



Transformación digital en las comunicaciones del sector público panameño: rol de redes sociales y tecnología

Digital transformation in the communications of the panamanian public sector: role of social networks and technology

Enereida G. de De La Cruz

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá
enereyda.delacruz@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0002-8357-7707>

Fecha de recepción: 23/07/2025

Fecha de aceptación: 26/08/2025

DOI <https://doi.org/10.48204/synergia.v4n2.8575>

Resumen

En este estudio se examinó la transformación de la comunicación gubernamental en Panamá a partir de la digitalización y del uso de redes sociales. Se aplicó una encuesta en línea a 23 instituciones, seleccionadas por disponibilidad y facilidad de contacto, mediante un cuestionario de ocho preguntas sobre cómo las instituciones públicas panameñas han incorporado estas plataformas digitales en sus estrategias de comunicación. Los resultados confirman la centralidad de Facebook, X (antes Twitter) y LinkedIn, empleadas principalmente para difusión informativa. Sin embargo, predomina un enfoque unidireccional que restringe la interacción, el diálogo y la co-creación con la ciudadanía. Entre las limitaciones más mencionadas destacan la falta de personal capacitado, recursos escasos para analítica de datos y dificultades para medir el impacto real de las acciones comunicativas, factores que frenan la consolidación de la transformación digital. El hallazgo más crítico es la ausencia de estrategias formalizadas para gestión de crisis y seguimiento operativo de la comunicación digital, lo cual incrementa el riesgo institucional, dado que los escenarios críticos exigen inmediatez, trazabilidad y transparencia. Se concluye que las instituciones deben evolucionar desde la difusión hacia modelos bidireccionales sustentados en protocolos, métricas y capacidades. Se recomienda diseñar estrategias orientadas a resultados medibles; fortalecer competencias analíticas y de monitoreo; institucionalizar guías de crisis, moderación y archivo; e impulsar formación continua. Estas acciones permitirán aprovechar tecnologías emergentes, mejorar la relación Estado-ciudadanía y consolidar una transformación digital efectiva y sostenible en el sector público panameño. Futuros estudios deberían ampliar la muestra, incorporar perspectivas ciudadanas y evaluar resultados con métodos mixtos rigurosos comparativos.





Palabras clave: innovación digital, comunicación, sector público, redes sociales, tecnología.

Abstract

This study examines the transformation of governmental communication in Panama driven by digitalization and the use of social media. An online survey was administered to 23 institutions, selected for availability and ease of contact, using an eight-question questionnaire on how Panamanian public institutions have incorporated these digital platforms into their communication strategies. The results confirm the centrality of Facebook, X (formerly Twitter), and LinkedIn, employed mainly for information dissemination. However, a predominantly one-way approach persists, restricting interaction, dialogue, and co-creation with citizens. Frequently cited limitations include a shortage of trained personnel, scarce resources for data analytics, and difficulties in measuring the real impact of communication actions, factors that slow the consolidation of digital transformation. The most critical finding is the absence, in most entities, of formalized strategies for crisis management and the operational monitoring of digital communication, which increases institutional risk, since critical scenarios demand immediacy, traceability, and transparency. The study concludes that institutions must evolve from dissemination toward bidirectional models supported by protocols, metrics, and capabilities. It is recommended to design strategies oriented toward measurable results; strengthen analytical and monitoring competencies; institutionalize guidelines for crisis response, moderation, and records management; and promote continuous training. These actions will enable agencies to leverage emerging technologies, improve the state–citizen relationship, and consolidate an effective and sustainable digital transformation in Panama’s public sector. Future studies should expand the sample, incorporate citizen perspectives, and evaluate outcomes using rigorous, comparative mixed methods. Reporting limitations and confidence intervals are encouraged to inform policy decisions and practice.

Keywords: innovation digital, communication, public sector, social media, technology.

Introducción

El progreso tecnológico y el auge de las plataformas digitales han impulsado transformaciones que fomentan la innovación, dinamizan las economías e inciden en la productividad y el acceso a contenidos educativos. En el ámbito gubernamental, estas herramientas se han convertido en canales clave para interactuar con la ciudadanía, lo que plantea retos de adaptación tanto al sector público como al privado.





Las redes sociales, entendidas como “una gama de aplicaciones que aumentan las interacciones del grupo y los espacios comunes para el intercambio de información y colaboración” (Bartlett-Bragg, 2006, citado en Almenara, 2016, p. 5), constituyen un recurso fundamental para la comunicación digital. En Panamá, la posición estratégica del país ha impulsado su incursión en la conectividad y la adopción de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la digitalización, que están transformando los sectores laborales y empresariales (Sotillo, 2025, p1).

La digitalización representa un cambio estructural que incide en los procesos internos y externos de las instituciones, al incrementar la competitividad, impulsar la innovación y mejorar la eficiencia. Según la Agenda Nacional Digital (2022), ciudadanos y empresas ya actúan como agentes de este proceso, realizando actividades cotidianas —desde trámites administrativos hasta transacciones financieras— en entornos digitales. En Panamá, instituciones como la Alcaldía y la Defensoría del Pueblo han incorporado mecanismos digitales que facilitan la gestión pública (Samudio, 2024), aunque persisten limitaciones vinculadas a la inversión, la capacitación del personal y la velocidad de implementación (Berrío, 2024).

Tras la pandemia de 2020, la transformación digital se consolidó como estrategia para mejorar la calidad de los servicios y fortalecer la comunicación institucional. En este contexto, líderes como Gianareas, de la Alcaldía de Panamá, han destacado la importancia de digitalizar los trámites para garantizar eficiencia y transparencia en la gestión pública (citado en Berrío, 2024).

Actualmente, las instituciones no deben limitarse a transmitir información, sino propiciar un diálogo activo con sus públicos de interés. La escucha y la incorporación de las observaciones ciudadanas en políticas y acciones resultan esenciales para consolidar una comunicación pública efectiva y participativa.

En este marco, el objetivo central de la investigación es analizar cómo las instituciones públicas de Panamá incorporan las plataformas digitales y la tecnología en sus estrategias





de comunicación, explorando sus prácticas actuales y el nivel de implementación de redes sociales.

Materiales y métodos

El objetivo central de esta investigación fue comprender de qué manera las instituciones públicas de Panamá están incorporando las plataformas digitales y la tecnología para mejorar su comunicación. El propósito fue explorar las prácticas de comunicación digital en las instituciones públicas en Panamá, así como el grado de implementación de redes sociales.

Se aplicó un cuestionario de ocho preguntas, sobre una muestra representativa de la unidad de análisis señalada. Previamente, se realizó una prueba piloto compuesta por quince (15) preguntas, dirigida a un grupo de expertos en la temática, con el fin de validar la forma y el contenido del instrumento. Este procedimiento permitió ajustar la redacción y garantizar la pertinencia de los ítems. El cuestionario definitivo fue elaborado en Google Forms y remitido vía correo electrónico a las instituciones seleccionadas.

Para la selección de la muestra se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia o juicio. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), este tipo de muestreo se aplica cuando “los elementos son elegidos por el criterio del investigador, con base en la facilidad de acceso, disponibilidad o características específicas que interesan al estudio” (p. 176). De forma similar, Otzen y Manterola (2017) señalan que el muestreo por conveniencia permite seleccionar sujetos que estén disponibles y que cumplan con las características de interés, lo que la convierte en una técnica ampliamente utilizada en investigaciones sociales.

La muestra estuvo compuesta por 23 instituciones públicas, lo que representó el 27% del universo conformado por 85 entidades del sector gubernamental. Este porcentaje se consideró metodológicamente suficiente, dado que la población analizada presenta un alto grado de homogeneidad en cuanto a sus funciones y prácticas institucionales. En este





sentido, como indican Martínez (2012) y Tamayo (2004), en poblaciones con características semejantes, el tamaño de muestra no depende tanto de la magnitud del universo, sino de la representatividad y calidad de los datos recopilados.

Asimismo, se priorizó la calidad de la información sobre la cantidad de respuestas siguiendo la recomendación de autores como Pérez (2005), quien afirma que, en estudios exploratorios, la validez no necesariamente radica en la amplitud del número de casos, sino en la pertinencia y credibilidad de las fuentes seleccionadas. Por ello, se eligieron las oficinas de comunicación del Estado y profesionales de la comunicación vinculados a la institución, garantizando la participación de actores con experiencia directa en la gestión comunicacional de las instituciones.

El cuestionario estuvo conformado por siete preguntas cerradas y una abierta, lo que permitió combinar un análisis cuantitativo descriptivo con aportes cualitativos para profundizar en los hallazgos. La aplicación se llevó a cabo entre el 15 y el 22 de abril de 2025.

Resultados y discusión

Los resultados de la consulta acerca de la Transformación Digital en la comunicación del sector público panameño evidenciaron que todas las oficinas de comunicación de las instituciones incluidas en la muestra emplean redes sociales de uso generalizado para interactuar y comunicarse con el público, tal como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1*Redes sociales más efectivas para recibir comunicaciones en el sector público?*

REDES SOCIALES	CANTIDAD	%
Facebook		
LinkedIn		
Instagram		
YouTube		
Whatsapp		
Todas la anteriores	23	
TOTAL	23	100,0

Los datos muestran que la totalidad de los encuestados (100 %) considera efectivas todas las plataformas digitales mencionadas (Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube y WhatsApp) como canales para recibir comunicaciones del sector público. Este resultado subraya la necesidad de una estrategia de comunicación multicanal, lo cual coincide con el enfoque de Klibis Marín Mejías (2023), quien señala que el gobierno electrónico, apoyado en TIC, se erige como una herramienta para la transformación social y la participación ciudadana en América Latina. Asimismo, desde una perspectiva local, Criado y Rojas-Martín (2015) destacan que el uso de redes digitales por parte de las administraciones públicas no solo facilita la difusión de información, sino que potencialmente activa formas más interactivas de comunicación pública.

En el plano teórico, María Raquel Tarullo (2015), en base al concepto de auto comunicación de masas de Manuel Castells, subraya que las redes digitales permiten a los ciudadanos recibir, replicar y producir contenidos, transformando la comunicación unidireccional en un proceso interactivo más dinámico. En conjunto, estos enfoques respaldan la interpretación de la valoración positiva de múltiples redes sociales que favorece una comunicación pública más inclusiva, participativa y adaptada a diversos perfiles ciudadanos.



Tabla 2

Frecuencia de las redes sociales para obtener información de entidades gubernamentales?

FRECUENCIAS	CANTIDAD	%
<i>Diariamente</i>	23	100
<i>Semanalmente</i>	0	0,0
<i>Cuando se requiere</i>	0	0,0
TOTAL	100	100,0

Los resultados presentados en la Tabla 2 evidencian una tendencia clara en el comportamiento de los encuestados respecto al uso de las redes sociales para obtener información de entidades gubernamentales. El 100% de los participantes manifestó recurrir a estas plataformas de manera diaria, mientras que ninguna persona indicó utilizarlas de forma semanal o únicamente cuando se requiere.

Este hallazgo refleja el papel central que han adquirido las redes sociales como canales inmediatos y prioritarios de comunicación institucional, consolidándose como el medio más efectivo para acceder a información pública. La preferencia por la consulta diaria puede estar vinculada con la necesidad de mantenerse actualizado frente a las decisiones gubernamentales, programas y servicios, lo cual coincide con lo planteado por Almenara, (2016), quien destaca que las redes sociales se han convertido en espacios dinámicos de interacción entre ciudadanía e instituciones.

Además, este resultado confirma que la digitalización de la comunicación pública en Panamá se encuentra en un proceso de uso intensivo y cotidiano, en sintonía con lo señalado por Criado y Rojas-Martín (2019), quienes sostienen que la presencia activa de las entidades públicas en redes sociales fortalece la transparencia, la inmediatez y la interacción con los ciudadanos.

En síntesis, el uso diario de las redes sociales por parte de la totalidad de los encuestados subraya su relevancia como herramienta esencial para el acceso a información gubernamental, lo que implica que las instituciones públicas deben mantener estrategias de comunicación digital constantes, actualizadas y confiables.

Tabla 3

Herramientas para programar y monitorear publicaciones en el departamento de Comunicación?

HERRAMIENTA	CANTIDAD	%
Hootsuite	6	26,1
Buffer	0	0,0
Sprout Social	0	0,0
Later	0	0,0
Socialbakers	0	0,0
TweetDeck:	2	8,7
Todas la anteriores	9	39,1
Ninguna de la anteriores	2	8,7
Otras	4	17,4
TOTAL	23	100,0

Los resultados de la Tabla 3 revelan que la mayoría de los departamentos de comunicación de las instituciones públicas encuestadas emplean una combinación de múltiples herramientas de gestión digital (39.1%), lo cual refleja la necesidad de contar con estrategias más completas y variadas para programar y monitorear publicaciones en redes sociales.

La segunda herramienta más utilizada de manera individual es Hootsuite (26.1%), consolidada como una de las plataformas más reconocidas para la administración de contenidos digitales. Otras herramientas como Later y TweetDeck aparecen con una presencia marginal (8.7% cada una), mientras que opciones como Buffer, Sprout Social y Socialbakers no registraron uso, lo que indica una baja penetración de estas plataformas en el sector público panameño.

Un aspecto relevante es que el 17.4% de las instituciones señalaron no utilizar ninguna herramienta específica, lo que sugiere la persistencia de prácticas manuales de gestión de



redes sociales, posiblemente asociadas a limitaciones de recursos, desconocimiento tecnológico o falta de capacitación del personal.

Estos hallazgos confirman que, aunque existe una tendencia hacia la adopción de herramientas de programación y monitoreo digital, el proceso de transformación digital en la comunicación gubernamental aún es desigual. Esto coincide con lo señalado por Criado y Rojas-Martín (2019), quienes destacan que la innovación en comunicación pública depende tanto de la disponibilidad tecnológica como de la capacidad institucional para implementarla eficazmente.

Tabla 4.

Estrategias de comunicación implementadas en redes sociales.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD	%
<i>Creación de Contenido de Calidad</i>	12	52.2
<i>Interacción y Participación</i>	1	4.3
<i>Generación de Contenido de Usuario</i>	1	4.3
<i>Gestión de Crisis</i>	0	0,0
<i>Transparencia y Autenticidad</i>	2	8.7
<i>Seguimiento y Evaluación</i>	0	0,0
<i>Colaboración con Influencers</i>	1	4.3
<i>Todas las anteriores</i>	6	26.1
TOTAL	23	100,0

Los resultados muestran que la estrategia más utilizada por los departamentos de comunicación es la creación de contenido de calidad (52.2%), lo cual refleja la importancia de ofrecer mensajes relevantes, consistentes y atractivos para la ciudadanía. Este hallazgo coincide con lo señalado por Castells (2009), quien plantea que en la sociedad red el valor de la comunicación radica en la capacidad de generar contenidos que sean significativos para los públicos.



En segundo lugar, un 26.1% de las instituciones reportaron aplicar todas las estrategias de manera integrada, lo cual indica que existe un grupo de entidades con una visión más amplia de la gestión digital, orientada hacia la combinación de contenidos, interacción, transparencia y colaboración. Esto se alinea con la postura de Cornelissen (2014), quien sostiene que la comunicación estratégica debe concebirse como un proceso holístico que integre diversas prácticas en función de los objetivos institucionales.

Por otro lado, estrategias como la interacción y participación (4.3%), la generación de contenido de usuario (4.3%) y la colaboración con influencers (4.3%) aparecen con una presencia marginal. Esta baja implementación evidencia que la comunicación gubernamental en redes sociales todavía mantiene un enfoque más informativo que participativo, lo que contrasta con lo señalado por Scolari (2015), quien subraya la importancia de los entornos digitales como espacios de construcción colaborativa con los usuarios.

Es llamativo que estrategias clave como la gestión de crisis y el seguimiento y evaluación no se reporten como prácticas implementadas. Esto refleja una debilidad en la planificación comunicacional digital de las entidades públicas, ya que la literatura sobre comunicación en crisis (Coombs, 2007) enfatiza que la preparación y monitoreo constante son esenciales para mantener la confianza ciudadana.

En conjunto, los resultados sugieren que la comunicación pública digital en Panamá se encuentra en una etapa de consolidación, donde predomina la producción de contenidos, pero aún queda un reto en cuanto a la participación ciudadana, la gestión de crisis y la evaluación de las acciones emprendidas.



Tabla 5.

Conocimiento sobre las iniciativas de transformación digital en las comunicaciones del sector público en Panamá.

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	18	78
NO	5	22
TOTAL	23	100,0

La Tabla 5 refleja el nivel de conocimiento que tienen los encuestados sobre las iniciativas de transformación digital en las comunicaciones del sector público en Panamá. Se observa que 18 de los 23 participantes (78%) afirmaron estar familiarizados con estas iniciativas, mientras que 5 participantes (22%) indicaron no conocerlas. Estos datos evidencian una amplia concienciación sobre los procesos de digitalización en el ámbito comunicacional del sector público, aunque aún persiste un segmento que requiere más información o sensibilización sobre el tema.

Estos resultados indican que una mayoría significativa de los profesionales de comunicación del sector público reconoce las estrategias de digitalización implementadas en sus instituciones. Esto sugiere que las políticas de transformación digital, impulsadas por iniciativas como la Agenda Digital Nacional (ADN, 2022), han logrado penetrar y generar conciencia dentro de los departamentos de comunicación.

No obstante, el 22% restante que desconoce estas iniciativas evidencia que persisten brechas en la difusión interna y capacitación sobre procesos de modernización tecnológica, un hallazgo consistente con lo planteado por Almenara, (2016), quien destaca que la adopción tecnológica requiere no solo disponibilidad de herramientas, sino también sensibilización y formación del personal encargado de su gestión.

En consecuencia, estos datos reflejan que, aunque la transformación digital está avanzando en el sector público panameño, es necesario fortalecer la comunicación interna y la capacitación institucional, para garantizar que todos los profesionales de comunicación comprendan y participen activamente en la implementación de estrategias digitales efectivas.

Tabla 6

Interacción con entidad pública panameña a través de redes sociales

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	22	95,7
NO	1	4,3
TOTAL	23	100,0

La tabla 6 presenta los resultados sobre la interacción de los encuestados con entidades públicas panameñas a través de redes sociales.

El 95,7 % (22 personas) manifestó haber interactuado con alguna entidad pública utilizando redes sociales. Solo el 4,3 % (1 persona) indicó que no ha tenido interacción de este tipo.

Desde la perspectiva de la sociedad en red, este patrón refleja la reconfiguración de los flujos comunicacionales y de poder mediante plataformas digitales, que reducen fricciones de tiempo y espacio y multiplican los puntos de contacto entre instituciones y públicos (Castells, 2009).



Tabla 7

Experiencias y percepciones del uso de medios tecnológicos y las redes sociales

OPCIONES	CANTIDAD	%
Muy Satisfactorias	19	82,6
Satisfactorias	4	17,4
Poco	0	0,0
No se conoce	0	0,0
TOTAL	23	100,0

Los datos de la Tabla 7 muestran una valoración unánimemente positiva del uso de medios tecnológicos y redes sociales por parte de quienes lideran la comunicación institucional: 82,6% lo califica en el máximo nivel de satisfacción y el 17,4% restante lo considera satisfactorio (sin registros de insatisfacción). Este patrón sugiere que, para los responsables de comunicación, las herramientas digitales son altamente pertinentes y valiosas para el cumplimiento de sus funciones.

Desde el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), este resultado apunta a una utilidad percibida elevada, uno de los predictores más consistentes de la intención de uso y del uso efectivo de tecnologías en contextos organizacionales (Davis, 1989). Además, si miramos el hallazgo a la luz de la teoría de la difusión de innovaciones, la alta satisfacción puede interpretarse como señal de ventaja relativa y compatibilidad de estas herramientas con los procesos habituales de comunicación pública; a la vez, los obstáculos mencionados por las y los encuestados se asocian a otros atributos de la innovación como complejidad, posibilidad de prueba y observabilidad (Rogers, 2003).

Discusión

El artículo ofrece una mirada restaurada y crítica a la digitalización en el sector de la comunicación pública en Panamá, con especial énfasis en el rol estratégico de las plataformas digitales y las tecnologías emergentes “Tabla 1”. Otros autores afirman: En





un contexto donde la digitalización se ha convertido en un eje central para la modernización del Estado, los hallazgos resaltan cómo estas herramientas no solo facilitan la interacción con la ciudadanía, sino que también sirven como un medio clave para mejorar la transparencia, la eficiencia y la participación ciudadana (Criado & Gil-García, 2013). Es evidente que el uso de las redes sociales por parte de los departamentos de comunicación institucional está influenciado por diversos factores como la misión de la institución, el perfil del público objetivo, los recursos disponibles y los objetivos de comunicación. La literatura académica respalda esto: Mergel (2013) argumenta que las redes sociales han transformado la relación entre los gobiernos y la ciudadanía, promoviendo una comunicación bidireccional más abierta y ágil. Asimismo, Criado y Rojas-Martín (2015) enfatizan que las instituciones públicas deben adoptar estrategias multicanal alineadas con las nuevas necesidades ciudadanas.

En este sentido, el uso de múltiples plataformas como Facebook, X (anteriormente Twitter), Instagram o YouTube se ha vuelto cada vez más común, ya que permiten mensajes diversificados, segmentación de audiencias y un mayor alcance de comunicación (Bertot, Jaeger y Hansen, 2012).

Con base en los hallazgos de esta investigación, se puede inferir que las instituciones públicas panameñas han comenzado a adoptar estas prácticas, aunque con diferentes niveles de madurez digital.

Los resultados también sugieren que la frecuencia de actualizaciones en los canales digitales se encuentra dentro de parámetros positivos, lo que refleja un esfuerzo institucional por mantener una presencia activa en las plataformas digitales. Tabla 2

Si bien el tamaño de la muestra representa una posible limitación del estudio, esta fue compensada por la calidad técnica y profesional de los funcionarios que respondieron la encuesta.





Un aspecto relevante es que el 17.4% de las instituciones señalaron no utilizar ninguna herramienta específica, “Tabla 3”, lo que sugiere la persistencia de prácticas manuales de gestión de redes sociales, posiblemente asociadas a limitaciones de recursos, desconocimiento tecnológico o falta de capacitación del personal.

Estos hallazgos confirman que, aunque existe una tendencia hacia la adopción de herramientas de programación y monitoreo digital, el proceso de transformación digital en la comunicación gubernamental aún es desigual.

Sin embargo, el hallazgo más significativo del estudio es la falta de estrategias institucionalizadas para la gestión de crisis y para el seguimiento y evaluación de los procesos de comunicación digital. “Tabla 4”.

Esta debilidad es especialmente importante en el entorno mediático actual, donde la velocidad y el impacto de las redes sociales requieren respuestas ágiles, planificadas y consistentes. Coombs (2012) enfatiza que la gestión de crisis debe ser parte integral de cualquier estrategia de comunicación institucional, ya que las crisis mal gestionadas pueden propagarse rápidamente en entornos digitales, dañando gravemente la reputación institucional.

Estos resultados indican que una mayoría significativa de los profesionales de comunicación del sector público reconoce las estrategias de digitalización implementadas en sus instituciones.

“Tabla 5”.

Como se observa en la “tabla 6, el 95,7 % (22 personas) manifestó haber interactuado con alguna entidad pública utilizando redes sociales. Solo el 4,3 % (1 persona) indicó que no ha tenido interacción de este tipo.

Además, si miramos el hallazgo a la luz de la teoría de la difusión de innovaciones, la alta satisfacción “ver tabla 7” puede interpretarse como señal de ventaja relativa y





compatibilidad de estas herramientas con los procesos habituales de comunicación pública; a la vez, los obstáculos mencionados por las y los encuestados se asocian a otros atributos de la innovación como complejidad, posibilidad de prueba y observabilidad (Rogers, 2003).

Los resultados del estudio resaltan la urgente necesidad de que las instituciones públicas panameñas desarrollen marcos estratégicos más sólidos, que incluyan protocolos de contingencia, indicadores de desempeño y sistemas de monitoreo continuo.

Conclusiones

La transformación digital de la comunicación institucional en el sector público panameño avanza, pero aún enfrenta desafíos estructurales que deben ser atendidos. No se trata únicamente de incorporar herramientas tecnológicas, sino de repensar los modelos de gestión, promover una cultura organizacional centrada en la ciudadanía y fortalecer las capacidades internas para una comunicación pública más estratégica, participativa y resiliente.

El estudio determinó que el nivel de comprensión y percepción acerca de la transformación digital en el sector público panameño, junto con el uso de plataformas digitales y nuevas tecnologías por parte de los departamentos de comunicación de las instituciones analizadas, resulta satisfactorio. Este hallazgo evidencia, en parte, la capacidad de dichas instituciones para adaptarse a los cambios y aprovechar las herramientas digitales en beneficio propio.

Sin embargo, la investigación también subrayó que la transformación digital y la mezcla de redes sociales y tecnología en el sector público panameño presentan tanto desafíos como oportunidades:





La enorme cantidad de información en las redes sociales puede ser difícil de gestionar y verificar.

Existe el riesgo de ciberataques y de divulgación de información sensible.

Es crucial que los funcionarios públicos reciban la capacitación adecuada para utilizar estas herramientas de manera efectiva.

Es importante asegurar que todos los ciudadanos tengan acceso equitativo a la información y los servicios digitales.

Las redes sociales permiten una comunicación más directa y personalizada con los ciudadanos.

La publicación de información en línea promueve la transparencia y la rendición de cuentas.

La implementación de tecnologías digitales puede aumentar la eficiencia y la efectividad de los procesos gubernamentales.

No obstante, es esencial que estas instituciones trabajen en el diseño de estrategias para la implementación, seguimiento y evaluación de las estrategias de comunicación digital.



Referencias Bibliográficas

ADN. (2022). *Agenda Digital Nacional*. Gobierno de Panamá.

<https://aig.gob.pa/descargas/2019/06/agenda-digital-2022.pdf>.

Almenara, J. C. (2016). Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación. RED. *Revista de Educación a Distancia*, 51 (51),5. <https://doi.org/10.6018/red/51/1>

Bartlett-Bragg, A. (2006). Reflections on pedagogy: Reframing practice to foster Informal.

Berrío, L. V. (2024, 30 de octubre). Transformación digital es necesaria en el sector público. AN Panamá.
<https://www.anpanama.com/Transformacion-digital-es-necesaria-en-el-sector-p%C3%BAblico-17657.note.aspx>

Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Hansen, D. (2012). The impact of policies on Government social media usage: Issues, challenges, and recommendations. *Government Information Quarterly*, 29(1), 30–40.
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.04.004>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Cornelissen, J. (2014). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (4.^a ed.). Sage Publications.

Coombs, W. T. (2012). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (3.^a ed.). SAGE Publications.

Criado, J. I., & Gil-García, J. R. (2013). Government innovation through social media *Government Information Quarterly*, 30(4), 319–326.
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.003>

Criado, J. I., & Rojas-Martín, F. (2015). Transformación digital y redes sociales en las administraciones públicas. *Revista de Estudios de Administración Local y Autonómica*, 4, 74–92

Criado, J. I., & Rojas-Martín, F. (2015). El impacto de las redes sociales digitales en las administraciones locales: mitos y realidades en el caso español. IDP. *Revista de Internet, Derecho y Política*, (20), 48–67.





Criado, J. I., & Rojas-Martín, F. (2019). Transformación digital y redes sociales en las administraciones públicas: Retos de la innovación en la comunicación pública. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (21), 6–22.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology [Percepción de utilidad, facilidad de uso y aceptación de la tecnología]. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.

Gobierno de Panamá – Defensoría del Pueblo. (s. f.). *Oficina de Gobierno Abierto*.
<https://ogov.defensoria.gob.pa/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Marín Mejías, K. (2023). Gobierno electrónico: una propuesta para la transformación social en América Latina. *Revista Española de Documentación Científica*, 46(1), e366.
<https://doi.org/10.3989/redc.2023.1.1920>

Martínez, M. (2012). *El muestreo en investigación social: Conceptos y aplicaciones*. Editorial Trillas.

Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the Public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334.

Negrete-Huelga, K., & Rivera-Magos, S. (2018). Estrategias de comunicación en redes sociodigitales desde la práctica del gobierno abierto. *Cuadernos. Info*, (42), 183–196. <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1242>

Ortega, C. (2025). Muestreo no probabilístico: Definición, características y ejemplos. QuestionPro Blog.
<https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.
<https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Pérez, C. (2005). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Pearson Educación.





Samudio, R. E. (2024). La digitalización de servicios estatales: Breve análisis de la experiencia panameña. *Anuario de Derecho*, XLIV (53).

Rogers, E. M. (2003). *Difusión de innovaciones* (5.^a ed., ed. en español). México: México: Fondo de Cultura Económica.

Sotillo, S. T. (2025, 18 de marzo). Panamá se prepara para la transformación Digital. *Panorama Económico*. <https://panoramaeconomicopma.com/>

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Limusa.

Tarullo, M. R. (2015). Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica. *Question*, 1(47), 50-64