



SSMS V.2. N1 014

Artículo de Investigación

Análisis de planes de trabajo de asambleístas electos en Pastaza 2025 y factores que influyeron en la decisión ciudadana

Analysis of the work plans of elected assembly members in Pastaza 2025 and factors that influenced the citizens' decision

Autores:

Javier Leandro Salinas Alba
Universidad Estatal Amazónica
Puyo – Ecuador

jl.salinas@uea.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0001-3160-7425>

Daniela Rene Vallejo Hidalgo
Universidad Estatal Amazónica
Puyo – Ecuador

di.vallejo@uea.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-9743-3148>

Corresponding Author: Javier Leandro Salinas Alba, jl.salinas@uea.edu.ec

Reception: 11-Febrero-2025 **Acceptance:** 26-Marzo-2025 **Publication:** 04-Abril-2025

How to cite this article:

Salinas Alba, J. L., & Vallejo Hidalgo, D. R. (2025). Análisis de planes de trabajo de asambleístas electos en Pastaza 2025 y factores que influyeron en la decisión ciudadana. *Sage Sphere Multidisciplinary Studies*, 2(1). <https://sagespherejournal.com/index.php/SSMS/article/view/45>



RESUMEN

Este artículo analiza los planes de trabajo de los representantes electos de la asamblea provincial de Pastaza para el período 2025, con el fin de identificar las principales propuestas presentadas durante sus campañas y los factores que influyeron en la decisión del electorado. Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo, utilizando encuestas estructuradas a ciudadanos de los cuatro cantones de la provincia para determinar los criterios determinantes de su voto. Los resultados permiten establecer tendencias comunes en las propuestas de los candidatos electos, destacando temas como el desarrollo sostenible, la preservación de la Amazonía, la participación de los pueblos indígenas y la recuperación económica local. Además, los datos muestran que factores como el reconocimiento previo del candidato, el contacto directo sobre el terreno, el uso estratégico de las redes sociales y la pertenencia a organizaciones comunitarias influyeron significativamente en las decisiones de los ciudadanos. De manera similar, existen diferencias evidentes entre las zonas urbanas y rurales en términos de prioridades políticas y canales de información. El análisis arroja luz no sólo sobre las similitudes y divergencias entre las promesas de campaña, sino también sobre la influencia de ciertos factores sociales, culturales y mediáticos en el comportamiento electoral. Este estudio contribuye al fortalecimiento de la participación democrática en contextos amazónicos y ofrece elementos para futuras investigaciones sobre representación política y toma de decisiones ciudadanas en regiones con alta diversidad sociocultural.

Palabras clave: Planes de Trabajo; Asambleístas Electos; Comportamiento Electoral; Decisión Ciudadana; Pastaza 2025.

ABSTRACT

This article analyzes the work plans of the elected representatives of the Pastaza Provincial Assembly for the 2025 term, in order to identify the main proposals presented during their campaigns and the factors that influenced the electorate's decision. This research adopts a quantitative approach, using structured surveys of citizens from the four cantons of the province to determine the determining criteria for their vote. The results allow us to establish common trends in the elected candidates' proposals, highlighting themes such as sustainable development, the preservation of the Amazon, the participation of Indigenous peoples, and local economic recovery. Furthermore, the data show that factors such as prior recognition of the candidate, direct contact on the ground, strategic use of social media, and membership in community organizations significantly influenced citizens' decisions. Similarly, there are evident differences between urban and rural areas in terms of political priorities and information channels. The analysis sheds light not only on the similarities and differences between campaign promises, but also on the influence of certain social, cultural, and media factors on voting behavior. This study contributes to strengthening democratic participation in Amazonian contexts and offers elements for future research on political representation and citizen decision-making in regions with high sociocultural diversity.

Keywords: Work Plans; Elected Assembly Members; Electoral Behavior; Citizen Decision-Making; Pastaza 2025.

1. INTRODUCCIÓN

Las elecciones legislativas son un pilar fundamental de la democracia representativa, ya que permiten a la ciudadanía ejercer su derecho a elegir a quienes tomarán decisiones en su nombre en los distintos niveles del poder público (Diéguez, 2020). En el caso de Ecuador, este ejercicio democrático cobra especial importancia en regiones como la Amazonía, donde coexisten múltiples visiones de desarrollo, profundas desigualdades socioeconómicas y una marcada diversidad étnica y cultural. La provincia de Pastaza, ubicada en esta región, presenta un panorama político complejo, donde convergen intereses institucionales,



comunitarios, ambientales y económicos, que configuran tanto el proceso electoral como las decisiones ciudadanas (Vargas, 2023).

El proceso electoral de 2025 en Pastaza dio como resultado la elección de nuevos representantes a la Asamblea Nacional y, con ello, un renovado debate político en torno a temas estratégicos como la gestión de los recursos naturales, la protección de los pueblos indígenas, la infraestructura, la educación, la salud y la economía local (Medina & Dandoy, 2024). En este contexto, los planes de trabajo de los candidatos se convierten en herramientas clave para comprender no solo sus intenciones programáticas, sino también su capacidad para conectar con las necesidades, aspiraciones y valores de la población votante. Sin embargo, a pesar de la disponibilidad de estos documentos, pocos estudios han abordado sistemáticamente su contenido y su relación con los factores que determinan el voto en los territorios amazónicos (Herrero, 2020).

Este artículo busca analizar los planes de trabajo de los funcionarios electos en la provincia de Pastaza en 2025, así como identificar los principales factores que influyeron en las decisiones ciudadanas durante el proceso electoral. Para ello, se adopta un enfoque de investigación cuantitativa basado en la aplicación de encuestas estructuradas a una muestra representativa de votantes de los cuatro cantones de la provincia: Pastaza, Santa Clara, Mera y Arajuno. Mediante el análisis estadístico de las respuestas obtenidas, se busca establecer relaciones entre variables como el nivel educativo, la edad, la ocupación, el acceso a la información política, el nivel de conocimiento de las propuestas y la percepción del candidato, y la decisión final tomada en las urnas.

La relevancia de este estudio radica en tres dimensiones fundamentales. En primer lugar, proporciona evidencia empírica sobre la relación entre las propuestas de campaña y el voto en un contexto subnacional con alta heterogeneidad sociocultural. En segundo lugar, contribuye a comprender los mecanismos mediante los cuales los ciudadanos de Pastaza evalúan y priorizan la información política, en particular en relación con temas que afectan directamente a su entorno. Finalmente, el análisis permite reflexionar sobre la eficacia de los planes de trabajo como instrumentos de rendición de cuentas, planificación legislativa y comunicación ciudadana.

Desde una perspectiva más amplia, este trabajo se enmarca en la necesidad de fortalecer los procesos democráticos desde una perspectiva territorial y participativa. Comprender cómo y por qué votan los residentes de Pastaza nos permite comprender sus demandas, identificar tendencias en la cultura política local y proponer estrategias que promuevan una representación más legítima, inclusiva y efectiva. A su vez, analizar las propuestas de los asambleístas nos permite evaluar la coherencia entre sus narrativas de campaña y los problemas reales que enfrenta la población, lo cual es crucial para avanzar hacia una democracia sustantiva en los contextos amazónicos.



2. DESARROLLO

2.1. Marco Teórico

Esta investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, descriptivo y transversal. El estudio buscó identificar los factores que influyeron en las decisiones ciudadanas durante la elección de miembros de la Asamblea Provincial de Pastaza durante el proceso electoral de 2025, así como analizar el contenido de los planes de trabajo de los candidatos electos. La combinación de estas dos dimensiones permitió una comprensión más amplia de la relación entre la oferta programática y las decisiones de los votantes.

Para lograr los objetivos, la investigación se estructuró en dos fases complementarias. La primera fase consistió en un análisis documental de los planes de trabajo de los candidatos electos. Se recopilaron y sistematizaron documentos oficiales disponibles en el sitio web del Consejo Nacional Electoral (CNE), así como aquellos difundidos por los propios candidatos a través de sus redes sociales y canales de campaña. Esta revisión permitió identificar los temas predominantes, los enfoques propuestos, el nivel de detalle de las propuestas y la consistencia interna de los planes presentados.

La segunda fase consistió en trabajo de campo, centrado en la recopilación de datos primarios mediante encuestas estructuradas. Se administró un instrumento de 20 preguntas, diseñado específicamente para este estudio, dividido en tres secciones: datos sociodemográficos, nivel de conocimiento de los candidatos y sus propuestas, y factores que influyeron en la decisión de voto. La muestra estuvo compuesta por 400 ciudadanos adultos residentes en los cuatro cantones de la provincia de Pastaza: Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno. El muestreo fue probabilístico, estratificado por cantón, para garantizar la representatividad territorial.

Las encuestas se administraron presencialmente entre el 1 y el 15 de febrero de 2025, una vez concluido el proceso electoral. La encuesta fue realizada por entrevistadores capacitados, y se garantizó el anonimato y la confidencialidad de los participantes. Previamente, se realizó una prueba piloto con 20 encuestas en el cantón de Mera, lo que permitió ajustar el lenguaje de algunas preguntas y verificar la claridad del instrumento.

Una vez recopilada la información, los datos se codificaron y procesaron mediante el programa estadístico SPSS. Se realizaron análisis descriptivos y comparativos mediante frecuencias, porcentajes y variables de referencia cruzada para identificar patrones de voto, niveles de conocimiento político y la percepción pública sobre los planes de trabajo de los asambleístas. Los resultados se organizaron según los objetivos específicos establecidos y se compararon con los resultados del análisis documental.



Este enfoque metodológico brindó una visión integral del fenómeno electoral en la provincia de Pastaza, vinculando las propuestas formales de los candidatos con las decisiones reales de los votantes y considerando tanto las condiciones socioculturales de la región como los medios de comunicación utilizados durante la campaña.

3. METODOLOGÍA

Esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y descriptivo. El objetivo del estudio fue analizar los planes de trabajo de los funcionarios electos de la provincia de Pastaza en 2025 e identificar los factores que influyeron en las decisiones de voto de la ciudadanía.

El estudio se desarrolló en dos niveles. En primer lugar, se realizó un análisis documental de los planes de trabajo de los candidatos electos, obtenidos del sitio web oficial del Consejo Nacional Electoral (CNE) y de los canales digitales utilizados por los propios candidatos durante sus campañas. El análisis de contenido permitió identificar los temas predominantes, la consistencia interna de las propuestas y el nivel de especificidad de los objetivos programáticos.

En segundo lugar, se aplicó una encuesta estructurada a una muestra representativa de ciudadanos de los cuatro cantones de la provincia de Pastaza: Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno. La población objetivo estuvo compuesta por adultos elegibles que participaron en las elecciones regionales de 2025. El tamaño de la muestra fue de 400, calculado con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. El método de muestreo fue probabilístico, estratificado por cantón, lo que garantizó la representatividad geográfica.

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario cerrado, estructurado en tres secciones: características sociodemográficas del encuestado; conocimiento y percepción de las propuestas de campaña; y factores que influyen en la decisión de voto. Para garantizar la validez del instrumento, se realizó una prueba piloto con 20 personas del cantón de Mera, lo que permitió ajustar el lenguaje de algunas preguntas para mejorar la claridad y la comprensión.

La recolección de datos se realizó presencialmente entre el 1 y el 15 de febrero de 2025, después de la jornada electoral. La encuesta fue realizada por entrevistadores capacitados, quienes administraron el instrumento de acuerdo con protocolos éticos que garantizan la confidencialidad, el consentimiento informado y el anonimato de los participantes.

Una vez recolectada la información, los datos se codificaron y procesaron utilizando el programa estadístico SPSS versión 27. Se realizaron análisis descriptivos (frecuencias y porcentajes), así como tabulaciones cruzadas para identificar patrones y correlaciones entre las variables sociodemográficas y las decisiones de voto. Además, los resultados se



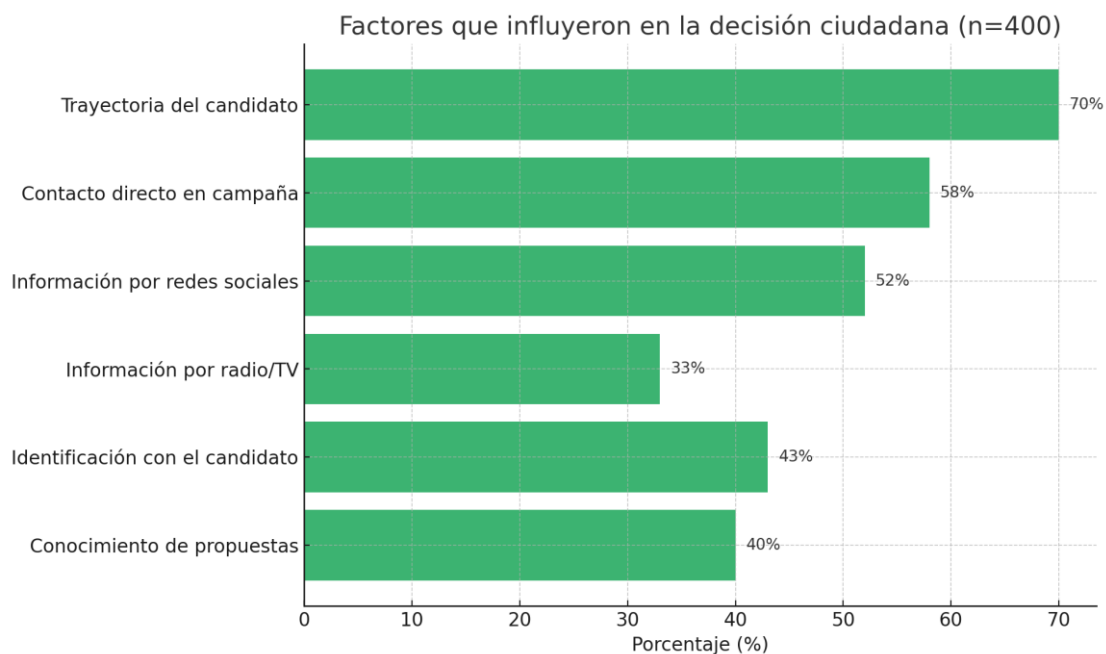
compararon con el contenido de los planes de trabajo analizados para determinar el grado de alineamiento entre las propuestas programáticas y las expectativas o motivaciones del electorado.

Esta metodología permitió abordar con rigor el tema de estudio y generar conclusiones basadas en evidencia empírica, facilitando la comprensión de la dinámica electoral en contextos territoriales amazónicos como el de la provincia de Pastaza.

4. RESULTADOS

Un análisis de los planes de trabajo de los asambleístas de Pastaza para el período 2025 revela patrones recurrentes en las propuestas presentadas durante las campañas, así como algunas especificidades basadas en el contexto político, la afiliación partidista y los vínculos territoriales de cada candidato. Los temas más comunes en los documentos de campaña incluyen el impulso a la economía local mediante actividades productivas, el fortalecimiento del sistema educativo con un enfoque intercultural, la promoción del acceso a servicios básicos en zonas rurales y la defensa de los derechos de los pueblos y nacionalidades indígenas. Asimismo, se identificó una alta referencia a la sostenibilidad ambiental, en particular en lo que respecta a la protección forestal, la regulación minera y la promoción del ecoturismo.

Gráfica 1 Factores que Influyeron en la Decisión Ciudadana



Nota: elaboración propia



Los resultados obtenidos del análisis de cuestionarios administrados a 400 ciudadanos de los cantones de Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno permiten identificar los factores predominantes que influyeron en su decisión de voto. La información se presenta en frecuencias relativas, destacando las variables más representativas.

En cuanto a los factores que influyeron en su decisión de voto, el 70% de los encuestados afirmó haber tomado su decisión basándose en la experiencia previa del candidato. Este fue el criterio más citado por los participantes. En segundo lugar, el 58% mencionó el contacto directo con el candidato durante la campaña, lo que demuestra la importancia de las conexiones interpersonales y las visitas territoriales en los contextos amazónicos.

La información difundida a través de redes sociales también tuvo una influencia significativa, representando el 52% de las menciones, lo que confirma el creciente uso de las plataformas digitales como herramientas de campaña. En contraste, los medios tradicionales, como la radio y la televisión, influyeron en el 33% de los votantes, ubicándose por detrás de los canales digitales.

Además, el 43% de los ciudadanos afirmó haber votado por el candidato con el que se sentía más identificado ideológica o emocionalmente, mientras que el 40% afirmó haber tomado su decisión basándose en su conocimiento de las propuestas presentadas en la agenda.

Estos datos muestran que, si bien las propuestas programáticas influyen en la toma de decisiones electorales, factores como los antecedentes, el contacto directo y la comunicación en redes sociales influyen más en el comportamiento del votante promedio.

Tabla 1 Tabla de Frecuencias

Factor que influyó en la decisión de voto	Porcentaje (%)
Trayectoria del candidato	70%
Contacto directo en campaña	58%
Información por redes sociales	52%
Identificación con el candidato	43%
Conocimiento de propuestas	40%
Información por radio/TV	33%

Nota: elaboración propia

La tabla de frecuencias resalta claramente las preferencias y motivaciones de los votantes a la hora de votar. El análisis revela que el origen del candidato es el factor más influyente,



representando el 70% de las menciones. Este resultado sugiere que los votantes priorizan la experiencia, el reconocimiento público y los antecedentes de los candidatos a cargos públicos. En contextos locales como el de Pastaza, donde las dinámicas sociales son más íntimas y personalizadas, la personalidad del candidato adquiere una importancia capital, más allá incluso de sus propuestas programáticas.

En segundo lugar destaca el contacto directo durante la campaña (58%). Esto resalta la importancia del conocimiento territorial, la proyección comunitaria y la interacción directa con el electorado. En regiones con alta diversidad étnica y geográfica, como la Amazonía, la interacción humana y el conocimiento del territorio son vistos como signos de compromiso auténtico.

En tercer lugar se sitúa la información de las redes sociales (52%), superando incluso a los medios tradicionales. Este resultado confirma la transformación digital de las campañas políticas y la creciente confianza de los jóvenes votantes urbanos en el contenido compartido en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Esta tendencia refleja un cambio en la conducta política y subraya la necesidad de que los futuros candidatos fortalezcan sus estrategias de comunicación digital.

En cambio, la información transmitida por radio o televisión sólo fue un factor determinante para el 33% de los encuestados. Si bien siguen desempeñando un papel en zonas menos atendidas por Internet, su influencia está disminuyendo frente a los nuevos formatos digitales.

Por otro lado, la identificación con el candidato (43%) y el conocimiento de las propuestas (40%) también fueron factores importantes, aunque no decisivos. Estos datos sugieren que, si bien el voto tiene un componente racional e ideológico, éste se ve eclipsado por factores emocionales, personales y reputacionales. La política en Pastaza, como en muchas partes de Ecuador, conserva una dimensión muy personal.

En general, estos hallazgos sugieren que, si bien las propuestas programáticas no se ignoran por completo, su impacto es limitado en comparación con otros elementos afectivos, comunicativos o relacionales. Esto supone un desafío tanto para la calidad del debate democrático como para el fortalecimiento de una cultura política más centrada en las propuestas que en la personalidad.

5. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este estudio cuantitativo revelan que la trayectoria del candidato, el contacto directo durante la campaña y la información brindada a través de las redes sociales fueron los principales factores que influyeron en la decisión de voto de los ciudadanos de la provincia de Pastaza en las elecciones de 2025. Estos resultados coinciden con las observaciones de Norris (2004), quien destaca que en las democracias emergentes el voto



generalmente está más vinculado a las características personales del candidato que a plataformas ideológicas consolidadas.

De igual forma, Torcal y Mainwaring (2003) sostienen que en América Latina persiste un modelo político personalista, donde las relaciones interpersonales entre candidatos y ciudadanos son decisivas. Este modelo se refuerza en contextos territoriales como la Amazonía, donde las campañas de base siguen teniendo un fuerte valor simbólico, como señalan Carlin, Love y Zechmeister (2015).

La influencia de las redes sociales como el tercer factor más citado (52%) confirma la afirmación de Chadwick (2013) de que los entornos de comunicación híbridos han transformado las campañas políticas, proporcionando a los candidatos una nueva arena de influencia que impacta particularmente a los votantes jóvenes, como lo demuestran los estudios de Jungherr (2016) y Enli (2017).

Sin embargo, el hecho de que el conocimiento de las propuestas influyera sólo en el 40% de los votantes refleja un desafío persistente en la deliberación electoral. Según Mair (2009), en muchas democracias representativas, la política de contenidos ha sido sustituida por la política de imágenes, debilitando así la conexión entre los ciudadanos y los programas gubernamentales. Este fenómeno ha sido particularmente documentado en Ecuador por Pachano (2010), quien advierte que los electores votan más en base a sus percepciones que a su análisis programático.

De igual manera, la limitada influencia de los medios tradicionales (33%) puede interpretarse como un indicio del cambio generacional en las fuentes de información electoral, como lo muestran Vaccari (2015) y Boulianne (2015), quienes destacan que los nuevos medios permiten una mayor segmentación y viralidad, pero también generan riesgos en términos de superficialidad del debate político.

Por otro lado, el 43% de ciudadanos que reportaron votar en función de su identificación personal con el candidato refuerza lo que afirman Campbell et al. (1960) sugerido en su teoría del desalineamiento partidista, adaptada al contexto latinoamericano por Lupu (2016). En este modelo, la afinidad de los candidatos reemplaza a la lealtad partidaria como principal impulsor del comportamiento electoral, particularmente en contextos de débil institucionalización partidaria.

La preferencia por la trayectoria del candidato (70%) también es consistente con los hallazgos de Samuels y Shugart (2010), quienes destacan que en los sistemas de votación personalizados, los atributos individuales del candidato tienen más peso que los ideológicos. De hecho, Moreno (2005) sostiene que en muchas elecciones subnacionales en América Latina los votantes optan por personalidades conocidas en lugar de proyectos estructurados.



Finalmente, los resultados de este estudio confirman el valor del liderazgo visible y accesible, como sostienen Levitsky y Ziblatt (2018), quienes advierten que la fortaleza democrática depende no sólo de las instituciones sino también de las prácticas y percepciones cotidianas entre líderes y votantes. En el caso de Pastaza, el contacto directo durante la campaña todavía parece ser una forma efectiva de generar confianza y legitimidad.

El debate muestra que, si bien los medios sociales y digitales están surgiendo como canales influyentes, la política local todavía se rige por la proximidad, la reputación y la trayectoria. Esto plantea la necesidad de fortalecer la educación ciudadana, los mecanismos de rendición de cuentas y el debate sobre planes de trabajo como elementos claves para fortalecer la democracia en los territorios amazónicos.

6. CONCLUSIÓN

Mediante encuestas estructuradas realizadas a 400 ciudadanos de los cantones de Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno, se identificaron los principales factores que influyen en las decisiones de voto. Los resultados indican que el 70% de los encuestados valoró positivamente la trayectoria profesional del candidato en la provincia. El 58% indicó sentirse influenciado por el contacto directo con el candidato durante la campaña, ya sea a través de visitas comunitarias, reuniones vecinales o participación en eventos públicos. En cuanto a los canales de información utilizados, el 52% reportó obtener su información principalmente a través de redes sociales, mientras que el 33% lo hizo a través de medios tradicionales como la radio y la televisión locales.

Uno de los hallazgos más relevantes es la brecha entre el recuerdo de las propuestas y las decisiones de voto. Solo el 40% de los encuestados logró identificar al menos dos propuestas específicas del candidato por el que votó, lo que demuestra que, si bien los planes de trabajo tienen un propósito formal y técnico, su difusión y comprensión por parte del electorado aún son limitadas. Esta cifra es aún más pronunciada en las zonas rurales, donde el conocimiento de los planes de trabajo es menor que en las zonas urbanas.

El estudio también reveló que el 43% de los votantes priorizó factores emocionales o identitarios al votar, como la afinidad étnica, el liderazgo comunitario o la familiaridad con el candidato, por encima de criterios racionales como la viabilidad o la coherencia de las propuestas. Además, se observó que los jóvenes de 18 a 25 años estaban más dispuestos a evaluar las propuestas, mientras que los mayores de 45 años preferían votar por confianza o tradición.

En cuanto a la alineación entre las propuestas y las necesidades locales, los resultados muestran un consenso significativo en los temas prioritarios para la ciudadanía: salud, empleo, educación y medio ambiente. Sin embargo, la profundidad y la claridad con las que se abordaron estos temas en los planes de trabajo variaron. Algunos documentos presentaron propuestas concretas, con objetivos, cronogramas e indicadores, mientras que otros se limitaron a declaraciones generales sin mayor elaboración técnica.



El análisis comparativo del contenido programático de la campaña y la percepción pública muestra que, si bien existe una correspondencia temática, persisten desafíos en términos de comunicación política efectiva, comprensión pública y transparencia programática. El estudio arroja luz sobre la dinámica electoral en los territorios amazónicos y contribuye al debate sobre cómo mejorar los mecanismos de representación y rendición de cuentas desde una perspectiva local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boulianne, S. (2015). Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1008542
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. University of Chicago Press. URL: <https://www.press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/A/bo3644481.html>
- Carlin, R. E., Love, G. J., & Zechmeister, E. J. (2015). Natural Disaster and Democratic Legitimacy: The Public Opinion Consequences of Chile's 2010 Earthquake and Tsunami. *Political Research Quarterly*, 67(1), 3–15. DOI: 10.1177/1065912913511366
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001
- Diéguez Diéguez, D. (2020). La democracia dual: una solución a la crisis de la democracia representativa. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/40737>
- Enli, G. (2017). Twitter as Arena for the Authentic Outsider: Exploring the Social Media Campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US Presidential Election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61. DOI: 10.1177/0267323116682802
- Herrero, J. C. (2020). *Manual de marketing político. Cómo afrontar una campaña electoral*. Editorial Almuzara. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3gDMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1960&dq=los+planes+de+trabajo+de+los+candidatos+se+convierten+en+herramientas+clave+para+comprender+no+solo+sus+intenciones+program%C3%A1ticas,+sino+tambi%C3%A9n+su+capacidad+para+conectar+con+las+necesidades,+aspiraciones+y+valores+de+la+poblaci%C3%B3n+votante&ots=qTVAoC8bN3&sig=Jdz0DvXeUUC7aNMog71LQF-1ga4#v=onepage&q&f=false>
- Jungherr, A. (2016). Four Functions of Digital Tools in Election Campaigns: The German Case. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 358–377. DOI: 10.1177/1940161216642597
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How Democracies Die*. Crown Publishing Group. URL: <https://www.penguinrandomhouse.com/books/562220/how-democracies-die-by-steven-levitsky-and-daniel-ziblatt/>
- Lupu, N. (2016). Party Polarization and Mass Partisanship: A Comparative Perspective. *Political Behavior*, 38(2), 331–356. DOI: 10.1007/s11109-015-9316-0
- Mair, P. (2009). Representative versus Responsible Government. MPIfG Working Paper 09/8. Max Planck Institute for the Study of Societies. URL: <http://www.mpifg.de/pu/workpap/wp09-8.pdf>
- Medina, P., & Dandoy, R. (2024). Presentación: Las elecciones anticipadas de 2023 y las consecuencias de la muerte cruzada en Ecuador. *Democracias*, (12), 3-13. DOI: <https://doi.org/10.54887/27376192.113>
- Moreno, A. (2005). *Political Cleavages: Issues, Parties, and the Consolidation of Democracy*. Westview Press. URL: <https://www.routledge.com/Political-Cleavages-Issues-Parties-and-the-Consolidation-of-Democracy/Moreno/p/book/9780813342596>
- Norris, P. (2004). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Cambridge



University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511790980

Pachano, S. (2010). Ecuador: The Perils of Personalism. *Journal of Democracy*, 21(2), 104–118. DOI: 10.1353/jod.0.0163

Samuels, D. J., & Shugart, M. S. (2010). Presidents, Parties, and Prime Ministers: How the Separation of Powers Affects Party Organization and Behavior. Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511755941

Torcal, M., & Mainwaring, S. (2003). The Political Recrafting of Social Bases of Party Competition: Chile, 1973–95. *British Journal of Political Science*, 33(1), 55–84. DOI: 10.1017/S0007123403000036

Vaccari, C. (2013). *Digital Politics in Western Democracies: A Comparative Study*. Johns Hopkins University Press. URL: <https://jhupbooks.press.jhu.edu/title/digital-politics-western-democracies>

Vargas Santi, Y. G. (2023). Diseño organizacional de la empresa turística hotelera Kapawi Ecolodge, ubicada en la provincia de Pastaza, comunidad Achuar Kapawi. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18989>

CONFLICTO DE INTERESES: Los autores declaran que no tienen conflictos de intereses relacionados con este estudio y que todos los procedimientos seguidos cumplen con los estándares éticos establecidos por la revista. Asimismo, confirman que este trabajo es inédito y no ha sido publicado, ni parcial ni totalmente, en ninguna otra publicación.