	20
2.4 Teorías de la comunicación	22
2.5.1 Teoría estructuralista	22
2.5.2 Paradigma lineal de Lasswell	23
2.5.3 Teoría de la comunicación interactiva.....	24
2.6 Comunicación digital.....	24
2.9 Campañas de vacunación en el Ecuador.....	26
CAPÍTULO III	29
3. METODOLOGÍA.....	29
3.1 Variable	29
3.2 Metodología.....	31
3.2.1 Método cualitativo.....	31
3.3 Tipo de investigación.....	31

3.3.1 Básica.....	31
3.3.2 Sincrónica.....	32
3.3.3 Descriptiva.....	32
3.3.4 Cuantitativa.....	32
3.3.5 Cualitativa.....	33
3.3.6 Primarias.....	33
3.3.7 Diseño de la investigación.....	33
3.4 Población y muestra.....	34
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	35
3.5.1 Técnicas.....	35
3.5.1.1 Análisis de contenido.....	35
3.5.1.2 Entrevista.....	35
3.5.1.3 Encuesta.....	35
3.5.2 Instrumentos.....	36
3.5.2.2 Guía de la entrevista.....	36
3.5.2.3 Cuestionario.....	36
3.5.3 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	37
3.5.3.1 Manual de Codificación.....	37
3.5.4 Resultados del Análisis de contenido.....	41
3.5.5 Encuestas.....	42
3.5Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	35
CAPÍTULO IV.....	66
4.1 Conclusiones y recomendaciones.....	70
4.2 Propuesta:.....	72
4.2.1 Elaboración de la propuesta.....	72

4.3. Manual de redes.....	73
ANEXOS	85
BIBLIOGRAFÍA	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Paradigma de Lasswell	23
Tabla N° 2 Variables	29
Tabla N° 3 Resultados del análisis de contenido	41
Tabla N° 4 Resultados preguntas N° 1	42
Tabla N° 5 Resultados preguntas N° 2	43
Tabla N° 6 Resultados preguntas N° 3	44
Tabla N° 7 Resultados preguntas N° 4	45
Tabla N° 8 Resultados preguntas N° 5	46
Tabla N° 9 Resultados preguntas N° 6	47
Tabla N° 10 Resultados preguntas N° 7	48
Tabla N° 11 Resultados preguntas N° 8	49
Tabla N° 12 Resultados preguntas N° 9	50
Tabla N° 13 Resultados preguntas N° 10	51
Tabla N° 14 Resultados preguntas N° 11	52
Tabla N° 15 Resultados preguntas N° 12	53
Tabla N° 16 Resultados preguntas N° 13	54
Tabla N° 17 Resultados preguntas N° 14	55
Tabla N° 18 Resultados preguntas N° 15	56
Tabla N° 19 Análisis comparativo entrevista	58
Tabla N° 20 Ficha técnica de la Propuesta	72

ÍNDICE DE GRAFÍCOS

Gráfico N° 1 Resultado pregunta 1	42
Gráfico N° 2 Resultado pregunta 2	43
Gráfico N° 3 Resultado pregunta 3	44
Gráfico N° 4 Resultado pregunta 4	45
Gráfico N° 5 Resultado pregunta 5	46
Gráfico N° 6 Resultado pregunta 6	47
Gráfico N° 7 Resultado pregunta 7	48
Gráfico N° 8 Resultado pregunta 8	49
Gráfico N° 9 Resultado pregunta 9	50
Gráfico N° 10 Resultado pregunta 10	51
Gráfico N° 11 Resultado pregunta 11	52
Gráfico N° 12 Resultado pregunta 12	53
Gráfico N° 13 Resultado pregunta 13	54
Gráfico N° 14 Resultado pregunta 14	55
Gráfico N° 15 Resultado pregunta 15	56

Resumen

La COVID-19 transformó la forma de comunicación a nivel mundial, valiéndose principalmente de las redes sociales para informar, orientar y difundir las campañas relacionadas con el proceso de vacunación, convirtiéndose en la herramienta ideal para las instituciones que se encontraban al frente de estos procesos. La presente investigación se enfoca en determinar la manera en que se desarrolló la comunicación y cuál fue el impacto de la gestión en este ámbito que realizó por el GAD municipal de Riobamba, a través de las plataformas digitales Facebook, Instagram y Twitter. Este análisis es de carácter cuantitativo utilizando una matriz de evolución y un diseño no experimental correlacionado al alcance para complementarlo. Estos datos se analizaron a partir de enero 2021 a diciembre del mismo año, obteniendo 9 publicaciones en Instagram, 30 en Twitter y 48 en Facebook. Para realizar un contraste de información se utilizó una encuesta enfocada en entender como la población desea recibir la información y si la ya enviada se ha receptado de la manera adecuada. Entre los resultados obtenidos se evidencia una gran diferencia entre las publicaciones y las encuestas, se determinó que la campaña de vacunación al ser impulsada por redes sociales no obtuvo un gran impacto así también como la población recepta la idea de las fuentes en la cual excluye a la entidad como primordial fuente de esta, se debe determinar cómo las interacciones en cada publicación.

Palabras claves: Redes sociales, COVID-19, campaña de vacunación, comunicación.

Abstract

The covid-19 has transformed the form of communication worldwide, which is why the campaigns have gained strength in social networks, becoming a great dissemination tool, in the present investigation the purpose of this research was to determine the communication and the impact it had the vaccination campaign carried out by the municipal GAD of Riobamba on the digital platforms Facebook, Instagram and Twitter. This research is quantitative in nature using an evolution matrix and a non-experimental design correlated to the scope to complement it. These data were analyzed from January 2021 to December of the same year, obtaining 9 on Instagram, 30 on Twitter and 48 on Facebook. To perform a contrast of information, a survey was used focused on understanding how the population wishes to receive the information and if the information already sent has been received appropriately. Among the results obtained, a great difference between the publications and the surveys is contrasted, it was determined that the vaccination campaign, being promoted by social networks, did not have a great impact, as well as the population receives the idea of the sources in which it excludes the entity as its primary source, it must be determined as the interactions in each publication

Keywords: Social networks, COVID-19, vaccination campaign, communication



Firmado electrónicamente por:
**MARIA
FERNANDA
PONCE
MARCILLO**

Reviewed by:

Mgs. Maria Fernanda Ponce

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0603818188

Introducción

La COVID-19 es una enfermedad que afecta a las vías respiratorias de un individuo, el cual es ocasionado por el virus SARS-COV-2. Esta enfermedad surgió en Wuhan (China), en el mes de diciembre del año 2019 convirtiéndose en una de las más grandes pandemias de la historia a nivel mundial, debido a su alto nivel de contagio.

En vista de la rapidez con la que se expandía este virus, la Organización Mundial de la Salud (OMS (Organización Mundial de la Salud)), el 11 de marzo del año 2020 lo catalogó como una pandemia global, registrando a un grupo de personas pronosticadas con un caso de neumonía de origen desconocido, como uno de los primeros indicios que desataron la preocupación sanitaria a gran escala (Salud, 2020)

En Ecuador, se detecta el primer caso confirmado de COVID-19, el 16 de marzo del 2020, lo cual puso en alerta a todos los ciudadanos, estableciéndose rigurosas medidas de prevención entre la población con el objetivo de precautelar su vida, llegando inclusive a un confinamiento total, el cual se extendió 30 días más desde el 15 de agosto del 2020 impuesto en ese momento por el presidente de la República licenciado Lenin Moreno (Comunicación, 2020).

El año 2021 trajo consigo algunos cambios a nivel mundial, tanto en lo económico, como en lo social y en lo político, y marcó una nueva etapa por medio de la vacunación contra el virus del COVID-19, y las instituciones comenzaron con el llamado para que la ciudadanía acuda a los centros de vacunación.

En la ciudad de Riobamba, el GAD Municipal jugó un papel fundamental ya que fue una de las entidades que encabezó este proceso, informando permanentemente sobre las gestiones que se realizaban para poder inocular a su población.

En este objetivo el uso de las redes sociales fue fundamental para transmitir la información referente a la vacunación a toda la población y sobre todo para motivar a las personas a acudir a recibir las dosis.

Las redes sociales han sido una gran fuente de comunicación en los últimos años a raíz de la web2.0, sobre todo por la gran ventaja que representa el recibir o transmitir la información de forma inmediata, lo cual no se logra con el mismo impacto en un medio de comunicación tradicional.

Por ello, es que la presente investigación se centra en el análisis de la utilización de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba en el contexto de la pandemia para la comunicación sobre el proceso de vacunación, para lo cual nos centraremos en las plataformas de Facebook, Instagram, Twitter.

Posteriormente, y con el objetivo de contribuir con el manejo de las redes sociales de una entidad pública, en momentos de crisis sanitarias, se procederá a diseñar un Manual de manejo de las Redes Sociales para temas relacionados.

CAPÍTULO I: En el primer capítulo se plantea el problema, su justificación y se determinan los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II: Con la finalidad de dar un sustento teórico a la investigación se realiza el Marco Referencial basándonos en el trabajo de varios autores, investigaciones y bibliografías similares.

CAPÍTULO III: La metodología, el tipo y diseño de la investigación son parte fundamental del proyecto por lo que se desarrollarán en este capítulo, además se definirá la población de estudio, el tamaño de la muestra, la técnica de recolección de datos y las técnicas de análisis.

CAPÍTULO IV: Para finalizar analizaremos los resultados obtenidos, contrastando los resultados logrados y los aportes teóricos. Posteriormente, se efectuarán las conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos planteados.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Planteamiento del problema

La COVID-19, es una enfermedad que ha afectado a todo el mundo, dejando 6.01M de muertes a nivel mundial (OWD, 2022), la trascendencia de conocer sobre los procesos de vacunación va más allá de solo saber el sitio y la hora en la cual se llevará a cabo este proceso teniendo en cuenta como una de las prioridades al momento de acudir.

La vacunación, en tiempos de la COVID-19 ha sido sin duda alguna la manera más efectiva para protegerse contra la enfermedad ya que induce a la inmunidad, y contribuyen a reducir el riesgo de consecuencias para la salud. A partir del anuncio de la aparición de la vacuna contra el virus, la población recuperó la esperanza de conseguir la protección necesaria para afrontar la enfermedad, sin embargo, se requería de la logística adecuada para que la población pudiera acceder a ella.

El 21 de enero del 2021, el Gobierno Nacional del Ecuador anunció la llegada de las primeras 8000 dosis de la vacuna, lo que representó un logro histórico en la lucha contra la COVID-19. Desde ese momento el reto mayor fue informar debidamente a la población sobre las fechas, lugares y horarios para poder acceder al plan de vacunación. Este proceso tendría como vocero principal a los medios oficiales. El GAD Municipal de Riobamba inicia su proceso de información por medio de las redes sociales, realizando algunos posts con temática de medidas de bioseguridad, con el cual pretende mantener informada a la ciudadanía, teniendo en cuenta que nos encontrábamos en crisis mundial.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo el uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba influye en la comunicación del proceso de vacunación, en el año 2021?

1.3 Justificación

Tras la pandemia que se vivió en el año 2021, por la COVID-19, se han evidenciado grandes cambios en la sociedad, entre ellos la forma de impartir comunicados por las organizaciones reguladoras del país.

El desarrollo de las nuevas tecnologías se ha codificado de distintas formas, generando una información mediante imágenes, textos y vídeos. Recursos utilizados con fines de informar sobre las medidas abordadas para retomar el control en el país.

Este proyecto de investigación busca analizar el enfoque de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, con la finalidad de conocer las formas de narrativas de información impartidas por la institución, para llegar a la ciudadanía con información veraz, por medio de plataformas digitales como Facebook, Instagram y Twitter.

La importancia de esta investigación se basa en conocer y crear desde un punto de conocimiento, un manual de redes sociales con la finalidad de solventar estas crisis de forma segura, y con conocimiento de su resultado hacia su público.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la utilización de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la difusión del proceso de vacunación.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar las redes sociales que utiliza el GAD Municipal de Riobamba para el manejo de la comunicación.
- Establecer los contenidos publicados en las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba sobre el proceso de vacunación.
- Elaborar un Manual de uso de las redes sociales institucionales en temas de crisis sanitarias.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

La COVID-19, es una enfermedad que ha afectado a todo el mundo, dejando 6.01M de muertes a nivel mundial (OWD, 2022), por lo que, la trascendencia de informarse sobre sus particularidades como los procesos de vacunación, van más allá de conocer el sitio y la hora en la cual se llevará a cabo este proceso.

La vacunación, en tiempos de la COVID-19 ha sido sin duda alguna la manera más efectiva para protegerse contra la enfermedad ya que induce a la inmunidad; y contribuye a reducir el riesgo de consecuencias para la salud. A partir del anuncio de la aparición de la vacuna contra el virus, la población recuperó la esperanza de conseguir la protección necesaria para afrontar la enfermedad, sin embargo, se requería de la logística adecuada para que la población pudiera acceder a ella.

2.2 Comunicación

Definida como un proceso de información en el cual intervienen distintos elementos como emisor, receptor, canal, con influencia del entorno social, el cual da inicio a la formación ideológica del ecosistema. Que son conceptualizados como leyes universales e identificados como explicaciones sociales (Valencia, 2018, pág.202).

El lenguaje es una gran herramienta en la comunicación ya sea este verbal, escrito, simbólico o gráfico, para que estos elementos se correlacionen entre si es necesario tener un contexto claro y seguro en el cual la comunicación fluya del a mano del lenguaje para llegar a un mensaje acertado (Gómez, 2016).

Es preciso nombrar a Merleau-Ponty que define la comunicación, referenciado por Duarte (2003)

... el sentimiento de compartir es lo que define la comunicación, es construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera. El entendimiento común no quiere decir concordancia total con los enunciados envueltos en el intercambio. El entendimiento puede ser la conclusión de las conciencias que discrepan de los enunciados una de otra. El lenguaje despunta, entonces, como objeto cultural de percepción del otro. El lenguaje se convierte en el plano en el cual la zona de encuentro puede ser diseñada mediante el diálogo. (p. 47)

Por lo que podemos decir que la comunicación ha sido a lo largo de los años una metodología de intercambio de información que se da por medio de individuos con conocimientos distintos que en este proceso adoptan una postura y visión distinta sobre una situación, en la cual ha generado teorías de las cuales se hablara a lo largo de este trabajo con la finalidad de entender todo lo que conlleva el estudio principal.

2.3 Redes sociales

Son un medio de comunicación que se refieren a un conjunto de servicios centrados en el usuario, tienen diversas comunicaciones centradas en el cliente y basados en contenidos que incluyen texto, fotos y videos, basados en estos medios. Ofrecen diferentes categorías de medios y una variedad de servicios basados en los tipos de contenido. En uno de estos servicios, se comparte videos, fotos y texto que conectan entre los usuarios además de compartir conocimientos, opiniones y pensamientos de un campo específico; este conjunto de actividades se denomina redes sociales (Ron, Álvarez, y Núñez, 2015)

En la investigación realizada por Priscila Pazmiño sobre las redes sociales en el proceso de comunicación, encontramos que:

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (Pazmiño, 2010)

Por otro lado, en la investigación de Galindo Cáceres nos plantea lo siguiente en respecto a la comunicación y las redes sociales.

Para Jesús Cáceres (2010), las redes sociales en Internet se parecen a la última figura de la Comunidad de Comunicación, pero con grandes ingredientes de las otras tres. Digamos que la tendencia de las redes sociales en Internet es la forma de una gran Comunidad de Comunicación, pero sólo tendencia, lo que en realidad ha sucedido es el contacto de una figura de multi-interactividad con lo diversos y los distintos, como es la Internet, con una cultura social aún perteneciente a las otras formas tipológicas (p. 6).

De acuerdo con García Uceda (2008), la comunicación es la acción que consiste en transmitir un mensaje de una persona a otra, en base a un objetivo prefijado, por medio de un determinado canal. Para que la comunicación se pueda llevar a cabo con un mínimo de eficacia hay que identificar sus diferentes compendios (p. 25)

2.4 Teorías de la comunicación

2.4.1 Teoría estructuralista

El estructuralismo tiene su inicio en 1929 a partir de la caída del método lingüístico (Saussure y Courtensy principales colaboradores de este paradigma). La necesidad de este conocimiento es la comprensión de los signos partiendo de la realidad cortando con la fantasía de estos hechos sígnicos con base en el reconocimiento e interpretación de los mismo. Por tanto, se busca demostrar que los significados que nos rodean están allí con un propósito de un sistema cultural (Giraldo, Naranjo, Tobar, y Cordova, 2008).

Partiendo desde este modelo de estudio el cual busca entender su codificación en un sistema de comunicación para poder explicarlo desde sus bases hasta su emisión, enfocándose principalmente en este sistema de intercambio observando sus reglas y función. Jean Piaget autor del libro “El Estructuralismo”, nos menciona que la estructura es:

Un sistema de transformaciones que, como tal, están compuestos de leyes (por oposición a las propiedades de sus elementos), y que conserva o enriquece por el juego mismo de sus

transformaciones, sin que éstas terminen fuera de sus fronteras o recurran a elementos exógenos.

En resumen, una estructura comprende tres características: totalidad, transformaciones y autorregulación. (Piaget, 1995, p. 6)

En la presente investigación el estructuralismo se utilizará como un elemento que nos permite conocer la forma de elaboración de un mensaje, el cual está conformado por signos, así como el entorno en el cual se desenvuelve el mismo, hablando de una respuesta en forma de interacción en diversas aristas del entorno.

2.4.2 Paradigma lineal de Lasswell

Harold Lasswell en 1984 menciona el modelo comunicativo conocido como “Estructura y Función de la comunicación de masas” que tiene como objetivo principal explicar el periodismo, enfocado en su estructura del mensaje partiendo de la siguiente manera:

Tabla N° 1 Paradigma de Lasswell

Preguntas	Descripción
¿Quién?	Hablamos directamente del Emisor (se refiera a un individuo o un medio)
¿Qué?	En esta parte se toma en cuenta el mensaje
¿Por qué Medio? (o canal)	El canal por el cual el mensaje será emitido ya sea lengua cognitiva o a través de ayuda tecnológica
¿A Quién va dirigida la comunicación?	El o las personas a las cuales les llegara el mensaje
¿Con que Efecto?	Cuál es el motivo de este proceso de emisión del mensaje cual es el impacto.

Fuente: Harold Lasswell/ Elaboración Propia

Por lo cual en este proyecto se lo usara para entender las reacciones de comunicación masiva es unidireccional, en la cual el mensaje es enviado al receptor sin receptor una reacción por su temporalidad.

2.4.3 Teoría de la comunicación interactiva

La comunicación va evolucionando en referencia con el entorno en el cual se está desarrollando por lo cual Carlos Scolari en 2008 publicó su libro “Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva” en el cual se habla de las nuevas maneras de comunicar un mensaje con las variantes de la actualidad con las tradicionales, definiéndola principalmente a la digitalización como la transformación de la comunicación alrededor de la tecnología, siguiendo con la reticularidad que es la configuración del mensaje, pasando a la hipertextualidad entendiendo como la parte textual del mensaje que no está rígida por una secuencia, como otro componente hablamos de la multimedialidad del mensaje entre medios y lenguajes , y para finalizar con esta estructura hablamos de la interactividad tomándolo como la respuesta del usuario (Scolari C. , 2008)

Usando esta definición para entender las plataformas digitales en la investigación se utilizará para comprender la funcionalidad y comunicación que existen en las nuevas tecnologías y las redes sociales usando su entorno y elementos como una forma de comunicación digital.

2.5 Comunicación digital

La evolución humana ha dado un gran salto en la tecnología, la comunicación es una de las principales que ha cambiado sus herramientas acoplándolas a las nuevas tecnologías, que nos permiten un gran alcance sin restricción de localidad ni rangos de edad, reafirmando que la comunicación es fundamental para los seres vivos desde la antigüedad creando por ellos los sistemas de información tradicional, en la actualidad estos medios han migrado hacia lo digital, ya que en nuestro entorno estar en esta normalidad, es fundamental para compartir información.

La comunicación, en espacios para difusión de contenidos, ha ganado un nuevo apoyo desde la web 2.0, especialmente, con los blogs y plataformas de video como YouTube, gracias a la creación de canales comunicacionales particulares, aunque también abierto al público en general. (Renó y Flores, 2018, p. 10)

El contenido determinado como lo que se dice y lo analógico como se imparte el contenido, entonces entendiendo esta división se puede precisar dos tiempos de la investigación su estructura y su función, Carlos Scolari (2012) nos plantea que:

Las nuevas formas de comunicación participativas y colaborativas no sólo modificaron el ecosistema mediático: también dejaron sentir su influencia en campos como la educación, la política o el arte. La escuela fue quizá la institución que más tardó en adaptarse al nuevo ecosistema de medios. (p. 338)

2.6 Redes sociales

Reconocido como plataformas que se encuentran en el internet, creados con el propósito de conectar a personas en distintos puntos del mundo, es una herramienta que ha transmutado y ha pasado a ser una prioridad para la generación actual, suplantando en varias ocasiones los medios traicionales, brindando facilidades multimediales como compartir fotos, videos y textos (Zurita Y Monge, 2018)

Los usuarios han ido en aumento en la última década, creando una ideología de pertenencia al formar parte de estos sitios, impulsando no solo a la comunidad sino también a las profesiones, como la comunicación y el marketing que han sido llevados a crear un tipo de información especializado en estas plataformas.

Para Carlos Colina (1996) “las redes sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores [...] individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades, globales, etc. [...] vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.” (p. 108)

Entendiendo entonces que las redes sociales se utilizan como una red de comunicación entre individuos o colectivos que buscan intereses similares, en nuestra investigación se utilizara

estos conceptos para poder entender el manejo de estas plataformas teniendo como base sus teorías y conceptos.

2.7 Campaña en redes sociales

Como ya se conoce las redes sociales son una gran herramienta de información en la actualidad, es por lo cual las campañas han utilizado estos medios para poder llegar a la ciudadanía por estos medios, transmitiendo cercanía y proximidad con el entorno en el cual se encuentra el usuario, realizando una estrategia de apego e identificación por este medio.

Las terminologías se han utilizado como una imagen principal a los productos nuevos en el mercado, tomando un protagonismo las campañas en redes sociales, proporcionando a los clientes una interacción directa que proporciona una comunicación efectiva, ayudando a un alcance amplio y de inmediatez con la información online (León, 2020)

2.8 Municipio de Riobamba

Entendiendo como un municipio a una organización municipal que está encargada de la organización de un territorio determinado se puede hablar del municipio de Riobamba como el encargado de la organización de toda la ciudad de Riobamba, el cual se encarga de controlar, administrar y trabajar por el bienestar ciudadano.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba es una persona jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera que formula y ejecuta los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, cuya finalidad es promover el desarrollo económico y sustentable del territorio; aplicando políticas ambientales, fortaleciendo los consejos de seguridad y protección integral, patrocinando la cultura, artes, actividades deportivas y recreativas a través de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que permitan articular esfuerzos y optimizar recursos; bajo los principios de transparencia, respeto, solidaridad, equidad y trabajo en equipo. (Gob.ec, 2010)

2.8.1 Campañas de vacunación en el Ecuador

El día 21 de enero del presente año Ecuador empezó la campaña de vacunación contra la COVID – 19, dónde el Hospital Pablo Arturo Suárez fue la primera institución en recibir las remesas de vacunas Pfizer, para posteriormente distribuir las al resto de las ciudades, a este proceso se lo denominó como “Fase Cero”, en el cual le dieron prioridad a los profesionales sanitarios y a los adultos mayores que se encontraban hospedados en centros geriátricos (Infobae, 2021). Vale destacar que este plan piloto empezó con un aproximado de 86000 dosis de Pfizer, las cuales llegaron al país dentro de cajas térmicas, puesto que con este medio aseguran que la cadena de frío este a menos de 70° C, garantizando de este modo su eficacia. Asimismo, estas cajas térmicas cuentan con un dispositivo de rastreo de ubicación y sensor de temperatura y en caso de que estos equipos requieran fortalecer su sistema de enfriamiento la empresa Linde – multinacional realizará las recargas de hielo seco necesarias para evitar que se rompa la cadena de frío (Gobierno del Encuentro, 2021).

Actualmente, bajo la tutela del presidente Guillermo Lasso se procedió con una estrategia de vacunación centrada en habilitar diversos lugares de vacunación y junto a los municipios de cada urbe, a diferentes universidades, y en conjunto con brigadas móviles se aspira a que cada vez más los ecuatorianos se decidan por la inoculación. Se estima que un aproximado de 1.700.000 personas ya han recibido su primera dosis y más de medio millón ya han recibido incluso su segunda dosis, por lo que se estima que estas cantidades suban de manera exponencial para así de una manera u otra velar por la integridad de cada uno de los ciudadanos (Jácome, 2021).

Un punto importante para detallar es que varias entidades gubernamentales externas aportaron de gran manera a Ecuador, como es el caso de Estado Unidos, país que bajo la filosofía de salvaguardar vidas donó un aproximado de 1 millón de dosis de Pfizer, todo esto como parte de un plan de cooperación internacional (Gobierno del Encuentro, s.f.).

Debido a la gravedad de la situación se diseñó el plan piloto de vacunación anti-COVID-19 en empresas encapsuladas dentro del sector comercial y de construcción; como es el caso de Kubiec y la Corporación Favorita, asimismo se destaca para la realización de este plan el Gobierno entregará las de las vacunas estipuladas y los empresarios son los que tendrán que asumir costos de médicos, de enfermeros, digitadores y un kit básico, el cual incluirá jeringuillas, guantes y mascarillas (El Universo, 2021). Posteriormente en las ciudades de Guayaquil y Quito se desarrolló una campaña de vacunación masiva contra el COVID – 19 para los ciudadanos cuyas edades oscilan entre los 16 y los 48 años, la cual dio inicio desde el domingo 18 de julio, en dicha minga se estipula inmunizar a más de 45000 personas y habrá un aproximado de 100 puntos de vacunación (El Universo, 2021).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Variable

Tabla N° 2 Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADOR ES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable independiente = La comunicación del proceso de vacunación	Por proceso se entiende cualquier conjunto de actos coordinados para producir un fin; así hablamos del proceso de producción de un material o de construcción de un edificio (Echandía, 1981)	Comunicación organizacional	Campaña Publicidad Comunicación	Técnica: Análisis documental. Entrevista. Instrumento: Ficha de registro de datos. Guía de preguntas.

<p>Variable dependiente=</p> <p>El uso de las Redes Sociales de comunicación del GAD Municipal de Riobamba</p>	<p>Según Ron, Álvarez y Núñez las redes sociales son un medio de comunicación que se refieren a un conjunto de servicios centrados en el usuario, contienen varios tipos de comunicación centradas en el usuario y basados en las hipermediaciones (Ron, Álvarez, y Núñez, 2015)</p>	<p>Redes sociales (Social media)</p>	<p>Campaña Comunicación Hipermediaciones</p>	<p>Técnicas:</p> <p>Análisis de contenidos. Entrevista.</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Matriz de análisis de contenido. Guía de preguntas. Cuestionario</p>
---	--	--------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia

3.2 Metodología

En la presente investigación se utilizó la metodología cuantitativa, con la finalidad de obtener las expresiones del fenómeno de investigación, con un manejo de información enfocado en el impacto social hacia la información impartida por las plataformas digitales.

La metodología es un procedimiento o herramienta de la ciencia adecuado para la obtención las expresiones de las cosas, por el mismo que se puede manejar, combinar y utilizar esas mismas cosas, permitiéndonos comprobar si cierta hipótesis dada merece el rango de ley. (Ruiz, 2007)

La metodología en el presente proyecto se utilizará para la obtención información con sus diferentes variantes, con la ayuda de herramientas que faciliten sus análisis y así poder cumplir los objetivos planteados.

3.2.1 Método cualitativo

La orientación cualitativa nos permite obtener información sobre los procesos complejos, interacciones sociales o fenómenos culturales, proporcionada con la recolección de datos en la encuesta y análisis de contenido.

Para Begoña Munarriz (1992) la investigación cualitativa utiliza métodos y técnicas diversas como gama de estrategias que ayudaran a reunir los datos que van a emplearse para la inferencia y la interpretación para la explicación y la predicción. (p. 108).

Con esta metodología en esta investigación se va a conseguir los datos que se requieren para realizar un análisis a base de datos contables con los cuales se realizaran comparaciones desde la parte estadística con la cual se obtendrá resultados exactos.

3.3 Tipo de investigación

3.3.1 Básica

Conociendo la investigación básica como la investigación pura, debido a que es la que nace desde un sentimiento de sabiduría, netamente de la curiosidad humana por el conocimiento de algo existente, la cual puede ser usada para la creación de hipótesis, se la puede usar también netamente para la recopilación de datos e información o en una posición compleja se la usa

para la verificación de una hipótesis y por ende el descubrimiento de nuevas leres de tipo científica. (Nieto, 2018)

La presente investigación es básica, porque se realizará un diagnóstico para conocer el mensaje que se transmitió en las redes sociales por medio de contenidos narrativos mediante un análisis de contenido en el uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación en el año 2021.

3.3.2 Sincrónica

La presente investigación es sincrónica, ya que se efectuará dentro de un espacio de tiempo determinado, el cual corresponde al año 2021.

3.3.3 Descriptiva

La obtención de datos e información son los principales objetivos de la investigación descriptiva, y esta información ayuda a entender las características, propiedades, elementos que la conforman (Nieto, 2018,p. 2)

La presente investigación es de carácter descriptiva, debido al análisis de contenido en el cual se mencionará las interacciones de las plataformas basado en el uso que se le ha dado de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021.

3.3.4 Cuantitativa

Las investigaciones cuantitativas son aquellas que utilizan datos numéricos, para lograr descripciones asertivas de un fenómeno de estudio. (Cauas, 2015, p. 2)

La presente investigación es cuantitativa, porque a través de la aplicación de encuestas se recopilará información estadística sobre el impacto de las publicaciones del GAD Municipal de Riobamba a través de sus redes sociales en la comunidad.

3.3.5 Cualitativa

La investigación cualitativa, se relaciona a la información o datos que se recopilan dándoles así un desglose conforme a las características de cada una de ellas, (Cauas, 2015, p. 2)

La presente investigación es cualitativa, porque en el análisis de contenido se realizará una matriz en la cual se determinará las interacciones de los usuarios en los diferentes tipos de contenidos publicados por el GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021.

3.3.6 Primarias

Las fuentes primarias se reconocen como las bases de una investigación, basándose en una información neta del investigador con ayuda de las técnicas para la extracción de datos. (Ibañez & Egoscozábal, 2008, p. 8)

Para la presente investigación se manejarán fuentes primarias con las técnicas cualitativas y cuantitativas, por medio de las cuales se obtendrán los datos e información que representarán resultados generados por el investigador sobre el uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021.

3.3.7 Diseño de la investigación

En términos generales, el diseño de una investigación en ciencias sociales que utiliza el tipo de investigación descriptivo será NO EXPERIMENTAL por cuanto no se realiza una manipulación deliberada de variables, no se tiene un control de las condiciones ni un grupo equivalente de comparación. Suele tratarse de observaciones en contextos o condiciones naturales con fines descriptivos, donde los sujetos participan de sus grupos de forma previa (Salinas y Cárdenas, 2009)

3.4 Población y muestra

La población en la que se basará la presente investigación es la que pertenece a la ciudad de Riobamba, con un 0.05% de error y un 95 % de confiabilidad, obteniendo como resultado nuestra población de 383.60.

Para la obtención de la población se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 pq}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

En donde:

N= tamaño de la población

q= seguridad

Z= nivel de confianza

e= precisión

p=proporción esperada

		253545.6
		660.9579
N = 264000	$\frac{264.000(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(458581 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$	N= 383,6032522
Z = 1,96		
P = 0,5		
Q = 0,5		
E = 0,05		

2.4.1 Población

Nuestra población siguiendo los lineamientos de la investigación está basada en los ciudadanos Riobambeños, la cual actúa como un receptor en el proceso de comunicación del GAD Municipal de Riobamba, esta población es de 264 mil habitantes, datos que proporcionados gracias al proyecto de población INEC (2020).

2.4.2 Muestra

Tras la aplicación de la fórmula de confiabilidad que se aplica con casos que superan los 100 mil datos, números o en nuestro caso personas, se pudo determinar 308 habitantes los cuales serán realizados las encuestas, con nuestro universo basado en las redes sociales y los habitantes que poseen acceso a internet.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

3.5.1.1 Análisis de contenido

El Análisis de contenido se utilizó como una técnica de recopilación de datos e información conforme a las plataformas digitales que utilizó el GAD Municipal en el plan de vacunación 2021.

Francisco Bernete (2013) señala que “el análisis de contenido se utiliza para estudiar cualquier tipo de documento en el que esté transcrito algún relato o cualquier objeto de referencia” (p. 194)

Esta técnica tiene como finalidad conocer los elementos usados en las publicaciones sus impactos y las interacciones con la población riobambeña.

3.5.1.2 Entrevista

Esta técnica se va a utilizar para poder llegar tanto a las fuentes de información como es el encargado del área de comunicación del GAD Municipal de Riobamba, como a un especialista en redes sociales, el cual nos ayudara a comprender las herramientas que se deben utilizar en las campañas, como la del plan de vacunación del 2021.

Por lo cual Torrecilla nos menciona que “la entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada, con opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando” (Torrecilla, 2006, p. 6)

3.5.1.3 Encuesta

La recolección de datos hacia los receptores de información es de suma importancia en cuanto a los mensajes masivos, esta técnica nos ayudara a realizar encuestas a los ciudadanos de Riobamba, y por qué medios esta población se informó sobre el plan de vacunación del 2021. Conociendo que “la encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Hernández, García, Abejón, y Zazo, 2010, p.3).

3.5.2 Instrumentos

3.5.2.1 Matriz de análisis de contenidos

El análisis de contenido es definido como una técnica de investigación la cual busca crear una descripción asertiva y un conjunto de procesos, que puedan conectar con la forma cuantitativa de la investigación logrando un resultado de la comunicación. (Bernete, 2013, p. 233)

Esta matriz tiene como finalidad aislar cada uno de los componentes por separado para poder realizar un análisis profundo por separado de cada una de las partes como la hora de publicación, las interacciones y su aceptación, para previa evaluación

3.5.2.2 Guía de la entrevista

Una guía de entrevista es un instrumento, que se realiza con la finalidad de la recolección de información, por lo cual su ejecución y realización de cambios es netamente del investigador por lo que el entrevistado no tiene poder en manipularla. (González, 2020, p.31-32)

Tras mantener una guía previa en la entrevista se busca encontrar las respuestas oportunas que ayuden con la investigación presente en la cual el investigador usará 6 a 7 preguntas de tipo abiertas para obtener una extensa respuesta del sujeto entrevistado. Se anexa la guía de la entrevista.

3.5.2.3 Cuestionario

El cuestionario se basa es un listado con preguntas con carácter estándar y en un orden determinado el cual se plantea como un instrumento de investigación con el cual se espera solucionar una problemática. (Aigner, 2005, p. 6)

En el cuestionario se plantean 15 preguntas dos de las mismas son de identificación del sujeto a la cual se aplica las encuestas, 7 hablan sobre las redes sociales personales los gustos de nuestra población así también se obtiene información sobre conocimiento del plan de vacunación del 2021, y en las 6 últimas preguntas se habla únicamente del GAD municipal de

Riobamba y su participación tanto en redes como en la campaña de vacunación contra el covid-19. Se anexa el cuestionario.

3.5.3 Métodos de análisis, y procesamiento de datos

3.5.3.1 Manual de Codificación

Las siguientes son las variables que permitirán la medición en el análisis de contenido que se realizara en plataformas digitales del GAD municipal de Riobamba

1. FGR. – este código tiene que ver con la identificación del contenido (figura) dando un número a cada una de ellas para su rápida localización.

FIGURA N°34

2. RDS. – este código se refiere a las Redes sociales que se van a analizar, siendo usuario del GAD Municipal de Riobamba

Valor	Redes sociales
1	Facebook
2	Instagram
3	Twitter

3. FDP. – con este código se ordenará cronológicamente las publicaciones realizadas cada día en las redes sociales

Fecha de publicación

dd-mm-aa

4. HDP. – con este código podemos identificar el horario en el cual se publicó los contenidos analizados

Horario de publicación

Valor	Horario de Publicación
1	De 7:00am – 9:am
2	De 10:00am – 12:00am
3	De 13:00 pm – 15:00pm
4	De 16:00pm – 18:00pm
5	De 19:00pm – 21:00pm
6	22:00pm – 00:00pm en adelante

5. FDC. – los contenidos que se analizan son muy diversos por lo cual es importante identificarlo

Formato del contenido

Valor	Formato del contenido
1	Imagen
2	Video
3	Infografía
4	Audio
5	Texto

Imagen: Fotografía como enfoque principal de la publicación

Video: Elemento audiovisual con sonido

Infografía: Figura con texto e iconografías que ayudaran a dar una mejor explicación

Audio: Se lo puede encontrar en videos o puede ser una imagen con audio el cual sea el principal elemento del mensaje

Texto: Palabras, oraciones, con elementos gramáticos.

6. TAT. – al hablar de contenido en redes sociales se sabe que no se va a tratar solo un tema enfocado a un tema general, es importante centrarnos en un grupo he identificar desde allí su mensaje

Temas a tratar

Valor	Temas a Tratar
1	Vacunación
2	Sedes de vacunación
3	Medidas de bioseguridad

7. FNT

Fuente de información es decir si la publicación es de autoría de la entidad o si esta se compartió de otro usuario de la plataforma digital

8. ITC

Se intenta medir el alcance del mensaje por medio de las publicaciones en plataformas digitales por lo que es importante conocer de manera cuantitativa la interactividad en cada una de las publicaciones

Interactividad

Valor	Interacción
1	Comentarios
2	Reacciones
3	Veces compartidas

9. TTL. – el total de interacciones que ha tenido en cada una de las categorías de ITC

Total: N°

10. VLR. – partiendo desde la línea de análisis cualitativo es preciso identificar el número de interacciones con una valorización dependiendo distintos parámetros

Valorización

N	Valorización
1	Positivo
2	Negativo
3	Sin interés

3.5.4 Resultados del Análisis de contenido

Tabla N° 3 Resultados del análisis de contenido

Tabla de Resultados del análisis de contenido													
Figuras		87											
Redes sociales													
Facebook			48		Instagram			9		Twitter		30	
Horario de publicación													
Más publicado				07:00H			Menos publicado				16:00H		
Formato de contenido													
Imagen		41	Video		18	Infografía		23	Audio		0	Texto	80
Tema a tratar													
Vacunación			54		Sede de vacunación			24		Medidas de bioseguridad		9	
Tota de fuentes									24				
Interactividad													
Interacción	Total	Positivo	Negativo	Interacción	Total	Positivo	Negativo	Interacción	Total	Positivo	Negativo		
Comentarios	194	191	3	Reacciones	3500	3494	6	Compartidos	1209	1196	12		

Fuente: Elaboración propia

3.5.5 Encuestas

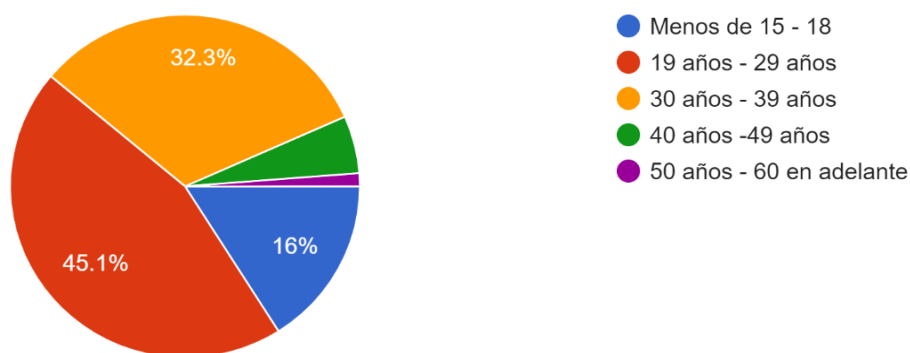
Pregunta N° 1: ¿Cuál es su rango de edad?

Tabla N° 4 Resultados preguntas N° 1

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 15 – 18	65	16%
19 años – 29 años	184	45.1%
30 años – 39 años	132	32.4%
40 años – 49 años	22	5.4%
50 años – 60 en adelante	5	1.2%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 1 Resultado pregunta 1



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Tras la obtención de los resultados se puede determinar que nuestra población de análisis está conformada por el 45,1% de personas entre 19 y 29 años; el 32,3% de personas de entre 30 a 39 año; siguiendo con el 16% de menores de 15 hasta 18 años; un 5,4% de 40 a 49 años; y el 1,2% desde 50 a 60 años en adelante.

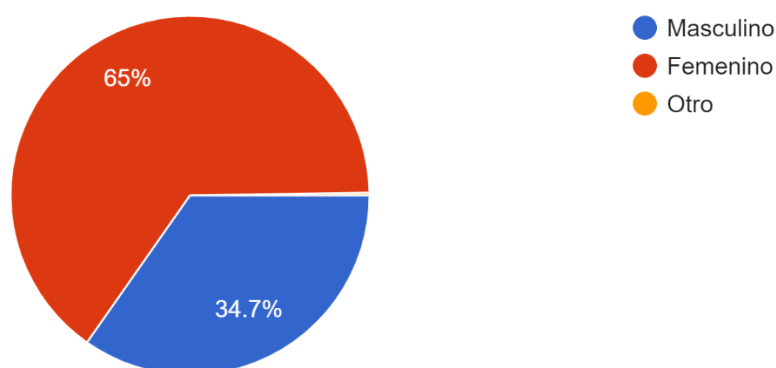
Pregunta N° 2: Su género es

Tabla N° 5 Resultados preguntas N°2

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	142	34.8%
Femenino	265	65%
Otro	1	0.2%
Total	408	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 2 Resultado pregunta 2



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Tras la obtención de los resultados se puede establecer que el 65% de nuestra población es de género femenino, el 34.8% de masculino, y el 0.2% se identifica con otro denominativo ajeno a los presentados en la encuesta.

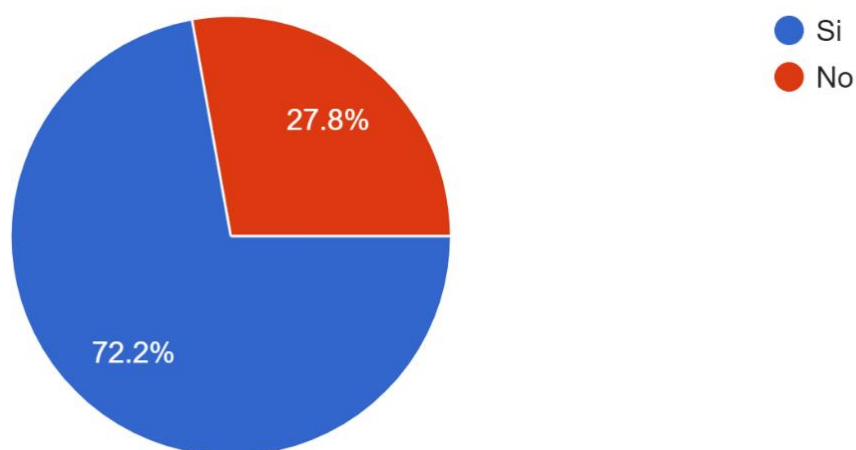
Pregunta N° 3: Usted se vacunó contra el covid-19 en el año 2021

Tabla N° 6 Resultados preguntas N° 3

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	293	72.2%
No	113	27.08%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 3 Resultado pregunta 3



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Tras los resultados se puede afirmar que el 72.2% de nuestra población si se vacunó contra la Covid-19 en el año 2021, mientras que, el 27.8% no se realizó la vacunación en el año mencionado.

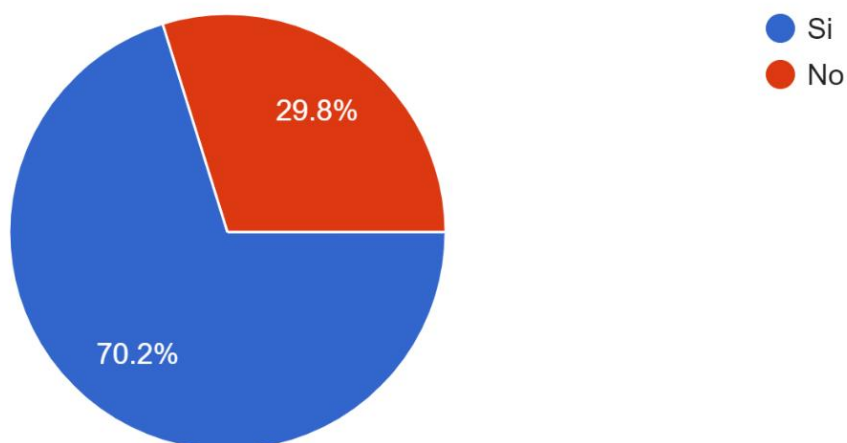
Pregunta N° 4: ¿En el año 2021 usted tenía conocimiento sobre el plan de vacunación?

Tabla N° 7 Resultados preguntas N° 4

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	70.2%
No	121	29.8%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 4 Resultado pregunta 4



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Por medio de esta pregunta se ha podido determinar que el 70.2% de encuestados sí tenía conocimiento sobre el plan de vacunación en el año 2021, mientras que el 29.8% de encuestados no tenía este conocimiento en el año indicado.

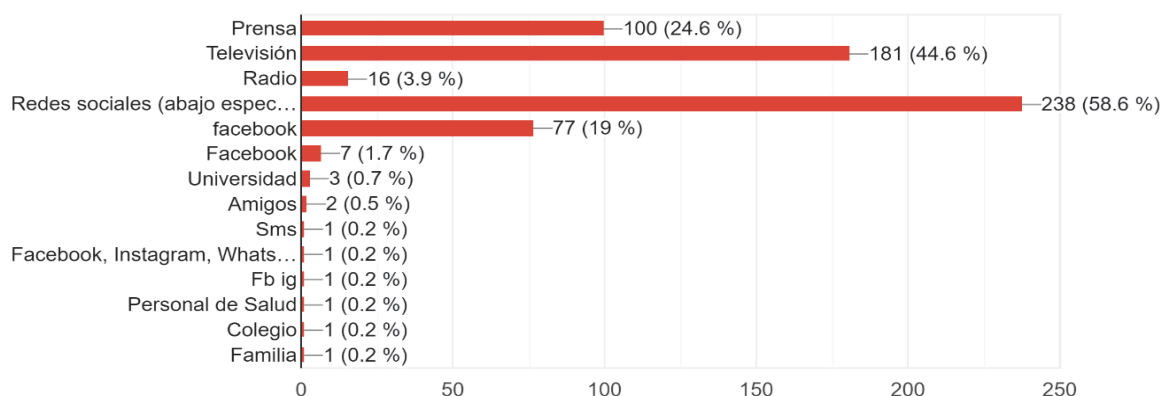
Pregunta N° 5: ¿A través de qué medio usted se informó sobre el plan de vacunación en el año 2021?

Tabla N° 8 Resultados preguntas N° 5

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	100	24.6%
Televisión	181	44.6%
Radio	16	3.9%
Redes sociales	238	58.6%
Otros	95	22%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 5 Resultado pregunta 5



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Con las respuestas obtenidas se puede determinar que las redes sociales es la fuente de información utilizada por el 58.6% de la población, por medio de la cual se informaron sobre el plan de vacunación impulsado en el año 2021, en segundo lugar, está la televisión con 44.6%, y por último a la radio con 3.9% y 22%, otras fuentes de información fueron familiares, amigos, personal de salud e Instituciones educativas y universidades.

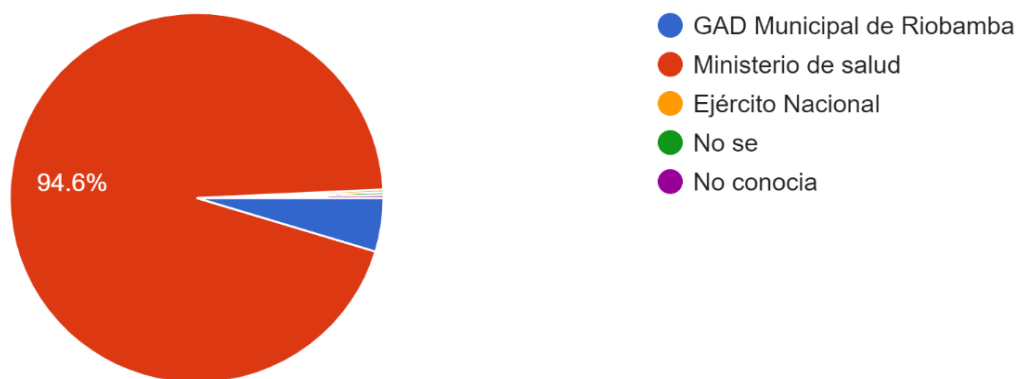
Pregunta N° 6: ¿Según su conocimiento, qué entidad estuvo al mando del plan de vacunación en Riobamba 2021?

Tabla N° 9 Resultados preguntas N° 6

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
GAD Municipal de Riobamba	19	4.7%
Ministerio de Salud	384	94.6%
Ejército Nacional	1	0.2%
Otra	2	0.4%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 6 Resultado pregunta 6



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Los resultados obtenidos nos indican que el 94.6% de la población conoce que el Ministerio de Salud estuvo el mando del plan de vacunación, mientras que el 4.7% piensa que el mando lo tuvo el GAD Municipal de Riobamba, el 0.4% no tiene conocimiento de quien tuvo el mando, y el 0,2% piensa que el Ejército Nacional tuvo el mando en el proceso de vacunación.

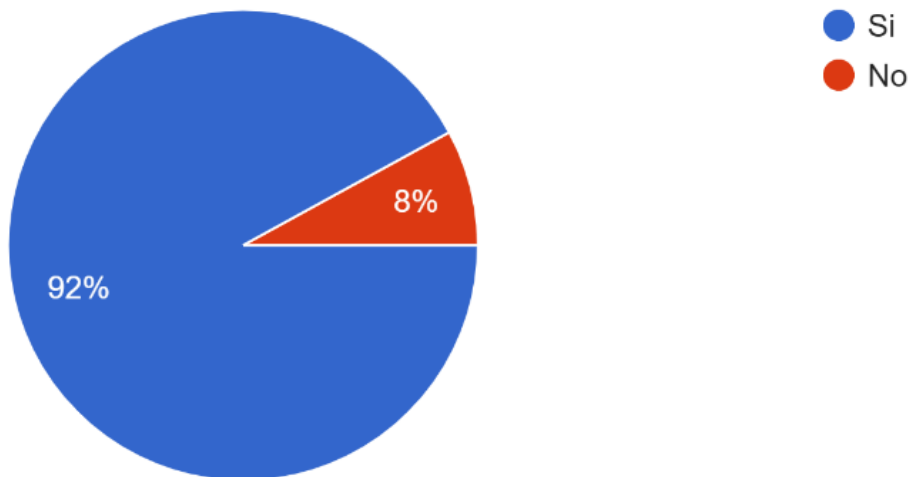
Pregunta N° 7: ¿Tiene redes sociales personales

Tabla N° 10 Resultados preguntas N° 7

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	397	97.8%
No	9	2.2%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 7 Resultado pregunta 7



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Por medio de la encuesta, se determinó que el 92% de nuestra población posee redes sociales personales, mientras que, el 8% no cuenta con redes sociales personales.

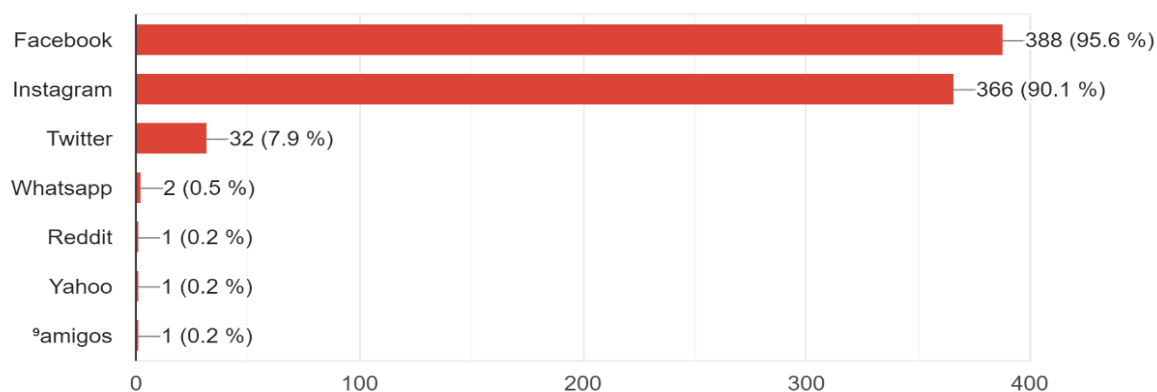
Pregunta N° 8: ¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza usted o mantiene una cuenta activa?

Tabla N° 11 Resultados preguntas N° 8

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	388	95.6%
Instagram	366	90.1%
Twitter	32	7.9%
Otro	5	0.11%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 8 Resultado pregunta 8



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Tras la obtención de resultados se puede determinar que la red social Facebook es la más utilizada por nuestra población de análisis, con el 96,5%, y siguiendo en menor porcentaje Instagram con el 90,1%, y Twitter, con el 7,9%.

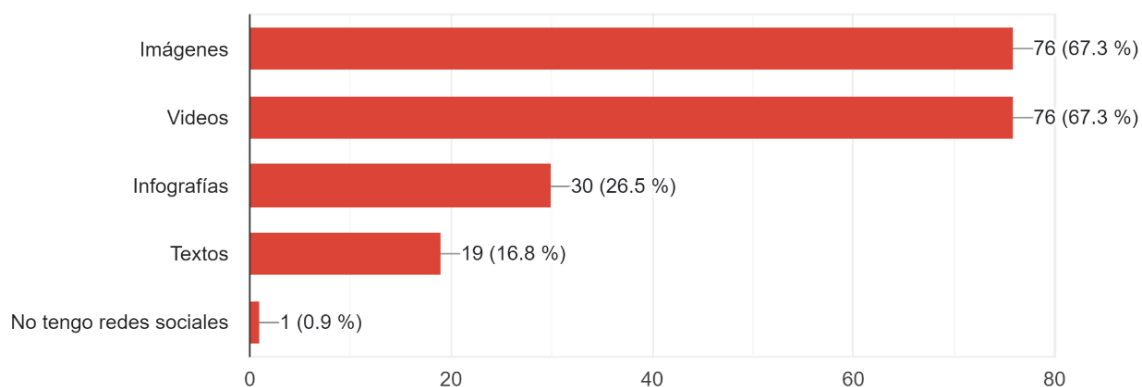
Pregunta N° 9: ¿En lo que tiene que ver a los contenidos en redes sociales, ¿qué es lo que más le llama la atención?

Tabla N° 12 Resultados preguntas N° 9

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Imágenes	337	83%
Videos	369	90.9%
Infografías	42	10.3%
Textos	23	5.7%
Otros	1	0.2%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 9 Resultado pregunta 9



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – En lo que respecta al consumo de contenidos, los resultados nos indican que las imágenes y los videos son los que más llaman la atención, seguido por las infografías y como poco consumible los textos.

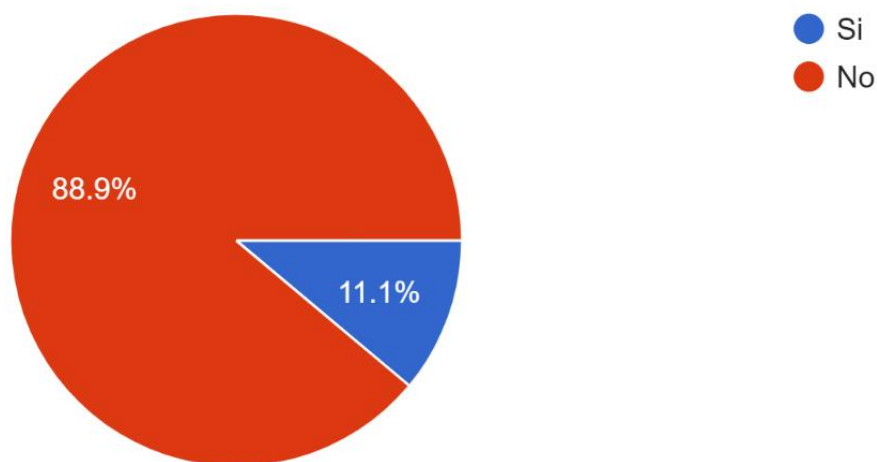
Pregunta N° 10: ¿Sigue usted al GAD Municipal de Riobamba en sus redes sociales?

Tabla N° 13 Resultados preguntas N° 10

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	11.1%
No	361	88.9%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10 Resultado pregunta 10



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Los resultados indican que el 88.9% de la población de análisis no sigue al GAD Municipal de Riobamba en sus redes sociales, mientras que solo el 11.1% si los sigue.

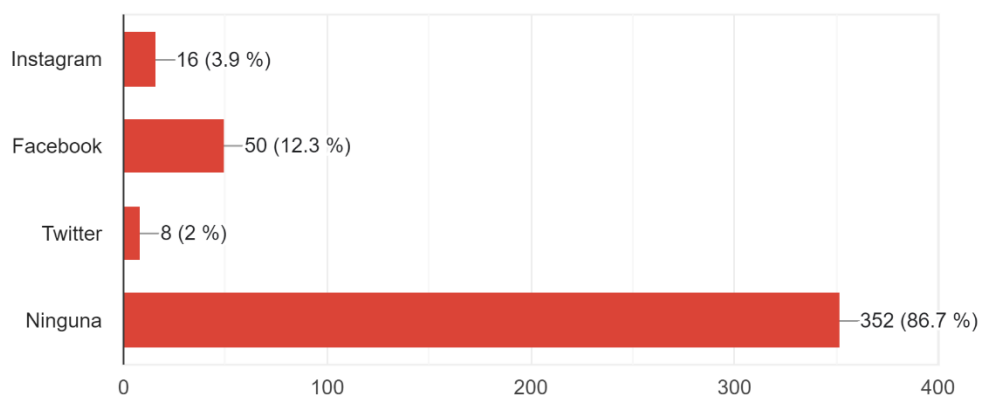
Pregunta N° 11: ¿Cuál son las redes sociales del GAD de Riobamba que sigue?

Tabla N° 14 Resultados preguntas N° 11

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	16	3.9%
Facebook	50	12.3%
Twitter	8	2%
Ninguna	352	86.7%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11 Resultado pregunta 11



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Las respuestas indican que las personas que si siguen al GAD Municipal de Riobamba lo hacen principalmente por la plataforma Facebook en un 12,3 %, en Instagram el 3,9%, y en Twitter en un 2%, mientras que el 86,7 % no lo sigue.

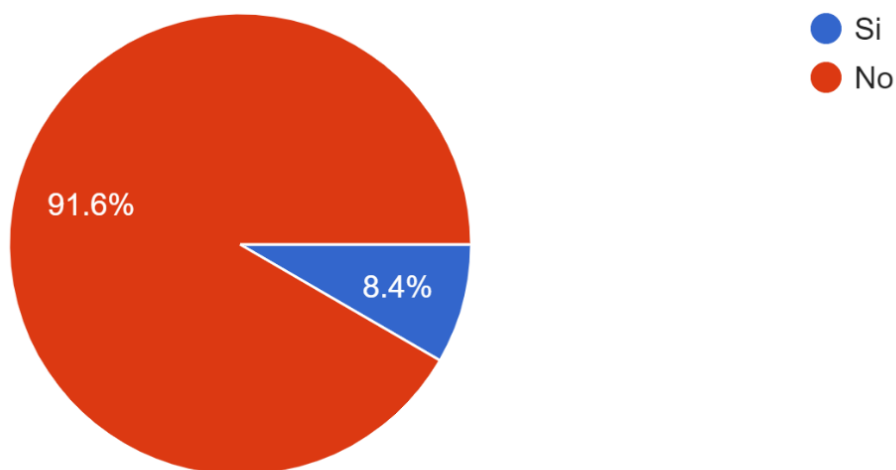
Pregunta N° 12: ¿Se informó sobre el proceso de vacunación a través de las redes sociales del Gad municipal de Riobamba?

Tabla N° 15 Resultados preguntas N° 12

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	8.4%
No	372	91.6%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12 Resultado pregunta 12



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Los resultados indican que el 8.4% de la población si se informó del proceso de vacunación gracias a las plataformas del GAD municipal de Riobamba, y que el 91.6% no lo hizo.

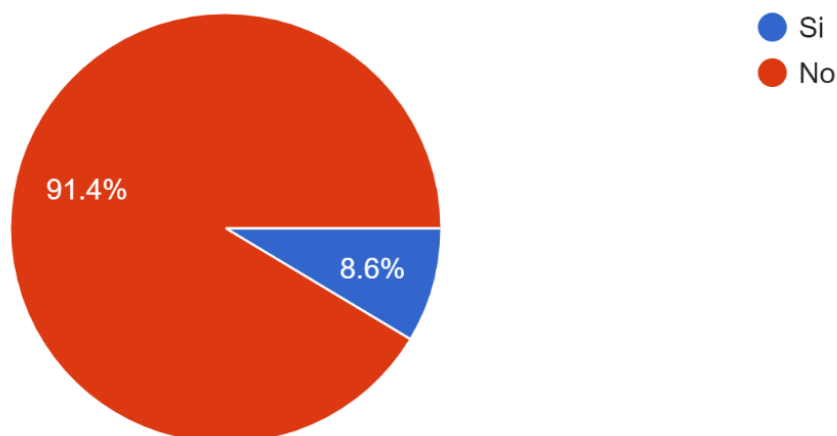
Pregunta N° 13: ¿La información difundida a través de las redes sociales del Gad municipal de Riobamba fue de utilidad para usted, en lo concerniente al proceso de vacunación?

Tabla N° 16 Resultados preguntas N° 13

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	8.6%
No	371	91.4%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 13 Resultado pregunta 13



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – El 8.6% de encuestados afirman que la información difundida a través de las redes sociales del GAD municipal de Riobamba fue de utilidad en el proceso de vacunación, sin embargo, el 91.4% no lo considera de esta manera.

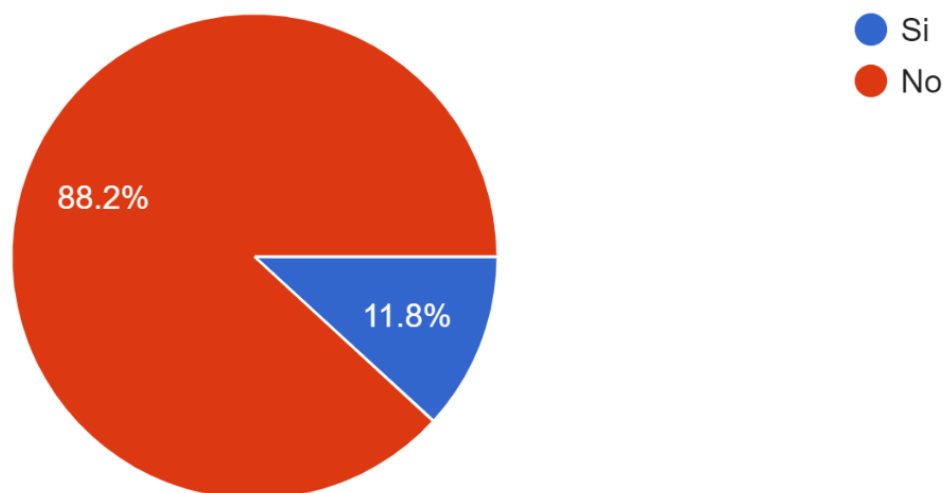
Pregunta N° 14: ¿A su criterio, el Gad municipal de Riobamba contribuyó a informar sobre el proceso de vacunación, recintos, horarios, requisitos?

Tabla N° 17 Resultados preguntas N° 14

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	11.8%
No	358	88.2%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 14 Resultado pregunta 14



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – El 11.8% afirma que el Gad municipal de Riobamba contribuyó a informar sobre el proceso de vacunación, recintos, horarios, requisitos, mientras el 88.2% opina que no.

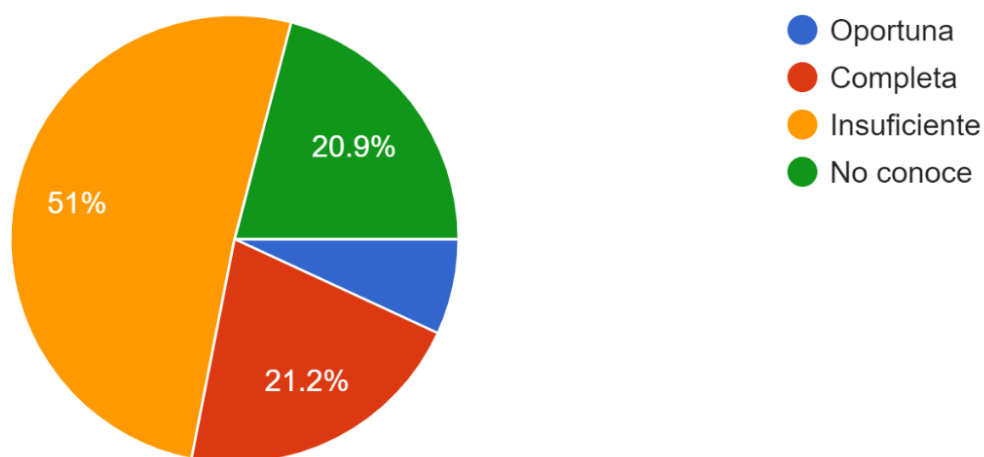
Pregunta N° 15: La información difundida por el Gad municipal de Riobamba sobre el proceso de vacunación a su criterio ha sido: (seleccione una opción)

Tabla N° 18 Resultados preguntas N° 15

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Oportuna	28	6.9%
Completa	86	21.2%
Insuficiente	207	51%
No conoce	85	20.9%
Total	406	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 15 Resultado pregunta 15



Fuente: Elaboración propia

Análisis. – Los resultados indican que la información difundida por el Gad municipal de Riobamba sobre el proceso de vacunación a su criterio ha sido insuficiente en un 51%, completa en un 21,2%, el 20.9% de población no conoce sobre la información y el 6.9% lo considera oportuna

3.5.6 Entrevista

Especialista

José Rivera especialista en redes sociales, director general de la empresa Tikinauta, empresa que se dedica a la comunicación y marketing digital, ha realizado proyectos conjunto al Municipio de Riobamba en el tema de comunicación digital, su conocimiento en el tema de plataformas digitales se ha podido evidenciar a nivel nacional y provincial, por lo cual es de gran importancia su participación en mi trabajo de investigación.

La experiencia previa ya en el GAD Municipal de Riobamba nos ayuda a entender los manejos de esta, así como su experiencia en todos sus años de trabajo que los han llevado a ser reconocido por su capacidad y eficiencia en su área de labores.

Encargado Área de comunicación

Danilo Vinuesa, encargado del área de comunicación hasta la actualidad, siendo parte del GAD Municipal de Riobamba, y estando a su mando la campaña de vacunación del 2021, es de suma importancia poder conocer los parámetros que se utilizaron en las mismas y como funcionó el manejo de esta información.

Reconociendo el arduo trabajo es de importancia para el trabajo de investigación poder llegar a tener su entrevista con la finalidad de la compasión tanto con los resultados de las técnicas aplicadas como de la realización de la propuesta planteada.

Tabla N° 19 Análisis comparativo entrevista

N°	PREGUNTA	RESPUESTA ESPECIALISTA EN REDES SOCIALES JOSÉ RIVERA	RESPUESTA ENCARGADO DE GAD MUNICIPAL RIOBAMBA LCDO. DANILO VINUEZA
1	<p>Hablando de las instituciones públicas ¿deben contar con un Plan de redes sociales? ¿Por qué?</p>	<p>En la actualidad se ha vuelto indispensable el tema de tener una estrategia de redes sociales y todas las instituciones deben tenerlo la forma en la que estamos comunicándonos ya cambió de los medios tradicionales hacia los medios digitales y obviamente estos se han convertido en un canal directo de comunicación a través del cual las instituciones públicas las empresas y por qué no decirlo también las personas o personajes públicos pueden dar a conocer sus mensajes de forma directa sin intermediarios y ofrecer una comunicación y ya no intermediada como antes estaba hecha a través de los medios de comunicación sino un canal directo de comunicación entre el ciudadano y la institución esa es una ventaja y aprovechar esas ventajas del mundo digital realmente son indispensables en este mundo en el que vivimos.</p>	<p>Si, si tenemos un plan de manejo de redes sociales.</p>

2	<p>¿Cuáles deberían ser las premisas del plan de redes sociales?</p>	<p>Bueno dentro de los planes de redes sociales tú tienes que establecer siempre una línea de bases algo que nosotros hemos hacemos desde cuando tomamos una cuenta para asesorarla esa línea de base te da el punto de partida desde donde tú vas a desarrollar y vas a ver cuáles son las necesidades que existe de mejora en la estrategia que está planteada que puedes mejorar cuántos seguidores tienes cómo está la estrategia qué tipo de comunicación has establecido que cuanta interacción estás generando para ver también el impacto que tiene y a partir de allí pues plantear este plan esta estrategia esta estrategia obviamente debe contemplar quiénes van a participar en la misma diseñador, Community manager, media planner, traffic digital y también dentro de ellas se establecen objetivos alcanzables cuantificables que se plantean en un determinado tiempo con qué actividades vamos a lograrlas es decir no dejamos nada al azar luego de establecer estos objetivos se plantea los canales específicos para utilizar o nuevos para implementar o para fortalecer y a través de ello obviamente tú puedes tener los resultados mucho más efectivos y luego claro al final siempre un plan de comunicación debe contar con mecanismos de evaluación el impacto que estás teniendo</p>	<p>Ser oportunos informamos toda la gestión de información y atención al ciudadano</p>
---	--	--	--

		estadísticas todos los resultados todo lo que has obtenido eso también se debe de medir porque lo que en digital no se mide no existe entonces es importantísimo hacer esa medición y eso sería un resumen lo que debe contener un plan de comunicación digital.	
3	¿Cuáles son las redes sociales más efectivas para comunicarse con las audiencias, desde las instituciones públicas?	El tema es que depende a que publico quieras llegar hay públicos más tradicionalistas, ahora Facebook está considerado más un red para viejos, entonces si es importante saber a qué publico nomas te vas a dirigir a quien quiero llegar, quiero llegar a los públicos más adultos Facebook es el lugar ideal , a los más jóvenes Instagram, TikTok son lugares o plataformas ideales para llegar con el contenido entonces ahí debes determinar el público objetivo y a través de esta determinación de público objetivo dirigir los mensajes y adaptar estos mensajes a cada uno de estos allí obviamente vas a obtener mejores resultados y vas a obtener una estrategia que realmente funcione a través de las distintas plataformas, definiendo públicos y seleccionando plataformas y luego también haciendo contenido acorde a esos mismo contenidos.	La principal es Facebook donde hay un más nicho de seguidores a nivel ciudad y global, tenemos Twitter informativo casi, tenemos un mayor número saber que aquí en Riobamba no es que sean muy seguidores de Twitter, y también tenemos Instagram, algo hemos incursionado en TikTok pero muy poco.
4	Cuáles son las principales estrategias a	Primero es la generación de contenidos que sean cercanos al público contenidos que conecten con estos públicos nuevos y	Prácticamente las estrategias solo se le aplica en Facebook las otras son informativas nada más,

<p>aplicar en: (depende de las redes que use el municipio) Facebook; Instagram; YouTube; TikTok.</p>	<p>jóvenes adaptarse a los formatos y a los temas que les interesan a ellos también es importante no solamente es emitir contenidos de obras de lo que estamos ejecutando sino también cosas que puedan ser en este caso muy interactivas y que puedan sobre todo llegar a estas a estos nuevos públicos esta estrategia de contenidos debe plantear obviamente la adaptación a cada una de las redes, no es lo mismo un vídeo de TikTok que un vídeo de Facebook o un vídeo para YouTube entonces es importante la adaptación y creación de contenidos para cada uno de los canales específicamente y la otra es el tema de acompañamiento con pauta realmente el orgánico no funciona también los algoritmos hacen que haya limitación en que vean nuestros contenidos pero a través de la pauta, tú te saltas al algoritmo o te permite llegar a nuevos públicos o a los públicos cautivos que ya los tienes y con ello pues obviamente tienes una estrategia de contenido para cada para cada una de las redes en las que estás participando siempre el contenido tiene que ir acompañado de la pauta y es algo que debe entenderse porque las empresas trabajan en este caso con pauta publicitaria para generar los ingresos no es que te dan de gratis la plataforma tu eres el producto finalmente entonces hay que entender eso y</p>	<p>Facebook si hay estrategias, tenemos un Community manager que es el que maneja todo este tema.</p>
--	--	---

		hacer inversiones de pautas publicitarias para generar mayor <i>engagement</i> , enlace, alcance tantos kpi's (key performance indicator) que se puede tomar en cuenta para la efectividad de la estrategia que estas tomando	
5	¿Cuáles son las principales métricas que se deberían utilizar para medir el impacto en las redes sociales?	Las métricas que tú vas a medir depende mucho los objetivos de campaña que tu hayas trazado no es que solamente una sea importante , todas son importantes pero acorde a los objetivos que tú te hayas trazado , por ejemplo si yo me trace como objetivo tener crecimiento en redes sociales el kpi's (key performance indicator) que voy a seleccionar va ser cuantos usuarios crecí, cuantos usuarios yo tuve de incremento en las campañas que realice, esas es una métrica que puedes tomar si tu objetivo era crecer en seguidores, si tu objetivo era tener mayor alcance o tener un mayor alcance, tu kpi a utilizar a medir seria a cuantas personas estoy llegando con mi mensaje las propias plataformas en sus estadísticas te dan cuales son los datos precisos para que tu sepas como está funcionando la estrategia y si estas cumpliendo con la métrica que te has planteando, hay otras métricas que son generación de lead, por ejemplo que son para generar mayor cantidad posibles clientes, cuantas ventas tuve yo y cuantos personas llegue, ahora para	Hay varias que ocupan hay un reporte que nos entregan, no te podría decir alguna no recuerdo, pero todos los meses tenemos los reportes de alcance y todo lo que tiene que ver con las métricas

		<p>una institución públicas de los más importantes indicadores de gestión claves serian el nivel de alcance, el nivel de interactividad, y el nivel de conversiones, si yo les digo a la gente que pague sus impuesto por medio de la aplicación y les doy el link para que descarguen la aplicación tranquilamente eso lo puedes tomar como indicadores clave a ver su está funcionando tu estrategia o no entonces esos son los claves para una institución y también el nivel de seguidores.</p>	
6	<p>¿Cuál es la importancia de contar con un manual para manejo de las redes sociales?</p>	<p>Cuando nosotros trabajábamos antes en medios tradicionales todos los medios estaban obligados a llevar un manual de estilo y en el manual de estilo se establecía los parámetros que tu ibas a trabajar, igual es importantísimo tener un manual con el cual tú puedas tener los lineamientos con los cuales vas a desarrollar la estrategia digital, ahí se incluye el lenguaje, el estilo que vas a utilizar, se incluye el tipo de graficas la tipografía con la cual vas a trabajar. el tipo de contenidos, la utilización de logotipo, el brandeo en cada uno del post y obviamente se establece los niveles de respuestas y cuáles son las características de las respuestas que vas a dar ahí se hace también una matriz de respuestas que vas a dar todo eso está en el manual por eso es importantísimo desarrollarlo.</p>	<p>Tenemos un manual para manejo y tenemos un manual para crisis en redes sociales.</p>

7	<p>¿En el contexto de la campaña de vacunación, ¿cuál cree usted debió ser la premisa en la comunicación con la colectividad a través de las redes sociales?</p>	<p>Primero las premisas debieron ser cual el público objetivo al que va dirigido el diseño de los mensajes adaptado al público objetivo que quiero llegar y sobre todo hablar sobre temas de concientización de la salud, vale la pena, que se hubiera podido usar a médicos para fortalecer el mensaje y otro tipo de mensajes en los cuales abordemos en profundidad este tipo de información que queremos dar, entonces ese tipo de contenido serían los principales y premisas como para que esta campaña funcione apelar a la concientización apelar a la emocionalidad, acuérdate que estamos hablando en redes sociales mucho <i>call to action</i> llamado para que la gente se una y acuda a los centros de vacunación a la acción esto en redes sociales es muy bueno decirle a la gente no solo decirle que hacer sino que le hago un llamado a vacunarse.</p>	<p>Primero trabajamos para que la ciudadanía tenga tranquilidad y ocupe los canales informativos para que se ubique que se sienta tranquila ya después íbamos aparte dándoles consejos, dándoles la información necesaria de vacunación todos los requisitos todas las recomendaciones que debían seguir previo a la vacunación</p>
8	<p>¿Qué tipo de publicaciones debían efectuarse dentro de este contexto?</p>	<p>Estamos viendo que el video está teniendo mayor impacto así que se debió de usar mayormente este contenido para dar este mensaje, los posts fijos funcionan pero no tienen tanta efectividad estamos viendo que se incrementa en redes sociales muchísimo el tema de producción y consumo de video así que es muy importante incluir este contenido así también infografías explicativas que ayuden a conducir a la gente y al</p>	<p>Tuvimos algunas campañas de vacunación, la primera informativa de que es lo primero, la primera campaña que aplicamos es informativa de los procesos ventajas, los pros y todo si se vacunaban, después hicimos otra campaña de los lugares donde se aplican de la manera en la que deber ir a vacunarse, los horarios y demás cosas.</p>

		<p>mismo tiempo el <i>storytelling</i> contar una historia que emocione a través de gráficas, comic con lo que la gente pueda identificarse y pueda tener un mayor impacto, si se quedaron en post planos no hay mayor impacto y si no hay acompañamiento de pauta a esos contenidos solo nos quedamos en orgánico realmente las campañas no funcionan.</p>	
9	<p>¿Qué elementos se debían utilizar para transmitir la información a través de las redes sociales?</p>	<p>...</p>	<p>Aplicamos todo tuvimos infografías más tuvimos informa graffías hicimos videos también, y algunas imágenes poco texto para explicar la gente no lee, más se lleva por imágenes y los videos explicativos.</p>
10	<p>¿Cuál considera usted fue el resultado que se obtuvo del manejo comunicacional de la campaña de vacunación en el año 2021 por parte del GAD municipal de Riobamba?</p>	<p>Lamentablemente yo tendría que acceder a las estadísticas, para hacer la revisión a las estadísticas y decirte cual fue el impacto o si realmente lo que se hico dentro de esa campaña vale la pena, pero lamentablemente no tengo acceso a estos datos, no te puedo decir si es positivo o negativo porque no estaba cerca de la campaña</p>	<p>Yo creo que fueron bastante positivas, logramos que la mayoría de la comunidad riobambeña acuda a los centros de vacunación no tuvimos inconvenientes en los centros de vacunación porque la mayoría ya estaba informada de lo que debe hacer y donde debía asistir</p>

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con la información recopilada de los diferentes instrumentos de investigación se pudo tener un enfoque completo sobre el “Uso de redes sociales del GAD Municipal en el plan de vacunación 2021”, determinándose tres puntos fundamentales, los cuales se pueden contrastar con las entrevistas realizadas, tanto a la persona responsable de su publicación como al experto en redes sociales, y por medio de las respuestas de la población de análisis por medio de su experiencia como usuarios.

En los resultados del análisis de contenido se determinó lo siguiente:

Tras el debido análisis de contenido se pudo determinar que los posts de la campaña de vacunación 2021, fueron publicados en horarios diferentes, sin relevancia en los públicos o usuarios con interés.

- Por medio del análisis de contenido de las publicaciones sobre la campaña de vacunación se pudo determinar que el 95% de ellas contaban con textos que sobrepasan las 30 palabras lo cual genera un desinterés en los usuarios.
- Para difusión de la información se utilizaron cuatro formatos de contenido: imagen, video, infografía y texto, los cuales se utilizaron en las diferentes plataformas, primando el uso de imágenes en un 47,1%.
- En referencia a las interacciones de los usuarios, se determinó que, de los 194 comentarios identificados, 191 son de carácter positivo o de aprobación.
- En las encuestas se pudo destacar lo siguiente:

Que el público que tiene mayor acceso e interés a las redes sociales (plataformas digitales) tiene un rango de edad comprendido entre los 19 hasta los 29 años, aunque también tenemos

un numero desde 30 años hasta los 49 años que poseen redes sociales, pero no les presentan interés de consumir contenido a diario.

- De las plataformas que posee el GAD Municipal de Riobamba, los resultados demuestran que la red social Facebook tiene un mayor impacto en los públicos con un 49.5%, seguido por Instagram con el 46,2%, y por último Twitter con el 4.04% de usuarios interesados en sus contenidos.
- Del 100% de las personas encuestadas solo el 8.2% se informó sobre el plan de vacunación a través de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba.
- Que, solo para el 6.09% de los encuestados la información que difunde el GAD Municipal por medio de sus redes sociales es oportuna, mientras que el 20% no la conoce, y el 21.1%, piensa que es completa pero el 51% restante opina que es escasa e insuficiente, esta información que se remite por medio de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba.
- Por medio de las entrevistas realizadas se puede definir que, tanto el especialista como la persona responsable de las publicaciones analizadas, concuerdan en los siguientes aspectos:

En un plan de redes sociales se debe apelar a las emociones de los públicos objetivos.

- Se debe segmentar el público y las redes sociales de acuerdo a cada uno de los contenidos que se van a transmitir en las publicaciones del GAD Municipal de Riobamba.
- Al poseer un Manual de uso de las redes sociales se debe utilizar como una herramienta a la hora de realizar una publicación, sobre todo cuando se duda de realizarla o en un momento de crisis.

Discusión

Conociendo los resultados obtenidos en la investigación, podemos discutir los parámetros que utilizamos con nuestra ayuda teórica para conocer la presencia de estos efectos, con la temática del uso de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba, para la comunicación del proceso de vacunación año 2021.

La comunicación como se plantea en el marco teórico Valencia (2018), es un proceso que en la temática de la investigación se lo plasma como el plan de vacunación el cual se interviene con distintos elementos, el emisor el GAD Municipal de Riobamba, el Receptor la población Riobambeña, el canal las redes sociales que utilizo la institución Facebook, Instagram y Twitter, con influencia del entorno social una pandemia, con los cuales se puede afirmar que este proceso de comunicación se realizó con el uso adecuado de los elementos. Conforme a las bases planteadas y prioridades para la investigación Uceda (2018), nos habla de la eficacia en la que se debe emitir un mensaje en las redes sociales con lo cual utilizamos los resultados de las encuestas realizadas para desmontar esta propuesta por el autor y los hechos de las publicaciones sabiendo que el 71.9% de nuestra población concuerda en que el mensaje emitido por estas plataformas digitales no es eficaz.

Para el análisis de contenido se usó como base principal la teoría estructuralista, ya que la misma nos plantea entender la codificación de un sistema de comunicación, con la cual desglosamos cada una de las 86 publicaciones realizadas en las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter, creando un sistema de codificación para cada uno de los parámetros utilizados con los cuales se pudo conocer la composición de cada una de las publicaciones, como su alcance y el impacto generado en los receptores comprendiendo totalidad, transformaciones y autorregulaciones.

La estructura de cada publicación desglosa cada parte de la misma, dejando al análisis cada uno de sus componentes, con lo cual la teoría de la comunicación interactiva es de gran

soporte hablando de los mensajes nuevos que se dan con los soportes tecnológicos y como estos entran en las multimedialidades, hablando allí de cada una de las herramientas que utilizo el GAD Municipal de Riobamba para emitir la campaña de vacunación.

León (2020) nos habla de las campañas en redes sociales realizando un aporte fundamental en nuestra investigación y su análisis con lo cual determinamos con este conocimiento previo como se lleva a cabo este proceso en las redes sociales indicándonos que el usuario tiene un papel importante siendo el que nos da parámetros para realizar las publicaciones en las distintas plataformas, a raíz de nuestras encuestas entendimos que desean los usuarios del GAD Municipal de Riobamba, el contenido y las redes sociales que utilizan anteriormente mostradas en los resultados de la investigación.

4.2 Conclusiones y recomendaciones

4.2.1 Conclusiones

Tras la investigación realizada se ha evidenciado que las publicaciones en las plataformas de las redes sociales del GAD Municipal de Riobamba sobre el plan de vacunación 2021, se generaron en tres plataformas digitales, Facebook, Instagram y Twitter, que son las principales redes sociales que maneja la institución como herramienta de comunicación.

Los contenidos realizados por el GAD Municipal de Riobamba fueron enfocados en infografías, imágenes, videos y textos, los cuales se utilizaron principalmente para el plan de vacunación del 2021. Con los resultados obtenidos se pudo comprobar que las publicaciones no fueron generadas con una estrategia previa de difusión en redes. Con los análisis de contenido nos podemos dar cuenta que las personas que siguen a la página no reaccionan a las publicaciones, es decir cada una de las publicaciones no tiene el debido alcance.

Las personas desean tener redes sociales con contenido diferente, ya que se puede observar que nuestro nuevo público tiene un rango de edad distinto y necesitan ser atraídos por publicaciones enfocadas a sus necesidades particulares, por lo cual se realizó una propuesta de manual de uso de redes sociales en tema de crisis sanitaria.

4.2.2 Recomendaciones

- Realizar un estudio de mercado tanto en los seguidores de la página como en la población general, con la finalidad de conocer que esperan los usuarios recibir como información en torno a estas campañas sanitarias para la mejora de las publicaciones e información de cada una, y así atraer a nuevos seguidores dentro de la localidad con el propósito de mantenerlos informados.
- Utilizar la información recogida en el estudio de mercado para generar nuevas estrategias entorno a las plataformas digitales, con ayuda de las herramientas en cada una de ellas como promocionar las campañas por medio de un pauta digital.
- Elaborar y utilizar el Manual de uso de las redes sociales, actualizarlo de manera permanente, basándose en las métricas de evaluación de impacto en cada una de las campañas.

4.3 Propuesta:

Manual de uso de Redes Sociales institucional para manejo de crisis sanitarias.

4.3.1 Elaboración de la propuesta

Este manual va dirigido al área de comunicación del Gad Municipal de Riobamba, con la elaboración del mismo se espera ayudar con una guía para la realización de las próximas publicaciones en posteriores crisis sanitarias, en las siguientes plataformas Facebook, Instagram y Twitter.

4.2.1.2 Objetivo

Crear un manual de redes sociales la cual contenga estrategias comunicaciones, como guía para futuras campañas que ayuden al GAD municipal Riobamba a tener un mayor alcance.

4.2.2 Elaboración de las estrategias comunicacionales

Con ayuda de los resultados de la investigación se ha creado un manual aplicativo, con los contenidos que a nuestra población le gusta en mayor porcentaje, aplicándolo con la ayuda de las entrevistas del experto y las formas de manejo ya existente en el área de comunicación de la institución.

4.2.2.1 Ficha técnica

Tabla N° 20 Ficha técnica de la Propuesta

Nombre del manual	Tamaño	Color del Manual	Número de páginas
Uso de Redes Sociales GAD municipal de Riobamba	A4 horizontal (21 x 29,7cm)	Paleta de colores institucional (rojo, azul) Y colores complementarios	13

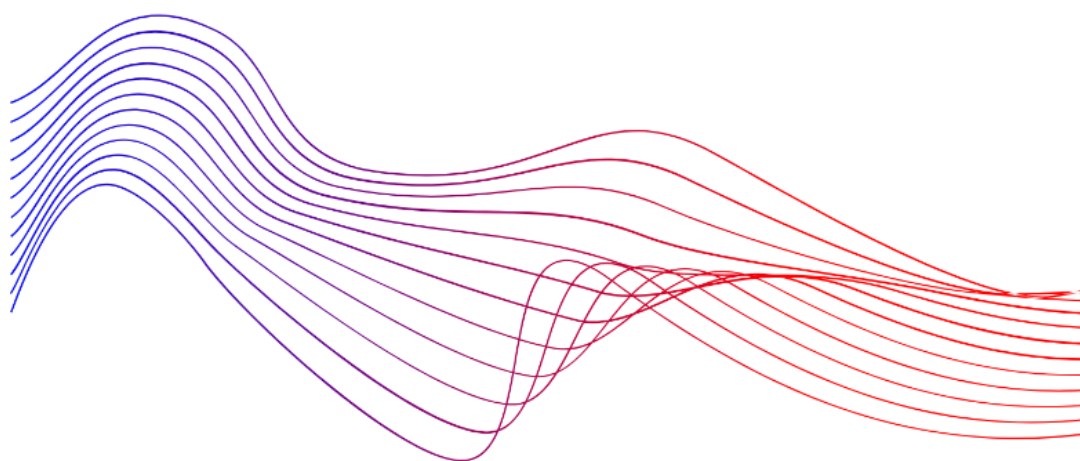
4.3. Manual de redes sociales en crisis sanitarias



GAD MUNICIPAL
RIOBAMBA

MANUAL DE REDES SOCIALES

CRISIS SANITARIA





Introducción

Las crisis sanitarias han existido siempre, por problemas desde el área de salud, con enfermedades de alto riesgo, con probabilidades de incidencia o letalidad.

Por lo cual es de gran importancia tener un buen manejo comunicacional como una guía para poder sobrellevar estas situaciones en un futuro, el presente manual contiene formatos de texto, imágenes y videos para las distintas plataformas, así como estrategias de rápida acciones para cada una de las redes sociales.

Las siguientes estrategias están basadas desde una encuesta previa a la comunidad riobambeña la cual nos ayudo a obtener respuestas claves para la creación de estrategias clara y concisas.

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023

Crisis sanitaria

Las crisis sanitarias son problemas que se dan en el área de la salud, que afecta a los individuos de una población, ya sea con afecciones virales repentinas, inusuales con un alto nivel de riesgo.

Su gravedad se suele medir por el número de personas afectadas, por su extensión geográfica, o por la morbilidad o mortalidad del proceso patógeno que lo origina

Manejo comunicacional

El manejo comunicacional, es un monitoreo de como se llevan a cabo los mensajes de un grupo determinado, el canal que se utilizan, y como este mensaje llega al emisor, con diversos factores que pueden llegar a influenciar en el proceso.

La comunicación es una herramienta con gran impacto en las instituciones ya que ayudan a impartir su información de forma efectiva a la colectividad, al mantener un manejo óptimo del mismo nos lleva a ser oportunos precisos y efíaces.

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023

Herramientas

Las redes sociales son nuestra principal herramienta para afrontar una crisis desde la comunicación, con la finalidad de informar a la comunidad, tranquilizar y guiar en este proceso, por lo cual es fundamental conocer los formatos que tenemos a nuestra disposición y como usar cada uno de ellos en las distintas plataformas.

Las herramientas adicionales son: el mensaje, el formato, el lenguaje y la importancia del mensaje.

Manejo de redes sociales

El tener un buen manejo de las redes sociales es fundamental para poder llegar a nuestro publico en una crisis sanitaria, como ya se vivió en el covid-19, se pudo ver que la comunidad decidió informarse por las plataformas digitales, con el cual un monitoreo de las mismas y un uso optimo es importante.

Las redes sociales son distintas y poseen distinto nichos de mercados por lo cual la difusión de su información debe ser de forma distinta en cada una de las plataformas.

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Municipio de
Riobamba

Redes Sociales

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



01

FACEBOOK

En esta plataforma poseemos un gran nicho de mercado por lo cual se puede usar de manera continua en información formal, con palabras técnicas, usando texto en su mayoría de post.

02

TWITTER

Esta plataforma se maneja de manera más escrita pero debemos tener en cuenta que nuestro nicho es bajo, así que no colocaremos palabras técnicas ni rebuscadas pocas imágenes

03

INSTAGRAM

Las fotografías son el centro de esta red social, vamos a usar infografías informando sobre los usos de precaución, imágenes que visualmente expliquen la situación, el texto no es relevante.

04

TIK TOK

Entorno a esta nueva plataforma lo que predominan son los videos por lo cual es importante para nosotros sacar a nuestras entidades a cargo realizando un video informativo para tranquilizar a nuestras audiencias



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023

Logo y colores institucionales



Municipio de
Riobamba

EL ROJO, EL CELESTE Y EL AZUL

Son colores que deben predominar en nuestras publicaciones, nos identifica como institución así que se debe incorporar en nuestro estilo e imagen.

El logo es la parte central de la imagen que damos a nuestros usuarios el principal identificativo por lo cual con la mano de los colores no se lo debe variar en cuando a los mismo



Municipio de
Riobamba



Municipio de
Riobamba

Estos logos son alternativos del principal para la misma utilización dependiendo del fondo, y el contraste de colores que quede acorde, el logo el blanco es la mejor alternativa para cualquier fondo lleno de color, pero no se debe establecer en todos los post

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Texto

- El límite de las palabras utilizar será aproximadamente de 25 a 30 palabras
- Utilizaremos un lenguaje sencillo para que nuestra audiencia pueda entender y comprender el mensaje de nuestra publicación.
- Se utilizará 1 a 3 hashtags dependiendo el tema.
- Se agregará un enlace de la página de web.

Imágenes

- Foto de perfil: 170 x 170 px en los ordenadores, de 128 x 128 px en smartphones
- Foto de portada: 820 x 312 píxeles
- Imagen cuadrada en publicaciones: 1200 x 1200 px.
- Imagen horizontal en publicaciones: 1200 x 630 px.
- Imagen de enlace compartido: 1200 x 630 px.
- Imagen de Facebook Stories: 1080 x 1920 px.

Video

- Aspecto del video: de 9:16 a 16:9.
- Resolución recomendada: 27 la relación de aspecto y la mejor calidad del fotograma que se pueda subir a Facebook.
- H.264, píxeles cuadrados, velocidad de fotogramas fija, compresión de audio AAC estéreo a 128 kbps.
- Tamaño del archivo de video: 4 GB.
- Duración mínima del video: 20 segundos.
- Duración máxima del video: 1 minuto.

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Texto

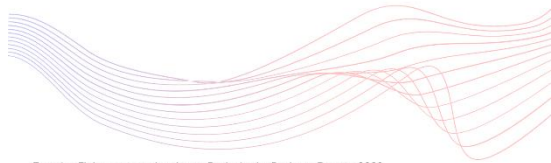
- El límite de las palabras no se extenderá de 30 palabras.
- Utilizaremos un lenguaje sencillo para que nuestra audiencia pueda entender y comprender el mensaje de nuestra publicación.
- Se utilizará 1 a 3 hashtag dependiendo el tema.
- Se agrega un enlace de la página de web.

Imágenes

- Foto de perfil: 400 x 400 px.
- Foto de cabecera: 1500 x 500 px.
- Foto del Tweet: 1024 x 512 px

Video

- Resolución recomendada: 27 la relación de aspecto y la mejor calidad del fotograma



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Texto

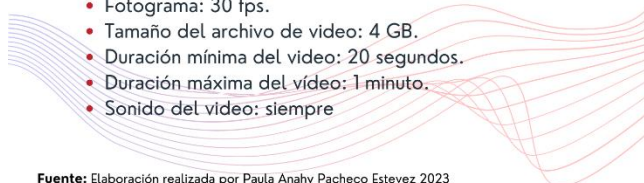
- El límite de las palabras utilizar será aproximadamente de 25 a 30 palabras
- Utilizaremos un lenguaje sencillo para que nuestra audiencia pueda entender y comprender el mensaje de nuestra publicación.
- Se utilizará 1 a 3 hashtags dependiendo el tema.
- Se agregará un enlace de la página de web.

Imágenes

- Imagen de perfil: 110 x 110 px.
- Foto cuadrada del Feed: 1080 x 1080 px
- Foto horizontal: 1080 x 566 px
- Foto vertical: 1080 x 1350 px
- Foto de Instagram Stories: 1080 x 1920 px

Video

- H.264 y velocidad de bits de 3.500 kbps con una velocidad de fotogramas de 30 fps
- Relación de aspecto del video: 1:1 (1080 x 1080)
- Resolución recomendada: 1.91:1 (1080 x 608 pixeles); 4:5 (1080 x 1350 pixeles)
- Fotograma: 30 fps.
- Tamaño del archivo de video: 4 GB.
- Duración mínima del video: 20 segundos.
- Duración máxima del video: 1 minuto.
- Sonido del video: siempre



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Texto

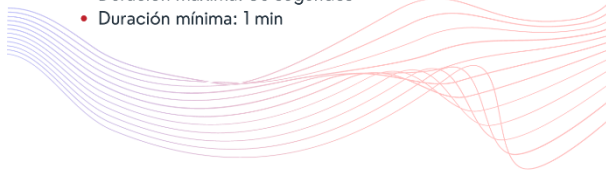
- El límite de palabras será aproximadamente 15 palabras.
- Utilizaremos un lenguaje sencillo para que nuestra audiencia pueda entender y comprender el mensaje de nuestra publicación.
- Se utilizará 1 a 3 hashtag dependiendo el tema.

Imágenes

- Foto del perfil: 200 x 200 px.

Video

- Orientación del video: Vertical
- Dimensiones: 1080 x 1920 px.
- Margen del video: 150 x 64 px
- Resolución: 9:16
- Duración máxima: 30 segundos
- Duración mínima: 1 min



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Horarios de publicación

01 FACEBOOK

09:00H
13:00H
15:00H

02 TWITTER

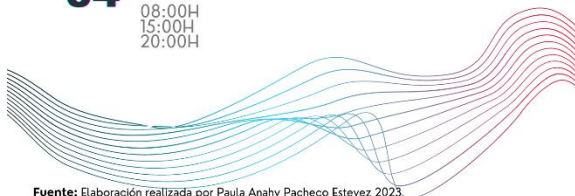
06:00H
11:00H
18:00H

03 INSTAGRAM

15:00H
18:00H
20:00H

04 TIK TOK

08:00H
15:00H
20:00H

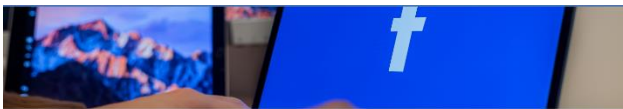


Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023

ESTRATEGIAS

para cada plataforma

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



FACEBOOK

Estrategia: Crear contenido informativo



Acción 1:

Crear videos cortos con una duración alrededor de 25segundo máximo de 45 segundo tiempo en el cual se capta la atención del usuario



Acción 2:

Presentación de fotografías. Utilizaremos en nuestras publicaciones (fotos -Videos) Marca de agua



Acción 3:

Utilizaremos un lenguaje coloquial para que nuestro público nos entienda. Se agregará Hipertextos para re direccionar nuestro contenido a las otras plataformas.

Se utilizarán entre 2 a 5 Hashtags dependiendo la relevancia.

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Twitter

Estrategia: Los textos, hashtags e imágenes serán nuestros aliados



Acción 1:

Tratar de ser tendencia con la finalidad de ganar seguidores en la plataforma.
Se agregarán emojis para mejorar la interacción



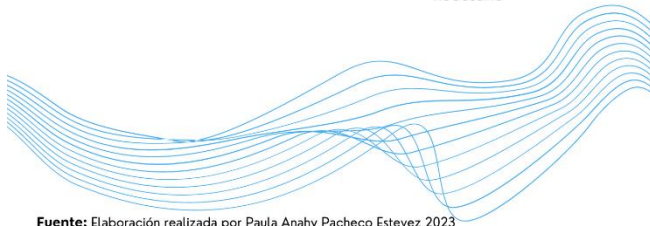
Acción 2:

Los hashtags se utilizarán de acuerdo a la temática a tratar.
Se utilizar los mismo que Facebook



Acción 3:

Si se cree necesario crear hilos controlados de 3 a 4 comentarios para no cansar a la audiencia, agregar 1 o 2 imágenes en el proceso si es necesario



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Instagram

Estrategia: presentar productos comunicacionales por los cuales las infografías serán nuestro mayor contenido en esta plataforma, así como los videos y un poco de fotos.



Acción 1:

Crear videos cortos en Reels cortos pero completos, con dirección a IGTV para ampliar información



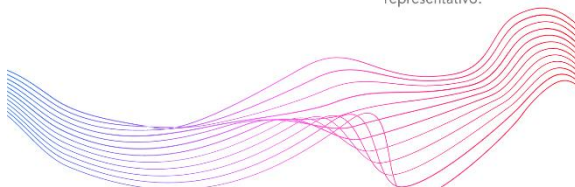
Acción 2:

Elaborar infografías en las que se explique detalladamente la información oportuna, colocar nuestro logo en un lugar visible



Acción 3:

Con las imágenes tomar en cuenta el formato de la plataforma no repetir las imágenes de otras plataformas y cada una con nuestro logo representativo.



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Comunicados oficiales

Los comunicados oficiales, son emitidos desde la propia entidad con una información que se necesita difundir de manera inmediata.

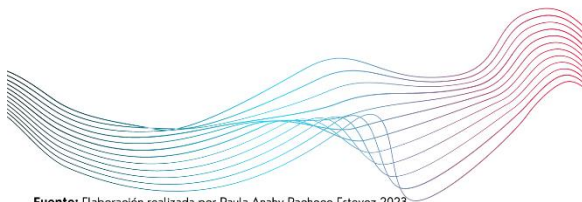
Por lo cual se debe difundir en las historias de las siguientes plataformas:

Facebook

Instagram

Whatsapp

Para mantener una constancia de este comunicado se lo posteará de manera publica en la pagina web de la institución y también en la pagina de facebook de la entidad.



Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023



Métricas a conseguir

Conseguir informar a la audiencia, a través de la difusión de nuestro contenido en este tiempo.

Comprobar la interacción de la audiencia con nuestras plataformas, y cambiar para mejorar.

Verificar si los cambios fueron en pro del usuario.

Generar nuevas propuestas de comunicación en un horario acoplado a las interacciones que se recibieron en este tiempo.

Analizar los contenidos y las plataformas como han surgido y los contenidos con mayor interacción.

Crear contenido en plataformas con menos interacciones para crear un engagement.

Fuente: Elaboración realizada por Paula Anahy Pacheco Estevez 2023

BIBLIOGRAFÍA

- Aignerren, M. (2005). El cuestionario. p. 1-79. La sociología en sus escenarios.
- Bernete, F. (2013). *Análisis de contenido. Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos.* 221-263.
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. p. 221;263. Madrid, España: Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos. Obtenido de [https://eprints.ucm.es/id/eprint/24160/1/Bernete%20\(2013b\).pdf](https://eprints.ucm.es/id/eprint/24160/1/Bernete%20(2013b).pdf)
- Cáceres, G. (1 de enero de 2010). LA INTERNET Y SUS REDES SOCIALES. COMUNICOLOGÍA E INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE UN FENÓMENO AÚN EMERGENTE. *Razón y Palabra*, 6. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914051.pdf>
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. 2, p.1-11. Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia.
- Colina, C. L. (1 de enero de 1996). La teoría de las redes sociales. 48, p. 103:126. *Papers: revista de sociologia.* doi:<https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Comunicación, S. G. (15 de Agosto de 2020). El Presidente de la República amplió por 30 días más el Estado de Excepción en todo el territorio nacional. *coronavirusecuador.*
- Echandía, D. (1981). Compendio de derecho procesa. Bogotá: ABC.
- Ecuador, G. d. (2010). *Gob.ec.* Obtenido de <https://www.gob.ec/gadmr#:~:text=%E2%80%9CEl%20Gobierno%20Aut%C3%B3nomo%20Descentralizado%20Municipal,econ%C3%B3mico%20y%20sustentable%20del%20territorio%3B>
- Giraldo, C., Naranjo, S., Tobar, E., & Cordova, J. (2008). *Teorías de la Comunicación C.* Bogotá: [Archivo PDF].
- Gómez, F. S. (2016). La comunicación. Salus.

- González, J. L. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica.
- Hernández, M. A., García, S. C., Abejón, N. L., & Zazo, M. R. (2010). *Estudio de encuestas*. Estudio de Encuestas, 100.
- Ibañez, C., & Egoscozábal, A. M. (1 de agosto de 2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *64*, p. 5:18. Revista escuela de administración de negocios,. doi:10.21158/01208160.n64.2008.450
- León, J. C. (2020). *las campañas políticas y gobiernos en las redes sociales*. Mexico: Grupo Rodrigo Porrúa.
- Munarriz, B. (1992). Técnicas y métodos en investigación cualitativa. p. 101;116. Universidad del País Vasco. Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/8533/CC-02art8ocr.pdf?sequence=1&isAllo>
- Nieto, N. E. (2018). Tipos de investigación. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- OWD. (07 de Marzo de 2022). *Our World in Data*. Obtenido de Our World in Data: <https://ourworldindata.org/coronavirus-data>
- Pazmiño, P. A. (2010). *El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito*. Quito: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.
- Piaget, J. (1995). El Estructuralismo (VI.34). Publicaciones CruzO.,SA.
- Renó, D., & Flores, J. (2018). *Periodismo transmedia*. Ria editorial .
- Ron, R., Álvarez, A., & Núñez, P. (2015). *Niño, adolescentes y redes sociales*. Madrid: Esic.
- Ruiz, R. (2007). *El Metodo científico y sus Etapas*. Mexico.
- Salinas, P., & Cárdenas, M. (2009). *Metodos de Investigación social*. Quito : Intiyan EDICIONES CIESPAL.

- Salud, O. M. (9 de Julio de 2020). Obtenido de apps.who.int.:
[https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333390/WHO-2019-nCoV-Sci_Brief-Transmission_modes-2020.3-](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333390/WHO-2019-nCoV-Sci_Brief-Transmission_modes-2020.3)
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones "elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva"*. Barcelona: Gedisa. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=gDsIBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Scolari, C. A. (26 de julio de 2012). Comunicación digital. *Recuerdos del futuro*. 21, 4, p.337;340. *Profesional De La Informacion*. doi:10.3145/epi.2012.jul.01
- Torrecilla, J. M. (2006). *La entrevista*. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid. 1-20.
- Zurita, S. M., & Monge, E. P. (2018). *Redes sociales y plataformas tecnologicas como herramineta de difusión de la gastronomía ecuatoriana y negocios restauranteros*. Caribeña de Ciencias Sociales.

ANEXOS

1. Guía de Cuestionario

a. Preguntas de identificación

1. ¿Cuál es su rango de edad?
2. Su género es

b. Preguntas sobre redes sociales y covid-19

1. Usted se vacunó contra la COVID-19 en el año 2021
2. ¿En el año 2021 usted tenía conocimiento sobre el plan de vacunación?
3. ¿A través de qué medio usted se informó sobre el plan de vacunación en el año 2021?
4. ¿Según su conocimiento, qué entidad estuvo al mando del plan de vacunación en Riobamba 2021?
5. ¿Tiene redes sociales personales
6. ¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza usted o mantiene una cuenta activa?
7. ¿En lo que tiene que ver a los contenidos en redes sociales, ¿qué es lo que más le llama la atención?

c. Preguntas sobre el Gad municipal y sus redes sociales

8. ¿Sigue usted al GAD Municipal de Riobamba en sus redes sociales?
9. ¿Cuál son las redes sociales del GAD de Riobamba que sigue?
10. ¿Se informó sobre el proceso de vacunación a través de las redes sociales del Gad municipal de Riobamba?
11. ¿La información difundida a través de las redes sociales del Gad municipal de Riobamba fue de utilidad para usted, en lo concerniente al proceso de vacunación?
12. ¿A su criterio, el Gad municipal de Riobamba contribuyó a informar sobre el proceso de vacunación, recintos, horarios, requisitos?
13. La información difundida por el Gad municipal de Riobamba sobre el proceso de vacunación a su criterio ha sido: (seleccione una opción).

2. Guía de preguntas para entrevistadas

Preguntas para encargado del área de comunicación Gad Municipal Riobamba:

1. ¿El GADM cuenta con un plan de manejo de las redes sociales?
2. ¿Cuáles son las premisas de este plan?
3. ¿Cuáles son las principales redes sociales que utilizan para comunicarse con los diferentes públicos?
4. ¿Cuáles son las estrategias que aplican en cada una de ellas?
5. ¿Cómo entidad pública, cuáles son las métricas que miden para determinar el impacto de las publicaciones en redes sociales?
6. ¿En el contexto de la campaña de vacunación, cuál fue la premisa en la comunicación con la colectividad a través de las redes sociales?
7. ¿Qué tipo de publicaciones se efectuaron dentro de este contexto?
8. ¿Qué elementos se utilizaron para transmitir la información a través de las redes sociales?
9. ¿Cuáles fueron los resultados que se obtuvieron del manejo comunicacional de la campaña de vacunación en el año 2021?
10. ¿Cuentan con un manual para manejo de las redes sociales?

Preguntas para especialista en redes sociales.

José Rivera

- 1.- Hablando de las instituciones públicas ¿deben contar con un Plan de redes sociales? ¿Por qué?
- 2.- ¿Cuáles deberían ser las premisas del plan de redes sociales?
- 3.- Cuáles son las redes sociales más efectivas para comunicarse con las audiencias, desde las instituciones públicas?
- 4.- Cuáles son las principales estrategias a aplicar en: (depende de las redes que use el municipio)
Facebook:
Instagram:
YouTube:
TikTok:
- 5.- ¿Cuáles son las principales métricas que se deberían utilizar para medir el impacto en las redes sociales?
- 6.- ¿Cuál es la importancia de contar con un manual para manejo de las redes sociales?
- 7.- ¿En el contexto de la campaña de vacunación, ¿cuál cree usted debió ser la premisa en la comunicación con la colectividad a través de las redes sociales?
- 8.- ¿Qué tipo de publicaciones debían efectuarse dentro de este contexto?
- 9.- ¿Qué elementos se debían utilizar para transmitir la información a través de las redes sociales?
- 10.- ¿Cuál considera usted fue el resultado que se obtuvo del manejo comunicacional de la campaña de vacunación en el año 2021 por parte del GAD municipal de Riobamba?

3. Entrevistas

3.1 Entrevista José Rivera (especialista)

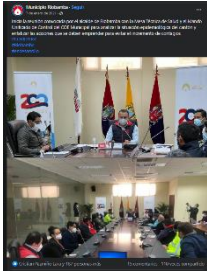


3.2 Entrevista Danilo Vinueza (encargado del área de comunicación GAD Municipal Riobamba)

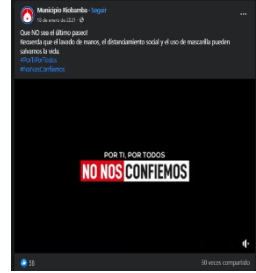


4. Publicaciones

FiguraN°.1 Matriz 1 (Facebook)



FiguraN°.2 Matriz 2 (Facebook)



FiguraN°.3 Matriz 3 (Facebook)



FiguraN°.4 Matriz 4 (Facebook)



FiguraN°.5 Matriz 5 (Facebook)



FiguraN°.6 Matriz 6 (Facebook)



FiguraN°.7 Matriz 7 (Facebook)



FiguraN°.8 Matriz 8 (Facebook)



FiguraN°.9 Matriz 9 (Facebook)



FiguraN°.10 Matriz 10 (Facebook)



FiguraNº.11 Matriz 11 (Facebook)



FiguraNº.12 Matriz 12(Facebook)



FiguraNº.13 Matriz 13 (Facebook)



FiguraNº.14 Matriz 14 (Facebook)



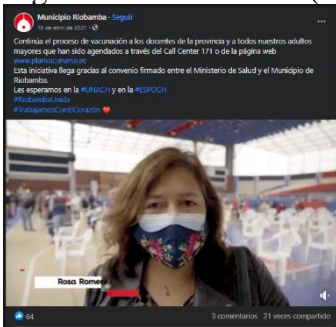
FiguraNº.15 Matriz 15 (Facebook)



FiguraNº.16 Matriz 16(Facebook)



FiguraNº.17 Matriz 17 (Facebook)



FiguraNº.18 Matriz 18 (Facebook)



FiguraNº.19 Matriz 19 (Facebook)

FiguraNº.20 Matriz 20 (Facebook)



FiguraN°.21 Matriz 21 (Facebook)



FiguraN°.22 Matriz 22 (Facebook)



FiguraN°.23 Matriz 23 (Facebook)



FiguraN°.24 Matriz 24 (Facebook)



FiguraN°.25 Matriz 25 (Facebook)



FiguraN°.26 Matriz 26 (Facebook)



FiguraN°.27 Matriz 27 (Facebook)



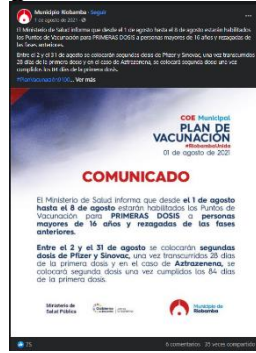
FiguraN°.28 Matriz 28 (Facebook)



FiguraNº.29 Matriz 29 (Facebook)



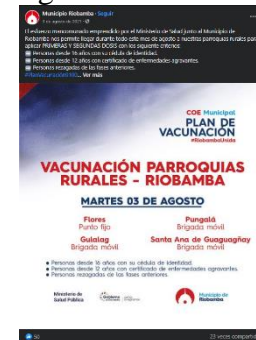
FiguraNº.30 Matriz 30 (Facebook)



FiguraNº.31 Matriz 31 (Facebook)



FiguraNº.32 Matriz 32 (Facebook)



FiguraNº.33 Matriz 33 (Facebook)



FiguraNº.34 Matriz 34 (Facebook)



FiguraNº.35 Matriz 35 (Facebook)



FiguraNº.36 Matriz 36 (Facebook)



FiguraNº.37 Matriz 37 (Facebook)



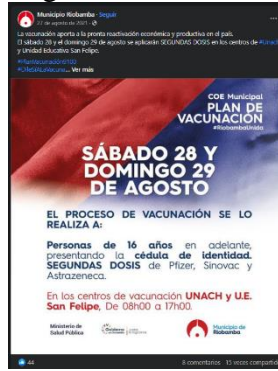
FiguraNº.38 Matriz 38 (Facebook)



FiguraNº.39 Matriz 39 (Facebook)



FiguraNº.40 Matriz 40 (Facebook)



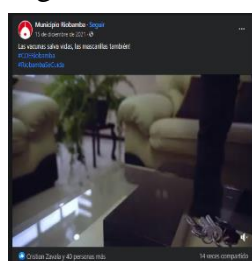
FiguraNº.41 Matriz 41 (Facebook)



FiguraNº.42 Matriz 42 (Facebook)



FiguraNº.43 Matriz 43 (Facebook)



FiguraNº.44 Matriz 44 (Facebook)



FiguraNº.45 Matriz 45 (Facebook)



FiguraNº.46 Matriz 46 (Facebook)



FiguraNº.47 Matriz 47 (Facebook)



FiguraNº.48 Matriz 48 (Facebook)

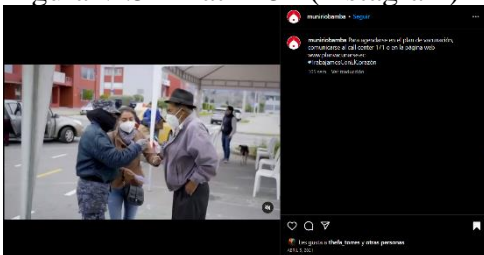


FiguraNº.49 Matriz 49 (Facebook)

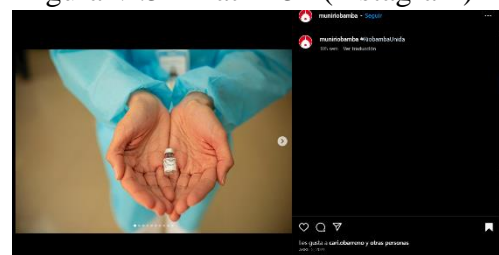
FiguraNº.50 Matriz 50 (Instagram)



FiguraNº.51 Matriz 51 (Instagram)



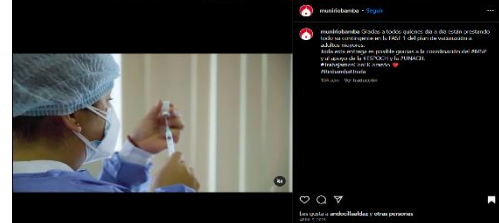
FiguraNº.52 Matriz 52 (Instagram)



FiguraNº.53 Matriz 53 (Instagram)



FiguraNº.54 Matriz 54 (Instagram)



FiguraNº.55 Matriz 55 (Instagram)



FiguraNº.56 Matriz 56 (Instagram)



FiguraNº.57 Matriz 57 (Instagram)



FiguraNº.58 Matriz 58 (Twitter)



FiguraNº.59 Matriz 59 (Twitter)

FiguraNº.60 Matriz 60 (Twitter)



FiguraN° .61 Matriz 61 (Twitter)



FiguraN° .62 Matriz 62 (Twitter)



FiguraN° .63 Matriz 63 (Twitter)

FiguraN° .64 Matriz 64 (Twitter)

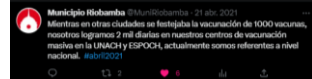


FiguraN° .65 Matriz 65 (Twitter)

FiguraN° .66 Matriz 66 (Twitter)



FiguraN° .67 Matriz 67 (Twitter)



FiguraN° .68 Matriz 68 (Twitter)

FiguraN° .69 Matriz 69 (Twitter)



FiguraN° .70 Matriz 70 (Twitter)

FiguraN° .71 Matriz 71 (Twitter)



FiguraN° .72 Matriz 72 (Twitter)

FiguraN° .73 Matriz 73 (Twitter)



FiguraNº.73 Matriz 73 (Twitter)



FiguraNº.75 Matriz 75 (Twitter)



FiguraNº.77 Matriz 77 (Twitter)



FiguraNº.79 Matriz 79 (Twitter)



FiguraNº.81 Matriz 81 (Twitter)



FiguraNº.83 Matriz 83 (Twitter)



FiguraNº.74 Matriz 74 (Twitter)



FiguraNº.76 Matriz 76 (Twitter)



FiguraNº.78 Matriz 78 (Twitter)



FiguraNº.80 Matriz 80 (Twitter)



FiguraNº.82 Matriz 82 (Twitter)



FiguraNº.84 Matriz 84 (Twitter)



FiguraN°.85 Matriz 85 (Twitter)



FiguraN°.86 Matriz 86 (Twitter)



1. Matriz Análisis de contenido

Tabla N°18. Matriz del análisis de contenido 1 /Publicación 1

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #1									
RDS	FACEBOOK									
FDP	7/1/2021									
HDP	08:00:00 H									
FDC										
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
Descripción general	Inicia la reunión convocada por el alcalde de Riobamba con la Mesa Técnica de Salud y el Mando Unificado de Control del COE Municipal para analizar la situación epidemiológica del cantón y enfatizar las acciones que se deben emprender para evitar el incremento de contagios									
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR			
1	#COVID19ec	1	Mesa técnica de Salud	COMENTARIOS		15	POSITIVO		15	
2	#Riobamba	2	COE Municipal	REACCIONES		191	POSITIVO		119	
3	#endesarrollo			VECES COMPARTIDAS		111	NO DEFINE		111	

Tabla N°19. Matriz del análisis de contenido 2 /Publicación 2

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #2									
RDS	FACEBOOK									
FDP	18/1/2021									
HDP	14:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
Descripción general	¡Que NO sea el último paseo! Recuerda que el lavado de manos, el distanciamiento social y el uso de mascarilla pueden salvarnos la vida									
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR			
1	#PorTiPorTodos	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		0	NO DEFINE		0	
2	#NoNosConfiamos			REACCIONES		59	POSITIVO		59	
				VECES COMPARTIDAS		0	NO DEFINE		0	
				VECES REPRODUCIDA		769	NO DEFINE		769	

Tabla N°20. Matriz del análisis de contenido 3 /Publicación 3

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #3									
RDS	FACEBOOK									
FDP	21/1/2021									
HDP	13:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
Descripción general	El Municipio de Riobamba realiza constantes recorridos visitando los establecimientos que generan actividades económicas en el cantón con la finalidad de verificar el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad en la atención al cliente. A quienes cumplen con las normativas les entregamos la insignia #RiobambaBiosegura que garantiza los procedimientos internos para precautelar nuestra salud y la de las familia riobambeñas									
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR			
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		1	POSITIVO		1	
				REACCIONES		75	POSITIVO		75	
				VECES COMPARTIDAS		0	NO DEFINE		0	
				VECES COMPARTIDAS		1,5MIL	NO DEFINE		1,5MIL	

Tabla N°21. Matriz del análisis de contenido 4 /Publicación 4

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #4								
RDS	FACEBOOK								
FDP	29/1/2021								
HDP	11:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
Descripción general	La prevención en esta pandemia es tarea de todos. El Municipio de Riobamba entregó en la parroquia de San Juan, termómetros electrónicos y Oxímetro de pulso que servirán para realizar un diagnóstico preliminar directamente en territorio. La atención temprana es VITAL frente al #covid19ec. Juntos superaremos esta pandemia								
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad		Si	
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#covid19ec	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		5	POSITIVO		5
				REACCIONES		126	POSITIVO		126
				VECES COMPARTIDAS		44	NO DEFINE		44

Tabla N°22. Matriz del análisis de contenido 5 /Publicación 5

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #5								
RDS	FACEBOOK								
FDP	31/1/2021								
HDP	10:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
Descripción general	La prevención en esta pandemia es tarea de todos. Equipamos a nuestras comunidades en parroquias rurales con termómetros electrónicos y Oxímetro de pulso que servirán para realizar un diagnóstico preliminar directamente en territorio. Llegamos a la Candelaria, parroquia San Luis donde capacitamos sobre el uso de los equipos y los signos de alerta a tener en cuenta. La atención temprana es VITAL frente al #covid19ec.								
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad		Si	
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#covid19ec	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		1	POSITIVO		1
				REACCIONES		69	POSITIVO		69
				VECES COMPARTIDAS		28	NO DEFINE		28

Tabla N°23. Matriz del análisis de contenido 6 /Publicación 6

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #6								
RDS	FACEBOOK								
FDP	29/3/2021								
HDP	14:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
Descripción general	El Municipio de #Riobamba no ha parado de contribuir con la salud de todos los riobambeños durante la emergencia sanitaria e informa a la ciudadanía que firmó un convenio de cooperación con el Ministerio Salud Ecuador para fortalecer y garantizar el proceso de distribución y aplicación de las vacunas en todo el cantón.								
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad		No	
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#Riobamba	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		17	POSITIVO		17
2	#GestiónConResultados	2	Ministerio de salud	REACCIONES		209	POSITIVO		209
				VECES COMPARTIDAS		63	NO DEFINE		63

Tabla N°24. Matriz del análisis de contenido 7 /Publicación 7

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #7								
RDS	FACEBOOK								
FDP	29/3/2021								
HDP	18:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
Descripción general	En vivo la firma del convenio entre el Alcalde Riobamba y el Ministro de Salud para fortalecer y garantizar el proceso de distribución y aplicación de las vacunas en el cantón.								
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	0	1	Alcalde de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
		2	Ministro de salud	REACCIONES	20	POSITIVO			20
				VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0
				VECES REPRODUCIDA	8,6 mil	NO DEFINE			8,6 mil

Tabla N°25. Matriz del análisis de contenido 8 /Publicación 8

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #8								
RDS	FACEBOOK								
FDP	29/3/2021								
HDP	19:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
Descripción general	Firmamos el convenio para la aplicación de vacunas en nuestro cantón con el Ministro de Salud, Mauro Falconí. Se fortalecen las acciones de prevención con el inicio del plan de inmunización a los ciudadanos para hacer frente a la COVID-19								
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	9				9
		2	Ministro de Salud, Mauro Falconí	REACCIONES	137	POSITIVO			137
				VECES COMPARTIDAS	44	NO DEFINE			44

Tabla N°26. Matriz del análisis de contenido 9 /Publicación 9

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #9								
RDS	FACEBOOK								
FDP	29/3/2021								
HDP	19:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	2	POSITIVO			2
		2	Ministro de Salud, Mauro Falconí	REACCIONES	31	POSITIVO			31
				VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0
				VECES REPRODUCIDA	5,2 mil	NO DEFINE			5,2 mil

Tabla N°27. Matriz del análisis de contenido 10 /Publicación 10

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #10								
RDS	FACEBOOK								
FDP	4/4/2021								
HDP	18:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad		No	
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#RiobambaUnida	1	Ministerio de Salud	COMENTARIOS		8	POSITIVO		8
		2	Municipio de Riobamba.	REACCIONES		119	NO DEFINE		119
				VECES COMPARTIDAS		4,8 mil	NO DEFINE		4,8 mil

Tabla N°28. Matriz del análisis de contenido 11 /Publicación 11

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura # 11									
RDS	FACEBOOK									
FDP	5/4/2021									
HDP	18:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad		No		
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR			
1	#TrabajamosConElCorazón	1	Ministerio de Salud	COMENTARIOS		11	POSITIVO		11	
		2	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	REACCIONES		15	POSITIVO		15	
				VECES COMPARTIDAS		2,8 mil	NO DEFINE		2,8 mil	

Tabla N°29. Matriz del análisis de contenido 12 /Publicación 12

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #12								
RDS	FACEBOOK								
FDP	6/4/2021								
HDP	09:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad		No	
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#TrabajamosConElCorazón	1	Ministerio de Salud Pública	COMENTARIOS		9	POSITIVO		9
		2	Municipio de Riobamba	REACCIONES		124	POSITIVO		124
				VECES COMPARTIDAS		60	NO DEFINE		60

Tabla N°30. Matriz del análisis de contenido 13 /Publicación 13

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #13								
RDS	FACEBOOK								
FDP	9/4/2021								
HDP	15:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#Riobamba	1	Municipio de Latacunga	COMENTARIOS		14	POSITIVO		14
2	#ESPOCH	2	Ministerio de Salud	REACCIONES		160	POSITIVO		160
3	#GestiónConResultados	3	Municipio de Riobamba	VECES COMPARTIDAS		57	NO DEFINE		57

Tabla N°31. Matriz del análisis de contenido 14 /Publicación 14

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #14								
RDS	FACEBOOK								
FDP	10/4/2021								
HDP	07:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#ESPOCH	1	Ministerio de Salud	COMENTARIOS		7	POSITIVO		7
2	#TrabajamosConElCorazón	2	ESPOCH	REACCIONES		101	POSITIVO		101
		3	Municipio de Riobamba	VECES COMPARTIDAS		0	NO DEFINE		0
				VECES REPRODUCIDA		1,6 mil	NO DEFINE		1,6 mil

Tabla N°32. Matriz del análisis de contenido 15 /Publicación 15

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #15								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	12/4/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#TrabajamosConElCorazón	1	UNACH	COMENTARIOS		0	NO DEFINE		0
		2	Municipio de Riobamba	REACCIONES		35	POSITIVO		35
				VECES COMPARTIDAS		0	NO DEFINE		0

Tabla N°33. Matriz del análisis de contenido 16 /Publicación 16

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #16									
RDS	FACEBOOK									
FDP	13/4/2021									
HDP	07:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Text o	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad		No		
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR			
1	#Unach	1	UNACH	COMENTARIOS		5	POSITIVO			5
2	#TrabajamosConElCorazón	2	Municipio de Riobamba	REACCIONES		69	POSITIVO			69
				VECES COMPARTIDAS		0	NO DEFINE			0
				VECES REPRODUCIDA		1,2 mil	NO DEFINE			1,2 mil

Tabla N°34. Matriz del análisis de contenido 17 /Publicación 17

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #17									
RDS	FACEBOOK									
FDP	19/4/2021									
HDP	18:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto		
2	#ESPOCH			REACCIONES		64	POSITIVO			64
3	#RiobambaUnida			VECES COMPARTIDAS		0	NO DEFINE			0
4	#TrabajamosConElCorazón			VECES REPRODUCIDA		1,7 mil	NO DEFINE			1,7 mil

Tabla N°35. Matriz del análisis de contenido 18 /Publicación 18

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #18									
RDS	FACEBOOK									
FDP	27/4/2021									
HDP	15:00:00 H									
FDC										
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Text o	Si	
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad		No		
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR			
1	#Riobamba	1	Comunidad Salesiana	COMENTARIOS		13	POSITIVO			13
2	#RiobambaUnida	2	Ministerio de Educación	REACCIONES		146	POSITIVO			146
3	#TrabajamosConElCorazón	3	Ministerio de Salud	VECES COMPARTIDAS		78	NO DEFINE			78
		4	Municipio de Riobamba.							

Tabla N°36. Matriz del análisis de contenido 19 /Publicación 19

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #19								
RDS	FACEBOOK								
FDP	1/5/2021								
HDP	10:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#COVID19	1	Ministerio de Salud	COMENTARIOS		7	POSITIVO		7
2	#Riobamba	2	Municipio	REACCIONES		165	POSITIVO		165
3	#Riobamba	3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS		64	NO DEFINE		64
4	#Espoch	4	UNACH						
5	#Unach	5	Colegio Salesianos						
6	#Salesianos	6	Red Complementaria						
7	#RiobambaUnida	7	Privada de Salud						
8	#TrabajamosConElCorazón								

Tabla N°37. Matriz del análisis de contenido 20 /Publicación 20

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #20								
RDS	FACEBOOK								
FDP	3/5/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#Riobamba	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		5	POSITIVO		5
2	#Espoch	2	Ministerio de Educación	REACCIONES		147	POSITIVO		147
3	#UNACH	3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS		46			46
4	#Salesianos	4	UNACH						
5	#RiobambaUnida	5	Colegio Salesianos						
6	#TrabajamosConElCorazón	6	Red complementaria						

Tabla N°38. Matriz del análisis de contenido 21 /Publicación 21

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #21								
RDS	FACEBOOK								
FDP	6/5/2021								
HDP	17:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#UNACH	1	UNACH	COMENTARIOS		0	NO DEFINE		0
2	#Riobamba	2	Municipio de Riobamba	REACCIONES		17	POSITIVO		17
3	#TrabajamosConElCorazón			VECES COMPARTIDAS		4	NO DEFINE		4
4	#EcuadorSeVacuna								

Tabla N°39. Matriz del análisis de contenido 22 /Publicación 22

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #22								
RDS	FACEBOOK								
FDP	11/5/2021								
HDP	11:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR	
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			
				REACCIONES	69	POSITIVO			69
				VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0
				VECES REPRODUCIDA	1,1 mil	NO DEFINE			1,1 mil

Tabla N°40. Matriz del análisis de contenido 23 /Publicación 23

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #23								
RDS	FACEBOOK								
FDP	4/6/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR	
1	#Salesianos	1	ESPOCH	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#Chimborazo	2	UNCHAC	REACCIONES	6	POSITIVO			6
3	#MSP	3	Colegios salesianos	VECES COMPARTIDAS	1	NO DEFINE			1
4	#Espoch	4	Municipio de Riobamba						
5	#Unach								
6	#Riobamba Unida								
7	#TrabajamosConElCorazón								

Tabla N°41. Matriz del análisis de contenido 24 /Publicación 24

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #24								
RDS	FACEBOOK								
FDP	8/6/2021								
HDP	12:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR	
1	#Riobamba	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	4	POSITIVO			4
2	#MSP	2	MPS	REACCIONES	154	POSITIVO			154
3	#riobambeños			VECES COMPARTIDAS	75	NO DEFINE			75
4	#PlanVacunación9100								
5	#TrabajamosConElCorazón								
6	#Riobamba Unida								

Tabla N°42. Matriz del análisis de contenido 25 /Publicación 25

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #25								
RDS	FACEBOOK								
FDP	22/6/2021								
HDP	08:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#MSP	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		2	POSITIVO		2
2	#Salesianos	2		REACCIONES		30	POSITIVO		30
3	#ESPOCH			VECES COMPARTIDAS		12	NO DEFINE		12
4	#PlanVacunación9100								
5	#JuntosLoLogramos								
6	#EncontrémonosPorLaSalud								

Tabla N°43. Matriz del análisis de contenido 26 /Publicación 26

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #26								
RDS	FACEBOOK								
FDP	24/6/2021								
HDP	10:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#Riobamba	1	11 presidentes de las juntas parroquiales	COMENTARIOS		1	POSITIVO		1
		2	Ministerio de Salud Pública	REACCIONES		35	POSITIVO		35
		3	Municipio de Riobamba	VECES REPRODUCIDA		1,1 mil	NO DEFINE		1,1 mil

Tabla N°44. Matriz del análisis de contenido 27 /Publicación 27

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #27								
RDS	FACEBOOK								
FDP	15/7/2021								
HDP	07:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL	VLR		
1	#PlanVacunación9100	1	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	COMENTARIOS		6	POSITIVO		6
2	#ESPOCH	2	Universidad Nacional de Chimborazo.	REACCIONES		98	POSITIVO		98
3	#UNACH	3		VECES COMPARTIDAS		56	NO DEFINE		56

Tabla N°45. Matriz del análisis de contenido 28 /Publicación 28

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #28									
RDS	FACEBOOK									
FDP	23/7/2021									
HDP	18:00:00 H									
FDC										
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No	
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR						
0	0	1	presidentes de los GADS parroquiales	COMENTARIOS	0	NO DEFINE		0		
		2	Ministerio de Salud Pública	REACCIONES	39	POSITIVO		39		
				VECES COMPARTIDAS	11	NO DEFINE		11		

Tabla N°46. Matriz del análisis de contenido 29 /Publicación 29

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #29									
RDS	FACEBOOK									
FDP	23/7/2021									
HDP	08:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No	
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR						
0	0	1	Ministerio de Salud	COMENTARIOS	0	NO DEFINE		0		
		2	Municipio de Riobamba	REACCIONES	50	POSITIVO		50		
				VECES COMPARTIDAS	25	NO DEFINE		25		

Tabla N°47. Matriz del análisis de contenido 30 /Publicación 30

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #30									
RDS	FACEBOOK									
FDP	1/8/2021									
HDP	17:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No	
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR						
1	#PlanVacunación9100	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	6	NO DEFINE		6		
2	#DileSíALa Vacuna			REACCIONES	76	NEGATIVO		76		
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS	37	NO DEFINE		37		

Tabla N°48. Matriz del análisis de contenido 31 /Publicación 31

Matriz Análisis de contenido											
FGR	Figura #31										
RDS	FACEBOOK										
FDP	2/8/2021										
HDP	16:00:00 H										
FDC											
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si		
TAT											
Vacunación	Si	Sede de vacunación					Medidas de bioseguridad				
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR			
1	#Riobamba	1	Ministerio de Salud	COMENTARIOS		2		POSITIVO		2	
2	#TrabajamosConElCorazón	2	Municipio de Riobamba	REACCIONES		67		POSITIVO		67	
				VECES COMPARTIDAS		40		NO DEFINE		40	

Tabla N°49. Matriz del análisis de contenido 32 /Publicación 32

Matriz Análisis de contenido											
FGR	Figura #32										
RDS	FACEBOOK										
FDP	3/8/2021										
HDP	07:00:00 H										
FDC											
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si		
TAT											
Vacunación	Si	Sede de vacunación				Si	Medidas de bioseguridad				No
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR			
1	#PlanVacunación9100	1	COE Municipal	COMENTARIOS		0		NO DEFINE		0	
2	#DileSíALa Vacuna			REACCIONES		50		POSITIVO		50	
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS		24		NO DEFINE		24	

Tabla N°50. Matriz del análisis de contenido 33 /Publicación 33

Matriz Análisis de contenido											
FGR	Figura #33										
RDS	FACEBOOK										
FDP	4/8/2021										
HDP	12:00:00 H										
FDC											
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si		
TAT											
Vacunación	Si	Sede de vacunación				Si	Medidas de bioseguridad				No
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR			
1	#PlanVacunación9100	1	COE Municipal	COMENTARIOS		0		NO DEFINE		0	
2	#DileSíALa Vacuna			REACCIONES		32		POSITIVO		32	
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS		10		NO DEFINE		10	

Tabla N°51. Matriz del análisis de contenido 34 /Publicación 34

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #34									
RDS	FACEBOOK									
FDP	5/8/2021									
HDP	07:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación				Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR				
1	#PlanVacunación9100	1	COE Municipal	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0	
2	#DileSíALaVacuna			REACCIONES	35	POSITIVO			35	
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS	14	NO DEFINE			14	

Tabla N°52. Matriz del análisis de contenido 35 /Publicación 35

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #35									
RDS	FACEBOOK									
FDP	9/8/2021									
HDP	22:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR				
1	#PlanVacunación9100	1	Coe Municipal	COMENTARIOS	2	NEGATIVO			2	
2	#DileSíALaVacuna			REACCIONES	58	POSITIVO			58	
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS	30	NO DEFINE			30	

Tabla N°53. Matriz del análisis de contenido 36 /Publicación 36

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #36									
RDS	FACEBOOK									
FDP	16/8/2021									
HDP	07:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación				Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR				
1	#PlanVacunación9100	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0	
2	#DileSíALaVacuna			REACCIONES	68	POSITIVO			68	
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS	24	NO DEFINE			24	

Tabla N°54. Matriz del análisis de contenido 37 /Publicación 37

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #37								
RDS	FACEBOOK								
FDP	16/8/2021								
HDP	07:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#PlanVacunación9100	1	COE Municipal	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
2	#DileSíALa Vacuna			REACCIONES	30	POSITIVO			30
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS	15	NO DEFINE			15

Tabla N°55. Matriz del análisis de contenido 38 /Publicación 38

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #38								
RDS	FACEBOOK								
FDP	23/8/2021								
HDP	07:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#PlanVacunación9100	1	Coe Municipal	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
2	#DileSíALa Vacuna			COMENTARIOS	1	NEGATIVO			1
3	#JuntosLoLogramos			COMENTARIOS	1	NO DEFINE			1
				REACCIONES	26	NO DEFINE			26
				VECES COMPARTIDAS	14	NO DEFINE			14

Tabla N°56. Matriz del análisis de contenido 39 /Publicación 39

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura # 39								
RDS	FACEBOOK								
FDP	23/8/2021								
HDP	07:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#PlanVacunación9100	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
2	#DileSíALa Vacuna			REACCIONES	30	POSITIVO			30
3	#JuntosLoLogramos			VECES COMPARTIDAS	16	NO DEFINE			16

Tabla N°57. Matriz del análisis de contenido 40 /Publicación 40

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #40									
RDS	FACEBOOK									
FDP	27/8/2021									
HDP	18:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación				Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR		
1	#Unach	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		8		POSITIVO		8
2	#PlanVacunación9100			REACCIONES		44		POSITIVO		44
3	#DileSíALa Vacuna			VECES COMPARTIDAS		13		NEGATIVO		13
4	#JuntosLoLogramos									

Tabla N°58. Matriz del análisis de contenido 41 /Publicación 41

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #41									
RDS	FACEBOOK									
FDP	17/9/2021									
HDP	09:00:00 H									
FDC										
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR		
0	0	1	Policía Nacional	COMENTARIOS		2		POSITIVO		2
		2	Municipio de Riobamba	REACCIONES		11		POSITIVO		11
				VECES COMPARTIDAS		4		NO DEFINE		4

Tabla N°59. Matriz del análisis de contenido 42 /Publicación 42

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #42									
RDS	FACEBOOK									
FDP	8/12/2021									
HDP	17:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC		TTL		VLR		
1	#LegislamosContigo	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS		2		NEGATIVO		2
				REACCIONES		42		POSITIVO		42
				VECES COMPARTIDAS		25		NO DEFINE		25

Tabla N°60. Matriz del análisis de contenido 43 /Publicación 43

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #43								
RDS	FACEBOOK								
FDP	15/12/2021								
HDP	09:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
				REACCIONES	41	POSITIVO			41
				VECES COMPARTIDAS	1,3 mil	NO DEFINE			1,3 mil

Tabla N°61. Matriz del análisis de contenido 44 /Publicación 44

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #44								
RDS	FACEBOOK								
FDP	18/12/2021								
HDP	09:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación		Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
1	#PlandeVacunación	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	3	POSITIVO			3
2	#Riobamba	2	Coe Municipal	REACCIONES	48	POSITIVO			48
				VECES COMPARTIDAS	26	NO DEFINE			26

Tabla N°62. Matriz del análisis de contenido 45 /Publicación 45

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #45								
RDS	FACEBOOK								
FDP	19/12/2021								
HDP	09:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía		Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
1	#PlandeVacunación	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
2	#Riobamba			REACCIONES	47	POSITIVO			47
				VECES COMPARTIDAS	30	NO DEFINE			30

Tabla N°63. Matriz del análisis de contenido 46 /Publicación 46

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #46								
RDS	FACEBOOK								
FDP	20/13/2021								
HDP	15:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	3	POSITIVO			3
				REACCIONES	112	POSITIVO			112
				VECES COMPARTIDAS	31	NO DEFINE			31

Tabla N°63. Matriz del análisis de contenido 47 /Publicación 47

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #47								
RDS	FACEBOOK								
FDP	22/12/2021								
HDP	11:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
1	#RiobambaUnida	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	5	POSITIVO			5
				REACCIONES	65	POSITIVO			65
				VECES COMPARTIDAS	27	NO DEFINE			27

Tabla N°64. Matriz del análisis de contenido 48 /Publicación 48

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #48								
RDS	FACEBOOK								
FDP	23/12/2021								
HDP	08:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	5	POSITIVO			5
				REACCIONES	26	POSITIVO			26
				VECES COMPARTIDAS	11	NO DEFINE			11

Tabla N°65. Matriz del análisis de contenido 49 /Publicación 49

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #49								
RDS	FACEBOOK								
FDP	27/12/2021								
HDP	15:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#covid19	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	7	POSITIVO			7
2	#EMMPA			REACCIONES	67	POSITIVO			67
				VECES COMPARTIDAS	27	NO DEFINE			27

Tabla N°66. Matriz del análisis de contenido 50 /Publicación 50

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #50								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	30/3/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	No
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
				REACCIONES	30	POSITIVO			30
				VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0

Tabla N°67. Matriz del análisis de contenido 51 /Publicación 51

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #51								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	5/4/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#TrabajamosConElCorazón	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
				REACCIONES	36	POSITIVO			36
				VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0

Tabla N°68. Matriz del análisis de contenido 52 /Publicación 52

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #52								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	5/4/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	No
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
				REACCIONES	53	POSITIVO			53

Tabla N°69. Matriz del análisis de contenido 53 /Publicación 53

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #53								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	5/5/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#Covid_19	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
2	#COEMunicipal			REACCIONES	16	POSITIVO			16
3	#PlanPrevenciónRiobamba								

Tabla N°70. Matriz del análisis de contenido 54 /Publicación 54

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #54								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	9/4/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#VacúnateRiobamba	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
2	#MSP	2	UNACH	REACCIONES	25	POSITIVO			25
3	#ESPOCH	3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0
4	#UNACH.			VECES REPRODUCIDA					
5	#TrabajamosConElCorazón								
6	#RiobambaUnida								

Tabla N°71. Matriz del análisis de contenido 55 /Publicación 55

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #55								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	14/4/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#UNACH	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
2	#ESPOCH	2	ESPOCH	COMENTARIOS	21	POSITIVO			21
3	#RiobambaUnida								
4	#TrabajamosConElCorazón								

Tabla N°72. Matriz del análisis de contenido 56 /Publicación 56

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #56								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	1/5/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
0	0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
		2	ESPOCH	REACCIONES	27	POSITIVO			27
		3	UNACH						

Tabla N°73. Matriz del análisis de contenido 57 /Publicación 57

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #57								
RDS	INSTAGRAM								
FDP	18/5/2021								
HDP									
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#NoNosConfiamos	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
2	#PorTi #PorTodos			REACCIONES	55	POSITIVO			55
3	#CoeMunicipalRiobamba			VECES COMPARTIDAS	0	NO DEFINE			0

Tabla N°73. Matriz del análisis de contenido 58 /Publicación 58

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #58								
RDS	TWITTER								
FDP	4/4/2021								
HDP	20:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1		1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
2				REACCIONES	12	POSITIVO			12
				VECES COMPARTIDAS	9	NO DEFINE			9
				VECES REPRODUCIDA	246	POSITIVO			246

Tabla N°74. Matriz del análisis de contenido 59 /Publicación 59

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #59								
RDS	TWITTER								
FDP	4/4/2021								
HDP	20:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#RiobambaUnida	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
		2	ESPOCH	REACCIONES	5	POSITIVO			5
		3	Ministerio de Salud	VECES COMPARTIDAS	3	NO DEFINE			3

Tabla N°75. Matriz del análisis de contenido 60 /Publicación 60

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #60								
RDS	TWITTER								
FDP	5/4/2021								
HDP	21:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#TrabajamosConElCorazón	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#RiobambaUnida	2	EsPOCH	REACCIONES	11	POSITIVO			11
				VECES COMPARTIDAS	4	NO DEFINE			4

Tabla N°76. Matriz del análisis de contenido 61 /Publicación 61

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #61									
RDS	TWITTER									
FDP	9/4/2021									
HDP	20:00:00 H									
FDC										
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR						
1	#MSP	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO		0		
2	#ESPOCH	2	ESPOCH	REACCIONES	11	POSITIVO		11		
3	#UNACH	3	UNACH	VECES COMPARTIDAS	6	NO DEFINE		6		
4	#TrabajamosConElCorazón ❤️			VECES REPRODUCIDA	134	POSITIVO		134		
5	#RiobambaUnida									

Tabla N°77. Matriz del análisis de contenido 62 /Publicación 62

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #62									
RDS	TWITTER									
FDP	12/4/2021									
HDP	08:00:00 H									
FDC										
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	No	Sede de vacunación				Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR						
1	#MSP	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO		0		
2	#PlanDeVacunación			REACCIONES	11	POSITIVO		11		
				VECES COMPARTIDAS	3	NO DEFINE		3		

Tabla N°78. Matriz del análisis de contenido 63 /Publicación 63

Matriz Análisis de contenido										
FGR	Figura #63									
RDS	TWITTER									
FDP	12/4/2021									
HDP	19:00:00 H									
FDC										
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si	
TAT										
Vacunación	Si	Sede de vacunación				No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR						
1	#13Abr	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO		0		
		2		REACCIONES	15	POSITIVO		15		
				VECES COMPARTIDAS	5	NO DEFINE		5		

Tabla N°79. Matriz del análisis de contenido 64 /Publicación 64

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #64								
RDS	TWITTER								
FDP	14/4/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#RiobambaUnida	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
				REACCIONES	21	POSITIVO			21
				VECES COMPARTIDAS	9	NO DEFINE			9

Tabla N°80. Matriz del análisis de contenido 65 /Publicación 65

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #65								
RDS	TWITTER								
FDP	14/4/2021								
HDP	16:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#UNACH	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	2	POSITIVO			2
2	#ESPOCH	2	UNACH	REACCIONES	6	POSITIVO			6
3	#RiobambaUnida	3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2

Tabla N°81. Matriz del análisis de contenido 66 /Publicación 66

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #66								
RDS	TWITTER								
FDP	21/4/2021								
HDP	17:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#abril2021	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
		2	UNACH	REACCIONES	6	POSITIVO			6
		3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS	1	NO DEFINE			1

Tabla N°82. Matriz del análisis de contenido 67 /Publicación 67

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #67								
RDS	TWITTER								
FDP	21/4/2021								
HDP	17:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	No
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#abril2021	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
		2	Marisol Andrade	REACCIONES	3	POSITIVO			3
				VECES COMPARTIDAS	1	NO DEFINE			1

Tabla N°83. Matriz del análisis de contenido 68 /Publicación 68

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #68								
RDS	TWITTER								
FDP	21/4/2021								
HDP	17:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#abril2021	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
		2	UNACH	REACCIONES	6	POSITIVO			6
		3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2

Tabla N°84. Matriz del análisis de contenido 69 /Publicación 69

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #69								
RDS	TWITTER								
FDP	29/4/2021								
HDP	08:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#ESPOCH	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#UNACH	2	ESPOCH	REACCIONES	14	POSITIVO			14
3	#Riobamba	3	UNACH	VECES COMPARTIDAS	4	NO DEFINE			4
4	#Salesianos	4	U.E.SALESIANOS						
5	#RiobambaUnida								
6	#TrabajamosConElCorazón								

Tabla N°85. Matriz del análisis de contenido 70 /Publicación 70

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #70								
RDS	TWITTER								
FDP	1/5/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO	1			
			REACCIONES	24	POSITIVO	24			
			VECES COMPARTIDAS	6	NO DEFINE	6			

Tabla N°86. Matriz del análisis de contenido 71 /Publicación 71

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #71								
RDS	TWITTER								
FDP	1/5/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO	1			
			REACCIONES	16	POSITIVO	16			
			VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE	2			

Tabla N°87. Matriz del análisis de contenido 72 /Publicación 72

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #72								
RDS	TWITTER								
FDP	1/5/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG	FNT	ITC	TTL	VLR					
0	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO	1			
	2	U. E. Salesianos STAR	REACCIONES	15	POSITIVO	15			
			VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE	2			

Tabla N°88. Matriz del análisis de contenido 73 /Publicación 73

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #73								
RDS	TWITTER								
FDP	7/5/2021								
HDP	09:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#Riobamba	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
		2	UNACH	REACCIONES	13	POSITIVO			13
		3	ESPOCH	VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2

Tabla N°89. Matriz del análisis de contenido 74 /Publicación 74

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #74								
RDS	TWITTER								
FDP	13/5/2021								
HDP	19:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
Descripción general	Este nuevo punto de vacunación es un esfuerzo @Salud_Ec , Brigada, Municipio de Riobamba e Inber "Industria de bodas y eventos".								
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
0		1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	2	POSITIVO			2
		2	Centro de Salud	REACCIONES	8	POSITIVO			8
				VECES COMPARTIDAS	3	NO DEFINE			3

Tabla N°90. Matriz del análisis de contenido 75 /Publicación 75

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #75								
RDS	TWITTER								
FDP	13/5/2021								
HDP	19:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1		1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2				REACCIONES	8	POSITIVO			8
3				VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2

Tabla N°91. Matriz del análisis de contenido 76 /Publicación 76

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #76								
RDS	TWITTER								
FDP	13/5/2021								
HDP	19:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#Brigada	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
				REACCIONES	13	POSITIVO			13
				VECES COMPARTIDAS	3	NO DEFINE			3

Tabla N°92. Matriz del análisis de contenido 77 /Publicación 77

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #77								
RDS	TWITTER								
FDP	14/5/2021								
HDP	10:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1		1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2		2	Centro de Salud	REACCIONES	13	POSITIVO			13
				VECES COMPARTIDAS	4	NO DEFINE			4

Tabla N°93. Matriz del análisis de contenido 78 /Publicación 78

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #78								
RDS	TWITTER								
FDP	20/5/2021								
HDP	10:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			Si
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#COEMunicipalRiobamba	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
2	#20May			REACCIONES	12	POSITIVO			12
				VECES COMPARTIDAS	6	NO DEFINE			6

Tabla N°94. Matriz del análisis de contenido 79 /Publicación 79

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #79								
RDS	TWITTER								
FDP	1/6/2021								
HDP	12:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#RiobambaUnida	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#TrabajamosConElCorazón			REACCIONES	7	POSITIVO			7
				VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2

Tabla N°95. Matriz del análisis de contenido 80 /Publicación 80

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #80								
RDS	TWITTER								
FDP	7/6/2021								
HDP	18:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	Si	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#Riobamba.	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#RiobambaUnida			REACCIONES	7	POSITIVO			7
				VECES COMPARTIDAS	4	NO DEFINE			4
				VECES REPRODUCIDA	130	POSITIVO			130

Tabla N°96. Matriz del análisis de contenido 81 /Publicación 81

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #81								
RDS	TWITTER								
FDP	9/6/2021								
HDP	21:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#riobambeños	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#RiobambaUnida	2	Ministerio de Salud	REACCIONES	12	POSITIVO			12
3	#TrabajamosConElCorazón	3	U.E. San Felipe Neri	VECES COMPARTIDAS	3	NO DEFINE			3

Tabla N°97. Matriz del análisis de contenido 82 /Publicación 82

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #82								
RDS	TWITTER								
FDP	20/6/2021								
HDP	21:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#21Jun	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	1	POSITIVO			1
				REACCIONES	4	POSITIVO			4
				VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2

Tabla N°98. Matriz del análisis de contenido 83 /Publicación 83

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #83								
RDS	TWITTER								
FDP	22/6/2021								
HDP	09:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	No	Sede de vacunación			Si	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#21Jun	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
2	#Riobamba			REACCIONES	6	POSITIVO			6
				VECES COMPARTIDAS	3	NO DEFINE			3

Tabla N°99. Matriz del análisis de contenido 84 /Publicación 84

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #84								
RDS	TWITTER								
FDP	11/11/2021								
HDP	16:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#Covid_19	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
				REACCIONES	8	POSITIVO			8
				VECES COMPARTIDAS	1	NO DEFINE			1

Tabla N°100. Matriz del análisis de contenido 85 /Publicación 85

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #85								
RDS	TWITTER								
FDP	11/11/2021								
HDP	16:00:00 H								
FDC									
Imagen	Si	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
0		1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	2	POSITIVO			2
				REACCIONES	21	POSITIVO			21
				VECES COMPARTIDAS	5	NO DEFINE			5

Tabla N°101. Matriz del análisis de contenido 86 /Publicación 86

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #86								
RDS	TWITTER								
FDP	11/11/2021								
HDP	16:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	No	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
0		1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NEGATIVO			0
		2	Ministerio de Salud Pública	REACCIONES	2	POSITIVO			2
				VECES COMPARTIDAS	1	NO DEFINE			1

Matriz del análisis de contenido 87 /Publicación 87

Matriz Análisis de contenido									
FGR	Figura #87								
RDS	TWITTER								
FDP	22/12/2021								
HDP	13:00:00 H								
FDC									
Imagen	No	Video	No	Infografía	Si	Audio	No	Texto	Si
TAT									
Vacunación	Si	Sede de vacunación			No	Medidas de bioseguridad			No
HSG		FNT		ITC	TTL	VLR			
1	#RiobambaUnida	1	Municipio de Riobamba	COMENTARIOS	0	NO DEFINE			0
				REACCIONES	6	POSITIVO			6
				VECES COMPARTIDAS	2	NO DEFINE			2