

**Campaña de difusión en redes sociales de la ventanilla digital, para trámites en el GAD Municipal de Sucumbíos**

**Dissemination campaign in social networks of the digital window, for procedures in the Municipal GAD of Sucumbíos**

**Seneth Liliana Fuertes-Meneses<sup>1</sup>**  
**Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Manabí-**  
**Ecuador**  
**senethlilianaf@gmail.com**

**[doi.org/10.33386/593dp.2022.5-2.1423](https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5-2.1423)**

V7-N5-2 (sep) 2022, pp. 84-98 | Recibido: 03 de septiembre de 2022 - Aceptado: 21 de septiembre de 2022 (2 ronda rev.)  
Edición especial

---

<sup>1</sup> Licenciatura en Administración Pública en la Universidad Central. Estudiante de maestría en Mercadotecnia de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Manabí

Descargar para Mendeley y Zotero

## RESUMEN

Con la inmersión de las Tecnologías de la Información y Comunicación, en la vida cotidiana de millones de ciudadanos a nivel global; se ha transformado la relación de los individuos con el entorno. Ante esta nueva forma de comunicación, la sociedad demanda de nuevos medios de relacionamiento con la administración pública. En este sentido, las entidades del Estado dan a conocer sus servicios de marketing; por medio de, plataformas digitales como Facebook y WhatsApp. Ante este escenario, el presente estudio se enfoca en el análisis de las redes sociales, como herramienta para la difusión de los canales digitales (ventanilla digital) del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos. La metodología utilizada en esta investigación, es de carácter cuantitativa de tipo descriptiva. En la cual, se aplicó un conjunto de técnicas de recopilación de información que permitió caracterizar el problema objeto de estudio; por medio de, la aplicación de encuestas a los usuarios de los servicios que ofrece el GAD de Sucumbíos. Entre los resultados de la investigación, tenemos los siguientes: se determinó cual es la red social más utilizada por los ciudadanos, en la que se informan para conocer sobre los trámites y procesos que necesitan llevar a delante, en la municipalidad. Finalmente, como propuesta a esta problemática se definió una serie de estrategias para el diseño de una campaña de difusión dirigida a la población del Cantón Sucumbíos, como solución a los problemas de información que tienen los ciudadanos.

**Palabras clave:** Marketing; campaña; difusión; redes sociales; ventanilla digital

## ABSTRACT

With the immersion of Information and Communication Technologies, in the daily lives of millions of citizens at a global level; the relationship of individuals with the environment has been transformed. Faced with this new form of communication, society demands new means of relating to the public administration. In this sense, the state entities publicize their marketing services; through, silver digital forms such as Facebook and WhatsApp. Given this scenario, this study focuses on the analysis of social networks, as a tool for the dissemination of digital channels (digital window) of the Decentralized Autonomous Government of Sucumbíos. The methodology used in this research is quantitative descriptive. In which, a set of information collection techniques was applied that allowed to characterize the problem under study; or means of, the application of surveys to the users of the services offered by the GAD of Sucumbíos. Among the results of the investigation, we have the following: it was determined which is the social network most used by citizens, in which they are informed to know about the procedures and processes that they need to carry out, in the municipality. Finally, as a proposal to this problem, a series of strategies was defined for the design of a dissemination campaign aimed at the population of Cantón Sucumbíos, as a solution to the problems of information that citizens have.

**Palabras clave:** Marketing; campaign; dissemination; social networks; digital window

## Introducción

La sociedad de la información se ha caracterizado por la inserción de las distintas tecnologías como el medio por el cual acceder a datos e información de distinta índole, principalmente porque estas permiten el diseño de soluciones tecnológicas las cuales permiten la simplificación de las tareas manuales y sobre todo eliminan la barrera de tiempo y espacio para los usuarios. En el ámbito de los servicios públicos las ventanillas digitales únicas de atención a los contribuyentes facilitan las transacciones inherentes a los diferentes trámites administrativos, consultas de servicios, así como el acceso a información de los diferentes servicios que el GAD Municipal de Sucumbíos y demás información que requieran conocer en la entidad. El marketing digital ha transformado la forma en como las organizaciones posicionan la imagen corporativa de una institución pública facilitando la creación de una serie de campañas que permiten promocionar una organización a través de internet, posicionando la imagen corporativa en los clientes mediante la utilización de diferentes canales de comunicación entre los que se encuentran las redes sociales, la publicidad digital o el E-mail marketing entre otras herramientas definidas para este fin.

Continuando con el expuesto en el párrafo anterior, una campaña publicitaria es una estrategia diseñada para ser ejecutada utilizando los diferentes medios para obtener objetivos de promoción, difusión y sobre todo de posicionamiento a través de la comunicación de los diferentes servicios que tiene la municipalidad utilizando las redes sociales y el marketing digital como publicidad (Santo, 2021). Las campañas publicitarias mediante redes sociales están encaminadas a difundir o posesionar los diferentes servicio, programa o producto de necesidad institucional o idea ante el público, es una de las claves más importantes a la hora de determinar el éxito de la promoción, hay que difundir de manera correcta para llegar a los usuarios y así tener los mejores resultados, las campañas de difusión que se realiza a través de algún medio de comunicación **ya sea tradicional o digital** (Avanzini, 2019).

En este sentido, las campañas digitales tienen como finalidad difundir información mediante diferentes canales, siendo las redes sociales una herramienta de comunicación actual que permite llegar a un público objetivo no segmentado por lo cual se hace uso de marketing específico en un periodo determinado concentrado y direccionado mediante las redes sociales que utilizan los usuarios (Lopez, 2022). Por otra parte, las redes facilitan la creación de relaciones entre las empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos conectando entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (Santo, 2021).

En este contexto, la investigación tiene como propósito establecer una propuesta de campaña de difusión mediante las redes sociales. Con el objetivo, de dar a conocer a los contribuyentes que la municipalidad ha implementado una serie de estrategias de comunicación; para socializar la ventanilla digital. Con el propósito, de simplificar los diferentes procesos administrativos del GAD Municipal de Sucumbíos; y, por consiguiente, mejorar la imagen institucional en la prestación de servicios a la ciudadanía.

Para el desarrollo de este proyecto, se realizó un diagnóstico de los recursos y dispositivos tecnológicos que los contribuyentes tienen para realizar los diferentes trámites administrativos y de búsqueda de información para realizar los trámites municipales. Para que, de esta manera se simplifiquen los procesos y mejore la recaudación del gobierno local. En este contexto, a partir del análisis situacional se planteó el diseño de la campaña de difusión para generar mayor interacción con la población del Cantón. Siendo Facebook y WhatsApp, las redes por las cuales se basa la propuesta para dar a conocer los servicios que ofrecen la ventanilla digital.

Los resultados de la campaña de difusión de la ventanilla digital; por medio de, redes sociales mejoraron el conocimiento y la percepción de los usuarios sobre los servicios que implementa el GAD Municipal de Sucumbíos; para la gestión de trámites y cobranza. Para terminar con esta

sección, concluyo que dentro de la estrategia de la campaña de difusión se benefició a la ciudadanía con un aporte que permite dar solución a los problemas de información y comunicación que tenían los contribuyentes.

A continuación, se detallan las bases categóricas que sustentan la investigación y permiten comprender la realidad sobre la cual se diseñó la campaña de difusión.

### **Redes Sociales**

Las redes sociales se definen como la forma de interacción entre la sociedad, donde todo se publica. Son plataformas digitales formadas por comunidades e individuos con intereses, actividades relaciones en común, donde permite la comunicación entre personas y así poder intercambiar información (Fontalba, 2018). Las redes sociales son estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. También, conectan entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco o trabajo) según (Santo, 2021).

### **Importancia de redes sociales**

El autor Beltran, (2018) define la importancia o necesidad de las redes en la actualidad es innegable, cada vez hay más redes sociales en internet, aparecen cada vez más específicas, como en los casos de publicación de imágenes o fotos las personas o empresas lo hacen a través de Instagram, si van a publicar videos lo hacen a través de YouTube y si quieren contactarse profesionalmente lo hacen por LinkedIn. (p.1)

Las redes sociales utilizadas como una herramienta de comunicación para dar a conocer información de una organización tienen una serie de beneficios que se detallan a continuación:

Aumento de visibilidad.

Mejora de marca o de producto.

Comunicación directa con el cliente.

Nos ayuda a estudiar del mercado a tiempo real.

Fomenta el trabajo colaborativo.

Las redes sociales aplicadas como una estrategia de marketing ayudan a las organizaciones a comunicar sobre los procesos u información a una audiencia que sea de interés. Por lo tanto, el diseño de contenidos relevantes son un factor clave para aumentar la presencia de la empresa a través de medios digitales.

### **Ventanillas digitales**

El desarrollo de la sociedad de la información ha transformado la forma de como las organizaciones realzan los diferentes procesos principalmente ya que han debido cambiar los medios y canales tradicionales a soluciones tecnológicas. Diseñadas como una herramienta digital que permiten y facilitan realizar una serie de transacciones de forma electrónica mediante un único canal digital. Esto permite realizar todos los trámites y prestación de servicios para los clientes de forma automatizada eliminando la barrera del tiempo y espacio a través de internet.

Como caso de éxito de implementación de canales digitales y de socialización es el proyecto de redes sociales del Gobierno Municipal de Puebla el cual manifiesta que implementar un servicio de ventanilla digital permite que todos los tramites puedan realizarse por un único mismo mecanismo. Esto facilita a los usuarios realizar los diferentes procesos a través de la plataforma digital bajo un marco de gobierno electrónico (Rubinstein, Ventanilla Única, 2019).

Los beneficios de la implementación de ventanillas digitales para las entidades públicas radican en la simplicidad de procesos que los clientes pueden realizar a través de un único canal de servicios digitales entre los cuales se detallan a continuación:

Entrega dirección electrónica en un solo punto de contacto.

Atención permanente desde cualquier lugar.

Menor tiempo y costo.

Más transparencia.

Mayor certidumbre jurídica.

Eliminación de formatos en papel.

Mejora la seguridad de información.

Los beneficios de las ventanillas digitales radican en la adopción de las tecnologías de la información y comunicación las cuales permiten que los usuarios puedan realizar todas las gestiones desde un único punto sin importar el lugar donde se encuentren los clientes.

## Método

El proceso investigativo del presente artículo se desarrolló en el Catón Sucumbíos, de manera específica en su GAD Municipal. Esta investigación de tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo. Se caracteriza por estudiar las particularidades del objeto de estudio; por lo cual, se centra en una campaña de difusión de los servicios y trámites que los contribuyentes pueden realizar utilizando las redes sociales. En este sentido, como estrategia de comunicación la municipalidad ha implementado la ventanilla digital; para los diferentes trámites con el propósito de mejorar el servicio a la mancomunidad.

Dado el tipo de investigación, de carácter cuantitativo; en primer lugar, se recopiló las necesidades de información e indago sobre los canales de comunicación por los cuales la ciudadanía se informa sobre los trámites y procedimientos administrativos que tienen que realizar ente el GAD Municipal de Sucumbíos; por medio de la ventanilla digital. En este sentido, se aplicaron un total de 380 encuestas en línea a los usuarios de los servicios municipales.

## Encuesta

La encuesta estuvo dirigida a los ciudadanos de los sectores urbano y rurales del Cantón Sucumbíos la Bonita, la cual estaba conformada por 12 preguntas cerradas que ayudaron a obtener la información clara y precisa para el diseño de la campaña publicitaria. Para el análisis de este instrumento se utilizó la herramienta Google Data Estudio. La cual, permitió crear el cuestionario y la recopilación de las respuestas a las preguntas planteadas; de manera, automática.

A continuación, se detalla las fases del proceso de investigación. En la fase inicial se analizó las diferentes fuentes de información mediante el análisis de la literatura científica para la sistematización de los conceptos inherentes con la investigación. Posteriormente, en la fase preparatoria se definieron los instrumentos con los cuales se recopiló los datos e información necesaria para el diagnóstico y entendimiento de las necesidades de información que demandan los contribuyentes y que fueron el factor preponderante para el diseño de una campaña de difusión en redes sociales de la ventanilla digital para trámites en el Gobierno Municipal de Sucumbíos. Consecuentemente, la fase analítica se caracterizó por la aplicación del instrumento donde se obtuvo la información que se sistematizó y se realizó el análisis e interpretación de los datos mediante la aplicación de estadística descriptiva para la presentación de los resultados.

## Resultados

Los resultados que se obtuvieron con el desarrollo de la investigación para el diseño de una campaña de difusión en redes sociales de la ventanilla digital para los diferentes trámites en el Gobierno Municipal de Sucumbíos por parte de los contribuyentes se detallan a continuación. Para el desarrollo de la propuesta se determinó la ubicación geográfica de los contribuyentes, por lo tanto, se hizo necesario determinar el sector al que pertenecen urbano o rural, esto con la finalidad de conocer el público objetivo para el diseño de la campaña de difusión en redes sociales de la ventanilla digital, para trámites en el Gobierno Municipal de Sucumbíos.



**Figura 1**

*Ubicación Geográfica de los encuestados*



Nota: Se detalla las parroquias y comunidades que conforman el Cantón Sucumbíos, a la que pertenecen los contribuyentes que han dado sus opiniones.

**Figura 2**

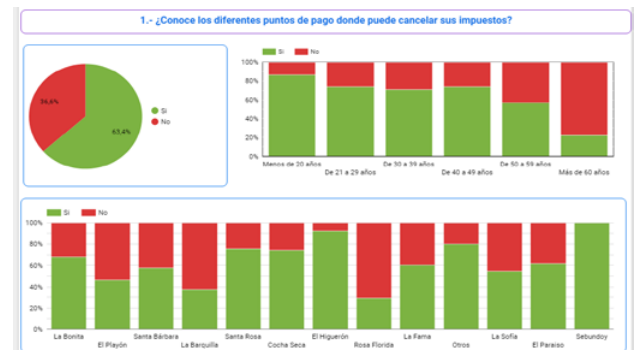
*Edad, sexo de los encuestados*



Nota: Muestra con respecto al sexo de los usuarios, no existe mayor diferencia siendo el porcentaje de mujeres (47.4%) y un poco por encima está el de hombres con el (52.6%).

**Figura 3**

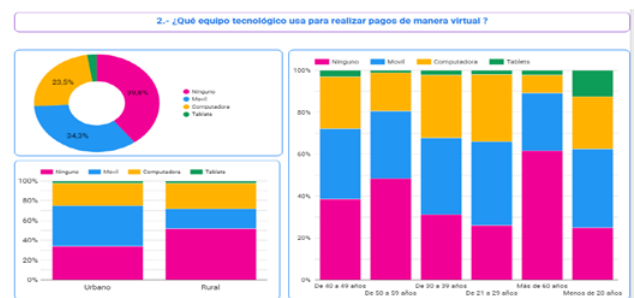
*Conocimiento de los puntos de pago para los contribuyentes*



Nota: Se muestra si los usuarios tienen conocimiento sobre los diferentes puntos de pago donde puede cancelar sus impuestos, un grupo considerable del (36.6%), desconocen de los puntos de pago donde puede cancelar sus impuestos. De ahí la necesidad de desarrollar una campaña de difusión mediante la utilización de las redes sociales para trámites dar a conocer de este servicio digital que se ha dispuesto para mejorar los servicios y llevar la institución al usuario final.

**Figura 4**

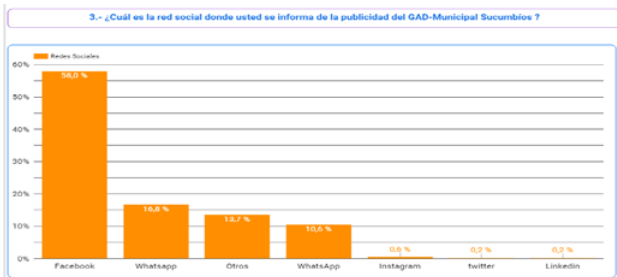
*Dispositivos tecnológicos de los clientes*



Nota: Se detalla los diferentes dispositivos tecnológicos que utilizan los usuarios, para realizar pagos de manera virtual, muestra que el (34.3%) dispone de un teléfonos móvil, el (23.5%) dispone de un computador, (2.4%) Tablet siendo este un grupo considerable del (39.8%) que tiene sus dispositivos que no sabe cómo acceder a información, por lo tanto se hace necesaria la campaña de difusión y mantener comunicada a la ciudadanía para que los puedan realizar los diferentes trámites y pagos en la municipalidad.

**Figura 5**

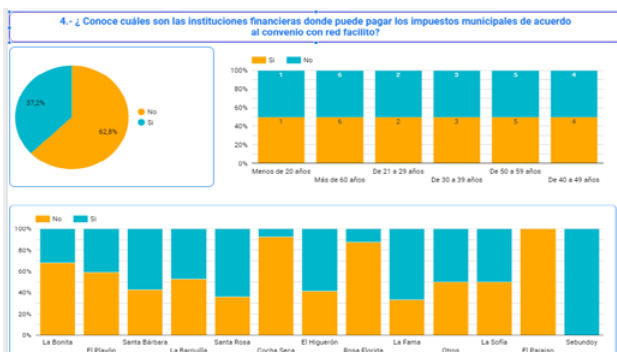
Redes utilizadas por los contribuyentes de la publicidad que realiza el GADM- Sucumbíos



*Nota:* Se muestra que Facebook con un (58%) es la red social más utiliza por los usuarios, para acceder a la información, seguido es la red social de WhatsApp con (16.8%).

**Figura 6**

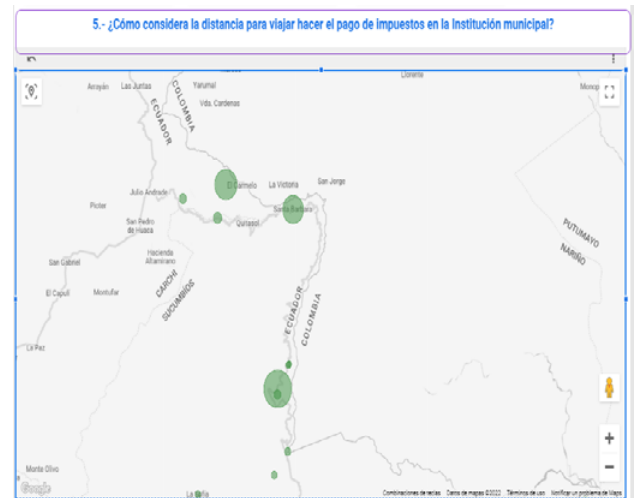
Instituciones Financieras donde puede pagar los Impuestos



*Nota:* Se evidencia que el (62.8%), no conocen de las instituciones financieras. Sin embargo (37.2%) si conocen de los puntos de pago. Es impórtate diseñar la campaña de publicidad, orientar a ser visualizadas mediante estas redes sociales con mayor porcentaje de visualización, aspecto importante, que facilitará el incremento de la comunicación entre los contribuyentes y la institución

**Figura 7**

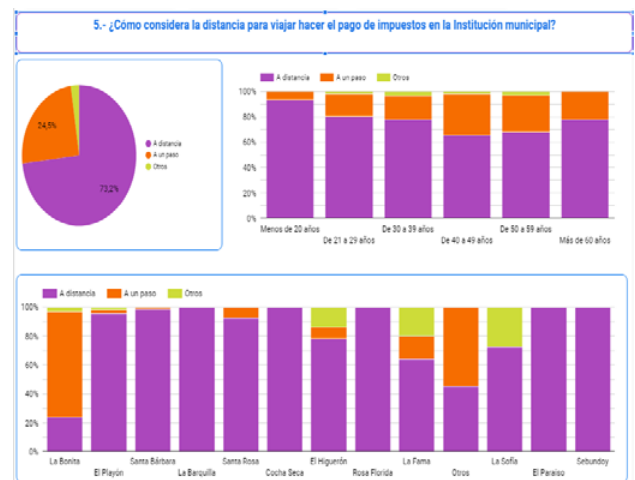
Distancia para llegar a pagar los Impuestos



*Nota:* Este mapa muestra los puntos de distancia que existe entre una comunidad con otra, de los sectores urbanos y rurales del Cantón Sucumbíos.

**Figura 8**

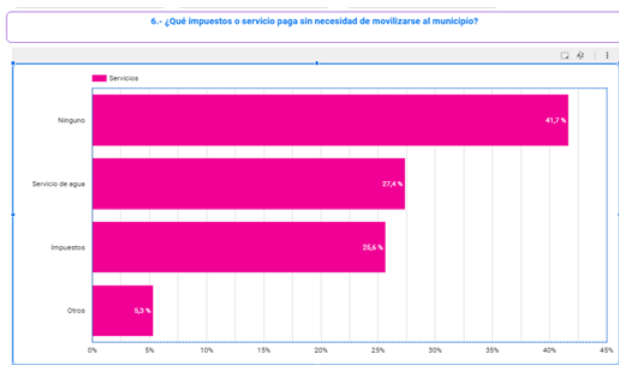
Como se considera la distancia para hacer el pago de impuestos



*Nota:* Los resultados (72.20%) en una gran mayoría responden que es muy distante trasladarse al municipio hacer los pagos los sectores que están a distancia son: Playón, Santa Bárbara, Cocha Seca, Santa Rosa, La Fama, al Higuierón, La Sofía, Rosa Florida, La Barquilla, son los contribuyentes de la Bonita que responden que para hacer los pagos es a un paso y finalmente hay un (2.4%) que responde otros, este porcentaje considera que no es ni a distancia ni a un paso.

**Figura 8**

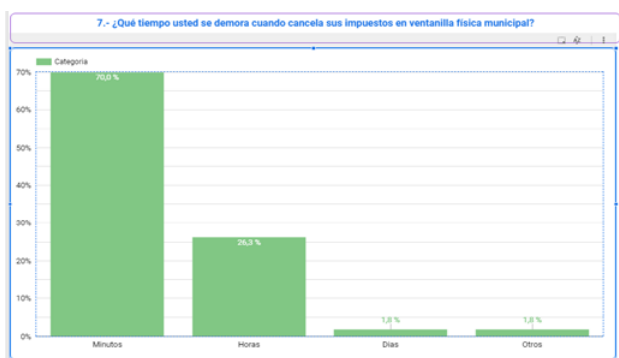
*Tipos de servicios que realizan los clientes*



*Nota:* Los resultados que el (41.7%) no pagan ningún impuesto o servicio, el (27.4%) paga servicios de agua. (25.6%) paga impuestos (urbanos-rurales), (5.3%) Otros son los usuarios que hacen transferencias interbancarias a la cuenta de la municipalidad, los usuarios realizan con frecuencia los pagos en las instalaciones y dependencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sucumbíos, debido a que no conoce de los canales digitales para la realización de los pagos estos deben movilizarse hasta las dependencias para realizar los trámites por servicios y pagos.

**Figura 9**

*Que tiempo se demora cuando paga en el GAD-Municipal Sucumbíos*

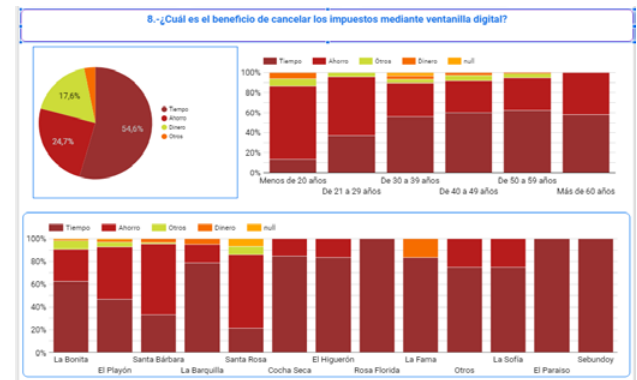


*Nota:* El (70%) de los contribuyentes que han dado su opinión, manifiestan que son minutos que se demora cuando hace pagos en ventanilla física del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sucumbíos, y un (26.30%) indica que son horas, y el (1.8%) días, (1.8%) otros, debido a que conoce de los canales digitales para la

realización de los pagos estos deben movilizarse hasta las dependencias para realizar los trámites por servicios y pagos.

**Figura 10**

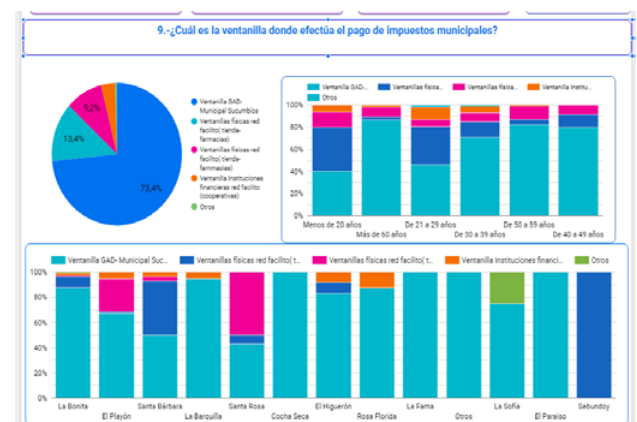
*Beneficio de pagar impuestos modalidad virtual*



*Nota:* El (54.6%) de los contribuyentes que han dado su opinión, manifiestan que el hacer los trámites en ventanilla digital su beneficio es el tiempo, (24%) Ahorro en el pago de intereses, (17%) ahorro de dinero en transporte, Otros (3.2 %) hospedaje, de acuerdo con la ubicación en los sectores del cantón la Bonita la respuesta de que prevalece entre los usuarios de edad de 20 años en 60 años valora que es el tiempo el de mayor relevancia al poder aplicar la ventanilla digital.

**Figura 11**

*Cuál es la ventanilla donde efectúa los pagos de impuestos*



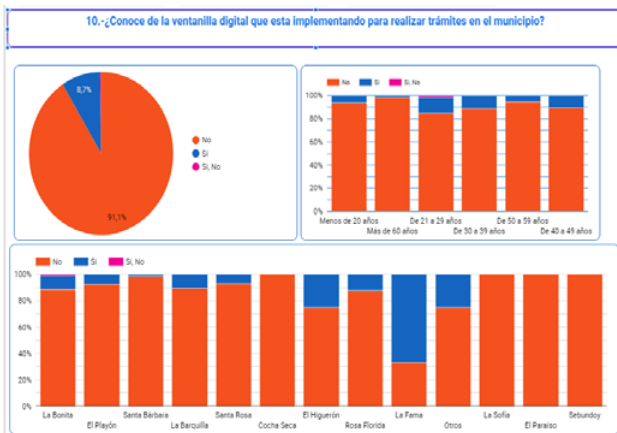
*Nota:* El (73.40%), los usuarios hacen los trámites en ventanilla física del GAD-Municipal Sucumbíos, (13.4%) Ventanilla física (tiendas, farmacias), (9.2%) Ventanilla financiera, y el (3.4 %) son otros medios de pago de acuerdo



con la ubicación en los sectores del cantón la Bonita, entre las edades de los usuarios que realizan los tramites son desde los 30 años a 60 años en adelante responden que el pago lo hacen en ventanilla municipal del Gobierno Municipal Sucumbíos.

**Figura 12**

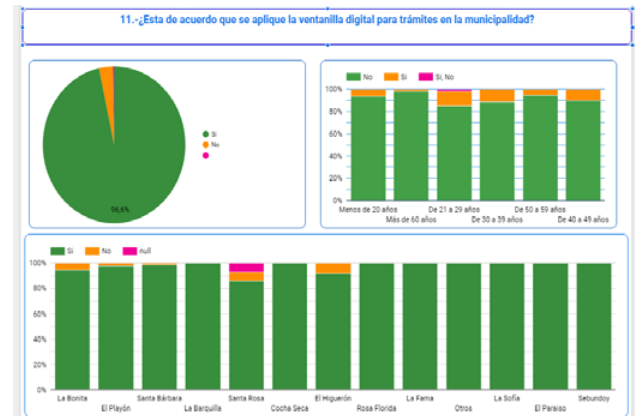
*Implementación de una ventanilla digital para pagos de servicios municipales*



Nota: El (91.10%) no conocen de la ventanilla digital que se está implementando el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sucumbíos, para que los usuarios puedan realizar los diferentes trámites desde una página digital sin tener la necesidad que trasladarse físicamente a la municipalidad, y el (8.7%) tiene conocimiento de la ventanilla digital para hacer trámites en la institución. Es importante hacer una campaña de difusión para hacer conocer a la ciudadanía de los proyectos que se está implementando la municipalidad.

**Figura 13**

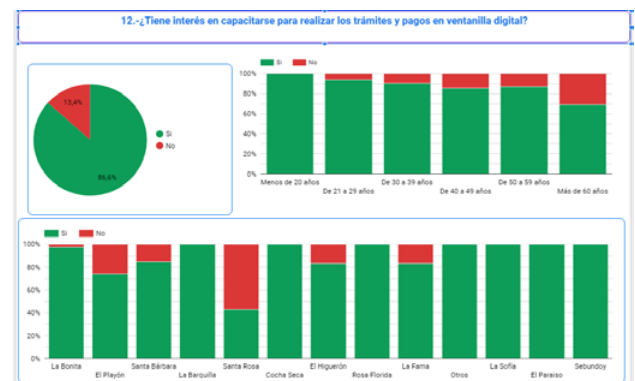
*Ventanilla digital para trámites municipales*



Nota: El (96.6%) está de acuerdo que se implemente la ventanilla digital para atender al público, para que los usuarios puedan realizar los diferentes trámites desde una página digital sin tener la necesidad que trasladarse físicamente a la municipalidad, y el (3.2%) no tiene interés en estas herramientas digitales.

**Figura 14**

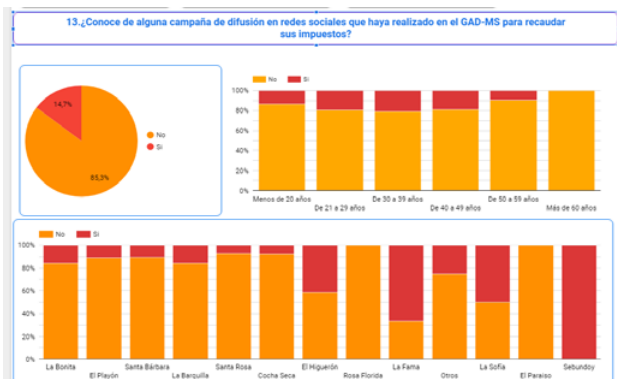
*Capacitación para hacer trámites mediante ventanilla digital*



Nota: El (86.6%) quieren capacitarse sobre de la ventanilla digital que se está implementando el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sucumbíos, para que los usuarios puedan realizar los diferentes trámites desde una página digital, sin tener que trasladarse físicamente a la municipalidad, y el (13.4) no tiene interés ni conoce de la ventanilla digital para hacer trámites en la institución. Es importante hacer una campaña de difusión para hacer conocer a la ciudadanía de los proyectos que se está implementando.

**Figura 15**

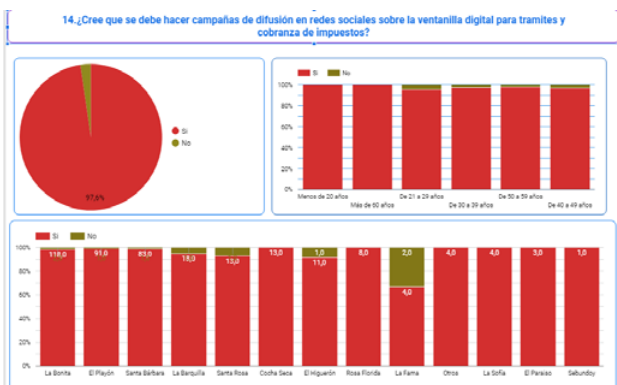
*Conoce de alguna campaña de difusión para recaudar impuestos*



*Nota:* El (85.3.6%) resultadas los contribuyentes no conocen de alguna campaña de difusión para recaudar impuestos en redes sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sucumbíos, (14.7%) conoce de las campañas que ha realizado la municipalidad.

**Figura 16**

*Campaña de difusión a través de redes sociales ventanilla digital*

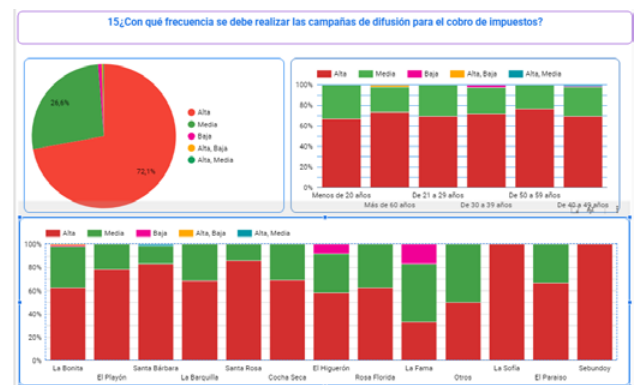


*Nota:* (97.6%) los resultados sobre el interés que tienen los contribuyentes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sucumbíos, para que se implemente y diseñe una campaña de difusión en redes sociales de la ventanilla digital para realizar los diferentes trámites que los usuarios realizan a diario en las dependencias de la municipalidad y que tiene que ver con certificados, transferencia de dominio, alcabalas entre otros, pagos agua, e impuesto y que al ser contribuyentes de diferentes sectores urbanos y rurales la es importante de que se

informe socialice y se comunique a traves de las redes sociales para conocimiento y beneficio de la colectividad y mancomunidad que conforman el cantón. El (2.4%) desconoce de la ventanilla digital.

**Figura 17**

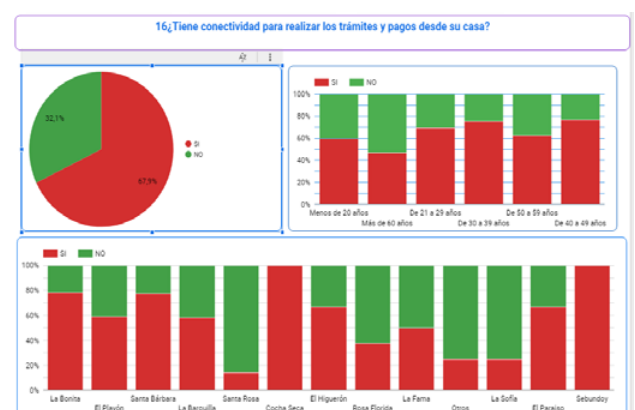
*Frecuencia para realizar las campañas de difusión*



*Nota:* El (72%) es un porcentaje considerable de los usuarios que tienen interés que se realicen campañas de difusión informando a el cobro de impuestos frecuencia mayor, (26.6%) otro porcentaje importante opina se debe hacer campaña de difusión en redes sociales de la ventanilla digital para realizar en frecuencia media, y un porcentaje menor (0.3%) dice que se realice en una frecuencia baja.

**Figura 18**

*Conectividad de internet*

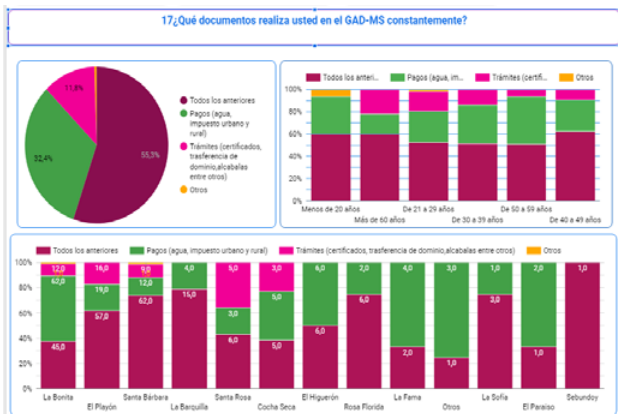


*Nota:* El (67.9%) un considerable porcentaje de los contribuyentes responden si tienen internet es pertinente dar información clara a los usuarios

para que procedan acceder a los datos existentes de impuestos y puedan hacer los pagos de manera virtual y lograr que el proceso se realice de manera eficiente y ágil.

Figura 19

Trámites que realiza los contribuyentes en el GAD-Municipal Sucumbíos



Nota: El (67%) de la encuesta realizada, realizan trámites y pagos, el (32.4%) realizan pagos de impuestos, y el 11.8% realiza trámites en la municipalidad.

Una vez analizados todos los datos de la aplicación de la encuesta se procede a diseñar las estrategias de la campaña de difusión de marketing de la ventanilla digital del GAD Municipal de Sucumbíos.

Estrategia Creativa

De acuerdo con la investigación es importante la implementación de una estrategia de campaña publicitaria a través de en redes sociales como en Facebook y WhatsApp, que son los medios tecnológicos que utilizan los contribuyentes, medios que permiten realizar campañas informativas, para facilitar el acceso a la información de los trámites y programas, que lleva continuamente la municipalidad, para las personas que gestionan trámites, y para las personas que realizan pagos.

Diseñar una campaña creativa publicitaria orientada a solucionar el problema de la limitada publicidad en redes sociales de la recaudación de impuestos municipales del Gobierno Autónomo

Descentralizado Sucumbíos con mensajes claros como pagar sus impuestos desde su casa sin necesidad de trasladarse a la municipalidad, que los pagos de impuestos o contribuciones se reflejen posteriormente en la satisfacción de servicios y necesidades de los ciudadanos en su totalidad.

La estrategia de la campaña de publicidad tiene como propósito, mejorar la comunicación entre con la comunidad y la institución municipal, dar la facilidad de cobranza de los impuestos maximizar la eficiencia del equipo de recaudación de la municipalidad.

Figura 20

Estrategia creativa

ESTRATEGIA CREATIVA	
Ventanilla Digital Puntos de Pagos en Red Facilto 2023	
Duración	Campaña Orgánico (3 meses Previos) Campaña Pagada (2 meses previos) Evento por realizar (sin definir)
Estrategias de Medios	Difundido en la red social Facebook y Whatsapp
Target	Buyer persona que gestiona trámites <input checked="" type="checkbox"/> Buyer persona que realiza pagos <input checked="" type="checkbox"/>
Idea Creativa	Producto a desarrollar la campaña de difusión que gestione los trámites y cobranza en el GAD-Municipal Sucumbíos
Piezas Gráficas	Texto ( el 10% de texto ) <input checked="" type="checkbox"/> Video (Máximo 3 minutos para observarlo página de Facebook) <input checked="" type="checkbox"/> Evento (30 minutos de presentación del tema) <input checked="" type="checkbox"/>
Atractivos Publicitarios	Creible (Los servicios ofertanos por la institución a través de la ventanilla virtual) <input checked="" type="checkbox"/> Significativo (Muestra un beneficio a la comunidad) <input checked="" type="checkbox"/>
Estilos de Ejecución del Mensaje en la publicidad	Estilo de vida (Buenas prácticas de pagos) <input checked="" type="checkbox"/> Estado de animo (Muestra el entusiasmo que esta realizando la Campaña) <input checked="" type="checkbox"/> Símbolo de personalidad ( Muestra el beneficio que se da al público) <input checked="" type="checkbox"/>

Figura 21

Estrategia Página Web ventanilla Digital

Figura 21 muestra la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucumbíos. La interfaz incluye un menú de navegación con opciones como Inicio, Trámites, Instituciones, Regulaciones y Acceso. El contenido principal muestra el logo del gobierno y el texto 'Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucumbíos'. En la parte inferior, se encuentra el logo de Sucumbíos y el texto 'Trámites y Servicios Institucionales'.

Nota: Foto tomada de la página <https://www.gob.ec> gadmc-sucumbios

Esta ventanilla digital, permitirá a los usuarios realizar los diferentes trámites como: pago de Certificados de Actualización Catastral, Certificados de Avalúos y Catastros para Trámites Judiciales, Certificados de Gravamen de bien inmueble Cantón Sucumbíos, Certificado de no poseer bien inmueble cantón Sucumbíos, Emisión de aprobación de Planos, Emisión de Línea de Fábrica, Emisión Patente Municipal, Emisión de permiso de construcción, Emisión de permiso de uso de suelo, Inscripción de Compra Venta de bien inmuebles del Registro de la Propiedad con funciones y facultades del Registro Mercantil del Cantón Sucumbíos, Instalación de Acometidas de Agua potable y alcantarillado, Transferencia de dominio y otros, desde la comodidad de su casa, oficina el lugar donde se encuentre.

**Figura 22**

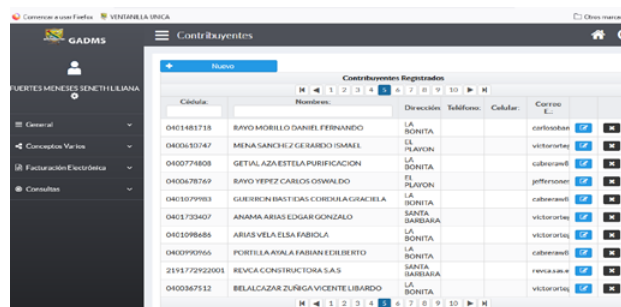
*Estrategia Infografía*



Estas infografías están diseñadas para la campaña publicitaria de la ventanilla digital, con la frase motivadora (REALIZATUS TRAMITES DESDE CASA) teniendo en cuenta el enlace de la ventanilla digital que se muestra. La intención es imaginar cómo podría ser el futuro de los ciudadanos del Cantón Sucumbíos (La Bonita) y el tipo de trámites que podría realizar o gestionar mediante la ventanilla digital que genere interés del público en un 100%.

**Figura 23**

*Estrategia envío de Correo E-mail*



Nota: Foto tomada del software de la ventanilla única GAD-Municipal de la base de datos de los contribuyentes registrados

De la base de datos que tiene la ventanilla única de la Unidad de Rentas del Gobierno Autónomo Descentralizado, exportarnos los correos electrónicos existentes, y con la herramienta digital para comunicarse E-mail Mailchimp, aplicable para enviar los correos a los contribuyentes con un mensaje corto “ Pago Fácil y Rápido”, en un Post de la campaña publicitaria de cobro de trámites y pagos a través de la ventanilla digital, lo que nos permitirá de manera inteligente en tiempo real, establecer los mensajes automatizados.

**Figura 24**

*Estrategia Redes Sociales*  
*Facebook página institucional*



En esta imagen representa a la red Facilito para los pagos de impuestos municipales con la frase motivadora (Herrera1, 2011-2012) ahora “(PAGO FACIL Y RAPIDO DE IMPUESTO MUNICIPALES)”, Se tomaron en cuenta figuras



geométricas como punto de realce para el texto y que sea llamativo para el público, utilizando los mismos colores atractivos de la anterior, dejando como el logotipo de facilito, se ubicó en la parte de arriba del texto, para llamar la curiosidad de los clientes, donde también se encuentran los puntos de pagos dentro del Cantón Sucumbíos (La Bonita) los cuales son: Santa Bárbara, El Playón y La Bonita, lo cual mantiene un convenio con el GAD-Sucumbíos, que les permite tener una facilidad y rapidez para realizar sus pagos de impuestos del municipio y así estar al día con sus obligaciones tributarias.

### Estrategia Google Data Estudio Campaña del Perfil de las Personas

La herramienta Google Data Estudio, fue elegida ya que tiene muchas ventajas, permite crear recopilar información de preguntas planteadas automática y finalmente se puede obtener los datos en una hoja de cálculo como también permite analizar el perfil de cada persona de acuerdo situación geográfica, demográfica del Cantón.

**Figura 25**

*Perfil de las personas*

Marca temporal	Nombres y Apellidos	Edad	Sexo	Sector	Ubicación
8/4/2022 13:19:10	Hernia Casanova	43	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:21:48	GERARDO MARCIAL	59 AÑOS	Masculino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:22:05	ORTEGA ROJAS EVE	27	Femenino	Rural	Santa Rosa
8/4/2022 13:22:32	Edgar Gonzalo Anami	30	Masculino	Rural	Santa Bárbara
8/4/2022 13:29:42	Luis homero sanchez	48 años	Masculino	Urbano	El Playón
8/4/2022 13:38:20	Jaime Rosero	45	Masculino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:43:10	EDISON WLADIMIR Y	25	Masculino	Rural	Sebunday
8/4/2022 13:48:59	Raul Mejia	36	Masculino	Rural	Cocha Seca
8/4/2022 13:50:15	Carlos Anibal Rayo Bc	56	Masculino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:51:19	Elsa Fabiola Arias Vel	37	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:53:30	Mishel mena	23	Femenino	Urbano	Santa Rosa
8/4/2022 13:54:05	MARIA DEL PILAR RC	47	Femenino	Urbano	Santa Bárbara
8/4/2022 13:58:07	Silvia JAramillo	36	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:58:12		52	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 13:58:32	Yadira Yépez Villarrea	39	Masculino	Rural	El Playón
8/4/2022 14:09:13	Daniela Montenegro	29	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 14:11:02	Carlos Javier Córdova I	39	Masculino	Rural	El Playón
8/4/2022 14:20:10	JULIA PAUCHA	42	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 14:49:23	Estalin Rayo	31	Masculino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 14:52:10	Estalin Rayo	31	Masculino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 15:02:44	Ruth Amparo Josa Nai	31 años	Femenino	Urbano	El Playón
8/4/2022 15:10:36	Richard Marcelo Navar	29	Masculino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 15:11:20	Rubí Acosta	45	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 15:17:18	Fanny Calpa	40	Femenino	Urbano	La Bonita
8/4/2022 15:20:38	Sevno heman cuasque	32	Masculino	Rural	El Hguerón
8/4/2022 15:26:38	Naranjo Sanchez Luis	61	Masculino	Urbano	El Playón
8/4/2022 15:35:55	María Eduviges Villarr	58	Femenino	Urbano	La Bonita

*Nota:* Foto tomada de la hoja Excel, que se hizo la encuesta en la herramienta Data Estudio.

### Discusión

El desarrollo y aplicación de las TIC en la prestación de servicios públicos y de relacionamiento de las instituciones públicas con los ciudadanos; ha permitido acercar al Estado y a la sociedad. En este contexto, la población aspira a tener una atención personalizada y de manera eficiente desde la comodidad y seguridad de su hogar. Para lograr este objetivo, el GAD Municipal de Sucumbíos ha diseñado e implementado un conjunto de herramientas digitales como la ventanilla digital, que entre las diversas prestaciones que esta ofrece esta la capacidad de recaudación de una manera más rápida al gobierno local.

En este sentido, este escrito ha expuesto un conjunto de estrategias de comunicación y marketing, dirigidas a la ciudadanía en función de los datos recogidos en la aplicación de la encuesta. Ya que, el 58% de la población encuestada afirma que la plataforma que más utilizan es Facebook. Por ende, la estrategia de comunicación se orienta hacia el uso de redes sociales. Mediante una campaña de difusión para dar a conocer sobre el pago de los impuestos de una manera más fácil y rápida. Sin que exista un perjuicio económico para los ciudadanos y el municipio.

Continuando con lo expuesto en el párrafo anterior, y en vista que la distancia de los ciudadanos de las parroquias hacia la cabera cantonal es uno de los principales problemas para poder cumplir con las obligaciones como contribuyentes. Esto repercute, en que los depositarios desconocen la responsabilidad e importancia de pagar a tiempo sus impuestos, lo que produce que la recaudación sea reducida y no permite cumplir con la planificación presupuestaria anual. Antes este escenario, el diseño de la campaña de difusión en redes sociales permitirá que los contribuyentes del Cantón Sucumbíos (La Bonita), puedan efectivizar sus obligaciones en los puntos de pago en las instituciones financieras que mantiene con la red facilito.



El proceso de investigación y la difusión de la campaña de marketing tienen factibilidad ya que se cuenta con el acceso a la información de la institución municipal de manera oportuna, con las herramientas necesarias para la promoción de la ventanilla digital. Otro punto importante a considerar es que el 72% de los encuestados realizan los trámites municipales de manera física. En contraste, con la implementación de la campaña de difusión en redes sociales los ciudadanos estarán informados, y sus contribuciones se canalizarán de la mejor manera para mejorar los servicios e imagen del municipio.

Desde la óptica conceptual de la ventanilla digital donde uno de los beneficios es la reducción de tiempos y costos para los ciudadanos y el Estado. Por lo tanto, para la aplicación de la herramienta digital es necesario realizar un conjunto de talleres de capacitación a la comunidad través de soporte técnico e informar que estos medios de pago digitales son confiables y de esta manera lograr la recaudación deseada.

Finalmente, la investigación se sustenta desde una base conceptual en la cual se aborda la importancia de los medios digitales como las redes sociales. Y su aplicación práctica, en la prestación de servicios públicos; además, que permite modernizar la gestión recaudatoria y un mayor posicionamiento de la institución ante la población. En consecuencia, la campaña de difusión con la aplicación de estrategias en plataformas digitales, en el área de recaudación tiene la finalidad de recuperar la cartera vencida de impuestos. Con la supervisión del director financiero conjuntamente con la responsabilidad del tesorero municipal, ya que no hay una cultura de liquidación puntual de parte de los contribuyentes en el Gobierno Autónomo de Sucumbíos. En conclusión, la estrategia de campañas de difusión y las tácticas de cobranzas de tributos de las propiedades de los contribuyentes con las campañas de difusión permitirá a todo conglomerado social, informarse toda la programación a que está realizando la municipalidad.

## Referencias bibliográficas

- Avanzini, B. (19 de abril de 2019). *Cool Tabs*. Obtenido de Campaña de difusión: [https://blog.cool-tabs.com/campana-de-difusion-consejos-viralizar/#Claves\\_para\\_crear\\_una\\_campana\\_de\\_difusion](https://blog.cool-tabs.com/campana-de-difusion-consejos-viralizar/#Claves_para_crear_una_campana_de_difusion)
- Beltran, M. (27 de Febrero de 2018). *Universidad*. Obtenido de La importancia de las redes sociales: <https://umbvirtual.edu.co/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual/>
- Delgado, J. (2020). *Gobiernos Municipalidad. Significado de Gobierno Municipal, 2*.
- Editorial, E. (2 de Febrero de 2022). *Life-der*. Obtenido de Recursos Tecnológicos: <https://enciclopediaeconomica.com/recursos-tecnologicos/>
- Fernandez, J. (2016). *Servicios Públicos. Servicios públicos*.
- Fontalba, P. (jueves de Noviembre de 2018). *ttandem*. Obtenido de marketing digital: <https://www.ttandem.com/blog/que-es-el-marketing-digital-y-cuales-son-sus-ventajas/>
- Gabriela Munte, C. M. (Viernes de Octubre de 2018). *Rockcontent*. Obtenido de Marketing digital o mercadotecnia : <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-o-mercadotecnia/>
- Garcia, I. B. (2021). *Conectividad. Servnet, 12*.
- Gobierno de Quito. (Jueves de Julio de 2022). *Quito informa*. Obtenido de Trámites Municipales: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2021/06/24/aprenda-como-hacer-los-tramites-municipales-via-internet/>
- Gobierno -Puebla. (2022). *Ventanilla Digital puebla*. Obtenido de Hacer historia, Hacer futuro: <https://ventanilladigital.puebla.gob.mx/ventanilla/>
- Gobierno, Puebla. (2022). *Ventanilla Digital puebla*. Obtenido de Hacer his-

- toria, Hacer futuro: <https://ventanilladigital.puebla.gob.mx/ventanilla/>
- Gobiernos, E. D. (14 de Enero de 2022). *Observatoria regional de planificación para el desarrollo*. Obtenido de Gobierno: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es>
- Hernandez, W. M. (lunes de octubre de 2021). QuestionPro. Obtenido de Marketing Digital: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>
- Herrera, H. H. (2011-2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Sociales Networks: a new difusión tool*, 122.
- Información, M. d. (07 de Junio de 2022). El MINTEL entrega a los municipios del país la herramienta para la transformación digital. *Boletín Oficial N° 53*.
- Jaimes, Javier. (Martes de Febrero de 2022). *Rd Station*. Obtenido de sitio web de plataforma de marketing y ventas: <https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/>
- Lopez, E. (15 de Marzo de 2022). Zizer. Obtenido de Que es una campaña en difusión en redes sociales: <https://zizer.es/blog/que-es-campana-en-las-redes-sociales/>
- Macias, F. (Jueves de Septiembre de (2021-2022)). *HumanLevel*. Obtenido de Marketing: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/marketing-digital-marketing-online>
- Marketing. (29 de 06 de 2021). *Camara*. Obtenido de Marketing Digital: <https://www.master-valencia.com/marketing/que-es-marketing-digital/>
- Mexico, G. d. (27 de Julio de 2022). *Ventanilla única*. Obtenido de Que es la ventanilla única: <https://www.ventanillaunica.gob.mx/Beta/index.htm>
- MineEducación. (24 de Enero de 2019). *Ventanilla Digital*. Obtenido de Mineducación: <https://www.gov.co/>
- Montoya, O. (2022). Revista. *Servicio Público Municipales*, 2.
- Nacional, M. E. (24 de Enero de 2019). *Mineducación*. Obtenido de La educación es de todos: <https://www.gov.co/>
- Oficial, R. (31 de Diciembre de 2019). Código Orgánico de Organización Territorial, Cootad. *Registro Oficial Suplemento 3*. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct.-2010.
- Pablo, H. (12 de Agosto de 2021). *aloha!* Obtenido de Ques es mercadotecnia: <https://www.alohacreativos.com/blog/que-es-mercadotecnia-y-para-que-sirve#01>
- Peña, L. F. (2017). *Recursos Tecnológicos*. Guayaquí, Ecuador: Diagramación de diseño Publicación.
- Pintos, V. (10 de Enero de 2020). *Ínconcert*. Obtenido de Campaña: <https://blog.inconcertcc.com/es/que-es-una-campana-y-sus-usos/>
- Rubinstein, D. (2016). *Ventanilla Única*. <https://www.monografias.com/docs113/ventanilla-unica-tramites-aproximacion-conceptual/ventanilla-unica-tramites-aproximacion-conceptual2>, 1.
- Rubinstein, D. (2019). *Ventanilla Única*. <https://www.monografias.com/docs113/ventanilla-unica-tramites-aproximacion-conceptual/ventanilla-unica-tramites-aproximacion-conceptual2>, 1.
- Santo, D. (01 de Diciembre de 2021). *Ciberclik*. Obtenido de Campaña: <https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria>
- Sucumbios, P. Y. (2019 - 2023).
- Victor Pencacha, O. F. (Martes de Enero de 2021). *Rockcontent*. Obtenido de Marketing Digital: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Zhenmin, L. (2020). Encuesta sobre el gobierno. *Gobierno digital en la década de acción para el desarrollo sostenible*, 198.