



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

**LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN DIGITAL ENTRE
OPERAGUA IZCALLI Y SUS USUARIOS**

TRABAJO PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

PRESENTA:

HEIDY GERALDINE TORRES MÁRQUEZ

ASESOR: MAESTRO DANIEL MENDOZA ESTRADA



**NAUCALPAN, ESTADO DE MÉXICO
OCTUBRE, 2021**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I. OPERAGUA IZCALLI	7
1.1. La Historia del Organismo Operador de Agua de Cuautitlán Izcalli	7
1.2. Al interior de Operagua Izcalli	11
1.3. Los ejes rectores de Operagua Izcalli	18
CAPÍTULO 2. LA COMUNICACIÓN AL INTERIOR DE OPERAGUA IZCALLI	21
2.1. La integración de la Coordinación de Cultura del Agua y Comunicación Social	21
2.2. Las actividades en la Unidad de Atención a Medios	23
2.3. La comunicación digital en Operagua Izcalli	26
CAPÍTULO 3. LAS REDES SOCIALES, OPERAGUA Y SUS USUARIOS	36
3.1. Una nueva estrategia de comunicación entre institución y usuarios	36
3.2. El cuidado en el manejo de los datos personales	41
3.3. La página de Facebook de Operagua Izcalli	45

3.4.	Los temas de mayor impacto en Facebook	50
3.5.	Operagua en Twitter	53
CAPÍTULO 4. UNA NUEVA COMUNICACIÓN DIGITAL EN OPERAGUA IZCALLI		61
4.1.	Propuesta para la incorporación del área de Comunicación Digital	61
4.2.	Propuesta de un Manual para la Atención de Usuarios en Redes Sociales, en Operagua Izcalli	67
4.3.	Propuesta de un Manual para la Atención de Usuarios en Redes Sociales, en Operagua Izcalli	74
CONCLUSIONES		79
REFERENCIAS		86

INTRODUCCIÓN

Los más de 15 años transcurridos entre la conclusión de mis estudios profesionales y la realización de este trabajo, así como el tema que aquí se plantea, dan cuenta de la manera en que las nuevas tecnologías alcanzaron al campo de la comunicación y de cómo, a fin de permanecer vigente en el ámbito laboral, es necesaria esa constante actualización e incluso buscar la manera de ir más allá de esos avances.

El desarrollo del presente texto presenta de qué manera las redes sociales se han convertido en canales a través de los cuales la gente busca enviar y recibir información variada y, sobre todo, dar su opinión respecto a eso que le interesa o llama su atención.

Asimismo, ofrece un ejemplo de la manera en que, en el sector público, la falta de estrategias en comunicación digital y de preparación del personal para su atención, han dejado desprotegidas las áreas de redes sociales, sin dar la importancia debida a la necesidad de contar con un sistema a través del cual puedan comunicar, retroalimentar e interactuar con el ciudadano.

Por ello, este trabajo ofrece acciones y estrategias de comunicación digital a través de las cuales se busca impulsar y posicionar las redes sociales de un organismo encargado de la administración de los servicios de agua potable y saneamiento, como parte integral de un área de Comunicación Digital, procurando que estas sean un medio de vinculación con los ciudadanos y que le permitan ofrecer mejores resultados en la ejecución de sus diferentes labores.

Desde 1991, el Organismo Público Descentralizado para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Municipio de Cuautitlán Izcalli, Operagua Izcalli, es el encargado de la administración y distribución del agua potable, así como de realizar los trabajos de saneamiento de la infraestructura hidrosanitaria y pluvial, el tratamiento de las aguas residuales y en general, del mantenimiento de las instalaciones hidráulicas de esta localidad del norponiente del Valle de México.

Dado su carácter de descentralizado, Operagua Izcalli no recibe recursos públicos, sino que funciona a partir de los ingresos que genera por sí mismo y que provienen del pago de los usuarios de los servicios que presta –aunque cabe destacar que, de los 143 mil 688 usuarios registrados, el 60% cuenta con adeudos de dos o más bimestres-, así como de otros trámites que los ciudadanos solicitan como las factibilidades para nuevas construcciones, las conexiones de servicios de agua potable y drenaje, Certificados de No Adeudos o suministro de agua potable por medio de autotanques.

Siendo la entidad a cargo del mantenimiento de la red municipal de infraestructura hidráulica, la cual tiene más de 45 años de funcionamiento, constantemente presenta fallas o anomalías que afectan el adecuado desarrollo de los servicios. En este aspecto la ciudadanía, de manera crítica o participativa, trata de coadyuvar al buen desempeño al reportar el problema, creando con ello una adecuada relación entre la dependencia y la sociedad.

Sin embargo, durante mucho tiempo, esa interacción solo se permitía a través de líneas telefónicas o con mensajes presenciales, en donde algún representante del área de Emergencias tomaba el reporte, lo canalizaba al área a cargo y dejaba el tema archivado en una carpeta, delegando el asunto al área correspondiente. Y así, de manera sucesiva, con al menos 30 reportes al día. Actualmente, esos reportes pueden realizarse por medio de las redes sociales institucionales, tema y motivo del presente trabajo.

El trabajo que aquí se presenta está estructurado de la siguiente manera. En el primer capítulo se abordarán los datos históricos y legales que dieron origen a la creación de este organismo, así como su conformación y los principios e ideologías que lo rigen.

A lo largo capítulo dos se presentará la manera en que está integrada la Coordinación de Cultura del Agua y Comunicación Social junto con las unidades que la conforman y sus respectivas funciones, así como en quién recae la responsabilidad de la administración de las redes sociales institucionales y las acciones iniciales para impulsar esta área.

El tercer capítulo planteará de manera más detallada, las estrategias emprendidas para fortalecer y posicionar las redes sociales de Operagua Izcalli, así como su interacción con los usuarios y ciudadanos en general. Se incluye una descripción precisa de las acciones emprendidas en Facebook y en Twitter, plataformas que ya operaban y que se tomaron como referencia para la realización del presente trabajo.

Finalmente, en el cuarto capítulo se plantean algunas propuestas para dar continuidad a las acciones emprendidas durante 28 meses (tiempo en el que la sustentante estuvo a cargo de estas actividades), y que al mismo tiempo contribuyan a consolidar el área de Comunicación Digital como parte integral de Operagua, de modo que aporte al buen desempeño de la operación de otras áreas para la atención de reportes, además de posicionar estas plataformas entre los ciudadanos como canales efectivos de comunicación.

Con lo anterior, el presente trabajo será una nueva oportunidad para hacer más cercana y favorable la relación entre Operagua Izcalli y sus usuarios, pues a través de las redes sociales no solo se establecerá el vínculo para canalizar la petición, reporte o queja, sino que se dará el seguimiento necesario para ofrecerle una respuesta al ciudadano.

CAPÍTULO I

OPERAGUA IZCALLI

1.1. La Historia del Organismo Operador de Agua de Cuautitlán Izcalli

La creciente demanda de servicios en los municipios del Estado de México, producto del incremento poblacional en diferentes zonas de la entidad, fue la causa para que en 1991 los integrantes de la LI Legislatura estatal determinaran una nueva administración respecto al suministro de agua potable y mantenimiento de la infraestructura hidráulica.

Fue así como nació Operagua Izcalli, oficialmente denominado “Organismo Público Descentralizado para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Municipio de Cuautitlán Izcalli”, junto con ocho organismos municipales más para igual número de municipios de la entidad, el 18 de octubre de 1991.¹

Tan solo unos días atrás, el 7 de octubre, el Congreso estatal habría aprobado la Ley de Organismos Públicos Descentralizados de Carácter Municipal para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento,

¹ *Gobierno del Estado de México*, “Decreto No. 34, Con el que se crea el Organismo Público Descentralizado para la prestación de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento del municipio de Cuautitlán Izcalli”, disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/1991/oct184.PDF>, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

la cual daba fundamento legal a la creación de los nuevos organismos municipales.²

De acuerdo con esa ley, Operagua sería la entidad responsable de proporcionar el suministro de agua potable a los habitantes del municipio de Cuautitlán Izcalli, así como de realizar el mantenimiento al sistema hidráulico del mismo y demás actividades relacionadas, además de dotarle de personalidad jurídica, patrimonio propio, así como autonomía técnica y administrativa respecto al manejo de sus recursos, como lo establecía el documento en su Artículo 2:

“Los organismos, como parte del sector administrativo auxiliar de los ayuntamientos, asumirán la responsabilidad municipal de organizar y tomar a su cargo, la administración, funcionamiento, conservación y operación de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento, dentro de los límites de su circunscripción territorial, para lo cual se les asignarán los bienes que constituyen la infraestructura municipal para la prestación de esos servicios”. (Ley Abrogada el 10 de marzo de 1999).

De acuerdo con el señalado Decreto 34, el Gobierno municipal debía trasladar los recursos humanos, financieros y materiales a Operagua, sin afectar la prestación de los servicios, mientras que el consejo directivo de la dependencia recién creada debía fijar una fecha en la que el Gobierno Municipal dejaría de realizar las actividades relativas al agua potable, al alcantarillado y al saneamiento, día en que Operagua Izcalli comenzaría a realizar dichas funciones.

² *Gobierno del Estado de México*, “Decreto 28: Ley de Organismos Públicos Descentralizados de Carácter Municipal para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento”, disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/abr/leyabr001.pdf> (Ley Abrogada el 10 de marzo de 1999), fecha de consulta 8 de agosto de 2019.

Fue a partir de enero de 1992 cuando los servicios antes mencionados se comenzaron a realizar a cargo de Operagua Izcalli, el cargo de director general quedó en el ingeniero Miguel Ángel de León, en la administración del presidente municipal: Mucio Cardoso Beltrán.³

Durante la siguiente administración municipal encabezada por Fernando Alberto García Cuevas, entre 1993 y 1996, gracias a las gestiones realizadas por este y por el entonces director de Operagua Izcalli, Hugo Luis Cortés Hernández, se consiguió que la entonces Comisión Estatal de Agua y Saneamiento (hoy Comisión del Agua del Estado de México, CAEM) aprobara un suministro de 350 litros por segundo para el municipio a través de una derivación del Macrocircuito del Sistema Cutzamala, beneficiando así a los habitantes de la localidad.

Las oficinas administrativas del nuevo organismo continuaron operando en las instalaciones que tradicionalmente habían ocupado en el palacio municipal; con el tiempo algunas áreas fueron trasladadas a diferentes instalaciones ubicadas en el llamado Centro Urbano del municipio, sin que estuvieran integradas en un mismo lugar.

Fue hasta el gobierno que encabezó el panista Fernando Covarrubias Zavala, que se gestionó con la Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno Federal la donación del predio que años atrás había sido ocupado por la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo).⁴

³ *Página web de OPERAGUA IZCALLI*, “Un poco de historia” disponible en <http://cuautilanizcalli.gob.mx/operagua/un-poco-de-historia/>; fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

⁴ *Operagua Izcalli, O.P.D.M.*, “Memoria de Gestión 2000-2003”; Comunicación Social, agosto 2003, pág.19.

Bajo la dirección de Juan Pacheco Ramírez, el 22 de febrero de 2002 se inauguraron las oficinas ubicadas en Avenida La Súper 7A – 7B, en la colonia Centro Urbano, lugar donde continúa trabajando el área administrativa de Operagua, junto con algunas dependencias del gobierno municipal.

En 27 años de existencia, hasta diciembre de 2018 Operagua Izcalli tuvo 15 directores, solo dos mujeres entre ellos:

Tabla 1. Directores de Operagua de 1991 a 2018

PERIODO	DIRECTOR
1991 - 1994	Ing. Miguel Ángel de León
1994 - 1995	Ing. Leonel Domínguez Rex
1995 - 1996	Ing. Hugo Luis Cortés Hernández
1996 – 1999	C. Daniel Sámano Pedroza
2000 – 2003	Ing. Juan Pacheco Ramírez
2003 – 2006	C. Armando González
2006 – 2009	Ing. Emma Delia Delgado Palma
2009 – 2010	C. Armando Domínguez
2011 - 2012	C. Christian E. Laguna Reyes
2013 - 2015	C. Erik Martínez Domínguez
2015 (Abr – Dic)	C. Martín Montiel Guevara
2016 (Ene -Jun)	Lic. Abigail Yopez Magaña
Junio 2016 – octubre 2017	Lic. Marck Oblio Rivera Aguilar
Oct. 2017 – marzo 2018	C. Carlos Humberto Avendaño Vera
Marzo – diciembre 2018	C. Carlos Alberto Maturano Valle

FUENTE: Elaboración propia con información recopilada del Archivo General de OPERAGUA IZCALLI, O.P.D.M.

1.2. Al interior de Operagua Izcalli

De acuerdo con la ley que le dio fundamento y la Ley del Agua para el Estado de México y Municipios, publicada en la *Gaceta de Gobierno* el 22 de febrero de 2013, como Organismo Operador Operagua Izcalli, tiene personalidad jurídica y patrimonio propio, así como autonomía técnica y administrativa en el manejo de sus recursos.⁵

Artículo 37

Los organismos operadores podrán ser municipales o intermunicipales. Tendrán personalidad jurídica y patrimonio propio, así como autonomía técnica y administrativa en el manejo de sus recursos. Serán autoridad fiscal conforme a lo dispuesto en el Código Financiero y ejercerán los actos de autoridad que les señale la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables. Los organismos operadores adoptarán las medidas necesarias para alcanzar su autonomía y autosuficiencia financiera en la prestación de los servicios a su cargo, y establecerán los mecanismos de control que requieran para la administración eficiente y la vigilancia de sus recursos.

Dicha ley define un Organismo Operador como:

Una dependencia estatal o municipal, u organismo descentralizado municipal o intermunicipal que en los términos de la presente Ley tiene la responsabilidad de administrar y operar los servicios, conservar, dar mantenimiento, rehabilitar y

⁵ *Gobierno del Estado de México*, "Decreto No. 52: Ley del Agua para el Estado de México y Municipios", disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig002.pdf>; fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

ampliar los sistemas de suministro, de drenaje y de alcantarillado, y en su caso, el tratamiento de aguas y su reúso, así como la disposición final de sus productos resultantes, dentro del ámbito territorial que le corresponda.

Asimismo, establece que la administración de los organismos operadores recaerá en un consejo directivo y un director general; el presidente del consejo directivo será el presidente municipal o quien este designe para el cargo, mientras que el secretario técnico de ese órgano será el director general del organismo.

Artículo 38:

La administración de los organismos operadores municipales estará a cargo de un consejo directivo y un director general. El consejo directivo se integrará conforme a lo que disponga el ordenamiento jurídico de su creación y tendrá las funciones que le señalen la Ley, su Reglamento y demás normatividad aplicable. En todos los casos, el consejo directivo tendrá: I. Un presidente, quien será el Presidente Municipal o quien él designe; II. Un secretario técnico, quien será el director general del organismo operador; III. Un representante del Ayuntamiento; IV. Un representante de la Comisión; V. Un comisario designado por el cabildo a propuesta del consejo directivo; y VI. Tres vocales ajenos a la administración municipal, con mayor representatividad y designados por los ayuntamientos, a propuesta de las organizaciones vecinales, comerciales, industriales o de cualquier otro tipo, que sean usuarios...(Gobierno del Estado de México, "Decreto No. 52: Ley del Agua para el Estado de México y Municipios", publicada el 22 de enero del 2013, última actualización del 17 de septiembre del 2018).

En el mismo artículo se indica que el Director General del Organismo será designado por el Presidente Municipal, con la aprobación de los integrantes del

Cabildo; lo anterior, también está asentado en el Reglamento Interior del Organismo.⁶

Asimismo, indica que el director general del organismo será designado por el presidente municipal, con la aprobación de los integrantes del cabildo; lo anterior, también está asentado en el Reglamento Interno del Organismo.

El Reglamento Interior establece, asimismo, que al responsable de la Dirección General le corresponde la conducción técnica, operativa y administrativa de Operagua; ejecutar los acuerdos tomados por el consejo directivo y proponer políticas y acciones que contribuyan a un mejor funcionamiento del mismo, así como administrar su patrimonio, entre otras actividades.

Para el desarrollo de sus funciones, la dirección general se apoya en la Unidad de Transparencia y Acceso a la Información Pública y en la Unidad de Atención al Público, de acuerdo con lo establecido en el reglamento señalado.

Ese documento especifica también que el Operagua está integrado también por las direcciones de Construcción y Operación Hidráulica; Administración y Finanzas y Comercialización, cada una con diversas unidades administrativas; Contraloría Interna, Coordinación Jurídica, coordinación de Cultura del Agua y Comunicación Social y secretaría técnica.

La dirección de Construcción y Operación Hidráulica es el área operativa encargada de realizar la recepción, la extracción y el suministro de agua potable,

⁶ *Operagua Izcalli, O.P.D.M.*, "Reglamento Interior del Organismo Público Descentralizado para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Cuautitlán Izcalli, denominado OPERAGUA IZCALLI, O.P.D.M.", disponible en: <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/operagua/reglamento-interno/>
Fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

el mantenimiento preventivo y correctivo de la red e infraestructura hidráulica y la planeación de acciones que beneficien la prestación de estos servicios para el municipio de Cuautitlán Izcalli.

Está integrada por las coordinaciones de Operación Hidráulica y de Ejecución de Proyectos; para el desarrollo de sus funciones en la primera se concentran los departamentos de Agua Potable, Mantenimiento y Drenaje, Equipo Pesado y Suministro por Autotanques. La Coordinación de Ejecución de Proyectos está integrada por los departamentos de Factibilidades y Evaluación, Gestión de Obras y Control de Obras.

La Dirección de Comercialización es el área responsable de recaudación y de la atención de los usuarios; sus actividades se centran en la medición del consumo, cobro por el servicio de agua potable, inspección e instalación de medidores, seguimiento del padrón de usuarios y su estatus ante Operagua, así como su adecuada distribución de acuerdo al sector al que pertenezcan: habitacional, comercial e industrial.

Para el desarrollo de sus funciones se apoya en los departamentos de Medición y Facturación, Inspección, Liquidación y Ejecución Fiscal y Restricciones.

La dirección de Administración y Finanzas realiza las actividades internas de carácter administrativo, desde los temas referentes que conciernen al personal que labora para la dependencia, hasta la provisión de suministros materiales para el adecuado desempeño de las funciones de cada área.

La dirección de Administración y Finanzas está conformada por las coordinaciones de Administración y de Finanzas. La primera está integrada por los departamentos de Recursos Humanos, Adquisiciones y Recursos Materiales y Tecnologías de Información y Telecomunicaciones; mientras que la coordinación de Finanzas incluye a los departamentos de Programación y Presupuesto, Contabilidad, Recursos Financieros y Seguimiento y Control.

A la Secretaría Técnica le compete la coordinación de los trabajos de asesoría y consultoría requeridos por el consejo técnico y la dirección general, así como vigilar el cumplimiento de los objetivos, estrategias y líneas de acción previstas en los planes y programas del Operagua. Se integra por las unidades de Gestión del Agua y de Planeación y Evaluación para el desempeño de sus actividades.

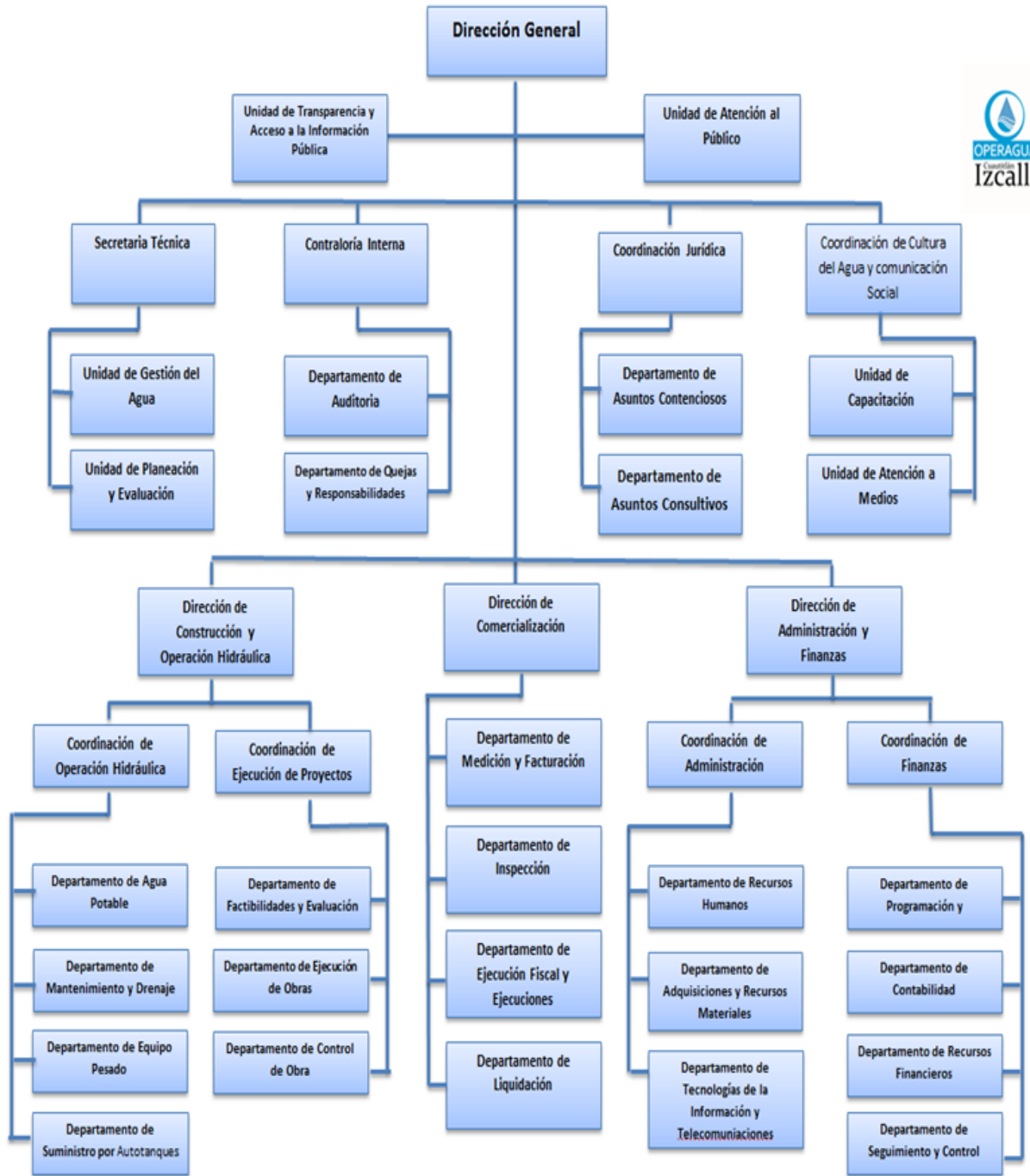
La Contraloría Interna es el órgano encargado de emitir los lineamientos generales en materia de control, evaluación, fiscalización y auditoría, así como de vigilar su estricto cumplimiento. Los departamentos de Auditoría, y Quejas y Responsabilidades son las unidades administrativas de que se sirva para el cumplimiento de sus funciones.

La Coordinación Jurídica es la responsable de dirigir, coordinar y supervisar la atención de los asuntos jurídicos en que sean parte o estén involucrados el consejo directivo, el director general y las diferentes unidades administrativas. Sus funciones las realiza a través de los departamentos de Asuntos Contenciosos y Asuntos Consultivos.

Corresponde a la Coordinación de Cultura del Agua y Comunicación Social la promoción y difusión de los programas, servicios y actividades que realiza Operagua, así como desarrollar estrategias para incorporar en la sociedad y quienes integran los diferentes niveles educativos, la cultura del ahorro y uso responsable del agua.

Para desarrollar sus actividades, esta coordinación se apoya en las unidades de Capacitación y Atención a Medios, esta última es donde se desarrolla el análisis motivo del presente documento.

Gráfica 1. Organigrama de Operagua ⁷



7 Información Pública de Oficio Mexiquense (Ipomex), “Estructura Orgánica, Fracción II” en Información Pública de Oficio Mexiquense disponible en: <http://www.ipomex.org.mx/ipo/lgt/indice/oasuatlanizcalli/organigrama.web>; fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

1.3. Los ejes rectores de Operagua Izcalli

En el Plan de Desarrollo Municipal de Cuautitlán Izcalli, publicado el 18 de marzo de 2016, durante la administración encabezada por Víctor Estrada Garibay hasta el 31 de diciembre de 2018, plasmó como misión consolidar al municipio como una ciudad referente en el Estado de México, distinguida por el desarrollo humano, económico y sostenible de su población; asimismo considera los valores como eje de la administración, destacando entre estos honestidad, equidad, responsabilidad, unidad, legalidad, solidaridad, transparencia e integridad.⁸

Parte de la visión de esa administración municipal estipuló el posicionamiento de Cuautitlán Izcalli como una ciudad que atendiese con calidez, eficiencia, eficacia y calidad en la prestación de los servicios públicos.

Basado en esos principios, Operagua Izcalli desarrolló el planteamiento de la planeación estratégica que regiría el funcionamiento del Organismo, lo cual asentó de la siguiente manera:

Misión. Prestar el servicio público de agua potable y saneamiento con criterios de calidad, sustentabilidad y suficiencia económica e hídrica, comprometidos con la satisfacción de los usuarios, asegurando el suministro para toda la población de Cuautitlán Izcalli.

⁸ *Gaceta Municipal Periódico oficial del gobierno municipal de Cuautitlán Izcalli, México, "Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018 Cuautitlán Izcalli"*, disponible en <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/doctos/GACETA15.pdf/>, fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

Visión. Ser el primer organismo operador de agua que logre sustentabilidad financiera y de recursos hídricos, a través de, lograr una mayor recaudación de recursos, ampliar el padrón de clientes y con eficiencia operativa; que permita ofrecer calidad en el servicio para la satisfacción del cliente.

En cuanto a los valores, estos quedaron establecidos de la manera siguiente:

Honestidad. Todo colaborador de Operagua debe apegarse a la honestidad y respeto al organismo, a los clientes, a sus compañeros de trabajo y a la ciudadanía en general.

Compromiso. Todo colaborador de Operagua debe desarrollar la eficiencia y eficacia en su trabajo para coadyuvar al fortalecimiento y mejoramiento del organismo.

Responsabilidad. Todo colaborador de Operagua debe ser responsable en su trabajo para cumplir con los deberes que como servidor público nos competen y que adquirimos al ser parte de este organismo.

Calidad en la atención. Todo colaborador de Operagua debe poseer una actitud de servicio, demostrando cordialidad, empatía, amabilidad y respeto hacia nuestros clientes y usuarios.⁹

Los ejes rectores antes señalados fueron integrados al *Manual de Organización* de Operagua Izcalli, mismo que fue aprobado por el consejo

⁹ *Página web de OPERAGUA IZCALLI, "Misión, Visión, Valores",* disponible en <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/operagua/mision-vision-valores/>, fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

directivo del organismo y publicado en la *Gaceta Municipal* No. 62 del Gobierno de Cuautitlán Izcalli, el 15 de marzo de 2017.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados de manera general en las diferentes áreas que conforman a Operagua Izcalli se requiere el desarrollo de estrategias, de modo que de manera coordinada contribuyan al cumplimiento del ideario establecido para este.

CAPÍTULO 2

LA COMUNICACIÓN AL INTERIOR DE OPERAGUA IZCALLI

2.1. La integración de la Coordinación de Cultura del Agua y Comunicación Social

Como se refirió previamente, el Organismo de agua potable, alcantarillado y saneamiento Operagua Izcalli cuenta, dentro de su estructura, con una Coordinación de Cultura del Agua y Comunicación Social que, de acuerdo con el *Manual de Organización* institucional, tiene como objetivo general:

Establecer, promover y elaborar la difusión de los servicios y programas del Organismo Público Descentralizado Municipal.¹⁰

Es, en términos generales, el área encargada de establecer el vínculo con la sociedad civil a través de las dos unidades que la integran. Por un lado, está la unidad de Capacitación, la cual es la responsable de la realización de pláticas y dinámicas en comunidades, empresas y escuelas para fomentar entre los habitantes de Cuautitlán Izcalli estrategias encaminadas al uso responsable y cuidado del agua en las actividades cotidianas.

Entre las funciones planteadas para la unidad de Capacitación en el citado *Manual de Organización* están las siguientes:

¹⁰ *Operagua Izcalli, O.P.D.M.*, “Manual de Organización”, disponible en <http://izcalli.gob.mx/GACETA62.pdf>, fecha de consulta 23 de octubre de 2017.

- Fomentar entre la ciudadanía una nueva cultura de agua, a través de conocimientos y valores por medio de campañas de promoción
- Implementar las campañas escolares mediante las cuales se aplican estrategias pedagógicas para difundir el mensaje de cultura del agua
- Concientizar a la ciudadanía acerca de cómo cuidar el agua, para evitar su derroche y por lo tanto su escasez.¹¹

En la unidad de Atención a Medios se genera la información referente a las distintas actividades que realiza Operagua en general, ya sea para su difusión a través de los diferentes medios de comunicación o para la divulgación propia de las acciones y campañas implementadas cotidianamente.

Algunas de sus funciones especificadas en el *Manual de Organización* son las que a continuación se enumeran:

- Elaborar boletines informativos sobre las actividades de Operagua para los medios impresos y portales informativos en línea.
- Realizar videos institucionales para la difusión en medios electrónicos y digitales.
- Capturar imágenes fotográficas y videográficas de las actividades relevantes del Organismo
- Comunicar las actividades de Operagua en redes sociales digitales.¹²

¹¹ *Ibíd.*, p. 66.

¹² *Ibíd.*, p. 67.

2.2. Las actividades en la Unidad de Atención a Medios

Al ser el área a cargo de recopilar y difundir la información que genera diariamente Operagua Izcalli, la unidad de Atención a Medios cuenta con una estructura interna integrada por las áreas de Redacción, Fotografía, Video, Síntesis Informativa y Diseño Gráfico.

Durante la integración del *Manual de Procedimientos* que se realizó en Operagua durante los primeros meses del 2017, acción que fue avalada por el consejo directivo el 5 de octubre del 2018, se establecieron actividades específicas para cada una de estas áreas, quedando de la siguiente manera:

Redacción

- Planear los temas de interés tanto para medios de comunicación como para ciudadanos en general, respecto a las acciones de Operagua.
- Investigar la información más importante respecto a dichos temas; dicha tarea podrá ser a través de entrevistas con los servidores públicos involucrados o mediante la revisión de documentos de interés.
- Redactar los comunicados de prensa que contengan la información de manera precisa y clara, de modo que resulte de interés para los medios de comunicación y ciudadanos en general.

Fotografía

- Recopilar las evidencias fotográficas de eventos o actividades del titular de Operagua, así como de las diferentes acciones que realiza el área operativa.
- Seleccionar y editar el material fotográfico que se utilizará tanto para ilustrar comunicados y como para las publicaciones en redes sociales.
- Clasificar el material recopilado en fotografía.

Video

- Planear los videos a desarrollar, de acuerdo a las diferentes necesidades de Operagua.
- Realizar la producción de los videos para apoyo a las distintas redes sociales.
- Editar el material recopilado previamente.
- Realizar la clasificación y resguardo del material videográfico.

Síntesis informativa

- Revisar los medios de comunicación impresos, locales y estatales.
- Seleccionar y clasificar los contenidos referentes a Operagua y otras dependencias similares, así como asuntos de interés relacionados con el agua.
- Producir la información referente a Operagua para su publicación en la página web del Organismo.

- Resguardar de la información que haya sido localizada en el procedimiento

Diseño

- Planear las distintas actividades gráficas que incluyan la temática de trabajo de Operagua.
- Elaborar todos los aspectos gráficos de las diferentes campañas que desarrolle la Coordinación, para su difusión tanto en redes sociales como en medios de comunicación.
- Realizar las propuestas necesarias para reforzar la imagen institucional de las distintas áreas de Operagua.
- Desarrollar el material gráfico de respaldo para las actividades de la Unidad de Capacitación y Cultura del Agua.

La interactividad de las áreas que conforman a la unidad de Atención a Medios es la que permite la divulgación de las acciones, programas, campañas y actividades cotidianas emprendidas por Operagua a través de las redes sociales del municipio, a fin de establecer un vínculo con los usuarios y la sociedad en general, de forma que permita un acercamiento para la realización de reportes, atención de dudas y hasta la misma opinión por el quehacer cotidiano o la falta de este.

2.3. La comunicación digital en Operagua Izcalli

Aunque de manera formal no existe en Operagua la figura de *Community Manager* o administrador de redes sociales, a partir de agosto de 2016 se implementaron diferentes acciones dentro de la unidad de Atención a Medios, las cuales, de manera paulatina permitieron establecer una interacción entre esta área y quienes han optado por la tecnología para lograr un acercamiento a las autoridades, en este caso, para los temas relacionados con el suministro de agua potable y el mantenimiento de las diferentes instalaciones hidrosanitarias.

Al asumir la jefatura de la unidad de Atención a Medios, Operagua ya utilizaba las redes sociales Facebook y Twitter para la difusión de actividades, promociones y recepción de reportes por temas relacionados con falta de suministro de agua potable, fugas en la red hidráulica o solicitudes de desazolve en la línea de drenaje.

Ambas redes sociales se habilitaron a finales de 2015, previo al inicio de lo que sería la nueva administración municipal encabezada por Víctor Estrada Garibay, quien asumió el cargo el 1 de enero de 2016, de manera que desde ese primer día Operagua ya contaba con redes sociales activas.

De acuerdo con los registros de ambas redes sociales, en la interacción con los usuarios no había un seguimiento real a las problemáticas planteadas, dejando a los usuarios únicamente con la generación de un reporte. En Facebook, se tenían dos canales por medio de los cuales se emitía información a los usuarios,

una de ellos era la página oficial o *Fanpage*, la cual el 22 de julio de 2016 contaba con 2 mil 86 seguidores.

Gráfica 2. Facebook, Operagua Cuautitlán Izcalli ¹³



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua, realizada el 22 de julio de 2016

En la misma red social había un perfil denominado *Medios Operagua* que por esas fechas registraba 12 amigos, es decir personas con quienes se establecía alguna relación a través de este canal.

¹³ La página @Operagua en Facebook fue deshabilitada el 1 de enero de 2019 debido al término de la administración municipal y el inicio de actividades del nuevo gobierno local.

Gráfica 3. Perfil de Medios Operagua en Facebook ¹⁴



Fuente. Captura de pantalla del perfil Medios Operagua en Facebook, realizada el 22 de julio de 2016

Respecto a la cuenta de Twitter **@Operagua**, al momento de asumir la unidad de Atención a Medios tenía 1 mil 399 seguidores con 2 mil 101 tweets o publicaciones emitidas.

¹⁴ El perfil Medios Operagua en Facebook fue cerrado por la administración de la red social en 2017, como se relatará más adelante

Gráfica 4. Twitter de Operagua



Fuente. Captura de pantalla de la cuenta de Twitter de Operagua, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

Tras establecer una estrategia permanente de difusión de actividades y en afán comenzar a crear un canal de comunicación con los usuarios, desde la unidad de Atención a Medios se comenzó a trabajar para establecer las acciones que, en primera instancia, ayudaran a mantener informados a los habitantes de Cuautitlán Izcalli respecto a las actividades y temas de trascendencia que se generaran en Operagua, y como segundo objetivo, para comenzar a establecer una confianza en los usuarios o personas interesadas en contactar al Organismo, para acercase por la vía digital, con la certeza de que serían tomadas en cuenta.

Tres meses después de iniciar esa labor, el 7 de diciembre de 2016, se realizó una segunda revisión de las redes sociales oficiales, notando un incremento considerable en el número de seguidores y/o amigos que en ese periodo se interesaron en estos canales.

En la página de Facebook se registró un alcance de 3 mil 37 personas que en ese momento se habían interesado en las publicaciones ahí emitidas; al perfil se le denominó *Operagua Cuautitlán Izcalli*, con el fin de darle mayor identidad y en éste se registró un aumento a 993 amigos en esos tres meses de actividades.

En el caso de Twitter, entre el 22 de julio y el 7 de diciembre de 2016, se unieron a la página de *Operagua* 511 personas, llegando a 1 mil 910 seguidores en esa segunda fecha de registro, así como un incremento de 970 tweets o mensajes publicados en el mismo periodo.

Gráfica 5. Facebook, Operagua Cuautitlán Izcalli



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua, realizada el 7 de diciembre de 2016

Gráfica 6. Facebook, perfil Operagua Cuautitlán Izcalli



Fuente. Captura de pantalla del perfil Operagua Cuautitlán Izcalli, antes Medios Operagua, realizada el 7 de diciembre de 2016

Gráfica 7. Twitter de Operagua



Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

En el transcurso de 2017, se realizaron dos nuevos ejercicios para registrar la dinámica de los usuarios de Operagua a través de las redes sociales institucionales.

Cabe destacar que, por las políticas de Facebook en donde establece que los perfiles que se generan en esa red social solo pueden ser para personas y no para instituciones, el 19 abril de 2017 el perfil *Operagua Cuautitlán Izcalli* fue deshabilitado y al tratar de recuperarlo vía correos electrónicos y mensajes de seguimiento en la misma plataforma, los administradores de Facebook se negaron a permitir que se continuara utilizando dicho nombre, argumentando políticas de uso de la plataforma.

A pesar de que en ese momento el perfil contaba con más de 2 mil amigos registrados y ante la posibilidad de perder la vinculación con ellos, en mayo de 2017 se determinó cerrarlo y continuar trabajando con la página oficial “*Operagua*”, lo cual se reflejó en un incremento en el número de seguidores en esa página.

Tabla 2. Incremento de seguidores en las redes sociales institucionales de *Operagua Izcalli*

RED SOCIAL	22 JULIO 2016	7 DICIEMBRE 2016	17 MAYO 2017	3 AGOSTO 2017
Facebook perfil “ <i>Operagua Cuautitlán Izcalli</i> ”	12 amigos	993 amigos	2,005 amigos <small>*Perfil desactivado por políticas de FB</small>	PERFIL DESACTIVADO TEMPORALMENTE POR LA RED SOCIAL
Facebook Fanpage @ <i>Operagua</i>	2,086 seguidores	3,037 seguidores	4,560 seguidores	5,273 seguidores
Twitter @ <i>Operagua</i>	1,399 seguidores	1,910 seguidores	2,316 seguidores	2,501 seguidores

Fuente. Elaboración propia con datos de las estadísticas de cada plataforma digital.

Durante el corte de registro realizado en enero de 2018, se vio un incremento de 2 mil 185 seguidores en la página de Facebook y 681 seguidores más que se unieron en la página de Twitter, como lo muestran las dos gráficas siguientes:

Gráfica 8. Facebook, Operagua Cuautilán Izcalli



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua, realizada el 18 de enero de 2018

Gráfica 9. Twitter, Operagua Cuautitlán Izcalli



Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

Las cifras anteriormente reflejadas permiten hablar del interés de los ciudadanos por dar un seguimiento a las publicaciones difundidas por medio de

esos canales digitales, así como de su disposición por mantener de alguna manera una cercanía con dicha dependencia.

Ejemplo de ello es que, mientras los lineamientos de la red social Facebook obligaron a cerrar uno de los canales de comunicación originalmente utilizados, la acción a final de cuentas llevó a la página oficial en la misma plataforma a incrementar en un 50 por ciento el número de seguidores; lo anterior nos sugiere que, quienes habían optado en un primer momento por seguir el perfil de *Operagua Cuautitlán Izcalli*, al no encontrarlo activo o al notar que había sido reemplazado, optaron por buscar el otro canal y lo encontraron en forma de página oficial.

A partir de ahí, el crecimiento de las cuentas oficiales de Operagua tanto en Twitter como en Facebook continuó de manera constante, como se planteará en el desarrollo del presente trabajo.

CAPÍTULO 3

LAS REDES SOCIALES, OPERAGUA Y SUS USUARIOS

3.1. Una nueva estrategia de comunicación entre institución y usuarios

El uso de las redes sociales como parte de la estrategia de comunicación de Operagua le permitió cumplir con tres aspectos de la administración pública que en los últimos años han alcanzado relevancia, no solo por su cumplimiento en sí como parte de los criterios del sector público, sino por tratarse de situaciones donde realmente se puede establecer una relación con los usuarios:

- Transparencia.
- Rendición de Cuentas.
- Participación Ciudadana.

Al ser las redes sociales los canales empleados en las instituciones públicas para establecer un vínculo de comunicación con la sociedad, hay factores que deben considerarse para lograr que esta dinámica se realice en un ambiente de certeza, confianza y reciprocidad.

Si bien estos canales son utilizados para la constante difusión de las acciones, programas y servicios que presta Operagua, no están exentos de situaciones de reclamos, quejas y exigencias por parte de los ciudadanos, mismas que en todo momento deben ser atendidas de manera adecuada, pues...

Las redes sociales son canales que le permiten a la administración pública tener un rol activo de comunicación con el ciudadano en un medio que es amigable para

él, permite dar información que la institución considere relevante, y atender directamente las inquietudes del usuario. De tal manera, que se presentan como canales de comunicación idóneos para incentivar la cercanía administración-ciudadano.¹⁵

Una revisión a las redes sociales de los organismos operadores de los servicios de agua potable y saneamiento de municipios vecinos en el norponiente del Valle de México permitió visualizar que *Operagua Izcalli* destaca tanto por su trabajo al transmitir información por dichos canales, como en la cantidad de seguidores con que cuenta tanto en Facebook como en Twitter.¹⁶

Tabla 3. Comparativo entre las redes sociales de organismos operadores vecinos

	OPERAGUA IZCALLI	SAPASA ATIZAPÁN	OPD APAST TULTILÁN	SAPASNIR NICOLÁS ROMERO	OPDM TLALNEPANTLA
FACEBOOK	8,215 SEGUIDORES	4,395 SEGUIDORES	3,646 SEGUIDORES	2,548 SEGUIDORES	1,801 SEGUIDORES
	8,029 ME GUSTA	4,275 ME GUSTA	3,551 ME GUSTA	2,484 ME GUSTA	1,730 ME GUSTA

	OPERAGUA IZCALLI	OPDM TLALNEPANTLA	SAPASA ATIZAPÁN	OPD APAST TULTILÁN	SAPASNIR NICOLÁS ROMERO
TWITTER	3,707 SEGUIDORES	1,749 SEGUIDORES	1,198 SEGUIDORES	1,238 SEGUIDORES	532 SEGUIDORES
	6,895 TWEETS	1,281 TWEETS	1,699 TWEETS	4,222 TWEETS	5,045 TWEETS

Fuente. Elaboración propia.

¹⁵ Arroyo Chacón, Jeniffer Isabel, *El uso de las redes sociales en los servicios públicos*, disponible en <https://es.slideshare.net/JenniferIsabelArroyo/el-uso-de-las-redes-sociales-en-los-servicios-pblicos>; fecha de consulta 20 de junio de 2018.

¹⁶ Cifras al 7 de junio de 2018, comparativo de redes sociales, organismos operadores colindantes con Cuautitlán Izcalli, realización propia.

Esto habla de un legítimo interés del Organismo en establecer ese vínculo con los ciudadanos de Cuautitlán Izcalli para buscar, de manera conjunta, una mejor prestación de servicios. Uno de los principales criterios para establecer el vínculo con los usuarios de las redes sociales fue el trato respetuoso.

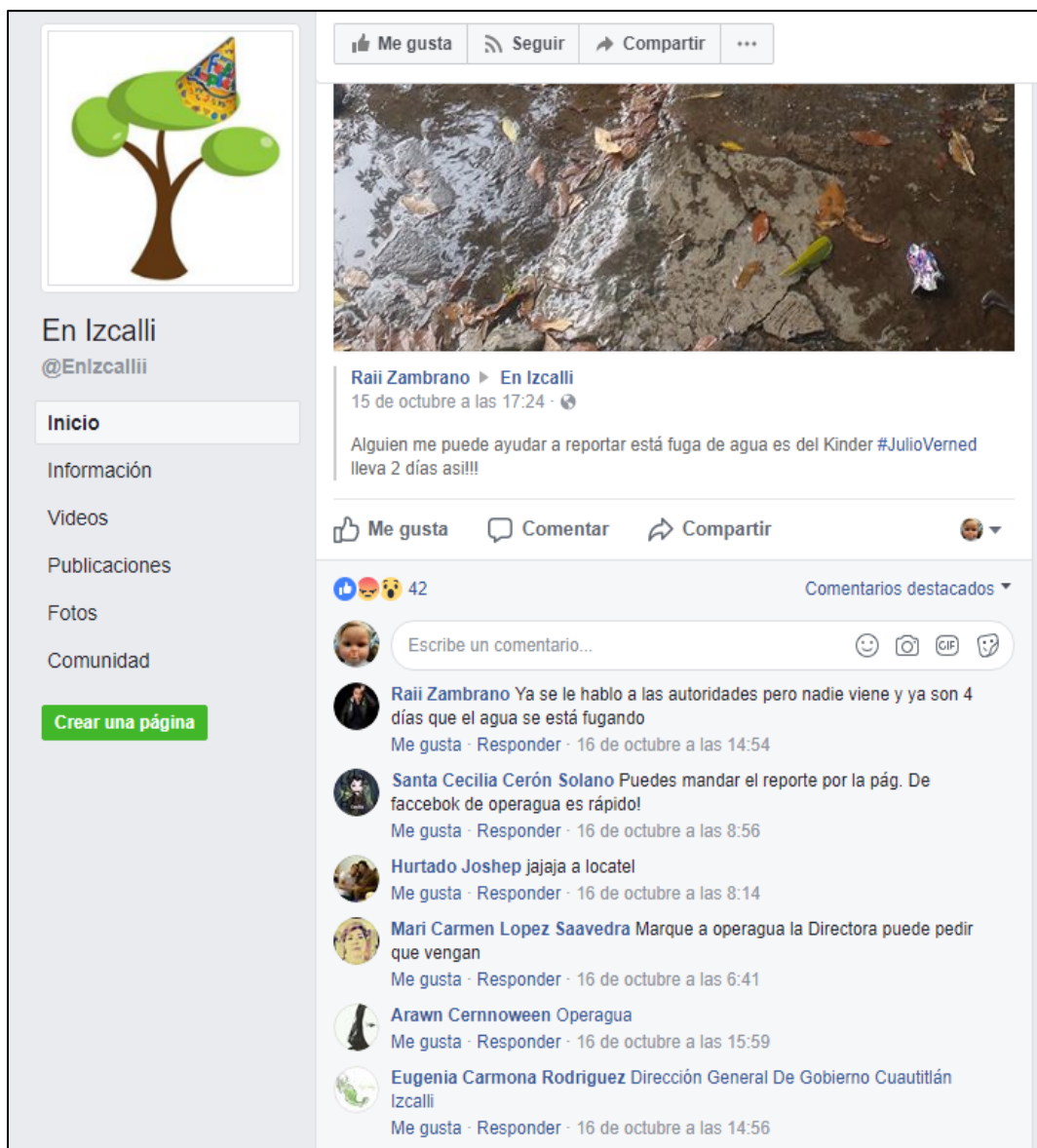
Si bien como servidores públicos, sin importar el área de desempeño y más allá de que la **Calidad en la Atención** sea uno de los valores institucionales, el respeto hacia quienes se acercan a Operagua por estos canales es una de las mejores estrategias de comunicación, pues en la mayoría de los casos el usuario ha respondido con la misma cortesía y buen trato, muchas veces incluso logrando aminorar la situación negativa que pudiera estar refiriendo.

Ese trato respetuoso que la mayor parte de las veces busca ofrecer respuestas oportunas que lleven a lograr una solución a la problemática planteada, ha sido una de las mejores estrategias para lograr una buena comunicación. Y en ocasiones, incluso, los usuarios han mostrado su atención y agradecimiento por las respuestas recibidas, por medio de publicaciones mencionando a Operagua y la atención recibida.

Esto, a diferencia de otros canales del mismo Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, incluidas las cuentas que representaban al presidente municipal, Víctor Estrada Garibay, en donde en ocasiones las respuestas alteron más al usuario y motivaron a otros ciudadanos a sumarse a la exigencia para la atención de cierta problemática.

Incluso, los usuarios llegaron a mencionar como referencia la atención a través de las redes sociales de Operagua como un medio más eficiente para lograr la atención de cierto problema, aún sin que sea a través de estos canales.

Gráfica 10. Difusión entre usuarios de la página de Facebook de Operagua



The screenshot shows the Facebook profile of 'En Izcalli' (@Enizcallii). The profile picture is a stylized tree with a party hat. The main content is a post from Raii Zambrano, dated October 15 at 17:24. The post includes a photo of a water leak on a concrete surface and the text: 'Alguien me puede ayudar a reportar está fuga de agua es del Kinder #JulioVerned lleva 2 días así!!!'. Below the post, there are 42 reactions and several comments. The comments are:

- Raii Zambrano: 'Ya se le hablo a las autoridades pero nadie viene y ya son 4 días que el agua se está fugando' (16 de octubre a las 14:54)
- Santa Cecilia Cerón Solano: 'Puedes mandar el reporte por la pág. De facebook de operagua es rápido!' (16 de octubre a las 8:56)
- Hurtado Joshep: 'jajaja a locatel' (16 de octubre a las 8:14)
- Mari Carmen Lopez Saavedra: 'Marque a operagua la Directora puede pedir que vengan' (16 de octubre a las 6:41)
- Arawn Cernnoween: 'Operagua' (16 de octubre a las 15:59)
- Eugenia Carmona Rodriguez: 'Dirección General De Gobierno Cuautitlán Izcalli' (16 de octubre a las 14:56)

Fuente. Captura de pantalla de la página En Izcalli, disponible en <https://www.facebook.com/Enizcalli/>

Como anteriormente se mencionó, en las redes sociales de Operagua también hubo presencia de usuarios que, en tono de exigencia e incluso en ocasiones con lenguaje inapropiado, pretendían la inmediata solución de problemas derivados de los servicios que ofrece esta dependencia, sin embargo, para ellos se adoptó como medida utilizar la misma cordialidad como estrategia para tratar de aminorar el modo en que se dirigen.

Si bien durante el periodo de referencia fueron pocos los casos, sí se recurrió a evidenciar a esos usuarios públicamente –de la misma manera en que ellos se dirigieron–, advirtiendo que las redes sociales de Operagua son canales para informar, apoyar y orientar a los usuarios, por lo que no se permite el uso de lenguaje inadecuado.

En la mayoría de los casos, los usuarios interrumpieron la comunicación. Sin embargo, sí se tuvo que “denunciar” o “bloquear” a quienes, a pesar de la advertencia, insisten en dirigirse con palabras insultantes, e incluso con amenazas de carácter político, como lo muestra la gráfica siguiente:

Gráfica 11. Bloqueo de usuarios que usan un lenguaje inapropiado.

	Haza Valle@vallevh1	Bloqueado	0/0
	VAMPY@TaxiVampy	Bloqueado	0/0
	Lindemann Tacher@tacher_14	Bloqueado	0/0
	Cazalagartos@Jeobpatasalada	Bloqueado	0/0
	@elchaparock@elchaparock	Bloqueado	0/0
	XamesHBYeims@YeimsHB	Bloqueado	0/0
	El Mago Evón@Reporte311	Bloqueado	0/0
	ActúaCiudad@ActuaCD	Bloqueado	0/0
	El Bernal@jbernal1970	Bloqueado	0/0
	MAPIMO2@MAPIMO2	Bloqueado	0/0
	Just me@luben_tm	Bloqueado	0/0

Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

De agosto de 2016 a junio de 2018, 17 usuarios fueron bloqueados en Twitter por este tipo de comportamiento; en Facebook solo se presentaron seis casos de usuarios a quienes fue necesario bloquear por uso de lenguaje inapropiado.

3.2. El cuidado en el manejo de los datos personales

En los últimos años, el manejo de datos personales por parte de instituciones públicas e incluso por parte de la iniciativa privada, ha sido causa de exposición de los ciudadanos a situaciones donde estos no han dado su consentimiento: desde las llamadas telefónicas para encuestas de servicios públicos o privados, ofertas o promociones bancarias o comerciales, visitas o recepción de correspondencia comercial en exceso y en varios casos, asuntos relacionados con inseguridad como extorsiones, amenazas y hasta secuestros. Esto, debido a la filtración o incluso venta de bases de datos donde la información personal terminó lejos de la razón que motivó su origen.

Esto ha provocado que en los diferentes niveles de gobierno se desarrollen leyes para proteger el bienestar de los ciudadanos que, por diversas razones, deben facilitar sus datos personales a diferentes dependencias, empresas, organizaciones o instituciones.

En el Estado de México esta legislación llegó en mayo del 2017, con la publicación de la *Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de México y Municipios*, la cual regula el manejo de la información que llega a las dependencias tanto del gobierno estatal como de los 125 municipios y los organismos descentralizados que de ellos dependen, así como el Congreso local, Poder Judicial, Tribunales Administrativos, Fideicomisos, Fondos Públicos y hasta los Partidos Políticos registrados en la entidad.

Esta ley considera como datos personales:

La información concerniente a una persona física o jurídica colectiva identificada o identificable, establecida en cualquier formato o modalidad, y que esté almacenada en los sistemas y bases de datos, se considerará que una persona es identificable cuando su identidad pueda determinarse directa o indirectamente a través de cualquier documento informativo físico o electrónico.¹⁷

Una de las responsabilidades de la administración de las redes sociales de Operagua ha sido lograr la confianza de los usuarios para que brinden su información de contacto, a fin de que el personal correspondiente pueda establecer comunicación directa con ellos, en caso de que así lo requiera la petición o servicio que solicitado.

De esto modo, para realizar el reporte de una fuga, la petición de desazolve, el aviso de rejilla de piso en mal estado o la queja por falta de suministro, se necesita que el ciudadano proporcione tres datos:

- Nombre y apellido.
- Dirección donde se presenta el problema.
- Número telefónico donde pueda ser contactado en caso necesario.

Cabe mencionar que, por política de atención al ciudadano, el personal a cargo de estas áreas operativas: reparaciones o limpieza de drenaje, fugas o

¹⁷ *Gobierno del Estado de México*, “Decreto No. 209: “Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de México y Municipios”, disponible en: <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2017/may305.pdf>, fecha de consulta 30 de mayo de 2017.

alcantarillas, procura contactar a los usuarios para solicitar que verifiquen si se atendió o no su reporte o petición, de ahí que se requiera por parte de la unidad de Atención a Medios dicha información.

Una de las medidas puestas en marcha en esta gestión es pedir a los usuarios que envíen su información personal por mensaje privado, mecanismo que aplica tanto en Facebook como en Twitter, como medida de seguridad a fin de evitar que esos datos estén accesibles a personas ajenas.

Sin embargo, hay quienes optan por proporcionar esa información de manera pública, exponiéndose a situaciones como las que se mencionaron al principio de este apartado. A ellos, una vez recopilada su información, se les sugiere eliminar el mensaje que publicaron, para evitar que datos como números de teléfono o dirección sean visibles y otras personas puedan hacer mal uso de ellos.

En apego a la ley señalada, la información personal de los usuarios solo se proporciona al área de Emergencias, quien lleva a cabo la recopilación y canalización de los reportes a las áreas operativas que se encargarán de dar seguimiento al problema o petición.

Hay ocasiones en que el ciudadano ha realizado previamente una petición y por tanto ya ha proporcionado sus datos personales; no obstante, al hacer un nuevo reporte se le pide que los aporte de nuevo y se canaliza hasta el momento en que otorga su consentimiento para utilizarlos nuevamente; en caso de no

hacerlo de manera explícita, el reporte se pasa sin el dato pendiente de autorización.

El siguiente es un ejemplo de un usuario quien previamente había proporcionado sus datos y al hacer un nuevo reporte se le solicitó el número de contacto. El usuario refirió que ya lo había enviado anteriormente –y aunque de nuevo proporcionó sus teléfonos de contacto– se le indicó que, por seguridad, los datos de los usuarios se borran constantemente.

Gráfica 12. Eliminación del historial de los usuarios.

Antonio Estudillo.

@AntonioCatara59



Aquí de nuevo.
Revisen nuestro historial de comunicados, por favor. 91550028 55 5995 9488 Floresta
Bosques de Sherwood Privada Cornwall
Casa#2 Bosques del Lago C.P. 54766
URGE. Buen día.

10 sept. 2018 8:28 a. m.

Gracias por los datos, por seguridad de los usuarios constantemente se eliminan los historiales, de ahí que se le soliciten los datos cada vez que realiza algún reporte. Con gusto pasamos los datos a la Coordinación de Operación Hidráulica.

Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, Mensajes Directos, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

Cabe destacar que, en las redes sociales, el hecho de que un usuario utilice un nombre o proporcione un número de teléfono, no significa que estos datos sean

reales. En ocasiones, ante la negativa de un usuario por indicar su nombre, se recurre a elaborar el reporte con el alias que utiliza en la red social de que se trate; Por ejemplo, en Twitter, se ha dado seguimiento a ciudadanos identificados como *La Maga*, *Noesferatu*, *Shariar* o *Wisard*, y al presentar el reporte correspondiente ante el área de Emergencias, se indica que el usuario no está identificado.

Desde agosto de 2016 a la fecha, el área ha generado una base de datos anual que contiene cada uno de los reportes o solicitudes de servicio realizados por los ciudadanos. De esta manera, de agosto a diciembre de 2016 se canalizaron 206 reportes por medio de las redes sociales; 282 durante 2017 y de enero a diciembre de 2018 sumaron 555, a través de la unidad de Atención a Medios.

En apego a la ley, esa información se conservó y fue entregada al término del cargo, como referencia del trabajo en cuanto a la protección de los datos personales proporcionados por los ciudadanos a través de las redes sociales institucionales.

3.3. La página de Facebook de Operagua Izcalli

Con el inicio de la administración municipal que comenzaría junto con un nuevo año, el 1 de enero de 2016 empezó a operar formalmente la página de Facebook de Operagua, aunque fue creada el 30 de diciembre de 2015 para realizar su

vinculación con el resto de páginas de esta red social que utilizaría el nuevo gobierno.

Debido a que las políticas de Facebook establecían en ese momento contar con un perfil personal para la creación y administración de una *Fanpage*, en un principio se estableció crear un perfil bajo el nombre de *Medios Operagua* y la página de seguidores o *Fanpage* Operagua, a través de las cuales se realizaba la publicación de actividades, avisos y campañas.

El 22 de julio de 2016 –fecha de ingreso real al área– el perfil *Medios Operagua* mostraba 12 *amigos*, es decir, una docena de personas vinculadas con dicha página y para quienes se emitían los contenidos de la misma.

La *Fanpage* Operagua en ese momento registraba 2 mil 86 “Me Gusta”, es decir, personas que hasta ese momento habían ingresado y avalado los contenidos de la misma. A partir del 15 de agosto de 2016, la red social comenzó a contabilizar los seguidores y para ese momento sumaban 2 mil 405.

Los contenidos que se publicaron en ambas páginas fueron los mismos, con la intención de darle una mayor difusión a la información generada y para llegar a un mayor número de personas. Asimismo, se dio continuidad a la recepción de los reportes, las peticiones y los comentarios de diferente índole que la gente emitía a través de esta red social. Mensajes que en principio eran canalizados directamente al área específica que les correspondía: fugas, desazolve, pipas, infraestructura dañada, encharcamientos, etc.

Una de las políticas de comunicación establecidas para esta red social fue la de evitar la confrontación con los seguidores, de modo que si la publicación traía consigo un efecto adverso en el usuario, de ser necesario, solamente se le solicitó su información personal a través de un mensaje privado, advirtiéndole que la finalidad era dar seguimiento a su inconformidad.

Cabe mencionar que a petición de diferentes áreas de Operagua y con fin de darle un orden a la atención de peticiones y reportes, se determinó que el registro de estos se realizaría a través del área de Emergencias, la cual pertenece a Atención a Usuarios y que a su vez depende directamente de la dirección general. Esa área registra con un número de folio cada petición o reporte, de acuerdo del tema que se trate, a fin de llevar un seguimiento en la atención de los usuarios y que estos cuenten con una referencia que les permita dar seguimiento a su petición o queja.

A fin de darle identidad al perfil *Medios Operagua*, se realizó el cambio de nombre por el de *Operagua Cuautitlán Izcalli*, de modo que los habitantes de Cuautitlán Izcalli tuvieran mayor facilidad al buscar información en esta red social respecto a las actividades que desarrolla la dependencia de servicios hidrosanitarios.

En diciembre de 2016 se realizó un ejercicio de verificación de las páginas de Facebook, en las que se encontró un incremento considerable en el número de usuarios que se habían sumado, tanto en el perfil como en la página de seguidores. El perfil *Operagua Cuautitlán Izcalli* contaba ya con 993 amigos y la

Fanpage Operagua registró en ese momento 3 mil 37 seguidores y 3 mil 46, “Me gusta”.

En abril de 2017, tras no poder acceder al perfil *Operagua Cuautitlán Izcalli*, se contactó a los administradores de la red social, quienes advirtieron sobre la prohibición de utilizar el nombre de empresas, negocios o instituciones públicas en los perfiles que maneja Facebook; aunque se intentó comprobar la identidad del organismo mediante documentos y hacer hincapié en que no se trataba de una página con fines de lucro, sino informativos –proceso que llevó al menos dos meses– se negó la posibilidad de continuar utilizando dicho nombre. De ahí que se tomó la decisión de cerrarlo y utilizar los perfiles personales de los integrantes de la unidad de Atención a Medios para continuar difundiendo las actividades e información relevante por medio de la *Fanpage Operagua*.

Gráfica 13. Prohibición de usar el nombre de “Operagua Cuautitlán Izcalli” como perfil.



f **Te enviamos un mensaje**
Martes, 25 de abril de 2017 a las 09:13
Hola,

Según la Declaración de derechos y responsabilidades de Facebook, los perfiles solo pueden representar a personas. Usar un perfil para representar a una marca, un negocio, un grupo o una organización infringe estas normas. Los perfiles que representan a mascotas, ideas u otros objetos tampoco están permitidos.

Parece que el nombre que solicitaste para tu perfil es el nombre de un negocio o una organización, lo que infringe nuestras normas sobre nombres de perfiles. Consulta el artículo del servicio de ayuda a continuación para obtener más información sobre los nombres en Facebook:

<https://www.facebook.com/help/112146705538576/?ref=cr>

Si quieres seguir usando un perfil, deberás cambiar el nombre que figura en tu cuenta por el nombre que usas habitualmente. También necesitaremos que nos envíes una foto o una imagen escaneada de algún documento de identidad de los que aparecen en esta lista:

<https://www.facebook.com/help/159096464162185/?ref=cr>

Puedes ayudarnos a confirmar tu identidad de dos formas:

- Envíanos una foto o imagen escaneada de alguno de los documentos del grupo uno, como el permiso de conducir, el pasaporte o un documento oficial que acredite tu cambio de nombre.

O bien:

- Envíanos dos documentos del grupo dos, como una suscripción a una revista y un carné de estudiante, o un extracto bancario y una carta.

Antes de escanear o tomar una foto de los documentos, oculta cualquier dato personal que no necesitemos (por ejemplo, tu dirección, número del permiso de conducir o número de la seguridad social).

Una vez que hayas actualizado tu nombre y tengas acceso a tu cuenta, puedes crear una página que represente a tu empresa u organización. Si creas una página a partir de tu perfil, no perderás tus amigos ni el contenido durante el proceso. Puedes encontrar más información sobre cómo crear una página basada en tu perfil en el servicio de ayuda:

<https://www.facebook.com/help/175644189234902/?ref=C>

Gracias.

Alberto
Community Operations
Facebook

Fuente. Captura de pantalla del correo electrónico enviado por parte de Facebook.

Esta medida trajo consigo que al no encontrar el perfil habitual los usuarios y personas interesadas buscaran y se sumaran a la página oficial de *Operagua Izcalli* en Facebook, alcanzando 5 mil 273 seguidores en agosto de 2017. Cabe mencionar que se tenían contabilizados 2 mil 5 amigos al momento de determinar la cancelación del perfil del Organismo en Facebook, el 17 de mayo de 2017.

Para enero del 2018, la página de seguidores en esta red social ya sumaba 7 mil 458 seguidores, es decir un 310 por ciento respecto a los seguidores contabilizados originalmente por la red social. Al 21 de agosto de 2018, la página de Facebook *Operagua* contabilizó 9 mil 546 seguidores, casi 400 por ciento más seguidores en poco más de dos años.

Gráfica 14. En dos años, la página @Operagua en Facebook sumó 9,546 seguidores.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua, realizada el 21 de agosto de 2018

3.4. Los temas de mayor impacto en Facebook

Siendo las lluvias y las repercusiones que estas generan un tema que compete a los organismos o dependencias encargadas de la operación hidráulica de las localidades, también lo son las peticiones y quejas que las consecuencias generadas a la población.

A los pocos días de asumir la jefatura de la unidad de Atención a Medios, el 25 de julio de 2016 se presentó una lluvia de gran magnitud en el municipio, la cual ocasionó la saturación y desbordamiento de cuerpos de agua, junto con la ruptura de la barda perimetral de un fraccionamiento privado y la inundación de varias de sus casas. Eso, aunado a las afectaciones por encharcamientos mayores en diversas zonas del municipio, vehículos atrapados en ellos y vecinos que trataron de hacerse de ayuda para resguardar sus bienes amenazados por el agua.

Por medio de esta red social, durante la noche se cuantificaron cerca de 100 reportes y comentarios de usuarios que solicitaban apoyo en diferentes zonas del municipio, sin embargo, la magnitud de la emergencia sobrepasó la posibilidad del personal operativo para atender las diferentes y múltiples peticiones. De ahí que se determinó emitir un aviso por las redes sociales en el que se indicó que conforme fuese posible, el personal se coordinaría con los vecinos en diferentes zonas para ayudar al desalojo de las inundaciones y recuperación de las viviendas y pertenencias de los usuarios.

Durante la siguiente temporada de lluvias, en mayo de 2017, se registró una nueva lluvia que causó grandes encharcamientos en diversas comunidades del municipio; otras precipitaciones de las consideradas “atípicas” se suscitaron a finales de agosto y principios de septiembre siguiente, con consecuencias mucho más lamentables para los habitantes de la zona sur de Cuautitlán Izcalli.

El vaso regulador conocido como “Presa El ángulo” alcanzó su nivel máximo de almacenamiento, obligando al desalojo del agua acumulada para evitar que se desbordara por la cortina que tiene más de 80 años de existencia y con al menos 10 viviendas colindantes, lo que causó anegaciones en calles, casas, escuelas, clínicas y áreas comunes de las colonias vecinas.

La experiencia de un año atrás en el manejo de la información por medio de las redes sociales ayudó a establecer como estrategia que en situaciones de emergencia se emitiría información sobre las acciones que para apoyar a la población se realizarían en las zonas afectadas. Labores tales como el retiro de aguas negras o la desinfección de cisternas se canalizarían a través de reportes directos con el fin de establecer un vínculo entre el personal y los ciudadanos.

El agua es, sin duda, no solo un derecho, sino también un elemento vital para el desarrollo de la vida diaria de las personas y su falta ocasiona situaciones que alteran la actividad diaria de las comunidades. Por ello, se estableció como acción prioritaria informar a la población a través de las redes sociales sobre la disminución de la presión en el suministro de agua potable.

Uno de los casos donde más impacto se registró en Facebook fue en el verano del 2017, cuando la temporada de estiaje y trabajos de mantenimiento ajenos a Operagua provocaron una baja general en el suministro de agua en todo el municipio. Para explicar y reducir el impacto, se determinó realizar un mensaje a través de una transmisión en vivo por Facebook, donde el director de Construcción y Operación Hidráulica explicó las causas del problema y las soluciones que se daban a ello. Un año después, las estadísticas del video de 2 minutos y 22 segundos transmitido en vivo mostraban que el mensaje fue compartido en 776 ocasiones, alcanzó 29 mil reproducciones y generó 125 comentarios de usuarios, en su mayoría en rechazo a la situación.

Gráfica 15. En una transmisión en vivo por Facebook, el director de Construcción y Operación Hidráulica explicó las causas del problema.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua realizada el 25 de agosto de 2017.

3.5. Operagua en Twitter

El empleo de las nuevas tecnologías para las áreas de comunicación social de oficinas públicas da la oportunidad de llegar a un sector específico con mensajes claros, cortos y precisos respecto a diferentes temas o situaciones. Ese es el principio de la red social Twitter y es justo la manera en que se utiliza en *Operagua Izcalli*.

Al igual que en Facebook, la cuenta *@Operagua* se abrió en diciembre de 2015, para iniciar sus publicaciones el 1 de enero de 2016, con la nueva administración municipal. Sin embargo, de acuerdo con los registros de la cuenta a través del sistema Analytics, el cual proporciona información estadística de los tweets o publicaciones realizadas, fue hasta el 27 de abril de 2016 cuando se comenzó a emplear la cuenta para realizar publicaciones.

Gráfica 16. Cuenta de Twitter en julio de 2016.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

Al asumir la jefatura de la unidad de Atención a Medios del Organismo, y con el objetivo de que las redes sociales institucionales se convirtieran en los principales canales de comunicación con la sociedad, se continuó el uso de Twitter

con mayor regularidad para informar a los usuarios acerca de las actividades y temas relacionados con Operagua.

Pues como señala José Antonio Carballar:

Las empresas usan Twitter a menudo para comunicar sus noticias, nuevos desarrollos y promociones. Los tweets pueden utilizarse de una forma más versátil y eficiente que las notas de prensa o los blogs.¹⁸

Con ese criterio, durante el desarrollo de la actividad profesional se buscó no solo emitir los mensajes que Operagua quisiera dar a conocer a sus usuarios, sino también conocer lo que estos tenían que comunicarle.

Se dio la apertura para recibir, también, por medio de esta red social los reportes por fugas, peticiones de desazolve, mantenimiento a piezas de infraestructura sanitaria o pluvial. Por supuesto, se recibieron constantes quejas, ya fuera por falta en el suministro, por peticiones de diversa índole no atendidas y hasta exigencias por el pago de pensiones alimenticias, reclamos que se canalizaron a las áreas correspondientes.

En noviembre de 2017, Twitter permitió que los mensajes emitidos en su red social ya sumaran 280 caracteres, dejando atrás los 140 espacios que se utilizaban desde 2006, cuando comenzó a operar esta red social. Eso dio la posibilidad de emitir mensajes más completos respecto a los trabajos emprendidos

¹⁸ Carballar, José Antonio, *Twitter Marketing personal y profesional*; México, Alfaomega Grupo Editor, primera edición, 2011, p. 13.

por el organismo o los detalles de las campañas y promociones dirigidas a los usuarios de los servicios que Operagua realiza.

Entre los hallazgos encontrados durante la administración de esta red social destaca la presencia constante de *Bots* o cuentas a través de las cuales se realizan constantes reclamos, exigencias e incluso insultos, tanto de carácter institucional pero también hacia personal que forma parte de la institución.

Entre los casos específicos que se detectaron destaca el de la cuenta identificada como *La Reina Madre de Izcalli* donde, con una imagen de la Reina Sofía de España y junto a una imagen editada del entonces alcalde de Cuautitlán Izcalli, Víctor Estrada, se emitieron mensajes en contra de las diferentes áreas de la administración municipal.

Sin embargo, esta y otras cuentas que constantemente emitieron mensajes en tono de crítica y exigencia, no fueron bloqueadas, sino que se vio como una oportunidad para contribuir a una mejor comunicación con los usuarios, al dar atención y seguimiento a sus comentarios, como estrategia para reivindicar la imagen negativa que pudieran tener hacia Operagua por el incumplimiento de algún servicio.

Otra de oportunidad que se aprovechó en esta red social fue la limitante en cuanto a la extensión de tiempo para publicar videos; Twitter solo permite contenidos de 2 minutos 20 segundos, lo que dio pauta a la creación de material videográfico que en ese tiempo reflejara toda la información que se quería dar a conocer.

A diferencia del impacto que pueden alcanzar los videos en Facebook, en Twitter su alcance ha sido más limitado, posiblemente por la naturaleza de esta red social, donde los usuarios prefieren el mensaje corto y preciso, que pasar 90 segundos o más viendo la pantalla. Twitter trabaja con la inmediatez.

Uno de los ejemplos de esto es el impacto de la transmisión en vivo realizada para anunciar la baja en el suministro de agua potable en agosto del 2017 y de la que anteriormente se detallaron sus alcances en Facebook.

En agosto del 2018, el mismo video transmitido un año atrás mostraba en Twitter 279 reproducciones y 20 retweets, y solo dos comentarios que el mismo número de seguidores realizaron en el momento de la publicación.

Gráfica 17. Video en Twitter en el director de Construcción y Operación Hidráulica explicó las causas del problema.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

A diferencia de Facebook, el progreso en el número de seguidores de esta red social fue más lento; durante los primeros cinco meses solo se consiguieron poco más de 500 seguidores nuevos y dos años después de esa revisión, en enero del 2018 la cifra alcanzó 3 mil 182, equivalente al 227 por ciento más seguidores que al asumir la jefatura de la Unidad.

Tabla 4. Incremento en el número de seguidores vía Twitter.

TWITTER	22 JULIO 2016	7 DICIEMBRE 2016	17 MAYO 2017	3 AGOSTO 2017	18 ENERO 2018
@OPERAGUA	1,399 seguidores	1,910 seguidores	2,316 seguidores	2,501 seguidores	3,182 seguidores

Fuente. Elaboración propia.

Al 22 de agosto de 2018, la cifra llegó a 3 mil 967 seguidores y 7 mil 457 tweets emitidos, a través de los cuales se dio a conocer información referente a las actividades, campañas, promociones y principios de Operagua.

Gráfica 18. Entre el 22 julio de 2016 y el 22 agosto de 2018, la cuenta de Twitter de Operagua mostró un incremento de 2,568 usuarios.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua realizada el 22 de agosto de 2018, disponible en <https://twitter.com/OPERAGUA>

Las diferentes acciones y estrategias emprendidas en materia de comunicación a través de ambas plataformas digitales permitieron generar una cercanía con un sector de la población de Cuautitlán Izcalli, titulares o no de una cuenta ante Operagua, pero sin duda usuarios y receptores de los servicios de agua y saneamiento quienes, en su mayoría, no buscan más que contar justo con esos servicios de manera integral.

El que por medio de una plataforma digital se tengan la posibilidad de llegar a una autoridad, en este caso a un organismo encargado de la realización de esos servicios, para saber por qué no cuentan con suministro de agua, reportar el daño en una tubería que provoca desperdicio de este recurso o avisar de una problemática en el desfogue de aguas residuales, habla de una administración pública más eficiente y cercana a los ciudadanos, donde estos recurren a las redes sociales para acercarse, llegar y saber que han sido considerados por una dependencia pública que tradicionalmente ignora o relega los temas planteados por la sociedad, sin importar el tema que se trate.

CAPÍTULO 4

UNA NUEVA COMUNICACIÓN DIGITAL EN OPERAGUA IZCALLI

4.1. Propuesta para la incorporación del área de Comunicación Digital

Si bien Operagua es un ente público, hay que tener presente dos aspectos que pueden ayudarle a lograr una vinculación más estrecha con sus usuarios:

- Primero, que se trata de un organismo descentralizado, es decir que no recibe presupuesto del gobierno municipal y que subsiste gracias a los recursos que percibe a través del pago de los servicios que ofrece.
- Y segundo, justamente, que se trata de una institución que presta servicios y como tales, debe mantener una constante comunicación con quienes reciben esos servicios.

Por lo tanto:

La adopción, uso y difusión de las redes sociales en las administraciones públicas se ha convertido en una de las más recientes tendencias de mejora del sector público, dado su potencial para llevar innovaciones a diferentes áreas de actividad...

... las administraciones públicas pueden facilitar la creación de un ecosistema en el que los ciudadanos se convierten en actores con un papel activo en la creación, organización, combinación e intercambio de datos, información y conocimiento.¹⁹

¹⁹ Criado, J. Ignacio, "Redes Sociales y Administraciones Públicas. Hacia una gestión estratégica en el sector público", en J. R. Gil-García, J. I. Criado y J. C. Téllez (eds). *Tecnologías de Información y Comunicación en la Administración Pública: Conceptos, Enfoques, Aplicaciones y Resultados*, México, INFOTEC, p.230, disponible en: <https://www.infotec.mx/work/models/infotec/Resource/1274/1/images/cap8.pdf>

El constante aumento de usuarios de Internet y de plataformas digitales dan la pauta para considerar el uso de las redes sociales como parte integral de esta dependencia pública. De acuerdo con datos contenidos en el reporte *Digital 2019, Anuario Global Digital*, elaborado por Hootsuite, We are social y Kepios, durante el año 2018, más de 360 millones de personas en el mundo accedieron a Internet por primera vez, con 280 millones de nuevos usuarios de redes sociales en el mismo periodo.²⁰

A nivel mundial, señala el documento, entre las plataformas con mayor número de usuarios destacan Facebook, WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, Twitter y Youtube.

El reporte ofrece los datos referentes al comportamiento en México, señalando que:

- El 67 por ciento de los 131.5 millones de habitantes hasta diciembre de 2018, eran usuarios activos de redes sociales, es decir que 88 millones de mexicanos y de ellos, 84 millones lo hacían por dispositivos móviles.
- Los mexicanos pasan en promedio tres horas diarias interactuando en alguna o varias redes sociales.

²⁰ *Digital 2019. Global digital yearbook*, disponible en <https://wearesocial.com/digital-2019-global>; consultado el 27 de septiembre de 2019.

- El 29 por ciento de los usuarios de redes sociales las utiliza con fines laborales.²¹

Entre las plataformas digitales que los usuarios señalaron utilizar están Youtube con 95% de menciones, seguida de Facebook con 93%, WhatsApp con 87%, Facebook Messenger con 74%, Instagram con 64% y Twitter con 57%. Las siguientes plataformas, reportaron ser utilizadas por 40% o menos de los usuarios.

Tabla 5. Comparativo de las principales redes sociales en México.

RED SOCIAL	NÚMERO DE USUARIOS	PORCENTAJE DE USUARIOS POR GÉNERO
Facebook	86 millones	51% mujeres / 49% hombres
Twitter	7.22 millones	35% mujeres / 65% hombres
Instagram	22 millones	55% mujeres / 45% hombres

Fuente. Elaboración propia con datos de las estadísticas de cada plataforma digital aportados por *Digital 2019: México*.

De acuerdo con el Anuario, el 77% de la población que más utiliza las redes sociales se encuentra entre los 18 y 44 años de edad, con una similitud de porcentajes en cuanto a hombres y mujeres.

²¹ *Digital 2019: México*, disponible en <https://datareportal.com/reports/digital-2019-mexico>; consultado el 27 de septiembre de 2019

Una situación muy similar se presenta en el municipio de Cuautitlán Izcalli, donde de acuerdo con el texto *Panorama Sociodemográfico del Estado de México* de los 531 mil 41 habitantes, el 51.6 por ciento son mujeres y 48.4 por ciento son hombres, con un promedio de edad de 31 años.

El mismo documento señala que, de la población total del municipio, el 54.5 por ciento tiene acceso a servicios de Internet, 52% posee una computadora y el 87 por ciento, cuenta con teléfono celular.²²

En el caso de la página de Facebook de Operagua, el 54% de seguidores son mujeres de 18 a 44 años de edad, mientras que la población de hombres en el mismo rango de edad representa el 32%, es decir que en conjunto son el 86% de los seguidores de esta red social. Según las estadísticas de esta plataforma, el 69.37 por ciento de los seguidores pertenecen al municipio de Cuautitlán Izcalli.

En concordancia con lo publicado por *Digital 2019: México*, el reporte de Audiencias de Twitter establece que el 59 por ciento de los seguidores de *@Operagua2019* son hombres y el 41 por ciento son mujeres, con un 97 por ciento de acceso en México: 42% en el Estado de México y 27% en la Ciudad de México; sin embargo, esta plataforma no considera el rango de edades entre sus estadísticas.

Como previamente se refirió, dentro de la estructura de Operagua existe la unidad de Atención a Medios que engloba las actividades propias de un área de

²² Instituto Nacional de Estadística y Geografía, "Panorama Sociodemográfico del Estado de México 2015", disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082246.pdf, fecha de consulta 1 de octubre de 2019.

comunicación social –redacción, imagen, difusión, contacto con medios de comunicación–, también se ha mencionado que esta es la encargada de la atención a aquellos usuarios que, mediante las plataformas digitales reportan algún problema en la prestación de servicios, así como para obtener información diversa acerca de la institución, a que entre las funciones establecidas en el *Manual de Organización* no habla acerca de la atención, canalización y seguimiento a las solicitudes que los usuarios puedan hacer por esta vía.

Para lograrlo de manera integral, es necesario conformar un área específica enfocada a ayudar a construir un vínculo con los usuarios, que les dé certeza en la atención de sus cuestionamientos y que de manera paulatina busque solucionar la problemática planteada, con el objetivo de dar una respuesta que lleve a un servicio adecuado.

La finalidad de crear un área de Comunicación Digital radica en que sería la responsable de establecer ese contacto directo con los usuarios y realizar el vínculo directo con las áreas correspondientes, dando la justa importancia a quien –desde el otro lado de algún medio tecnológico– busca recibir atención para solucionar algún problema o duda por los servicios que presta Operagua. Así, a través de las redes sociales y gracias al trabajo que se realice en esa área, se fortalecería un mecanismo de participación ciudadana que cada vez busca ese acercamiento con el sector público por la vía digital.

Ante este panorama, se vislumbra la importancia del *community manager*, como lo expresa Ignacio Criado:

El concepto de *community manager* (gestor de comunidades) o *social media strategist* (estratega de redes sociales) ha centrado el debate sobre los nuevos perfiles profesionales que resultan necesarios para promover la presencia en las RSD de las administraciones públicas. No obstante, esta cuestión ha de ir más allá de plantear si la organización debe contar con una o varias personas con este perfil, ya que lo importante es conocer las personas y tiempo de trabajo disponibles para la gestión efectiva de las plataformas sociales de la organización. Lo anterior determina no solo la posición estratégica dentro de la organización, sino también los propios fines que tiene su utilización.²³

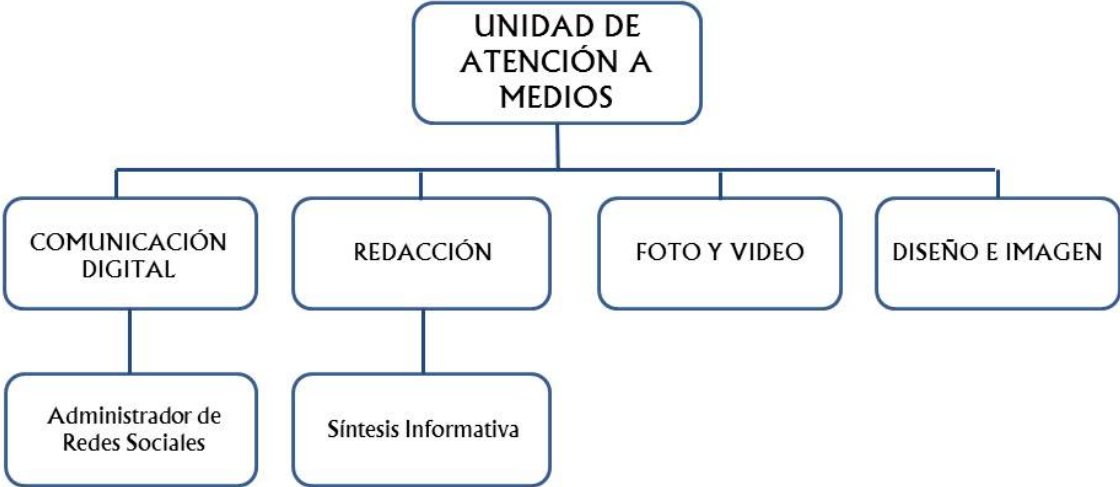
Así pues, quien realice la importante labor de manejar la comunicación digital de Operagua, debe concretarse a la revisión de los comentarios, contabilizar los “me gusta”, a la publicación de aquellos contenidos que considere relevantes y deberá involucrarse de manera directa con las diferentes áreas e integrantes de la organización, a fin de tener el conocimiento necesario para atender, dar una respuesta adecuada o en su caso canalizar, sea cual sea el comentario o la interrogante del ciudadano, de modo que este llegue a considerar una verdadera atención por parte de quien está a cargo de la plataforma digital y, en consecuencia, del mismo organismo operador del agua potable.

Hasta la fecha, ninguno de los documentos oficiales en los que se contempla la estructura orgánica de las diferentes áreas que integran Operagua considera la composición interna de la Unidad de Atención a Medios; por ello y

²³ Criado, J. Ignacio, *op. cit.*, pág. 239.

considerando la creación del área de Comunicación Digital, el organigrama que se propone para la unidad de Atención a Medios sería el siguiente:

Tabla 5. Propuesta de organigrama de la Unidad de Atención a Medios.



Fuente. Elaboración propia.

4.2. Propuesta de un manual para la Atención de Usuarios en Redes Sociales, en Operagua Izcalli

En diferentes organizaciones, tanto de la iniciativa privada como del sector público, la implementación de áreas de comunicación digital en las que se utilizan una o varias redes sociales como canal de comunicación surgió de manera espontánea, sin considerar los alcances, consecuencias y mucho menos la

importancia que eso traería para la empresa o dependencia. A esto es necesario añadir la alta población de jóvenes que van concluyendo sus estudios universitarios en mercadotecnia, comunicación, diseño o informática, y que ven en la administración de las redes sociales una oportunidad para ingresar al campo laboral.

Así, la falta de un proyecto específico por parte de una empresa o dependencia gubernamental, junto con la inexperiencia de recién egresados se fusionan y dan como resultado organizaciones que ocupan las redes sociales para enviar mensajes, sin que exista en realidad una verdadera comunicación o retroalimentación por parte de quien recibe dicha información.

Así, el coste de no disponer de presencia en redes sociales es cada vez más alto, como lo es contar con una presencia mal planificada, sin objetivos o sin continuidad.²⁴

En términos de administración, “un manual es un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, políticas, procedimientos, organización de un organismo social, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo”.²⁵

En el sector público, el uso de manuales busca establecer los criterios y lineamientos a cumplir en la prestación de servicios, a fin de mejorar el trabajo que se realiza en beneficio de los ciudadanos.

²⁴ *Ibid.*, pág. 237.

²⁵ 23. Duhalt Krauss, Miguel, *Los manuales de procedimiento en las oficinas públicas*, México, UNAM, 1977, p. 20.

Un buen servicio de atención aumenta la confianza de la ciudadanía frente al Estado, le reduce costos y mejora la imagen y reputación de sus diversas entidades públicas. En este contexto, el personal responsable de desarrollar e implementar las Mejoras para la Atención a la Ciudadanía debe articular sus esfuerzos bajo la premisa que él mismo es parte de un proceso, cuyas actividades se realizan con la misión de servir a la ciudadanía. En este sentido, el personal de la entidad pública tiene que romper el paradigma de “si cumplo la ley hago bien mi trabajo”, sin embargo, no es suficiente, por lo que el personal debe desarrollar toda su capacidad y habilidades convencido de que “hago bien mi trabajo si la ciudadana(o) se siente bien atendida(o).²⁶

Contar con un manual para la atención de usuarios en las redes sociales de Operagua, permitirá no solo implementar en su totalidad el área de Comunicación Digital, sino lograr la verdadera comunicación con los usuarios de los servicios que se ofrecen y principalmente, que los ciudadanos vean en las redes sociales una verdadera opción de servicio público, donde lo mismo les resuelven alguna duda respecto al servicio –agua, drenaje, cobro, promociones–, que se atienden o canalizan sus quejas o reportes; es decir que haya un acercamiento y una real atención, sin la necesidad de trasladarse, gastar tiempo y recursos económicos para lograr la atención a su planteamiento.

La propuesta de un manual para la atención de usuarios en las redes sociales considera los puntos siguientes:

²⁶ *Secretaría de Gestión Pública, Perú, “Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las entidades de la Administración Pública”, disponible en: https://www.marina.mil.pe/media/portal_trns/2017/07/25/atencion_ciudadano.pdf, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.*

1. Recepción del mensaje emitido por el usuario. Puede ser un mensaje directo en alguna de las redes sociales, respuesta a una publicación realizada o en aquellos comentarios donde se etiquete la cuenta de Operagua y cuya notificación se reciba en alguna de las páginas institucionales.
2. Si se trata de una queja por alguna falla en el servicio –fuga en la vía pública, problema en el drenaje público, infraestructura en mal estado, falta de suministro de agua potable, etc.-, solicitar se proporcione por mensaje directo la ubicación exacta del problema, una descripción de este, el nombre y número telefónico de contacto de la persona que reporta. En caso de obtener una negativa para proporcionar los datos personales, será importante informar al ciudadano que el personal a cargo podrá solicitar su apoyo o presencia en el lugar en cuestión, así como su firma de conformidad una vez atendido su reporte.
3. Con la información completa, acudir al área de Emergencias e iniciar el reporte oficial correspondiente.
4. Proporcionar al usuario el número de folio por su reporte. Si sus datos personales (nombre y teléfono) los aportó de manera pública, sugerir que los elimine, a fin de evitar que queden expuestos a terceras personas.
5. Si la dimensión del problema planteado lo amerita, contactar con el área responsable para hacerlo de su conocimiento y tratar de que se atienda y solucione lo antes posible.
6. Si se trata de algún reporte previo no atendido, solicitar al ciudadano el o los folios que previamente le hayan proporcionado y acudir al área

operativa encargada de resolver el problema para reiterar la necesidad de su atención.

7. Cuando se reciban varios reportes por la misma problemática, será necesario hacer un listado con la información completa de los reportes (nombres de quienes reportan, números de teléfono y folios), e informar al área a cargo de su atención.
8. Si se cuenta con la información completa respecto a una problemática general (falta de suministro por reparación de fuga, bajos niveles en los tanques de almacenamiento, etc.), emitir una publicación que contribuya a responder los cuestionamientos de los usuarios. Es necesario consignar ahí toda la información posible: zonas que afecta, tiempo que tardará en solucionarse el problema, alternativas, etc.
9. Si se trata de una duda respecto a trámites administrativos (cartas de no adeudo, solicitud de factibilidades, estudios técnicos, etc.), acudir al área de atención a usuarios para solicitar los requisitos necesarios y la información completa para proporcionarla al usuario, junto con los días y horarios de atención.
10. En caso de quejas por irregularidades en el recibo de cobro, solicitar al usuario que acuda con la fotografía de su medidor (si es que tiene ese servicio) para que se realice el ajuste necesario. Si se trata de servicio por cuota fija, pedir que presente sus comprobantes de pago anteriores para realizar la aclaración, así como los días y horarios de atención.
11. Si las áreas operativas notifican la atención de algún reporte o la reparación de una falla en alguno de los servicios, realizar una publicación con la

evidencia fotográfica que lo demuestre y etiquetar al usuario que haya realizado el reporte.

12. Cuando se trate de algún tema ajeno a los servicios que ofrece Operagua (pago de pensiones por orden de un juez, solicitudes de empleo, pago a proveedores etc.), se deberá responder al ciudadano orientándolo para que acuda al área correspondiente o proporcionarle los números telefónicos del área a cargo.
13. En caso de que en una publicación se exhiba o denuncie alguna situación relacionada con lo que se considere un mal procedimiento por parte de algún servidor público de Operagua, se pedirá al ciudadano que acuda a la contraloría interna dentro del horario de labores, para presentar su queja formalmente y que la autoridad indicada pueda dar la atención y seguimiento.
14. En caso que el usuario de las redes sociales manifieste alguna irregularidad específica en alguno de los servicios que recibe por parte de Operagua, se sugerirá al ciudadano presentarse directamente al área que competa, planteando el tema con el responsable de atender la situación y ofreciendo agendar una cita para una mejor atención del ciudadano.
15. Si el usuario solicita información de alguna de las otras dependencias del gobierno municipal asentadas en el mismo edificio, se les remitirá a las redes sociales de la dependencia en cuestión, o a las del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, explicando que pertenecen a una oficina diferente al organismo de agua.

16. No borrar ni ocultar los comentarios negativos emitidos por los usuarios, sino atenderlos de manera directa, solicitando que se proporcione por mensaje privado la información necesaria para ayudarle a dar seguimiento al problema y continuar atendiéndolo por esa vía.
17. Solo se eliminarán aquellos comentarios que en su contenido utilicen palabras obscenas e insultos, ya sea para el organismo o quienes en él laboran; previamente se realizará la observación al usuario de que la plataforma está diseñada para apoyar a los usuarios en sus dudas o problemas y por ello se le pide se comuniquen con respeto. Se realizará la captura de pantalla del comentario y se archivará en una carpeta digital donde se consigne la fecha, hora y razón por la cual se está eliminando.

Pues como lo comenta Kerpen:

Al presentar una respuesta pública en muy poco tiempo, no solo respondemos a la persona que presenta el problema, sino que también enviamos un mensaje a todo el mundo. Les estamos diciendo que somos una empresa que escucha a sus clientes y que soluciona los problemas tan pronto como se presentan. Al hacernos cargo de este problema por la vía privada, evitamos que haya nuevos enfrentamientos públicos con este cliente.²⁷

Estas acciones nos llevarán no solo a escuchar a los usuarios de Operagua, sino a trabajar de manera conjunta –tanto al interior, como con la

²⁷ Kerpen, Dave. *Me Gusta. Conseguir el éxito en las redes sociales*, 2011, España, Anaya Multimedia, pág. 96.

sociedad– para la atención de las situaciones que de alguna manera le afectan y aportar una solución.

4.3. Cuadrilla de atención exprés para reportes recibidos vía redes sociales

Una de las grandes deficiencias en los servicios que ofrece Operagua a sus usuarios se refiere al tiempo que demora en atender los reportes de los ciudadanos. Las quejas constantes son por la lentitud con que se da solución a los problemas reportados, sea por medio de las redes sociales, a través de una llamada telefónica o de manera presencial.

Por ello, y a fin de dar una mayor certeza a los ciudadanos de que sus reportes serán atendidos con brevedad, se propone la creación de una Cuadrilla de atención exprés, la cual se dedicará exclusivamente a dar seguimiento a la problemática que los ciudadanos reporten por las redes sociales.

De acuerdo con los registros de la unidad de Atención a Medios, entre agosto de 2016 y diciembre de 2018 se recibieron por dicha vía 1,140 reportes de diferentes tipos, desde fugas de agua potable, problemas de drenaje en vía pública, falta de baches posteriores a alguna reparación o carencia de suministro de agua, etc. La cifra representa un promedio de casi 40 reportes por mes.

Tabla 6. Número de reportes por año.

AÑO	NÚMERO DE REPORTES RECIBIDOS
2016	220
2017	360
2018	560

Fuente. Elaboración propia con datos obtenidos de los registros propios de la unidad de Atención a Medios de Operagua Izcalli.

Como parte de su estructura organizacional, el área operativa está integrada por cuadrillas de entre cinco y diez personas que se dedican a la atención y mantenimiento de un servicio en específico. Así, los denominados “Tlálloc” se centran en la reparación de líneas de agua potable; los llamados “Zetas”, a regular el suministro de agua potable hacia las comunidades y quienes usan el indicativo “Ciclón” se enfocan a temas de saneamiento y drenaje.

La propuesta aquí presentada contempla la integración de dos representantes de cada uno de los anteriores, así como un supervisor general, quienes en una misma unidad vehicular puedan trasladarse a las diferentes zonas del municipio, con el material y equipo necesarios, y de acuerdo a las necesidades reportadas por los ciudadanos a través de las redes sociales.

Para el año 2016, la cifra indicada es a partir del mes de agosto.

Para el adecuado desempeño de esta propuesta será fundamental una comunicación permanente entre la unidad de Atención a Medios –o el área de comunicación digital en caso de crearse- y el personal que integre la cuadrilla, de manera que este cuente con la información suficiente de manera previa para dar la atención íntegra al reporte presentado.

Si bien el tiempo estimado de atención de una solicitud es de 24 a 72 horas, la cantidad de reportes recibidos por las diferentes áreas de Operagua impide que se cumpla con dicho plazo; sin embargo, se estima que ese será el compromiso fundamental de la propuesta aquí planteada: dar solución a las demandas que los ciudadanos realizan por la vía digital, en un plazo máximo de tres días.

Tabla 7. Procedimiento de la cuadrilla de Atención Express.

UNIDAD DE ATENCIÓN A MEDIOS (Comunicación Digital)		CUADRILLA DE ATENCIÓN EXPRESS	
1	Recibir el reporte por las redes sociales.		
2	Verificar que se cuente con la información completa, o solicita le sea proporcionada: problema que reporta, ubicación exacta, nombre del ciudadano, número telefónico de contacto, evidencia fotográfica.		

3	Llenar del formato de reporte de la Unidad de Atención a Medios.		
4	Levantar el reporte formal en el área de Emergencias, donde se asignará el folio correspondiente.		
5	Proporcionar el folio al ciudadano por el mismo medio que realizó el reporte.		
6	Canalizar la información correspondiente al supervisor de la Cuadrilla exprés para la atención del reporte.		
7		Verificar la información y disponer del material y equipo necesarios para atender el reporte.	
8		Agendar la ruta a seguir para la atención de los reportes generados previamente.	
9		Determinar las acciones complementarias que se requieran para la atención del reporte: petición de una unidad especial (equipo de hidrosucción o maquinaria pesada, perforadora de concreto, etc.), cortes al suministro de agua, tubería o manguera especial de remplazo, asfalto, etc.	

10		Acudir a realizar la reparación con el personal a su cargo.	
11		Realizar y enviar evidencias fotográficas a la unidad de Atención a Medios.	
11	Contactar al ciudadano por la red social que haya reportado y enviar la evidencia fotográfica de la atención a su reporte.		
12	Notificar al área responsable del servicio reportado que ya fue solucionado el problema, para dar de baja el folio correspondiente.		

Fuente. Elaboración propia.

Al implementar el esquema de atención anteriormente planteado, no solo se presentará un incremento en la capacidad de respuesta de las diferentes áreas operativas, sino que la atención brindada a través de las redes sociales para lograr la respuesta a una problemática en alguno de los servicios que brinda Operagua, será un referente tanto para otras áreas de la administración municipal como para organismos operadores de los servicios de agua y drenaje en otras localidades.

Sin lugar a dudas, esto ayudará a cambiar la percepción de los usuarios, cuyo padrón supera las 130 mil cuentas registradas, al contar con un nuevo sistema de atención a situaciones que considere prioritarios los reportes realizados por los ciudadanos y no solo los acumule en un listado que se atenderá conforme haya disponibilidad de material, personal y tiempo.

CONCLUSIONES

Las constantes –y bien fundamentadas– quejas ciudadanas a través de las redes sociales de Operagua dieron la pauta a considerar que, una manera de contribuir a subsanar esa problemática, podría ser utilizando esos mismos canales que la sociedad hizo suyos para llegar al gobierno, en este caso, a un organismo encargado de suministrar y administrar un recurso tan valioso como el agua.

Eso, aunado al cambio laboral de al menos diez años en el sector privado o de manera independiente para ingresar a la administración pública, contribuyó a buscar la manera de procurar que los ciudadanos –cansados de no ser escuchados, atendidos y mucho menos tomados en cuenta–, notaran un cambio en el comportamiento de una dependencia gubernamental que si bien tiene como objetivo proporcionarle algunos servicios, durante muchos años esas acciones se habían caracterizado por ser superficiales y sin que realmente se atendieran las problemáticas específicas.

Así, justo al enfrentar una crisis derivada de una lluvia atípica que dejó inundaciones o encharcamientos mayores y afectaciones incluso al interior de viviendas, la noche del 25 de julio de 2016 los ciudadanos vieron en las redes sociales de Operagua el canal para hacerse escuchar y pedir apoyo. Ciertamente ya lo habían hecho, la diferencia fue que en esa ocasión sí fueron atendidos.

A partir de entonces, la administración oportuna de las plataformas digitales de Operagua se volvió una prioridad permanente, procurando la canalización

directa de los reportes de mayor urgencia de atención –ya fuera por exceso en el desperdicio de agua, por afectaciones a la integridad de las personas ante una inundación o filtración de aguas residuales, por mencionar algunos– a quienes tuvieran el poder de atenderlo en el menor tiempo posible.

Y al mismo tiempo, mantener informados a los ciudadanos respecto de las acciones emprendidas ante su petición o reporte, a fin de que no se quede solo como un número de folio más en espera de su turno para ser atendido. De esta manera, se contribuyó a dar una atención más ágil a situaciones que, de manera habitual, habrían tardado incluso dos o hasta tres meses en ser subsanadas. Así, cumplimos con un esquema de trabajo en el que implementamos estrategias para comunicar, retroalimentar e interactuar con el ciudadano.

Eso nos llevó a dejar atrás un viejo esquema utilizado en el sector gubernamental –y que incluso algunas dependencias afines aún utilizan– en el cual, ante una petición ciudadana, se concretan a responder pidiendo que se llame a cierto número telefónico para realizar por esa vía el reporte. Ese comportamiento, “burocrático”, es justo lo que se eliminó en las acciones emprendidas por el área de comunicación digital de Operagua.

Al concluir el periodo de encargo dentro de la administración municipal el 31 de diciembre de 2018, los resultados en el incremento de seguidores en las redes sociales de Operagua dan cuenta del trabajo realizado en los 28 meses anteriores:

Tabla 8. Incremento global de seguidores por red social.

RED SOCIAL	22 de julio de 2016	31 de diciembre de 2018	Porcentaje de incremento
Facebook	2,086	10,804	517.9%
Twitter	1,399	4,401	314.5%

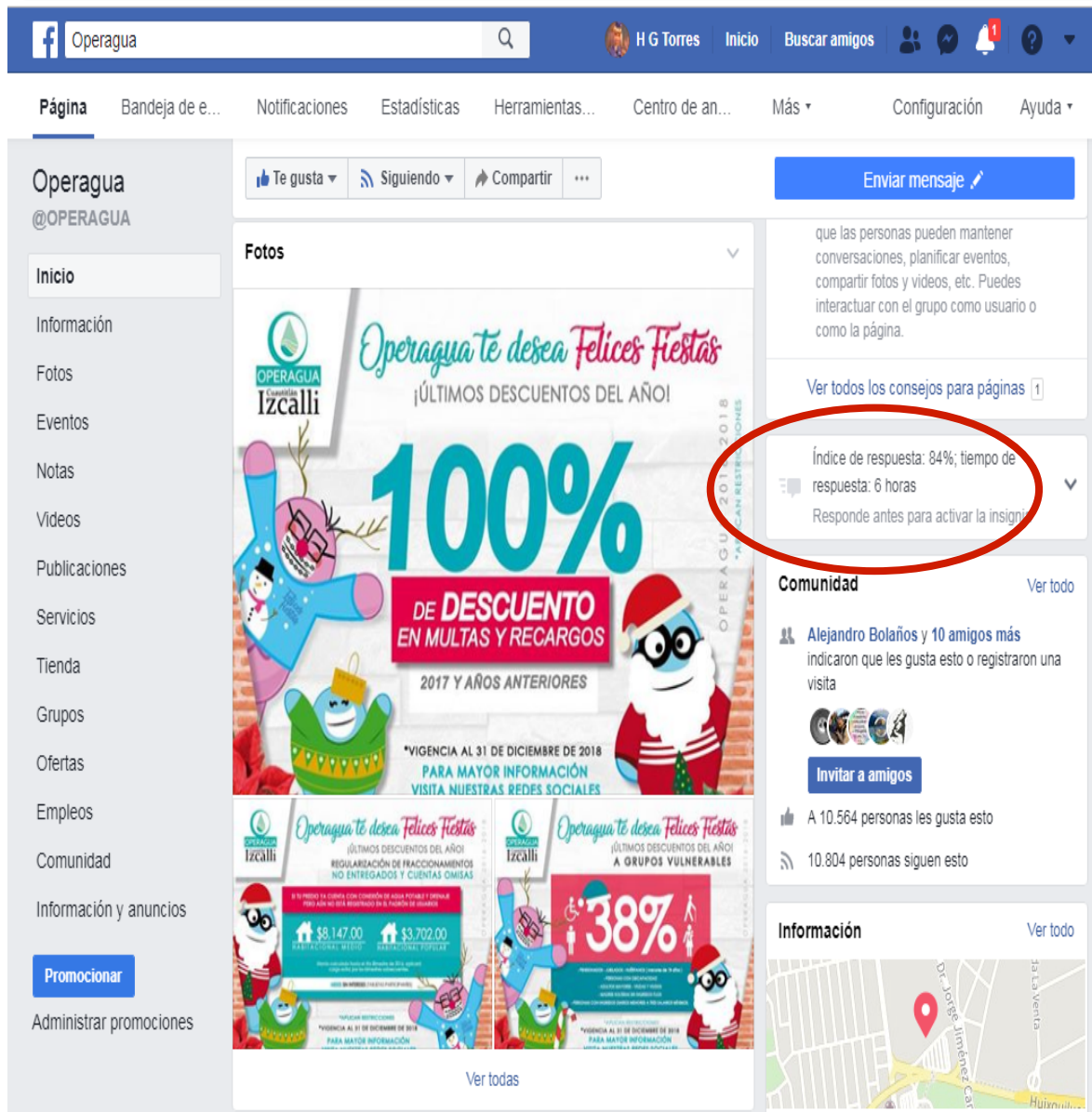
Fuente. Elaboración propia con base en datos obtenido de las páginas de inicio de ambas redes sociales, al comienzo y conclusión del encargo laboral.

Gráfica 19. Cifra de seguidores en la página de Facebook @Operagua al comienzo del encargo laboral



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua, 22 de julio de 2016

Gráfica 20. Cifra de seguidores al concluir el encargo laboral en el Facebook de @Operagua.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Facebook de Operagua, 31 de diciembre de 2018

Gráfica 21. Seguidores registrados y publicaciones realizadas en la cuenta de Twitter @Operagua, al iniciar el encargo laboral.



Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, el 22 de julio de 2016

Gráfica 22. Seguidores registrados y publicaciones realizadas en la cuenta de Twitter @Operagua al concluir el encargo laboral.

OPERAGUA Izcalli
@OPERAGUA

Organismo de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Cuautitlán Izcalli, Estado de México

Cuautitlán Izcalli, México
cuautitlanizcalli.gob.mx/operagua
Se unió en diciembre de 2015
3.973 fotos y videos

Tweets 8.385 | **Siguiendo** 87 | **Seguidores** 4.401 | **Me gusta** 989 | **Listas** 0 | **Momentos** 1

Tweets | Tweets y respuestas | Multimedia

Tweet fijado
OPERAGUA Izcalli @OPERAGUA · 27 dic.
Durante la administración 2016-2018, @OPERAGUA trabajó en beneficio de los izcallenses, realizando obras hidrosanitarias que repercuten en su calidad de vida.
@Victor_EstradaG @Cizcalli_Mpio

Tu actividad de Tweets
Tus Tweets consiguieron **1.193 impresiones** durante las últimas **24 horas**

A quién seguir · Actualizar · Ver todos
Mejoremos Izcalli @verda... x
Seguir

Fuente. Captura de pantalla de la página de Twitter de Operagua, el 31 de diciembre de 2018

Entre las propuestas contempladas en este trabajo está la implementación del área de Comunicación Digital como parte de la estructura de la unidad de Atención a Medios, a fin de darle las herramientas necesarias, tanto en capital humano con la experiencia y el conocimiento necesarios –al menos dos personas para abarcar un horario más extendido–, así como en lo que respecta a insumos tecnológicos para el desempeño de las funciones como es equipo de cómputo adecuado, conexión web eficiente, telefonía móvil para trabajo remoto y permanente, etc.

También se propone un manual para la atención de los reportes que presenten los usuarios por medio de las redes sociales institucionales, el cual podrá servir de guía para quienes den continuidad a estas estrategias y que aborda el qué sí, qué no y cómo atender, canalizar y responder a los ciudadanos, de acuerdo al planteamiento.

Finalmente, se propone a Operagua la creación de una Cuadrilla de atención exprés, exclusiva para la atención de los reportes presentados por las redes sociales del organismo, la cual ayudaría a posicionar entre los ciudadanos esa manera de acercarse a los servicios, además de contrarrestar uno de los grandes problemas que hoy en día enfrenta la administración pública respecto al rezago en la atención de peticiones o reportes.

El área de comunicación digital a través de las redes sociales debe ser considerada como prioritaria, incluso tener un nivel jerárquico superior a las direcciones tradicionales, ya que es ahí donde se recibe, se tramita y se da seguimiento a las demandas ciudadanas en cuanto a servicios, sin responder a intereses políticos o partidistas.

Sin duda, la preparación constante y permanente, ya sea en un salón de clases o por medio de la modalidad a distancia, con contenidos afines al desarrollo tecnológico para mantener estas estrategias de comunicación a la vanguardia con apoyo de las nuevas tecnologías, darán la pauta para que existan más oportunidades laborales para las nuevas generaciones de egresados, pero también para quienes buscan mantenerse activos en el sector laboral a pesar de haber egresado casi 20 años atrás.

Esto, sin perder de vista que, ya sea desde el sector privado o en la administración pública, ejerciendo el periodismo o las diferentes modalidades que nos ofrece la comunicación, el objetivo desde cualquiera que sea la función es ser un enlace entre la ciudadanía y aquellos que son responsables de brindarle bienes o servicios.

REFERENCIAS

IMPRESOS

Carballar, José Antonio, *Twitter Marketing personal y profesional*; México, Alfaomega Grupo Editor, primera edición, 2011.

Duhalt Krauss, Miguel, *Los manuales de procedimiento en las oficinas públicas*, México, UNAM, 1977.

Kerpen, Dave, *Me Gusta. Conseguir el éxito en las redes sociales*, España, Anaya Multimedia, 2011.

DIGITALES

Arroyo Chacón, Jennifer, *El uso de las redes sociales en los servicios públicos*, disponible en <https://es.slideshare.net/JenniferIsabelArroyo/el-uso-de-las-redes-sociales-en-los-servicios-publicos>, fecha de consulta 20 de junio de 2018.

Criado, J. Ignacio, “Redes Sociales y Administraciones Públicas. Hacia una gestión estratégica en el sector público”, en J. R. Gil-García, J. I. Criado y J. C. Téllez (eds). *Tecnologías de Información y Comunicación en la Administración Pública: Conceptos, Enfoques, Aplicaciones y Resultados*, México, INFOTEC, p.230, disponible en: <https://www.infotec.mx/work/models/infotec/Resource/1274/1/images/cap8.pdf>

Digital 2019. Global digital yearbook; disponible en: <https://wearesocial.com/digital-2019-global>, fecha de consulta 27 de septiembre de 2019.

Digital 2019: México, disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-mexico>; fecha de consulta 27 de septiembre de 2019.

Gaceta Municipal Periódico oficial del gobierno municipal de Cuautitlán Izcalli, México, “Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018 Cuautitlán Izcalli”, disponible en <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/doctos/GACETA15.pdf>, fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

Gaceta Municipal Periódico oficial del gobierno municipal de Cuautitlán Izcalli, México, “Manual de Organización”, disponible en <http://izcalli.gob.mx/GACETA62.pdf>, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

Gobierno del Estado de México, “Decreto 28: Ley de Organismos Públicos Descentralizados de Carácter Municipal para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento”, disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/abr/leyabr001.pdf>, (Ley Abrogada el 10 de marzo de 1999), fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

Gobierno del Estado de México, “Decreto No. 209: “Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de México y Municipios”, disponible en: <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2017/may305.pdf>, fecha de consulta 30 de mayo de 2017.

Gobierno del Estado de México, “Decreto No. 34 Con el que se crea el Organismo Público Descentralizado para la prestación de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento del municipio de Cuautitlán Izcalli”, disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/1991/oct184.PDF/>; fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

Gobierno del Estado de México, “Decreto No. 52: Ley del Agua para el Estado de México y Municipios”, disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig002.pdf>, fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

Información Pública de Oficio Mexiquense, “Estructura Orgánica, Fracción II” disponible en: <http://www.ipomex.org.mx/ipo/lgt/indice/oascuatlanizcalli/organigrama.web/>; fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Panorama Sociodemográfico del Estado de México 2015”, disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082246.pdf, fecha de consulta 1 de octubre de 2019.

Operagua Izcalli, O.P.D.M., “Manual de Organización”, disponible en <http://izcalli.gob.mx/GACETA62.pdf>, fecha de consulta 23 de octubre de 2017.

Operagua Izcalli, O.P.D.M., “Reglamento Interno del Organismo Público Descentralizado para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Cuautitlán Izcalli, denominado OPERAGUA IZCALLI, O.P.D.M.”, disponible en: <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/operagua/reglamento-interno/>, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

Página web de OPERAGUA IZCALLI, “*Misión, Visión, Valores*”, disponible en <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/operagua/mision-vision-valores/>, fecha de consulta 8 de septiembre de 2017.

Página web de OPERAGUA IZCALLI, “Un poco de historia”, disponible en <http://cuautitlanizcalli.gob.mx/operagua/un-poco-de-historia/>, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

Secretaría de Gestión Pública, Perú, “Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las entidades de la Administración Pública”, disponible en: https://www.marina.mil.pe/media/portal_trns/2017/07/25/atencion_ciudadano.pdf, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

DOCUMENTACIÓN INTERNA

Operagua Izcalli, O.P.D.M., “Memoria de Gestión 2000-2003”; Comunicación Social, agosto 2003.

Operagua Izcalli, O.P.D.M., “Manual de Procedimientos”, Dirección de Administración y Finanzas, agosto 2017.

