



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON
MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**VALORACIÓN DE LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE
IMPUESTOS DEL GAD CHONE**

AUTORES:

**JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA
ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS**

TUTOR:

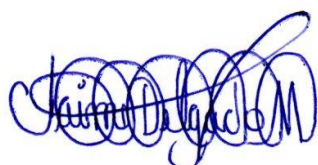
ECON. JOSÉ FERNANDO MEJÍA LOOR, MG.

CALCETA, NOVIEMBRE DE 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo **JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA** con cédula de ciudadanía 1313323642 y **ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS** con cédula de ciudadanía 1315707586, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **VALORACIÓN DE LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS DEL GAD CHONE**, es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a mi favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

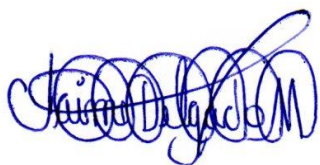


JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA
CC: 1313323642

ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS
CC: 1315707586

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA con cédula de ciudadanía 1313323642 y **ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS** con cédula de ciudadanía 1315707586, autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **VALORACIÓN DE LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS DEL GAD CHONE**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA
CC: 1313323642

ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS
CC: 1315707586

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

ECON. JOSÉ FERNANDO MEJÍA LOOR, MG., certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **VALORACIÓN DE LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS DEL GAD CHONE**, que ha sido desarrollado por **JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA** y **ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Firmado electrónicamente por:

**JOSE
FERNANDO**

ECON. JOSÉ FERNANDO MEJÍA LOOR, MG

**CC: 1307786465
TUTOR**

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **VALORACIÓN DE LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS DEL GAD CHONE**, que ha sido desarrollado por **JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA** y **ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS**, previo a la obtención del título de ingeniero en Administración pública, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Firmado electrónicamente por:
**FATIMA ELIZABETH
PALACIOS BRIONES**

DRA. FÁTIMA PALACIOS BRIONES
CC: 1305863415
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

**ANAMEY
MENDOZA
MERA**

Firmado digitalmente por
ANAMEY MENDOZA MERA
Fecha: 2022.10.05 15:39:54
-05'00'

LIC. ANAMEY MENDOZA MERA
CC: 1308694965
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

LIC. ROSSANA TOALA MENDOZA
CC: 1310973191
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer como ser humano y me enseñó muchos valores y principios que me han ayudado para desenvolverme en los diferentes ámbitos de cada lugar a donde he ido y he aportado valor a través de una educación superior de calidad, gracias a esto hoy puedo salir ante el mundo laboral y dar lo mejor de mi siendo un aporte y suma de valor a cualquier institución que me abra las puertas y así poner en práctica todo lo aprendido en esta prestigiosa universidad.

A nuestro facilitador el honorable economista Fernando Mejía quien gracias a sus conocimientos y sabiduría fue un guía durante todo el proceso académico.

A los docentes de la “Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí ESPAM MFL” por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación profesional, y

Al “GAD Municipal del cantón Chone, en el departamento de recaudación de impuestos” por su valioso aporte y accesibilidad en la realización del proceso investigativo.

JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA

ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS

DEDICATORIA

A mi amado padre celestial Dios por ser mi inspirador, mi motor y fuerza para obtener uno de los anhelos más deseados de mi vida, a mis Padres, mi padre que desde el cielo guiándome y siendo mi ángel guardián, por su ejemplo mientras estuvo en vida y sus sabios consejos que me han convertido en la persona que soy en la actualidad y a mi amada madre por su amor, apoyo incondicional trabajo y sacrificio en todos estos años, esto recién empieza y estoy seguro que vienes cosas importantes para mi futuro.

A mis hermanos por estar siempre presente acompañándome moral y espiritualmente a lo largo de esta etapa. A todas las personas que me apoyaron e hicieron que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellas que nos abrieron sus puertas y compartieron sus conocimientos.

A mis demás familiares y amigos que siempre con sus ánimos y palabras de aliento siempre me brindaron. Finalmente dedico mi Tesis a mi madre por ser el pilar más importante, por su cariño y apoyo incondicional sin importar los retos de la vida, por confiar, guiar con paciencia, rectitud y creer en mí, con sus sabios consejos, valores y principios inculcados.

JAIME ANDRÉS DELGADO MENDOZA

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía y luz en los momentos oscuros.

A mis padres Yessica y Jorge, por formarme como una persona de bien y por ser fuente de inspiración para salir adelante. El fruto de este trabajo está dedicado a su esfuerzo diario para darnos lo mejor a mi hermano y a mí.

A mi hermano Tadeo, por cuidar de mí y estar siempre pendiente de mi bienestar, a tu corta edad eres un ejemplo de superación.

A mis abuelitos Mami Lele, Mami Rita y Papi Teo, porque sin sus consejos no hubiera sido posible cristalizar este sueño.

A mis familiares y amigos más cercanos por creer en mi potencial y recordarme que soy capaz de cosas grandes.

ANDREA NICOLE ORMAZA SANTOS

CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	viii
CONTENIDO GENERAL.....	ix
CONTENIDO TABLAS.....	xii
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4. IDEAS A DEFENDER.....	6
2.1. CANALES VIRTUALES.....	7
2.1.1. IMPORTANCIA DE LOS CANALES VIRTUALES	8
2.1.2. TIPOS DE CANALES VIRTUALES	8
2.1.3. LOS CANALES VIRTUALES EN EL SECTOR PÚBLICO	9
2.1.4. PAGOS EN LÍNEA	9
2.2. SERVICIOS.....	10
2.2.1. SECTOR PÚBLICO	10

2.2.2. SERVICIOS PÚBLICOS.....	11
2.2.3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO PÚBLICO	11
2.3. CALIDAD.....	12
2.3.1. CALIDAD EN LOS SERVICIOS PÚBLICOS	13
2.3.2. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO	14
2.3.3. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS .	14
2.3.4. COMPONENTES DE LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS.....	15
2.3.5. EL USUARIO	16
2.4. IMPUESTOS.....	16
2.4.1. CLASIFICACIÓN DE IMPUESTOS.....	17
2.4.2. IMPUESTOS MUNICIPALES.....	17
2.4.3. ORDENANZAS DE IMPUESTOS MUNICIPALES.....	18
2.5. RECAUDACIÓN.....	18
2.5.1. RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS MUNICIPALES	19
2.5.2. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO	19
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	22
3.1. UBICACIÓN	22
3.2. DURACIÓN	22
3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	23
3.4.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.4.2. TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	24
3.4.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.4.4. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS	25
3.4.4.1. POBLACIÓN	25
3.4.4.2. MUESTRA.....	25
3.4.4.3. MUESTREO.....	27
3.5. VARIABLES EN ESTUDIO.....	27

3.5.2. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	27
3.5.3. VARIABLE DEPENDIENTE	28
3.6. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
3.5.1. ETAPA I: IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES CANALES VIRTUALES QUE USA EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE PARA EL PAGO DE LOS IMPUESTOS.....	29
3.5.2. ETAPA II: DETERMINAR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN Y SATISFACCIÓN QUE LOS USUARIOS TIENEN SOBRE EL SERVICIO PÚBLICO A TRAVÉS DE CANALES VIRTUALES, SU INTERFAZ Y PROCESOS.....	30
3.5.3. ETAPA III: DISEÑAR UNA PROPUESTA DE MEJORA PARA EL USO DE CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS EN EL DEPARTAMENTO DE RECAUDACIÓN DEL GAD MUNICIPAL DE CHONE.	30
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1. IDENTIFICACIÓN LOS PRINCIPALES CANALES VIRTUALES QUE USA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE PARA EL PAGO DE LOS IMPUESTOS	32
4.2. ACEPTACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE EL SERVICIO PÚBLICO A TRAVÉS DE CANALES VIRTUALES, SU INTERFAZ Y PROCESOS.....	34
4.2.1. ENCUESTA AL PÚBLICO INTERNO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE CHONE	35
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
5.1. CONCLUSIONES.....	49
5.2. RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS.....	59

CONTENIDO TABLAS

Tabla 1. Población	25
Tabla 2. Muestra.....	27
Tabla 3. Operacionalización de la variable independiente	28
Tabla 4. Operacionalización de la variable dependiente	28
Tabla 5 Importancia de los canales virtuales	35
Tabla 6 Valoración de canales virtuales por medio de la observación	47
Tabla 7. Matriz del problema	62
Tabla 8. Plan de mejoras.....	64

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones de la calidad del servicio público	15
Figura 2 Calificación a la plataforma de canales virtuales	36
Figura 3 Utilidad de los canales virtuales	36
Figura 4 Medio de pago más utilizado	37
Figura 5 Concentración de la recaudación	38
Figura 6 Medio de pago	39
Figura 7 Motivos para usar el medio de pago	39
Figura 8 Satisfacción en pagos por canales virtuales	40
Figura 9 Difusión de uso de los canales virtuales	41
Figura 10 Temporalidad en pago de impuestos	42
Figura 11 Calificación de los canales virtuales	42
Figura 12 Calificación de los servicios públicos	43
Figura 13 Satisfacción referente a los servicios públicos	44
Figura 14 Mejoramiento de los servicios a través de los canales virtuales	45
Figura 15 Aspectos debe mejorar el GAD Chone referente a los servicios en los canales virtuales	45

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo valorar los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone en el año 2021. El tratamiento metodológico se basó en una investigación de tipo no experimental: deductivo, analítico y comparativo e investigación de campo. Se aplicaron dos instrumentos, por un lado, una entrevista al jefe departamental, para identificar los principales canales virtuales que usa la institución; por otro lado, una encuesta para determinar el nivel de aceptación y satisfacción que los usuarios tienen sobre dicho servicio. Los resultados mostraron que existe un importante nivel de insatisfacción, dado que el departamento de recaudación solo hace uso de las redes sociales durante las primeras semanas del año, disminuyendo progresivamente. Se concluye en la necesidad de plantear soluciones oportunas y factibles a las problemáticas detectadas en el GAD Municipal de Chone referente a sus canales virtuales y la calidad de sus servicios se diseñó un plan de mejoras con metas y estrategias claras.

PALABRAS CLAVE

Canales virtuales, Calidad del servicio, Contribuyentes, Municipio, Recaudación.

ABSTRACT

The objective of this study was to assess the virtual channels and the quality of public services in tax collection in the Municipal GAD in Chone canton in the year 2021. The methodological treatment was based on a non-experimental type of research: deductive, analytical, comparative and field research. Two instruments were applied, on the one hand, an interview with the departmental head, to identify the main virtual channels used by the institution; on the other hand, a survey to determine the level of acceptance and satisfaction that users have about said service. The results showed that there is a significant level of dissatisfaction, given that the collection department only uses social networks during the first weeks of the year, progressively decreasing. It is concluded that there is a need to propose timely and feasible solutions to the problems detected in the Municipal GAD in Chone regarding its virtual channels and the quality of its services, an improvement plan with clear goals and strategies was designed.

KEY WORDS

Virtual channels, quality of service, taxpayers, municipality, collection.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La calidad de los servicios públicos es una prioridad para todo gobierno o Estado, para la Unión Europea su principal pilar es la cohesión social, que debe ir de la mano con el cumplimiento de los derechos sociales y servicios públicos que permitan mejorar la calidad de vida de la sociedad. “La calidad en el servicio se considera una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado” (Silva *et al.*, 2021, p. 85).

La solución a las problemáticas institucionales enfocadas en el uso de la tecnología, a través de canales virtuales, rompe los esquemas en la forma en que los sectores gubernamentales ofertan sus servicios a la ciudadanía en todo el mundo, gracias a sus grandes beneficios, en cuanto a reducción del tiempo de espera, transparencias en los procesos y simplificación de trámites (Manríquez, 2018, p. 171).

Considerando que los servicios públicos son parte de los derechos de los ciudadanos, que deben ser respetados y garantizados. Es de mucho interés el estudio de los servicios públicos en Latinoamérica. En donde los municipios deben enfrentarse al reto de la tecnología y la gestión de la misma, “la concatenación entre estos temas es el uso de la tecnología para mejorar el desarrollo económico y calidad de vida de los habitantes en las ciudades mediante una gestión tecnológica en los servicios públicos” (Rubio *et al.*, 2018, p. 58).

Sin embargo, en el 2020 el mundo entero se enfrentó a la mayor crisis sanitaria, social y económica, con la llegada del coronavirus Sars-Cov-2, pese a tener consecuencias graves en la salud y la economía, también ha mermado en la calidad de los servicios públicos debido al confinamiento, limitaciones en la atención, nuevas medidas, entre otras situaciones.

En el Ecuador, el sector público también se vio afectado por todas las restricciones y dificultades para llevar a cabo sus servicios públicos. De acuerdo a Primicias (2020) en la Defensoría del Pueblo: “Entre el 1 de marzo y el 21 de diciembre de 2020, la institución recibió a escala nacional 16.000 denuncias ciudadanas sobre una disminución en el acceso y la calidad de los servicios públicos”, debido a las restricciones de movilidad por el coronavirus, generando así una imagen negativa en el usuario. En consecuencia, “los servicios públicos de calidad son una piedra angular de la cohesión social y una condición previa para que las empresas funcionen y desencadenen un desarrollo económico local inclusivo” (Ciudades y Gobiernos Locales Unidos, 2020).

En Manabí se evidencia una situación similar, en cuanto a las dificultades presentadas en la prestación de los servicios públicos, debido a largas colas en las instituciones, el papeleo en los trámites, las dificultades en el sistema que ocasionan lentitud en el servicio y requieren de mayor tiempo, considerando además, que a nivel público Manabí solo cuenta con Portoviejo como la referencia zonal de las instituciones públicas frente a los 24 cantones que representa, por ende su capacidad resolutoria de conflictos y requerimientos es baja.

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Chone ofrece a la ciudadanía varios servicios públicos, entre ellos los trámites y cobro de tributos que competen al departamento de recaudación, siendo la recaudación por el impuesto predial el de mayor relevancia, que los ciudadanos pagan anualmente por sus propiedades inmuebles. Dichos trámites se llevaban a cabo en las instalaciones del municipio; sin embargo, a raíz de la pandemia y el confinamiento nacional a partir de marzo del 2020, era indispensable para la administración garantizar los mecanismos para continuar con los servicios sin que los usuarios salgan de sus casas.

Los canales virtuales fueron entonces un medio que resolvía la problemática, implementando así el GAD del cantón Chone el servicio en línea desde su página web oficial. Tomando como referente que “los canales digitales han permitido que los

servicios de apoyo sean accesibles fuera de las horas de trabajo convencionales y a un número mayor de personas" (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020).

El reto actual de los procesos de mejora de la calidad en la administración pública, no se concentra en los objetivos estratégicos, la gestión y control de los procesos internos, sino en mejorar la calidad desde la demanda de los ciudadanos. Lo importante es saber cómo los usuarios de los servicios públicos ven y califican los mismos, y cómo quisieran que sea la atención y la eficacia. Considerando, que "los servidores públicos se han enfrentado con problemas como retardos en la entrega de servicios, es decir el tiempo que demora, quejas y reclamos por parte de los clientes y baja calidad en la atención en la solución de problemas" (Quimí, 2017, p. 29).

Los usuarios del departamento de recaudación del Municipio de Chone tienen poco conocimiento sobre los procesos en línea que existen para pagar sus impuestos, siendo ésta una de las principales dificultades al momento de definir la valoración de los canales virtuales, ya que tienen poca visibilidad, el GAD Chone muestra su problemática en la potencialización de sus servicios en línea y necesita crear una conciencia digital en sus usuarios, ya que esto repercute en la imagen institucional que proyecta a los ciudadanos y la percepción que estos tienen sobre la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos.

El departamento de recaudación del GAD del Municipio del cantón Chone, antes de la pandemia brindaba un servicio de baja calidad a sus usuarios, por las dificultades en los procesos, tiempos de espera y escaso asesoramiento en los diferentes trámites que manejaban. Muchos usuarios tenían que volver varios días hasta lograr finalizar sus diligencias, los enviaban a otros departamentos y la información brindada era muy pobre. Posterior a ello, con la pandemia, el Municipio se vio en la necesidad de digitalizar estos trámites, que, a diferencia de la atención brindada presencialmente, reduce tiempos de espera, pero, al ser un método relativamente nuevo, son pocos los ciudadanos que conocen que pueden realizar estos trámites a través de canales virtuales. Finalmente, se pretende dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cómo se puede mejorar la calidad

de los servicios públicos en el departamento de recaudación del GAD Municipal del cantón Chone?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Los servicios públicos actualmente se enfrentan a un gran reto de calidad, ya que por mucho tiempo se han considerado deficientes, sin embargo, los avances tecnológicos y las Tics han permitido ampliar el abanico de opciones que las instituciones tienen para mejorar su servicio y los métodos para llevarlos a cabo. Por ello, es importante aplicar adecuadamente los canales virtuales para ofrecer un servicio público de calidad que permita satisfacer las necesidades de los usuarios y cumplir con sus expectativas, a través de la presente investigación de tipo no experimental se valorará la calidad de los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en el departamento de recaudación del GAD Chone, a fin de determinar el estado del mismo y plantear estrategias adecuadas para mejorar el uso de estas herramientas y la calidad del servicio.

La investigación tiene un sustento teórico y legal en el artículo 226 de la Constitución de la República, el cual estipula que “La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación” (Constitución de la República del Ecuador, 2008). Además, en el artículo 238 hace referencia a que:

Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales” (Constitución Política del Ecuador, 2008).

En lo que respecta al ámbito social y económico la investigación aporta resultados importantes para para la ciudadanía del cantón Chone, ya que se pretende tener en cuenta las expectativas y necesidades de los usuarios frente a los servicios públicos de recaudación del municipio, para ser considerados por parte de la institución a fin de mejorar el mismo y por ende su calidad a través de los canales virtuales, esto a su vez permite al GAD Municipal Chone aumentar sus ingresos en este departamento, potencializando así la economía del cantón.

Finalmente, con este proyecto se aporta al desarrollo de la ciencia, desde el enfoque metodológico porque busca generar un impacto importante en los avances de la administración pública ligado a los recursos tecnológicos, mediante prácticas investigativas eficientes, con los métodos y técnicas más apropiados para garantizar la confiabilidad, factibilidad y representatividad científica. Por lo tanto, se considera factible el desarrollo de la investigación, que cuenta con el profesionalismo, los conocimientos y el financiamiento de sus investigadores para llevarla a cabo con total éxito.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Valorar los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone en el año 2021, para el diseño de una propuesta de mejora.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los principales canales virtuales que usa el GAD Municipal del cantón Chone para el pago de los impuestos.
- Determinar el nivel de aceptación y satisfacción que los usuarios tienen sobre el servicio público a través de canales virtuales, su interfaz y procesos.

- Diseñar una propuesta de mejora para el uso de canales virtuales y la calidad de servicios públicos en el departamento de recaudación del GAD Municipal de Chone.

1.4. IDEAS A DEFENDER

El uso de los canales virtuales mejora la calidad de los servicios públicos en la recaudación de los impuestos prediales del GAD Municipal del cantón Chone. Debido a que su uso permitiría brindar otras alternativas a los usuarios, teniendo en cuenta las dificultades actuales para acceder a los servicios públicos por temas de bioseguridad.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. CANALES VIRTUALES

Los canales virtuales, tal como su nombre lo indica son sitios que funcionan a través de la web y el ciberespacio, los avances tecnológicos traen consigo muchos beneficios y herramientas. “Los canales virtuales presentan alternativas infinitas de crecimiento y apertura de nuevos usuarios a quienes satisfacer” (Andrade *et al.*, 2018, p. 56). Estos recursos generan facilidades en los procesos y reducen tiempos de espera.

De esta manera, las empresas han incorporado como parte de sus estrategias el uso de los canales virtuales, dado que es la página web el rostro de la institución, por lo tanto, debe proyectar confianza y mostrar contenido asertivo en su interface. Por lo que, es preciso que las empresas las usen adecuadamente y con expertos en esa área para aprovecharlas al máximo y lograr los resultados esperados.

“Muchas organizaciones implementan plataformas de medios sociales, como sistemas de gestión del conocimiento para incrementar el conocimiento compartido” (Sánchez & Sánchez, 2017, p. 107), la funcionalidad con la que se emplean es variada, sin embargo, se podría asegurar que todas con un mismo fin, mejorar la imagen de la institución y por ende la de los productos o servicios que ofrece hacia su público o usuarios. Una gran ventaja de los canales virtuales o sitios web institucionales es que no importan la localización geográfica del usuario para hacer uso de sus servicios o adquirir sus productos.

Esto hace una gran diferencia al momento de considerar los pros y contras del uso de los canales virtuales, debido a que las personas en muchos casos, toman sus decisiones en base a lo que ven en redes sociales o lo que consultan en internet, a través de cualquier dispositivo electrónico con el que tengan acceso a internet. y de la manera en la que las empresas establecen sus estrategias.

2.1.1. IMPORTANCIA DE LOS CANALES VIRTUALES

La digitalización ha sido clave para las empresas hoy en día, generando cambios significativos en el mundo empresarial, así como también en la administración pública. Los canales virtuales, forman parte de las herramientas tecnológicas de vanguardia en el mercado globalizado. Es así, que “estas tecnologías desempeñan un papel importante en el intercambio, promoción y ventas de productos y servicios en la actualidad y su utilización es cada vez mayor” (Perdigón *et al.*, 2018, p. 194).

Es necesario, tener en cuenta los beneficios de los canales virtuales y también sus posibles amenazas, para usarlos adecuadamente, en bienestar de la empresa. Una de las principales ventajas, radica justamente en que “los medios sociales de internet son una herramienta que favorece la interacción entre los usuarios, convirtiéndose en un mecanismo que permite a las organizaciones llegar de manera más directa a sus clientes” (Guzmán, 2018, p. 57), gracias al nivel de confianza que se construye sobre la marca o la institución.

2.1.2. TIPOS DE CANALES VIRTUALES

Existen muchos canales virtuales de comunicación disponibles, sin embargo, lo más conocidos y usados según García (2021) son: el correo electrónico, el chat web, el celular, las aplicaciones y las redes sociales. Estos canales han permitido, mejorar los procesos de comunicación y agilizar todo tipo de trámite, tanto en empresas privadas como públicas.

El correo electrónico es uno de los más antiguos canales virtuales utilizados a nivel empresarial, pero, las redes sociales, que tal como su nombre lo indican, son grupos de amistades, eran usadas únicamente con fines personales de socialización y amistad, a pesar de eso, las empresas han descubierto un alto potencial en ellas para la promoción de sus servicios y productos, el contacto con sus clientes y el fortalecimiento de su

imagen institucional, a tal punto, que las redes sociales como Facebook e Instagram cuentan con perfiles empresariales.

2.1.3. LOS CANALES VIRTUALES EN EL SECTOR PÚBLICO

El sector público también ha aprovechado los canales virtuales para tener contacto cercano con la ciudadanía, mediante las páginas web brindar atención e informan a los usuarios sobre diferentes aspectos. En las redes sociales, es donde se evidencia aún más esa interacción. Los diferentes organismos estatales usan las redes sociales para la publicación de información, difusión de noticias y responde las inquietudes de los usuarios. Según Quispe *et al.* (2020):

Al igual que en otros países, en Ecuador el fenómeno de la comunicación en la Web y la irrupción de las redes sociales es inminente, y modifica de forma dramática la gestión, tanto de las empresas privadas como la de las instituciones públicas. Según la encuesta de condiciones de vida hecha por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en 2014, el 41,4% de los ecuatorianos mayores de 12 años tiene una cuenta en una red social y el 24,3% posee un teléfono móvil inteligente (p. 159).

En virtud, de aquello se establece que actualmente los canales virtuales representan un aspecto clave en el desarrollo de oportunidades para el cumplimiento de los objetivos empresariales, que deben ser usadas estratégicamente para su aprovechamiento, sin que se convierta en un aliado negativo en la imagen institucional de la entidad y permita mejorar la relación con los usuarios.

2.1.4. PAGOS EN LÍNEA

Por medio de los canales virtuales, se puede realizar un sinnúmero de acciones que facilitan la vida de las personas, entre ellas, se encuentran las opciones de compras y pagos en línea de productos y servicios, entre otras actividades de diferentes índoles a

través del internet. Ahora bien, este método genera también cierto grado de desconfianza, debido a la inseguridad en las transacciones y la exposición a ser estafados o hackeados en los procesos.

Esto hace que las personas sientan temor de usar el internet como medio de pago y los limita buscar los métodos tradicionales, pagando en efectivo y directamente en el lugar donde se adquiere el servicio o producto. Pero es importante mencionar los grandes beneficios de la tecnología, que a pesar de tener como debilidad los temores a ser estafados, también permite mantener el dinero seguro sin portar el efectivo, que puede perderse o ser hurtado.

Esto a través de la billetera electrónica, que “es un medio de pago, nada más que eso, solo una forma moderna, rápida, efectiva, barata y segura de hacer pagos” (Maldonado *et al.*, 2017, p. 293). Estas son las bondades de los canales virtuales, que muchos desconocen o temen usar, a pesar de vivir en un mundo globalizado, el tradicionalismo sigue arraigado en las personas, y mucho más cuando de economía se trata.

2.2. SERVICIOS

El servicio “prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales” (Real Academia Española [RAE], 2022). Estos pueden ser de acuerdo a su carácter: público o privado. Para Westreicher (2021), los servicios públicos se clasifican en tres: básicos, administrativos y de auxilio. Los servicios básicos son los conocidos por ser aquellos indispensables para la supervivencia del ser humano, tales como agua potable, luz eléctrica, entre otros. Los administrativos enfocados a la gestión pública y los de auxilio que atienden situaciones de emergencia.

2.2.1. SECTOR PÚBLICO

Para Candela y Constantine (2018) el sector público es:

Un conjunto de factores productivos, cuya base está en el trabajo y capital, que tiene como objetivo fundamental brindar servicios o bienes de calidad entregados de manera eficaz y eficiente sin fines de lucro, destinados a satisfacer las necesidades y de dar solución a los problemas que presentan la ciudadanía, ya que las instituciones públicas deben cumplir lo que está enmarcado en la Constitución de la República del Ecuador (p. 9).

Siendo este sector el encargado de llevar a cabo todos los factores de productividad de una población determinada. El sector público brinda diferentes servicios a la ciudadanía, buscando la calidad en los mismos, pero sobre todo de forma gratuita, esta característica lo diferencia del sector privado, ya que no existe fines de lucro en las actividades desarrolladas por las instituciones públicas.

2.2.2.SERVICIOS PÚBLICOS

Los servicios públicos se definen como “todas las acciones que lleva a cabo la organización para obtener la satisfacción del cliente y ayudar a adquirir la mayor cantidad de productos y servicios valiosos que se han comprado” (Peñañiel *et al.*, 2018, p. 9), estas actividades son enfocadas en la ciudadanía y las necesidades que presentan como colectivos.

Es decir, los servicios son considerados públicos cuando el Gobierno los provee, lo cual puede ser mediante entidades o empresas estatales. Además, la prestación de los servicios públicos debe ser continuada, lo cual significa que en ningún caso debe ser interrumpida, ya que esa continuidad contribuye a su puntualidad y regularidad, así como a su eficiencia y oportunidad.

2.2.3.CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO PÚBLICO

Entre las características que debe tener el servicio público se destacan según Candela y Constantine (2018) la intangibilidad, debido a que no muestran un objeto sino más bien

un resultado; la heterogeneidad, porque sus resultados varían de acuerdo a las necesidades de cada consumidor o usuario; la inseparabilidad, por la interacción que surge entre el ciudadano y quien lo atiende, y el carácter perecedero, ya que los servicios se adquieren en tiempo real.

2.3. CALIDAD

Para el abordaje teórico del proyecto, es indispensable partir por algunas definiciones de calidad: La calidad se define como la “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite juzgar su valor” (RAE, 2022). Por su parte, como representante destacado de las organizaciones de normalización, la International Organization for Standardization (ISO), plantea que la calidad puede entenderse como el “grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (ISO, 2005, p. 8). Ambas definiciones, concuerdan en que la calidad es la suma de muchos aspectos y que puede ser valorada. Por otra parte para Silva *et al.* (2019):

Los estándares de calidad en relación al desempeño son seis: estándar de eficiencia, en el cual se relaciona la actitud y capacidad para llevar a cabo un trabajo o una tarea con el mínimo de recursos; estándar de eficacia, que hace referencia a si la necesidad del usuario ha sido satisfecha por el producto o servicio, es decir la atención o intervención demostrada para lograr el resultado deseado o esperado; estándar de tiempo, que hace referencia al Just in time dentro de la calidad, se determina el tiempo de acceso, espera y atención tanto telefónica como en el tiempo de ejecución propio de un servicio, siendo un estándar muy importante debido a que la reducción del tiempo en estos tres aspectos mejora la calidad del servicio y mantiene la satisfacción del cliente al ser atendido (p. 87).

La calidad es un aspecto que las empresas consideran prioritario y que debe ser evaluado constantemente para medir los logros institucionales y el éxito de la misma, de ahí, se podrá determinar distintos tipos de calidad de acuerdo al sector en el que se

pretende medirla, el tipo de institución, que puede ser pública o privada, y que determinará en gran parte los objetivos a cumplir.

2.3.1. CALIDAD EN LOS SERVICIOS PÚBLICOS

La calidad en los servicios es muy distinta a la calidad que se pretende obtener al ofrecer un producto, ya que no es lo mismo una empresa que ofrece servicios que una que ofrece un producto, sus metas son diferentes y sus procesos de adquisición de clientes también, por su parte, en lo que ambos coinciden es que deben buscar la calidad, para comprender de qué se trata, se plantea:

La calidad de servicio se determina por las diferentes percepciones del cliente de acuerdo con su necesidad, es allí donde deben coincidir los mejores atributos al momento que el cliente demande un producto o servicio, para satisfacer dicha necesidad en el momento preciso (Rojas-Martínez *et al.*, 2020, p. 224).

En consecuencia, este tipo de calidad la determina en gran parte el usuario, según su percepción, expectativa sobre el servicio y los resultados obtenidos en el mismo, así como su experiencia durante el proceso, ya que espera obtener finalmente lo que al inicio idealizó. Por su parte, esto conlleva a definir la calidad de servicio para la empresa en base al perfeccionamiento que se brinda a los usuarios y al rendimiento de la empresa. Las empresas o instituciones que brindan un servicio buscan que el cliente logre su satisfacción.

Cuando la calidad supera las expectativas del usuario, el factor económico pasa a segundo plano y el cliente no se preocupa por cuanto le va a costar, ya que realizará el pago con gusto y seguro de que vale la pena la inversión realizada. Finalmente, al evaluar la calidad desde la perspectiva de las expectativas, se parte de la necesidad de atender las necesidades de los clientes, lo cual representa tomar en cuenta todo aspecto por muy simple que parezca.

2.3.2.IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO

Cuando se habla de calidad de servicios públicos, también se hace referencia a la satisfacción de los usuarios; por lo tanto, se vuelve importante para cualquier ejecutivo, cuidar que se cumplan todas las normas necesarias para brindar un servicio de calidad a sus clientes, finalmente son ellos quienes hacen posible el sostenimiento de toda institución.

En la administración pública, la calidad es un referente que ha sufrido una evolución importante, debido a las mejoras continuas que se profesan y a las investigaciones desarrolladas en torno a esta temática. Resulta indispensable mantener servicios públicos de calidad que permitan construir sociedades democráticas, con enfoques equitativos y políticas sostenibles, para que la ciudadanía sienta la co-responsabilidad para contribuir a esa calidad.

En consecuencia, es indispensable que las instituciones públicas lleven a cabo gestiones administrativas focalizadas en la mejora de la calidad de los servicios, para garantizar la satisfacción de los usuarios y la fiabilidad del trabajador público en sus funciones, mostrando competitividad y capacidad de respuesta ante las problemáticas sociales, ágiles y oportunas.

2.3.3.DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

La búsqueda de mejoras en la calidad de los servicios públicos ha sido un reto constante de los gobiernos, “la calidad en el servicio en el sector público dependerá de si se consigue realizar, elevar y mejorar las tareas y procesos que se realizan para la obtención de los productos y servicios ofrecidos por las organizaciones públicas” (Sotelo, 2018, p. 85), deberán estar siempre direccionadas a la satisfacción de sus usuarios. En este sentido Sotelo propone siete dimensiones de la calidad de los servicios públicos, que se evidencian a continuación en la figura 1:



Figura 1. Dimensiones de la calidad del servicio público
Fuente: Sotelo (2018)

Con base a estas siete dimensiones se debe medir y evaluar la calidad de los servicios públicos, para tener en cuenta las estrategias y técnicas empleadas para su consecución; los procesos o requerimientos en la prestación de los servicios; la solvencia a las necesidades de los usuarios; importancia de los trámites electrónicos que se puedan llevar a cabo; el control y la evaluación programada, y el involucramiento de los directivos en estos procesos.

2.3.4. COMPONENTES DE LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS

Para Ratto (2018), se deben tener en cuenta diez componentes para la calidad de los servicios públicos: la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la profesionalidad, la cortesía, la credibilidad, la seguridad, la accesibilidad, la comunicación, la comprensión del usuario y los elementos tangibles. Considerando que estos son los aspectos que el usuario toma en cuenta para evaluar la calidad del servicio.

2.3.5. EL USUARIO

El usuario representa una parte importante dentro de los servicios públicos, ya que son ellos quienes reciben el beneficio o servicio que el estado brinda. “La lealtad del cliente constituye uno de los mejores indicadores para medir el éxito” (Silva *et al.*, 2019, p. 86), actualmente los mercados son segmentados y los usuarios o clientes se los denomina públicos, siendo el público objetivo aquel al que va dirigido el servicio. En este sentido, se pueden mencionar los tipos de públicos que intervienen en una organización:

- **Público Interno:** “El cliente interno es quien tiene una relación directa con la empresa, bien sea que consuma o no las soluciones de la compañía en la que trabaja” (Baumann, 2021). Estos pueden ser: los ejecutivos, accionistas, empleados, socios, proveedores, entre otros, que prestan sus servicios para el funcionamiento de la empresa.
- **Público Externo:** “Son quienes no son parte de una empresa de manera directa. Sin embargo, son personas que tienen necesidades de comprar, o incluso vender, bienes o servicios del negocio” (Baumann, 2021). Este público es aquel que se beneficia del producto o servicio que la empresa ofrezca.

2.4. IMPUESTOS

Los impuestos según Flores *et al.* (2019) son:

Uno de los principales mecanismos para mantener y fortalecer la política fiscal del gobierno y, en algunos casos, la principal fuente de recursos económicos que permiten al Estado conservar y mejorar los niveles de ahorro público. Es por ello, que la política tributaria se considera primordial en los planes de desarrollos del Estado. Los tributos son ingresos que el Estado y otras entidades del sector público perciben de los contribuyentes en forma de impuestos, tasas,

contribuciones especiales para financiar servicios públicos y la ejecución de programas que coadyuven a sostener el estado de bienestar del país (p. 1148).

Los impuestos son ingresos importantes para el desarrollo social y económico del país, permite la progresividad de la sociedad, ya que a través de ellos se ejecutan las obras necesarias para brindar una mejor calidad de vida y ofrecer servicios públicos con mayor calidad. Existen leyes que regulan el pago de estos impuestos y garantizan al ciudadano un correcto manejo de estos fondos.

2.4.1. CLASIFICACIÓN DE IMPUESTOS

Los impuestos se clasifican según Derek (2009 citado por Córdova *et al.*, 2017) “en cuatro grupos: impuesto sobre los productos; impuesto corriente sobre la renta y el patrimonio y los impuestos sobre el capital”. Por otra parte, Fuenmayor divide a los impuestos en dos grupos: impuestos directos e impuestos indirectos, siendo los primeros los que tienen relación con lo que se tiene, como “su patrimonio o los ingresos que tiene una persona a estos bienes se grava el Impuesto a la Renta, mientras que los impuestos indirectos son aquellos que gravan el consumo de bienes y servicios como el Impuesto al Valor Agregado” (Fuenmayor, 2017, p. 3). Además, estos impuestos son:

Recaudados por el principal organismo del Ecuador, el Servicio de Rentas Internas (SRI), siguiendo la normativa vigente, los impuestos directos no se transfieren a terceras personas mientras tanto los impuestos indirectos son transferibles a terceras personas en la cual todos terminan pagando la misma tarifa, cuando en otros países existen varios porcentajes (Flores *et al.*, 2019, p. 1149).

2.4.2. IMPUESTOS MUNICIPALES

De acuerdo al artículo 185 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) los impuestos municipales son: “Art. 185.- Impuestos

municipales.- Los gobiernos municipales y distritos autónomos metropolitanos, además de los ingresos propios que puedan generar, serán beneficiarios de los impuestos establecidos en la ley” (COOTAD, 2010). En este sentido, el Art. 491 del COOTAD estipula los tipos de impuestos municipales, en el que detalla a los siguientes:

- a) El impuesto sobre la propiedad urbana;
- b) El impuesto sobre la propiedad rural;
- c) El impuesto de alcabala;
- d) El impuesto sobre los vehículos;
- e) El impuesto de matrículas y patentes;
- f) El impuesto a los espectáculos públicos;
- g) El impuesto a las utilidades en la transferencia de predios urbanos y plusvalía de los mismos;
- h) El impuesto al juego; e,
- i) El impuesto del 1.5 por mil sobre los activos totales.

2.4.3. ORDENANZAS DE IMPUESTOS MUNICIPALES

Las ordenanzas de impuestos son las normas por medio de las cuales el municipio da cumplimiento a sus responsabilidades tributarias (Romero, 2019). Estas ordenanzas deben ser aprobadas por el gobierno, requieren de un proceso para entrar en vigencia y son básicamente resoluciones dictadas por el alcalde del cantón junto con el concejo municipal que deberán ser cumplidas con carácter de obligatorio dentro del territorio.

2.5. RECAUDACIÓN

La recaudación permite llevar a cabo la cobranza de rentas o impuestos públicos. En este sentido “la recaudación de tributos ha sido un gran problema para la administración tributaria, por lo que constantemente se está analizando la normativa y reformándola para lograr incentivar a los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones” (Arciniegas *et al.*, 2021, p. 2). Estas recaudaciones se llevan a cabo con la finalidad de

entregar un valor económico al estado por un tributo y es de carácter obligatorio. Además, la recaudación es importante:

Porque con ello se satisfacen las necesidades básicas de la sociedad. En razón que mayor medida son pagadas por quienes más dinero tienen y se destinan, en parte, al gasto social, también sirven para redistribuir de manera más eficiente el ingreso nacional y de esta manera cumplir con el mandato constitucional que tiene el Estado (Flores *et al.*, 2019, p. 1147).

2.5.1. RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS MUNICIPALES

Es preciso establecer una definición clara de la recaudación de impuestos municipales o patente municipal, Sanclemente (2018) lo define como: “un tributo de carácter obligatorio y exclusivo para las personas naturales, personas jurídicas y sociedades, ya sean éstas nacionales o extranjeras, que realicen actividades económicas de orden comercial, financiera industrial, inmobiliaria y/o profesionales dentro de los límites territoriales del cantón” (p. 4). De esta manera, los municipios tienen autonomía y potestad para la recaudación y administración de los impuestos dentro de sus competencias y jurisdicción.

2.5.2. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO

Los GAD son aquellos que “gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional” (Garófalo, 2015, citado por Candela & Constantine, 2018, p. 28).

Debido a la autonomía entregada a los municipios cantonales del país, estos pueden regular el pago de los impuestos a partir de las ordenanzas de acuerdo al literal b) del artículo 57 del COOTAD, el mismo que estipula entre sus competencias: “regular,

mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor” (COOTAD, 2010).

2.5.3. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE CHONE

Misión

“Promover el desarrollo sustentable territorial de manera concertada, entre las autoridades públicas y la comunidad, con miras a crear redes, cadenas productivas y competencia asociativa, a fin de lograr el buen vivir de su población” (GAD Municipal Chone, 2021).

Principios

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chone, sustenta sus competencias en los siguientes principios:

- a. Principio de solidaridad. Distribuir los recursos y bienes públicos para corregir inequidades sociales y políticas públicas de inclusión social.
- b. Principio de complementariedad. Los planes, programas y proyectos de la Municipalidad de Chone serán complementarios al Plan Nacional de Desarrollo, para optimizar recursos y mantener la dirección estratégica.
- c. Principio de equidad urbana y rural. Asegurar igualdad de oportunidades en la generación y acceso a los servicios públicos a todos los habitantes.
- d. Principio de participación ciudadana. Garantizar el derecho de participación ciudadana intercultural en el control social de planes y presupuestos, así como asegurar su concurso para informes de rendición de cuentas.
- e. Principio de sustentabilidad del desarrollo. Impulsar políticas públicas que promuevan las potencialidades, capacidades y vocaciones del territorio para mejorar el entorno territorial y el nivel de vida de su población; y, los demás que establezcan la Constitución y las leyes (GAD Municipal Chone, 2021).

2.6. PLAN DE MEJORA

El plan de mejoras representa una propuesta estratégica para mitigar la problemática identificada dentro del departamento de recaudación del GAD Chone, en el uso de sus canales virtuales y la calidad de servicio público que ofrecen a la ciudadanía, para establecer soluciones eficientes y viables para los responsables. Teniendo en cuenta los resultados de la investigación.

El plan de mejora es un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, para así obtener resultados eficientes y eficaces. El punto clave del plan de mejora es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuya al progreso constante (Proaño *et al.*, 2017, p. 52).

Para Proaño (2017), los pasos a seguir para elaborar un plan de mejoras son: “análisis de las posibles causas que han provocado problemas; propuesta y planificación del plan; implementación y seguimiento, y evaluación” (p. 53). Por lo tanto, deben ser considerados para plantear propuestas coherentes y bien fundamentadas en toda investigación.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. UBICACIÓN

La investigación se realizó en las instalaciones del GAD Municipal del cantón Chone, de la provincia de Manabí, ubicado en las calles Colón y Bolívar, parte de la cabecera cantonal. El Municipio de Chone es una entidad que presta servicios públicos a la ciudadanía, que deben ser de calidad y oportunos, por ello, se llevó a cabo la investigación en sus instalaciones.



Figura 2. Ubicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chone
Fuente: Google maps (2021)

3.2. DURACIÓN

El presente proyecto sobre la valoración de los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone se llevó a cabo en nueve meses a partir de su aprobación, en donde se desarrollaron cada una de las actividades planificadas para cumplir con los objetivos específicos planteados.

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.4.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del estudio no experimental se escogieron tres métodos de investigación, para estudiar el tema de los canales virtuales en la calidad de los servicios públicos del GAD Chone, siendo estos: el método deductivo, el método analítico y el método comparativo, que se describen a continuación de acuerdo a los objetivos propuestos.

- **Deductivo:** Con este método se identificó el nivel de aceptación y satisfacción de los usuarios en los canales virtuales que emplea el GAD Municipal Chone en el departamento de recaudación, partiendo de lo general a lo específico. Teniendo en cuenta, que según Prieto Castellanos (2017, p. 11), “el método deductivo basa sus cimientos en fundamentos teóricos, hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares”.
- **Analítico:** Con este método se identificaron los canales virtuales utilizados por el departamento de recaudación del Municipio de Chone y se logró analizar el uso de cada uno de ellos, al mismo tiempo que se pudo interpretar su importancia. Según Barrera (2017) este método “consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular” (p.7).
- **Comparativo:** Con el método comparativo se estableció la incidencia que los canales virtuales tienen en la calidad de los servicios públicos del GAD Municipal de Chone de acuerdo a las percepciones de sus usuarios y la comprobación de la hipótesis planteada. De acuerdo a Molina y Garza (2021) “la metodología comparativa es el procedimiento de la comparación sistemática de casos de

análisis que en su mayoría se aplica con fines de generalización empírica y de la verificación de hipótesis” (p. 4).

3.4.2. TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas de investigación que se utilizaron en la investigación de los canales virtuales en la calidad de los servicios públicos del GAD Chone que se utilizaron para la recolección de datos fueron: la entrevista y la encuesta, estas técnicas permitieron alcanzar los objetivos propuestos, a continuación, se detalla el uso de cada una de las técnicas:

- **Entrevista:** Se utilizó para entrevistar al encargado del departamento de recaudación del municipio y conocer el estado actual de mismo, sus estrategias al ofrecer los servicios públicos y los canales virtuales. La entrevista según Piza *et al.* (2019) es “una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 457).
- **Encuesta:** Se empleó para obtener información por parte de los usuarios, determinar así sus expectativas del servicio, nivel de aceptación y satisfacción; además se encuestó al personal del departamento de recaudación para indagar en la calidad del servicio y los resultados obtenidos en el uso de los canales virtuales. Para Hernández *et al.* (2014) la encuesta es una de las técnicas de investigación más aplicadas.

3.4.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se aplicó una investigación de tipo no experimental, en el cual “no existe ningún tipo de incidencia, por parte de quien investiga, sobre las variables independientes; por tanto, contrario a la experimentación, se realizan análisis causa-efecto sin mediación alguna sobre las causas” (Solís, 2019). Por lo tanto, no existe manipulación de las variables de estudio.

3.4.4. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS

3.4.4.1. POBLACIÓN

La población de estudio de la investigación de los canales virtuales en la calidad del servicio público fue calculada con base al catastro de contribuyentes que proporcionó el GAD Municipal del cantón Chone en el último año de junio 2020 a junio 2021 y el personal que labora en el departamento de recaudación, detallado a continuación:

Tabla 1. Población

POBLACIÓN	CANTIDAD
Contribuyentes de predios urbanos	14509
Contribuyentes de predios rurales	17658
Personal de recaudación	5
Total	32172

Fuente: GADM de Chone (2021)

3.4.4.2. MUESTRA

En la muestra de investigación, debido a que se disponía de un universo considerable se aplicó una fórmula para determinar la muestra de los usuarios, que permitió obtener una cantidad representativa para la aplicación de las técnicas de investigación. En este sentido se consideró el cálculo con la siguiente fórmula, empleando un margen de error del 5% y un 95% de nivel de confianza:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2} [1]$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$$n = \frac{(32167) (0,5)^2 (1,96)^2}{(32167 - 1)(0,09)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(32167) (0,25)(3,8416)}{(32167 - 1)(0,0081) + (0,25)(3,8416)}$$

$$n = \frac{30893,1868}{(260,5446) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{30893,1868}{261,505}$$

$$n = 118,136$$

$$\mathbf{n = 118}$$

La muestra de estudio fue de 118 contribuyentes.

Tabla 2. Muestra

MUESTRA	CANTIDAD
Contribuyentes	118
Personal de recaudación	5
Total	123

Fuente: GADM de Chone (2021)

3.4.4.3. MUESTREO

El tipo de muestreo que se aplicó en la investigación, fue el muestreo aleatorio simple, que “garantiza que todos los individuos que componen la población blanco tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra” (Otzen & Manterola, 2017, p. 228), se aplicó este procedimiento debido a la población objetivo se encuentra bastante dispersa y es poco práctico crear un marco muestral, además, este método probabilístico permitió seleccionar a los elementos de la población al azar de manera natural, permitiendo un mejor desarrollo investigativo.

3.4.4.4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

El método de análisis estadístico que se llevó a cabo en la investigación fue a través de datos cuantitativos, medibles a través de variables de estudio que permitieron a su vez realizar un análisis interpretativo de los datos obtenidos para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados, este método se llevó a cabo de forma eficiente con los datos recolectados.

3.5. VARIABLES EN ESTUDIO

3.5.2. VARIABLE INDEPENDIENTE

Los canales virtuales

Tabla 3. Operacionalización de la variable independiente

Variable	Tipo de variable	Conceptualización	Definiciones operacionales	Instrumento	Medición
La canales virtuales	Cualitativa	Los canales virtuales, tal como su nombre lo indica son sitios que funcionan a través de la web y el ciberespacio, los avances tecnológicos traen consigo muchos beneficios y herramientas. “Los canales virtuales presentan alternativas infinitas de crecimiento y apertura de nuevos usuarios a quienes satisfacer” (Andrade et al., 2018)	Valorar los canales virtuales que el GADM Chone está utilizando para los servicios públicos, que normalmente debe estar trabajando	Encuesta Estructurada	Escala de Likert

Fuente: Delgado, J & Ormaza, A (2021)

3.5.3. VARIABLE DEPENDIENTE

La calidad de los servicios públicos

Tabla 4. Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Tipo de variable	Conceptualización	Definiciones operacionales	Instrumento	Medición
La calidad de los servicios públicos	Cualitativa	La calidad de servicio se determina por las diferentes percepciones del cliente de acuerdo con su necesidad, es allí donde deben coincidir los mejores atributos al momento que el cliente demande un producto o servicio, para satisfacer dicha necesidad en el momento preciso. (Rojas-Martínez et al., 2020, p. 224)	Valorar la calidad de los servicios públicos percibido por los usuarios, que normalmente debe estar recibiendo	Encuesta Estructurada	Escala de Likert

Fuente: Delgado, J & Ormaza, A (2021)

3.6. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación sobre el uso de los canales virtuales en la calidad de los servicios públicos del GAD Chone se llevó a cabo en tres etapas muy importante, la primera basada en el diagnóstico de los principales medios digitales utilizados para el pago de impuestos, la segunda para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios y la tercera etapa para el diseño de la propuesta de mejora.

3.5.1. ETAPA I: IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES CANALES VIRTUALES QUE USA EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE PARA EL PAGO DE LOS IMPUESTOS.

Actividades:

En esta etapa se aplicó el método analítico en donde se analizaron los canales virtuales que usa el GAD Municipal del cantón Chone para el pago de los impuestos prediales y mantener informados a los usuarios sobre este proceso, como parte de la calidad de los servicios, en función de los datos obtenidos en la técnica aplicada, en este caso la entrevista.

- Se realizó una entrevista al jefe del departamento de recaudación del municipio para conocer las estrategias de implementación de canales virtuales que utilizan.
- Se observaron las redes sociales del municipio y sus publicaciones referente a recaudación y la página web destinada para llevar a cabo estos trámites.
- Se determinó la situación actual del departamento de recaudación del municipio en base a la información recopilada.

3.5.2. ETAPA II: DETERMINAR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN Y SATISFACCIÓN QUE LOS USUARIOS TIENEN SOBRE EL SERVICIO PÚBLICO A TRAVÉS DE CANALES VIRTUALES, SU INTERFAZ Y PROCESOS.

Actividades:

En esta etapa a través del método deductivo se logró conocer los niveles de aceptación y satisfacción que los usuarios tienen sobre el servicio público a través de canales virtuales en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone, su interfaz y procesos mediante la aplicación de las encuestas a la muestra establecida en la investigación.

- Se realizaron encuestas al personal y a los usuarios del departamento de recaudación del municipio de Chone.
- Se analizó y tabuló los resultados.
- Se comprobó la hipótesis.

3.5.3. ETAPA III: DISEÑAR UNA PROPUESTA DE MEJORA PARA EL USO DE CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS EN EL DEPARTAMENTO DE RECAUDACIÓN DEL GAD MUNICIPAL DE CHONE.

Actividades:

En esta etapa llevada a cabo en el GAD Municipal del cantón Chone con el método comparativo, se tomaron en cuenta los datos previamente obtenidos en las etapas I y II en la que se logró definir las estrategias necesarias para diseñar el plan de mejoras de la investigación, el cual cumple con algunos aspectos indispensables.

- Se definieron los objetivos del plan de mejora.
- Se seleccionó las acciones o estrategias para el plan de mejoras.
- Se elaboró el cronograma de ejecución del plan de mejoras.
- Se designaron las responsabilidades para la ejecución del plan de mejoras.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos en la investigación de acuerdo a las dos primeras etapas planteadas, es decir, el diagnóstico de los principales canales virtuales que emplea el GAD Chone, mediante la entrevista y varias preguntas de las encuestas aplicadas tanto al público interno y externo del municipio; así mismo, los resultados de la segunda etapa en cuanto al nivel de satisfacción de los usuarios con las encuestas aplicadas a ellos y la ficha de observación en sus canales virtuales a cargo de los investigadores. La tercera etapa, correspondiente al plan de mejora, se puede ver en el (Anexo 1).

4.1. IDENTIFICACIÓN LOS PRINCIPALES CANALES VIRTUALES QUE USA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE PARA EL PAGO DE LOS IMPUESTOS

De acuerdo a las técnicas de investigación propuestas, se llevó a cabo la entrevista a la coordinadora de tesorería y recuperación de cartera del departamento de recaudación del Municipio del cantón Chone. La coordinadora del departamento de recaudación mencionó que los canales virtuales que emplea en municipio para la recaudación de impuestos son varios, los tradicionales y los alternativos.

Entre los alternativos se destacan las herramientas online o virtuales con banco Pichincha, mi vecino, red facilito y demás puntos que se encuentran en las entidades bancarias aliados a la red facilito, así como Produbanco con Servipagos y pago ágil, plataformas de Diners Club para el pago con tarjetas de crédito, por otra parte, la plataforma en línea de la página web que también permite realizar esos pagos; y los tradicionales que es el pago directo en ventanilla.

En cuanto a la utilidad que se le están dando a los canales virtuales para la recaudación de impuestos manifestó que se da un alto nivel de utilización sobre todo en los primeros meses del año, donde la ciudadanía realiza sus pagos de impuestos, que en el mes de enero es un porcentaje representativo, considerando que estos puntos de pago en línea fueron habilitados hace un año por la pandemia y han tenido una gran acogida, el resto del año la recaudación es más baja porque los contribuyentes prefieren acceder a los descuentos que se brindan en el primer trimestre del año.

Así mismo, la coordinadora del departamento asegura que prevén ampliar su cobertura en canales virtuales de pago, tales como convenios con el banco de Guayaquil, debido a que actualmente solo cuentan con acuerdos de pago con el Banco Pichincha, pensando que entre más puntos de pago es mejor para el usuario y para la recaudación de la institución ya que así lo pueden hacer incluso estando fuera del país. Cabe mencionar que para el departamento de recaudación los canales virtuales han ayudado mucho porque son alternativas de pago que facilitan la gestión para los contribuyentes.

En el periodo 2019-2021 la recaudación de impuestos ha incrementado significativamente y lo que va del 2022 se ha logrado recaudar mucho más que en años anteriores, sobre todo con pagos en ventanilla a pesar de los puntos alternativos, ya que para muchos usuarios es preferible tener un contacto directo con el personal, despejar dudas y realizar sus pagos directamente. El medio que más se utilizó fue el pago en ventanilla con el 95% y el 5% en línea.

En cuanto a los resultados obtenidos en los últimos periodos los rubros más representativos son los que corresponden al pago de impuestos prediales urbanos y rurales de acuerdo a lo manifestado por la entrevistada. Lo que es predios urbanos con un 20% de recaudación en el año 2021 luego de la recaudación de contribución de mejoras que representa el 29% de las recaudaciones, siendo estos dos impuestos lo que mayores ingresos han generado de 44 impuestos.

Por otra parte, lo que corresponde a la interacción con la ciudadanía, considera que los principales problemas que asumen los contribuyentes al momento del uso de los canales virtuales son la poca o nula adaptación a la tecnología que la ciudadanía tiene y requieren de asesoría, en base a esta debilidad el GAD ha implementado una estrategia comunicacional en sus redes sociales con es posteo de plaquetas informativas, en donde se detalla el proceso de pago en línea paso a paso, para que los usuarios puedan realizarlo sin novedad.

El departamento de recaudación del Municipio de Chone asegura estar satisfecho con los resultados obtenidos con el uso de los canales virtuales e indica que algunas debilidades que han identificado en el uso de canales virtuales para la recaudación de impuestos son los inconvenientes con el sistema de la entidad bancaria afectando directamente al reflejo del pago del usuario, generando este malestar en ellos, sin embargo, este problema es de la entidad bancaria pero que repercute en el servicio de la institución, tal como sucedió con el Banco de Pichincha en los momentos que sufrió su hackeo de sistema, para ello se brindó las demás alternativas a los contribuyentes y así evitar estos inconvenientes.

4.2. ACEPTACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE EL SERVICIO PÚBLICO A TRAVÉS DE CANALES VIRTUALES, SU INTERFAZ Y PROCESOS.

Con base en las demás técnicas empleadas en la investigación, se aplicó una encuesta al personal del departamento de recaudación del GAD Municipal del cantón Chone, conformado por cinco funcionarios, con la finalidad de conocer con mayor precisión los principales canales virtuales más utilizados, obteniendo los siguientes resultados descritos:

4.2.1. ENCUESTA AL PÚBLICO INTERNO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE CHONE

1. ¿Qué nivel de importancia le asocia usted a los canales virtuales en la recaudación de impuestos?

Tabla 5 Importancia de los canales virtuales

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	4	80%
Importante	1	20%
Neutral	0	0%
Poco importante	0	0%
No es importante	0	0%
TOTAL	5	100%

De acuerdo a la tabla 5, en la encuesta elaborada al personal del departamento de recaudación del municipio de Chone, los canales virtuales son muy importantes para el pago de los impuestos en un 80% y en un 20% importantes. Es decir, que en su totalidad se manifiesta un alto grado de importancia de estos medios en las actividades institucionales del departamento en mención, esto teniendo en cuenta que permiten simplificar muchos trámites.

Estos datos coinciden con los resultados obtenidos por Almachi Caisachana (2020) en donde muestra que las empresas del Ecuador que cuentan con canales virtuales para sus ventas obtuvieron ingresos de más de 100 millones de dólares en el año 2019, evidenciando el gran impacto que representan.

2. ¿Cómo califica a la plataforma de canales virtuales para recaudación de impuestos del GAD?

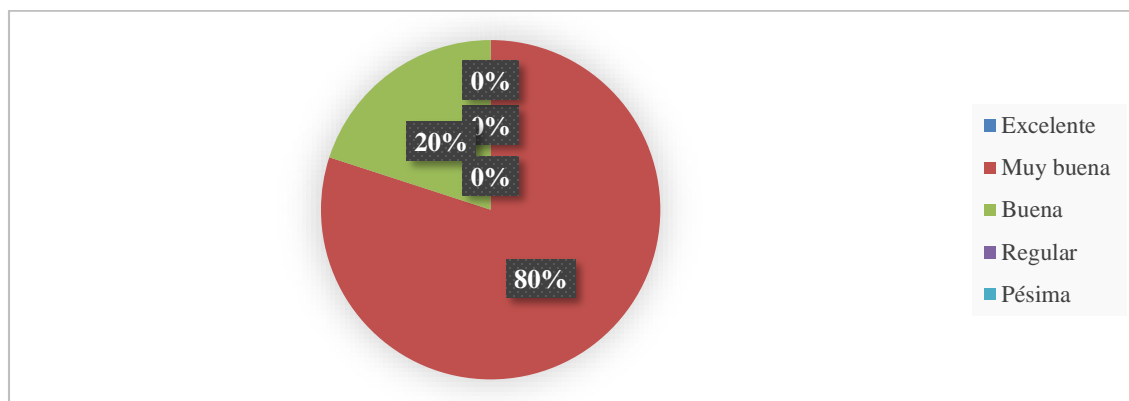


Figura 2 Calificación a la plataforma de canales virtuales
Fuente. Personal del departamento de recaudación del GADM de Chone (2022)

En cuanto a la plataforma de canales virtuales para la recaudación de impuestos del GAD de Chone se consideran de acuerdo a los encuestados en un 80% muy buenos y un 20% bueno. Dejando en manifiesto que estos medios son de gran utilidad e importancia, y su funcionalidad ha dado grandes resultados por lo que reciben el valor que se merecen. Considerando que según Guapinaula y Mendieta (2021) la tendencia del uso de los medios digitales ha aumentado significativamente desde el 0.05% en el año 1990 a un 60% en el 2020.

3. ¿Considera usted que los canales virtuales vigentes ayudan a cumplir las metas de recaudación plasmadas en el plan operativo anual?

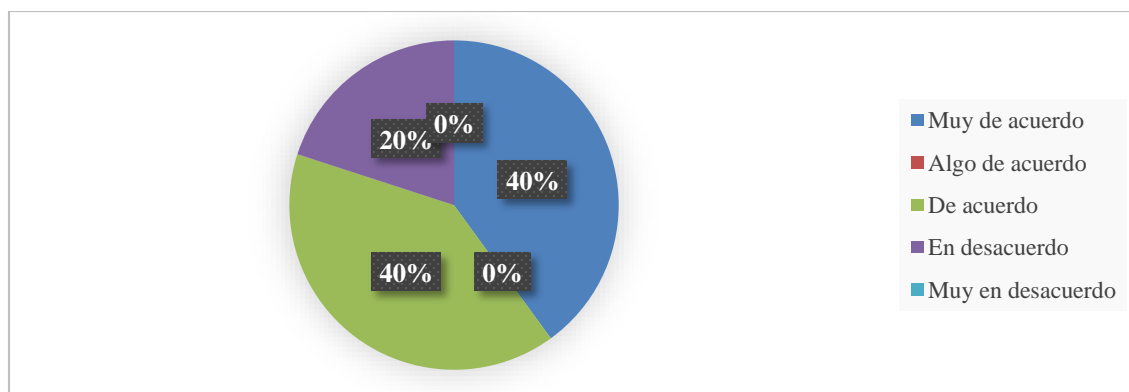


Figura 3 Utilidad de los canales virtuales
Fuente. Personal del departamento de recaudación del GADM de Chone (2022)

Un punto clave en el departamento de recaudación sobre los canales virtuales es identificar si estos ayudan a cumplir las metas institucionales planteadas y que de acuerdo al gráfico el personal asegura que en un 40% están muy de acuerdo en que, si lo hacen, otro 40% de acuerdo y solo un 20% en desacuerdo. Sin embargo, en la investigación de Guapinaula y Mendieta (2021) manifiestan que “para el año 2012 se registraron ventas de 1.05 billones de dólares y en 2019 de 2.55 billones de dólares, representando un incremento del 141% en el intervalo de tiempo analizado”, mostrando un alto índice de utilidad de estos canales digitales.

4. ¿Qué medio de pago es el más utilizado por los contribuyentes?

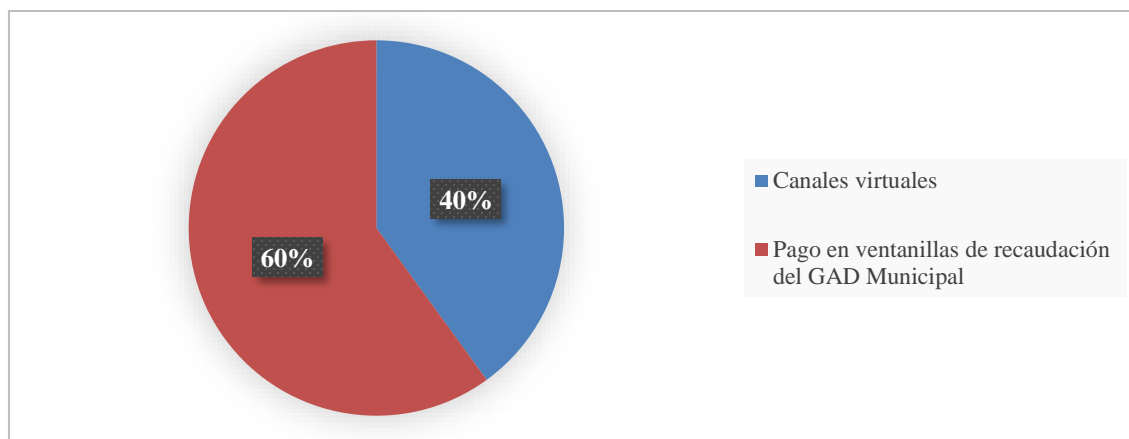


Figura 4 Medio de pago más utilizado

Fuente. Personal del departamento de recaudación del GADM de Chone (2022)

Según el personal del departamento de recaudación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Chone en un 60% coinciden en que el medio de pago más utilizado por los contribuyentes son las ventanillas de recaudación de la institución, y en un 40% el más usado son los canales virtuales, sin embargo, esta apreciación no afirma que los canales virtuales no se usen, más bien indica que el medio tradicional es el predilecto en los contribuyentes, esto pese a considerar que los canales virtuales son importantes y ayudan al cumplimiento de la recaudación anual, sin embargo, en un estudio de Bozano *et al.* (2017) se concluyó que “la mayoría de contribuyentes usa medios electrónicos para el cumplimiento de impuestos, esto permite disminuir

notablemente el tiempo en el cumplimiento, desde la declaración hasta el pago” en el sistema implementado en el SRI del Ecuador.

5. Respecto a la recaudación de impuestos municipales, ¿en dónde se concentra más la recaudación? A través de:

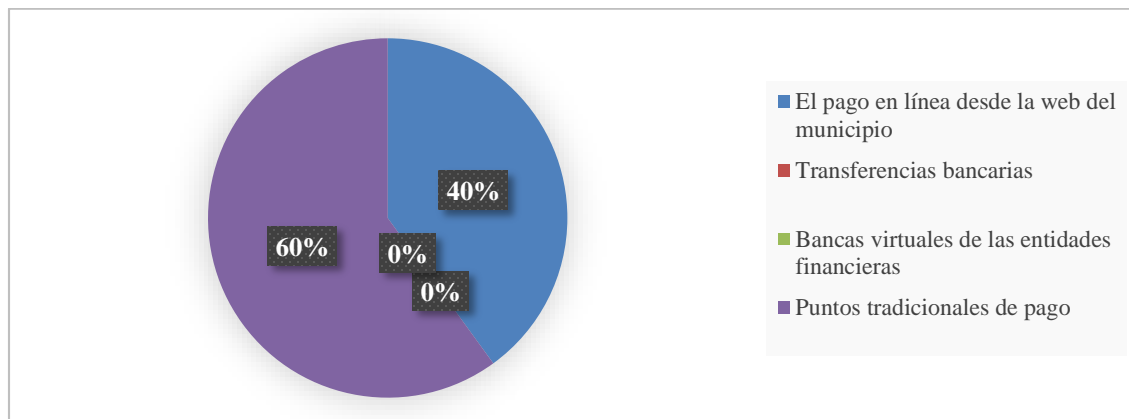


Figura 5 Concentración de la recaudación

Fuente. Personal del departamento de recaudación del GADM de Chone (2022)

Teniendo en cuenta que el medio de pago más utilizado por los contribuyentes es el pago en ventanilla, de acuerdo al personal del departamento de recaudación en un 60% la recaudación de impuestos municipales se concentra en los puntos de pago tradicionales y un 40% a través de los pagos en línea desde la página web del municipio. En consecuencia, en investigaciones similares, como la de Almachi (2020) que manifiesta que el 0,03% de la recaudación del Producto Interno Bruto proviene de los pagos realizados con servicios digitales de la recaudación de impuestos de la renta.

4.2.2. ENCUESTA AL PÚBLICO EXTERNO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE CHONE

Por otra parte, en las instalaciones del GAD Municipal del cantón Chone se aplicó una encuesta a los contribuyentes, con una muestra de 118 usuarios, para obtener información respecto a los principales canales virtuales más utilizados, como parte de los objetivos y etapas diseñadas, obteniendo los siguientes resultados:

1. Seleccione el medio por el cual usted realiza el pago de sus impuestos

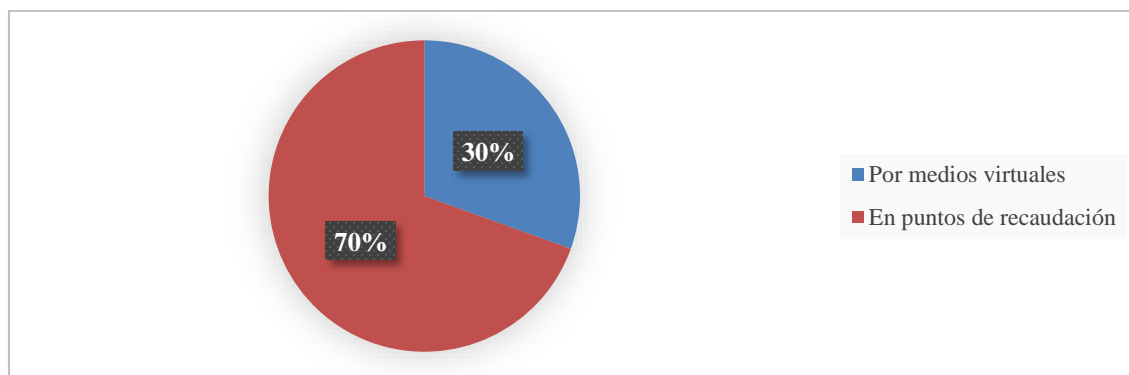


Figura 6 Medio de pago

Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

Los contribuyentes utilizan en un 70% el medio de pago tradicional en los puntos de recaudación, donde deben acudir físicamente a realizar su trámite y un 30% prefiere hacerlo a través de medios virtuales, claramente sigue existiendo una brecha entre el usuario y la tecnología que hace que ellos aún opten por la tradicionalidad pese a que ello implique desplazarse hacia un lugar, mayor tiempo y espera para la atención. Sin embargo, según La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (2021) 1 de cada 3 ecuatorianos prefirieron hacer compras o pagos por primera vez de forma virtual en el 2021.

2. Seleccione los motivos por los cuales usted utiliza ese medio de pago

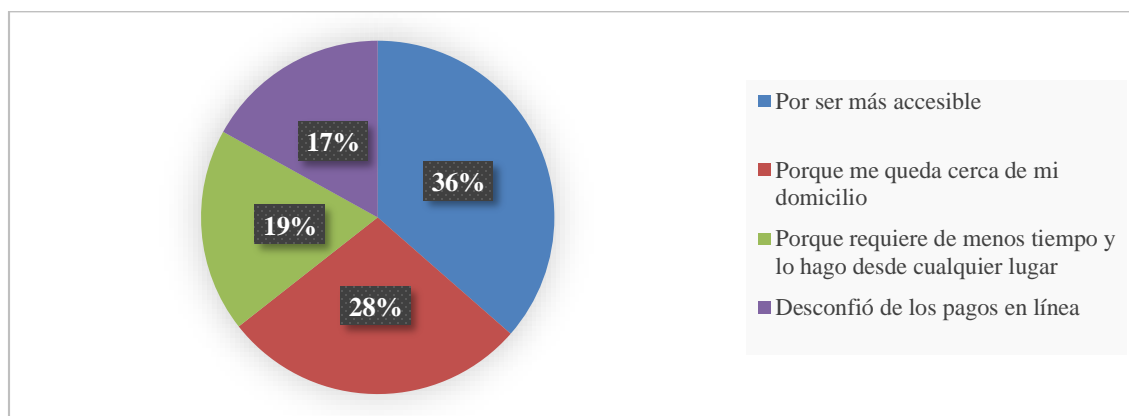


Figura 7 Motivos para usar el medio de pago

Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

Los motivos por los cuales los contribuyentes optan por realizar el pago de sus impuestos en los puntos tradicionales radican en un 28% porque les queda cerca de su domicilio y un 17% porque desconfía de los pagos en línea. Por otra parte, quienes realizan sus requerimientos en los canales virtuales aseguran en un 36% que es porque es más accesible y un 19% porque requiere de menos tiempo y lo hacen desde cualquier parte.

Es decir, que a pesar de que el medio de pago más empleado es el tradicional con un 70% de preferencia, de acuerdo a la pregunta anterior, las razones para usar los canales virtuales son las más destacadas por flexibilidad en tiempo y espacio. Así mismo, en esta etapa se aplicaron encuestas a los 118 contribuyentes de la muestra para conocer su nivel de aceptación y satisfacción, en este sentido, Aya y Cuervo (2019) muestran en su investigación que el 56% de las personas prefieren realizar pagos en línea con sus tarjetas de crédito.

3. Si usted ha realizado sus pagos a través de los canales virtuales, que tan satisfecho está del proceso que tuvo que realizar

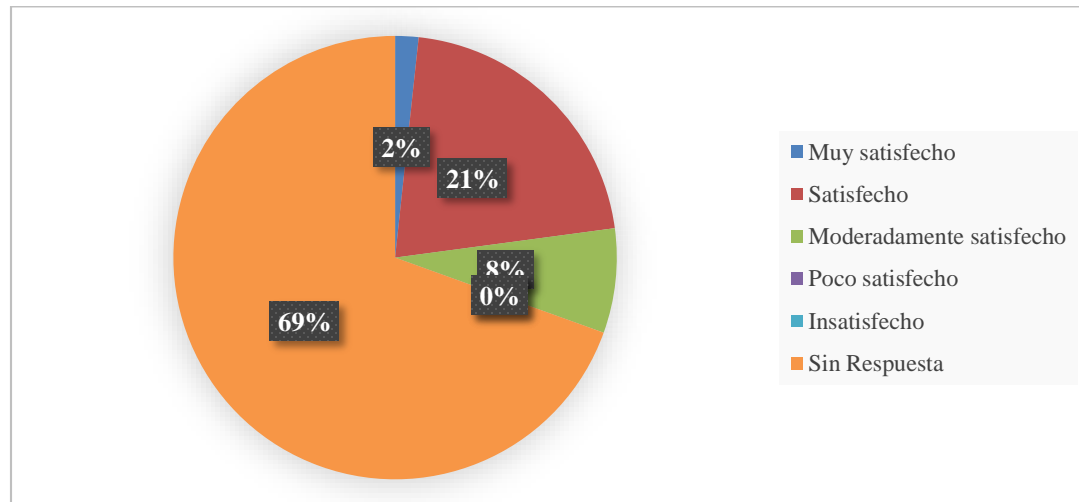


Figura 8 Satisfacción en pagos por canales virtuales
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

El 69,5% de los contribuyentes no manifestó ningún tipo de satisfacción por los pagos virtuales ya que pertenecen al grupo de usuarios que realizan sus pagos en ventanilla, sin embargo, quienes si optan por esta alternativa de pago aseguran en un 21,18% estar satisfechos, un 7,62% moderadamente satisfecho y solo un 1,70% muy satisfecho. Por

lo que, se deberían realizar mejoras en el servicio público ofertado desde las plataformas digitales y virtuales. No obstante, en la investigación de mismo Aya y Cuervo (2019) se destaca que el 47% de las personas sienten un grado de satisfacción y confianza en estos medios de pago por la facilidad de su uso.

4. ¿Cómo se enteró de que puede realizar el pago de impuestos en los canales virtuales del GAD Chone?

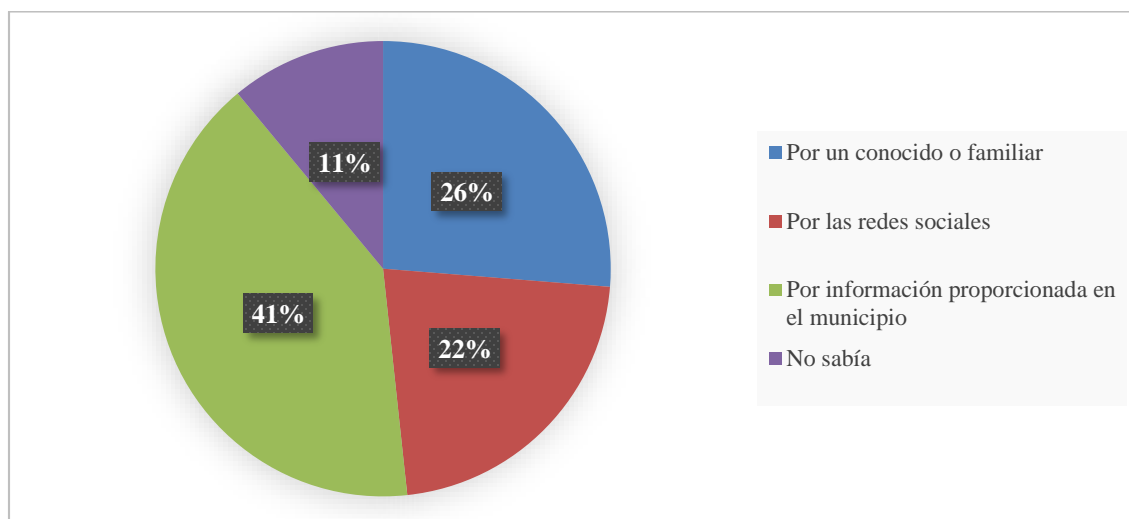


Figura 9 Difusión de uso de los canales virtuales
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

El 41% de los usuarios se enteraron de que pueden realizar el pago de impuestos en los canales virtuales del GAD Chone por información proporcionada en el municipio, el 26% por un conocido o familiar, un 22% por las redes sociales y un 11% no lo sabía. En consecuencia, se ha logrado un alto nivel de difusión sobre la alternativa de pago, sin embargo, no se está aprovechando al máximo las herramientas digitales como las redes sociales para llegar a un 100% del target, teniendo en cuenta que “un estudio realizado por la CECE y la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, indica que los principales medios y canales de compra en el 2020 fueron por mensajes de WHATSAPP (49%), APPS (44%) y WEBS (35%) entre otros” (Nuevo Tiempo, 2022).

5. ¿Cuándo realiza usted el pago de sus impuestos?

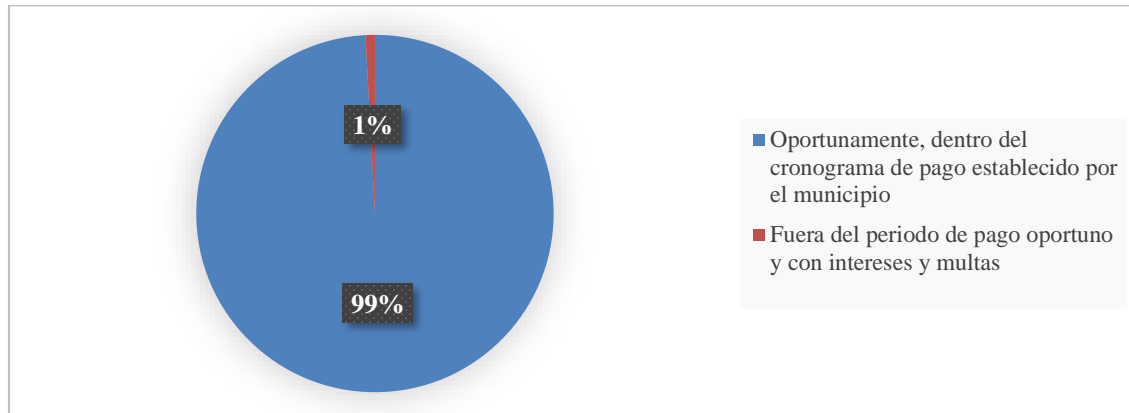


Figura 10 Temporalidad en pago de impuestos
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

El 99% de los contribuyentes asegura realizar el pago de sus impuestos oportunamente, dentro del cronograma de pago establecido por el municipio y solo el 1% lo hace fuera del periodo de pago oportuno y con intereses y multas, reflejando esto un buen porcentaje de recaudación municipal, lo cual, representa un ingreso importante para el Municipio ya que según Panchana y Tomalá (2018) el pago de estos impuestos es muy importante “para la realización de las inversiones y proporcionar a la población los servicios básicos fundamentales”. Sin embargo, de acuerdo a la investigación de Cando Muso (2021) sobre pago de impuestos, muestra que la mayor recaudación se concentró en el mes de septiembre duplicando lo recaudado entre enero y febrero.

6. ¿Cómo califica los canales virtuales del GAD Chone?

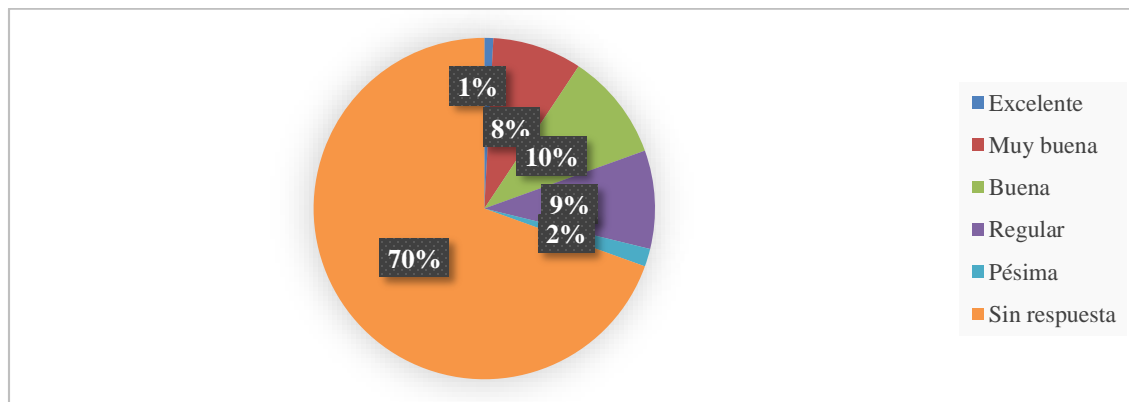


Figura 11 Calificación de los canales virtuales
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

En cuanto a la valoración de los canales virtuales del GAD Chone desde la perspectiva del usuario el 70% no mostró ninguna respuesta ya que no utilizan este medio, por otro lado, quienes si lo utilizan respondieron en un 10% se consideran buenos, el 9% manifiesta que son regulares, el 8% indica que son muy buenos, un 2% los define como pésimos y el 1% asevera que son excelentes. Por su parte, en los resultados de la investigación de Vargas Escobar (2018) el 100% de la población manifestó que los medios de pago digitales son excelentes y superaron sus expectativas.

7. ¿Cómo califica los servicios públicos que brinda el departamento de recaudación de impuestos del GAD Chone?

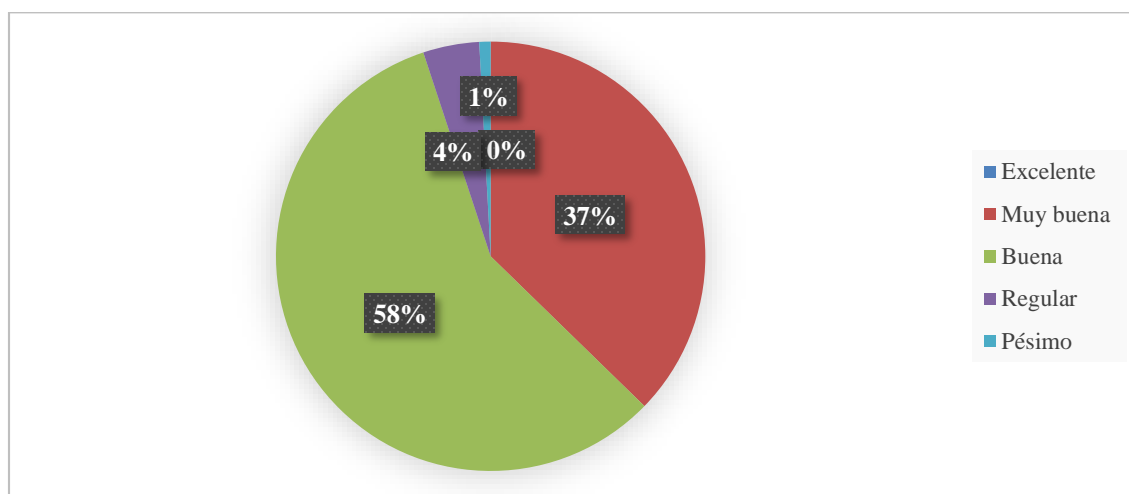


Figura 12 Calificación de los servicios públicos
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

Los servicios públicos que brinda el departamento de recaudación de impuestos del GAD Chone fueron calificados por los contribuyentes en un 58% como buenos, un 37% muy bueno, el 4% regular y el 1% como pésimo. Es decir, que los servicios públicos al igual que los canales virtuales de la institución tiene una valoración un poco baja en los usuarios, ya que seguramente no están satisfaciendo las necesidades o expectativas de los usuarios, que en un mundo digitalizado demandan calidad por parte de quien brinda un servicio, teniendo en cuenta que según Vargas (2018) en su investigación el 40% de sus encuestados afirman que mediante el uso de los canales virtuales sus negocios crecerán mucho.

8. ¿Cuál es su grado de satisfacción referente a los servicios públicos que brinda el departamento de recaudación de impuestos del GAD Municipal del cantón Chone?

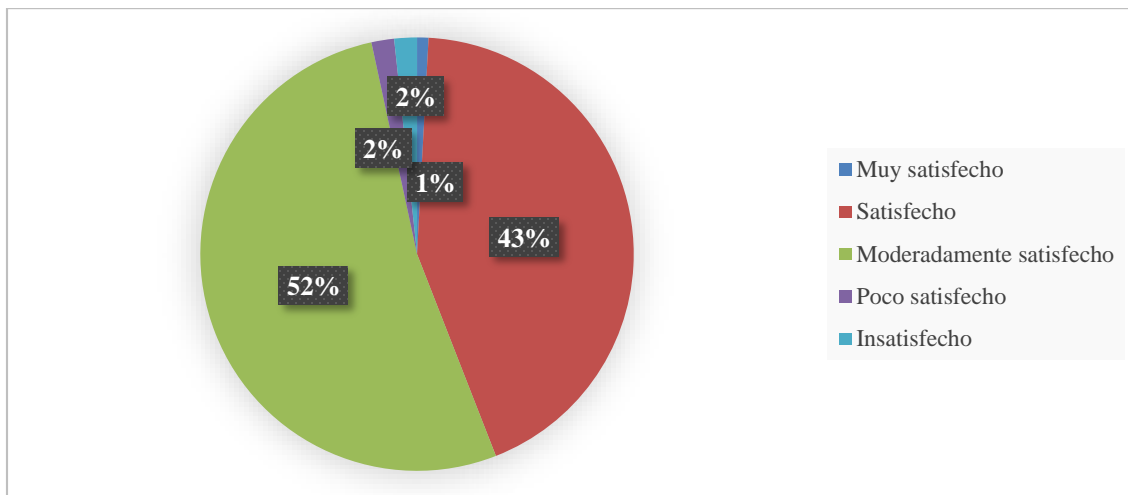


Figura 13 Satisfacción referente a los servicios públicos
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

El grado de satisfacción referente a los servicios públicos que brinda el departamento de recaudación de impuestos del GAD Municipal del cantón Chone en la ciudadanía es en un 52% moderadamente satisfecho, 43% satisfecho, 2% poco satisfecho e insatisfecho en cada uno y solo el 1% muy satisfecho. Algo similar muestra los resultados de la investigación de Gancino (2020) en donde el 68% de los usuarios muestra inconformidad frente al servicio público recibido, mostrando indicios claro de deficiencias en la atención de los ciudadanos.

Por ende, los servicios públicos presentan dificultades en la atención que deben ser analizados y subsanados para que la institución, en este caso el GAD Municipal de Chone, mejore la percepción que los usuarios tienen frente a ella, siendo los canales virtuales una herramienta útil en estos casos, ya que permite tener un mayor acercamiento y comunicación con la ciudadanía.

9. ¿Cree usted que el GAD Chone debe mejorar su servicio a través de los canales virtuales?

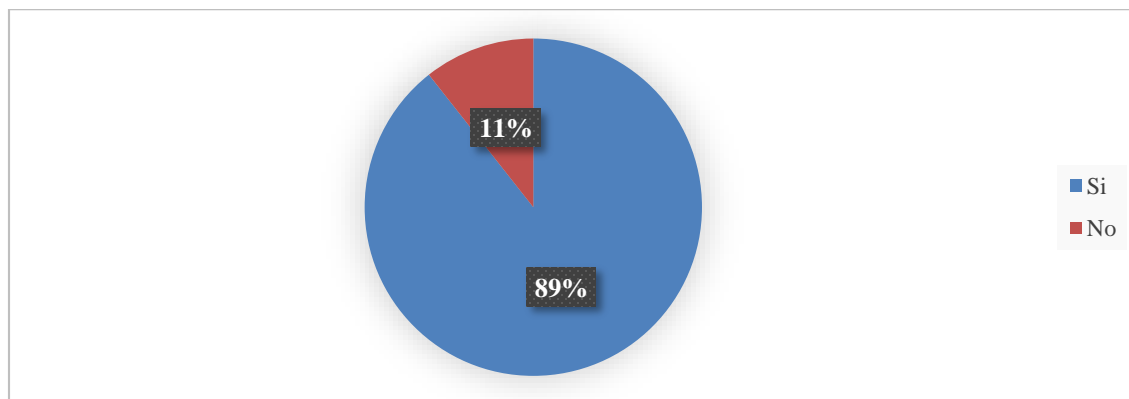


Figura 14 Mejoramiento de los servicios a través de los canales virtuales
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

El 89% de los contribuyentes determinan que el GAD Chone debe mejorar su servicio a través de los canales virtuales y solo 11% asegura que no es necesario. Esto teniendo en cuenta, el bajo nivel de valoración y satisfacción de los canales virtuales y servicios públicos que ofrece el departamento de recaudación, evidentemente se deben corregir y mejorar muchos aspectos. Sin embargo, según Zambrano y Barreiro (2020) los servicios en línea del GAD Chone tienen un 93% de cumplimiento.

10. En caso de marcar afirmativamente la pregunta anterior, responda la siguiente interrogante: ¿Qué aspectos debe mejorar el GAD Chone referente a los servicios en los canales virtuales?

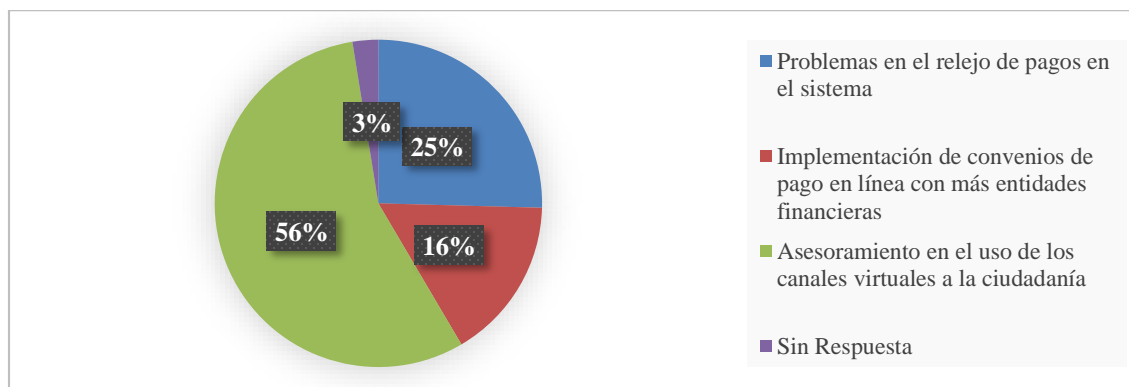


Figura 15 Aspectos debe mejorar el GAD Chone referente a los servicios en los canales virtuales
Fuente. Contribuyentes del GADM de Chone (2022)

De acuerdo a los contribuyentes entre los aspectos que debe mejorar el GAD Chone referente a los servicios en los canales virtuales, se destaca en 56% el asesoramiento en el uso de los canales virtuales a la ciudadanía, el 25% problemas en el reflejo de pagos en el sistema, 16% implementación de convenios de pago en línea con más entidades financieras y el 3% no marcó ningún aspecto a mejorar ya que corresponden al grupo de usuarios que aseguraron que no se debe mejorar nada.

Es decir, que gran parte de los ciudadanos que pagan sus impuestos requieren de una guía que les permita aprender a manejar los canales virtuales y por ello muy seguramente se refleja el bajo porcentaje de aceptación de este medio como alternativa de pago. En este sentido, según Zambrano y Barreiro (2020) en su investigación los servicios en línea del GAD Chone muestran un 40% de cumplimiento en lo referente a consultas y trámites, requiriendo mejoras en aspectos como: guías a los usuarios, seguimiento de trámites y sobre todo en la interacción entre el usuario y los funcionarios.

Para la valoración de los canales virtuales del GAD Municipal del cantón Chone se aplicó una ficha de observación como instrumento de recolección de datos, en una escala valorativa de 1 a 10 puntos, en los indicadores número 1, 2 y 3 referentes a las redes sociales, el valor corresponde al número de publicaciones encontradas; mientras que en los indicadores 4, 5, 6 y 7 la escala representa con 1 la calificación más baja y 10 la más alta, de la cual se obtuvieron siguientes resultados:

Tabla 6 Valoración de canales virtuales por medio de la observación

VARIABLE/INDICADORES		NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
		Publicaciones	Publicaciones	Publicaciones	Publicaciones
1	Existe información de cómo usar los canales virtuales para el pago de impuestos en las redes sociales del GAD Chone (Facebook e Instagram)	0	0	4	2
2	Se incentiva a los usuarios a realizar el pago de sus impuestos a través de las publicaciones en las redes sociales (Facebook e Instagram)	0	0	8	5
3	Se indican en las redes sociales y página web del GAD los medios de pagos con los que cuenta en municipio para el pago de impuestos	0	0	3	1

VARIABLE/INDICADORES		NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
		Valoración	Valoración	Valoración	Valoración
4	En la página web del GAD Chone se encuentran las indicaciones de cómo realizar pagos en línea	10	10	10	10
5	La plataforma para los pagos en línea es de fácil acceso	9	9	9	9
6	La plataforma para los pagos en línea es fácil de comprender y utilizar	4	4	4	4
7	El proceso de pago en línea del GAD Chone es rápido	5	5	5	5

Se aplicó la ficha de observación a las redes sociales (Facebook e Instagram) y página web del municipio de Chone con una revisión desde los meses de noviembre a febrero para analizar la utilidad que se la ha dado a estos medios para beneficio del departamento de recaudación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone.

En relación a las redes sociales se observó que en los meses de noviembre y diciembre no hubo ninguna publicación o actividad en las redes sociales que informaran sobre los puntos de pago de impuestos, tarifas, promociones, o plaquetas que incentiven a los contribuyentes a cumplir con dicha obligación, no obstante, en los meses de enero sí se evidenció una alta actividad en las redes con publicaciones, en vivos, videos y plaquetas informativas sobre los descuentos por pago en los primeros días del año, entre otros al que el ciudadano puede acceder y se realizó un video en vivo por Facebook informando todo el proceso y puntos de pago, así mismo con una menor frecuencia se observa en el mes de febrero.

En cuanto a la página web la información se encuentra disponible durante todo el año, con un botón de consulta para valores a pagar y preguntas frecuentes donde se indican las principales dudas sobre el pago en línea, sin embargo, la información no explica el paso a paso para realizar pagos desde esta plataforma dificultando el proceso para personas que no están familiarizadas con este medio de pago y el proceso es un poco largo ya que se debe pasar por un registro inicialmente.

En consecuencia, el departamento de recaudación solo hace uso de las redes sociales durante las primeras semanas del año y va disminuyendo progresivamente y la información que se encuentra en la página web no es suficientemente clara y escasa. Por ello, es fundamental tener en cuenta la importancia de emplear adecuadamente las redes sociales en la administración pública, para dar un uso constante de estas herramientas que permitan crear un vínculo con el usuario que le genere confianza.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio desarrollado en el GAD Municipal de Chone permitió obtener resultados muy importantes, estos a su vez fueron encaminados por los objetivos de la investigación, que muestran los conocimientos obtenidos y teorías desarrolladas a fin de mostrar la relación entre las variables de los canales virtuales y la calidad del servicio, para ello se muestran a continuación las conclusiones y recomendaciones en este capítulo.

5.1. CONCLUSIONES

- Con el proceso de investigación no experimental llevado a cabo se logró determinar que los usuarios del GAD Municipal del cantón Chone prefieren realizar el pago de sus impuestos a través de los medios tradicionales, debido a que gran parte de ellos tienen desconocimiento por el funcionamiento de los canales virtuales que la institución pone a disposición de los contribuyentes, que de ser usados ahorrarían tiempo y dinero a la ciudadanía.
- El nivel de aceptación y satisfacción que los usuarios tienen sobre el servicio público a través de canales virtuales es bajo, ya que no optan por este medio de pago, los pocos que sí lo hacen muestra poca satisfacción porque el sistema ha presentado problemas en el reflejo de los rubros cancelados, dificultades en el entendimiento del funcionamiento de la plataforma web e incluso desconfianza en estos procesos que implican uso del dinero.
- La propuesta de mejora, se diseñó con la finalidad de proporcionar al GAD Municipal de Chone estrategias adecuadas para potenciar el uso de canales virtuales por parte de los contribuyentes y de esta manera reforzar la calidad de servicios públicos en el departamento de recaudación del GAD Municipal de Chone, por lo tanto, se involucran en el plan objetivos claros, metas

viables y alcanzables mediante las estrategias seleccionadas y los instrumentos de medición que ayudarán a llevar un control y una evaluación del proyecto.

5.2. RECOMENDACIONES

- Al personal del departamento de recaudación llevar a cabo procesos de seguimiento de los medios de pago periódicamente, para aprovechar la tecnología disponible que permita captar una mayor recaudación de impuestos, que beneficiarán a todo el municipio y la ciudadanía del cantón Chone con la ayuda de las estrategias planteadas en el plan de mejoras que detallan actividades concretas para aumentar el pago de impuestos por los canales virtuales.
- Las instituciones públicas deben llevar a cabo encuestas de satisfacción de los usuarios para tener un diagnóstico real de la percepción de los mismos frente a la calidad del servicio, o cualquier otro instrumento que ayuden a entender las necesidades de la ciudadanía y brindarles las soluciones oportunas, por lo tanto, el GAD Chone debe implementar mecanismos apropiados para medir la satisfacción del público externo y fortalecer la calidad de los servicios prestados, para lo cual se han establecido estrategias claves en el plan de mejoras.
- Es de suma importancia que el GAD Municipal del cantón Chone lleve a cabo el plan de mejoras para perfeccionar la calidad de los servicios públicos y potencializar el uso de los canales virtuales, teniendo en cuenta que, en el mismo, ya se plantea un cronograma de trabajo que brinda todas las herramientas necesarias para su implementación, el mismo requiere de los recursos: humanos, tecnológicos y materiales que el GAD ya dispone, por lo tanto, será factible su realización, control y evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- Almachi, D. S. (2020). *Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo* [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/31001>
- Andrade, R. V., Dillon, J. F., Andrade, M. P., & Andrade, F. (2018). Los canales virtuales, una opción para fortalecer las organizaciones financieras. *Revista mktDescubre-ESPOCH FADE*, 12, 49-56. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/9836>
- Arciniegas, O., Castro, L., & Arias, W. (2021). Análisis y predicción de la recaudación tributaria en el Ecuador ante la COVID-19, aplicando el modelo ARIMA. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(spe3). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2708>
- Aya, D., & Cuervo, D. (2019). *Análisis de las variables de los medios de pago electrónico en el desarrollo del e-commerce para los millennials en la ciudad de Bogotá* [Tesis de Grado, Colegio de Estudios Superiores de Administración]. <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/2239>
- Barrera, C. (2017). *Método Analítico*. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf
- Baumann, H. (2021). *Cliente interno y externo: ¿Cuál es la diferencia?* <https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/blog/negocios/cliente-interno-externo/>
- Bozano, E. F. M., Núñez, G. E. V., & Brito, S. X. F. (2017). El costo de la transacción tributaria en las empresas comerciales de la Provincia de Tungurahua. *Revista Científica Hermes*, 19, 561-584. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6222869>
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. (2021). *En 2021, el comercio electrónico mantendrá un crecimiento sostenido en Ecuador*. Ekos

Negocios. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/en-2021-el-comercio-electronico-mantendra-un-crecimiento-sostenido-en-ecuador>

Candela, G. H., & Constantine, R. Á. (2018). *Evaluación del nivel de satisfacción de los servicios brindados a usuarios externos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar* [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/758>

Cando, E. P. (2021). *La recaudación tributaria y el cumplimiento voluntario durante la emergencia sanitaria en la provincia de Tungurahua* [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/33928>

Ciudades y Gobiernos Locales Unidos. (2020). “*Servicios públicos locales fuertes para un mundo seguro*” *Declaración conjunta de CGLU y PSI en el contexto de la pandemia de la COVID-19*. UCLG - United Cities and Local Governments. <https://www.uclg.org/es/media/noticias/servicios-publicos-locales-fuertes-para-un-mundo-seguro-declaracion-conjunta-de-cglu>

Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008 (2008). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Constitucion-de-la-Republica.pdf>

Código Orgánico Organización Territorial, Registro Oficial 303, Suplemento 19 de octubre de 2010 (2010). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf

Córdova, J. L. M., Tapia, E., & Tapia, S. (2017). La administración tributaria como eje del cumplimiento del pago del Anticipo del impuesto a la renta en el sector cooperativista. *Sapienza Organizacional*, 4(7), 97-114. <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056621006/html/>

Flores, O. G. M., Jordán, R. P., & Choez, C. G. P. (2019). Políticas tributarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. Aproximación a un modelo

teórico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1147-1165.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29062051010/html/>

Fuenmayor, A. R. (2017). *Impuestos directos e indirectos y su repercusión en las operaciones comerciales de las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad*. [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Machala].
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/10164>

Gancino, S. M. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato* [Tesis de Posgrado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/31535>

García, K. (2021, abril 27). *Los 6 canales de comunicación más relevantes para tu estrategia de marketing digital*. SendPulse Blog.
<https://sendpulse.com/latam/blog/6-canales-de-comunicacion-para-marketing-digital>

Guapinaula, J. A., & Mendieta, E. C. (2021). *Análisis del comercio electrónico transfronterizo en el Ecuador y su incidencia en la tributación* [Tesis de Grado, Universidad del Azuay].
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11280>

Guzmán, A. P. (2018). El S-commerce: La innovación a través de Medios Sociales. *Journal of technology management & innovation*, 13(1), 56-65.
<https://doi.org/10.4067/S0718-27242018000100056>

Hernández, R., Fernández, C., & Pilar, M. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta). McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

ISO. (2005). *ISO 9000:2005(es), Sistemas de gestión de la calidad—Fundamentos y vocabulario*. <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-3:v1:es>

- Maldonado, E. N., Galarza, M. E., & Solano, M. P. (2017). Impacto del uso de dinero electrónico en estudiantes universitarios. *Research, Society and Development*, 6(4), 292-302. <https://www.redalyc.org/journal/5606/560659007002/html/>
- Manríquez, A. D. (2018). *El uso del TIC en la comunicación con la ciudadanía: Diagnóstico de portales web de gobiernos locales en México* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/50692/>
- Molina, A. A. S., & Garza, A. M. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: Cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147-181. <https://www.redalyc.org/journal/6557/655769223006/html/>
- Nuevo Tiempo. (2022). *Comercio electrónico, esencial para el crecimiento de las empresas en Ecuador*. <https://elnuevotiempo.com/comercio-electronico-esencial-para-el-crecimiento-de-las-empresas-en-ecuador/>
- Organización Internacional del Trabajo. (2020, agosto 29). OIT: Los canales digitales mejoran el acceso a la ayuda al empleo. *SWISSLATIN*. <https://www.swisslatin.ch/oit-los-canales-digitales-mejoran-el-acceso-a-la-ayuda-al-empleo/>
- 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>
- Panchana, M. P., & Tomalá, H. C. (2018). Los Ingresos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (GADMS) y el Gasto en la Inversión Pública, Período 2007—2012. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 2(1). <https://www.redalyc.org/journal/5736/573668150001/movil/>
- Peñafiel, W. J., Salinas, E. B., & Regnault, M. D. (2018). Percepción de la calidad del servicio de recolección de desechos sólidos: Evaluación de un Gobierno Autónomo Descentralizado del Ecuador. *Ingeniería Industrial*.

Actualidad y Nuevas Tendencias, VI(21), 7-26.
<https://www.redalyc.org/journal/2150/215058535002/>

- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, I. R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 192-208.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2227-18992018000300014&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Piza, N. D., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455-459.
- Prieto, B. J. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46), 56-82.
<https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-46.umdi>
- Primicias. (2020). *16.000 denuncias por problemas en la prestación de servicios públicos*. Primicias Ecuador.
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/prestacion-servicios-publicos-defensoria/>
- Proaño, D., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). *Metodología para elaborar un plan de mejora continua*. 3C Empresa: investigación y pensamiento crítico.
- Quimí, R. E. (2017). *Modelo de gestión administrativa para mejorar la calidad del servicio público de correos del Ecuador C.D.E. E.P, del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2014*. [Tesis de Grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena].
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3254>
- Quispe, G. P. S., Coque, L. M. P., & Brazales, Y. P. B. (2020). El uso de la social media en la administración de las empresas públicas en Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 5(3), 156-180.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398388>

- RAE. (2022). *Calidad | Diccionario de la lengua española (2001)*. «Diccionario esencial de la lengua española». <https://www.rae.es/drae2001/calidad>
- Ratto, R. D. (2018). La Calidad de Servicio Percibida en el Sector Público. *Negocios y Economía*, 16. <https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20181123/20181123195329/apuntedo centecalidaddeserviciopercibidaenelsecto.pdf>
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., Hernández-Palma, H. G., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Romero, F. A. (2019). *Análisis de las ordenanzas municipales en materia tributaria, circunscrito a tasas y a contribuciones especiales, expedidas por el Concejo Municipal de Cuenca, período 2014 - 2017: Un estudio a partir del análisis económico del derecho* [Tesis de Grado, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6673>
- Rubio-Núñez, R., Pérez, L. R. V., Peña-Cheng, L. M., & Rodríguez-Muñoz, E. M. (2018). Importancia de la Gestión Tecnológica en los Gobiernos Municipales Mexicanos. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 11(33), 55-67. <https://www.redalyc.org/journal/4778/477857553008/html/>
- Sánchez, M. A., & Sánchez, G. P. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: Estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32), 107-135. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187247578006/html/>
- Sanclemente, T. D. (2018). *Recaudación del impuesto de patente a los contribuyentes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Eloy Alfaro (GADMEA)* [Tesis de Grado, Ecuador - PUCESE -

Escuela de Contabilidad y Auditoría].
<http://localhost/xmlui/handle/123456789/1517>

Silva-Ordoñez, I., Jiménez-Silva, W., Santamaría-Freire, E., & Villalba-Miranda, R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(2), 83-95. <https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/html/>

Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://www.redalyc.org/journal/4419/441970373005/html/>

Solís, L. D. M. (2019, julio 30). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>

Sotelo, J. G. (2018). Calidad en el servicio y sus dimensiones-análisis de correlación. *Service quality dimensions - correlation analysis*, 34(200), 80-94. https://www.ecorfan.org/proceedings/La_gestion_estrategica_ante_la_calidad_y_productividad_organizacional/La_gestion_estrategica_ante_la_calidad_y_productividad_organizacional_9.pdf

Vargas, L. O. (2018). *Implementación de un sistema de negocios on-line para mejorar las ventas de la empresa COXA E.I.R.L. – OXAPAMPA* [Tesis de Grado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/849>

Westreicher, G. (2021). *Servicio público—Qué es, definición y concepto | 2022 | Economipedia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/servicio-publico.html>

Zambrano, M. J. Z., & Barreiro, L. R. (2020). Calidad de los servicios en línea del GADM Chone. *RECIMUNDO*, 4(4), 548-562.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(4\).octubre.2020.548-562](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(4).octubre.2020.548-562)

ANEXOS

Anexo 1. Propuesta del plan de acciones de mejoras

INTRODUCCIÓN

El presente plan de mejoras está enfocado en dar soluciones rápidas y oportunas al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone para potencializar el uso de sus canales virtuales y, por ende, mejorar la calidad de sus servicios públicos a través del departamento de Recaudación. En base a los resultados obtenidos en la investigación se lograron identificar las principales problemáticas que no permiten satisfacer por completo las necesidades de los contribuyentes y las causas de que no se aprovechen al máximo los canales virtuales, pese a la situación vivida en el país, en donde se ha priorizado estos medios para todo tipo de trámites; sin embargo, en el GAD Chone se evidencia un bajo nivel de accesibilidad a los canales virtuales.

Por ello, en este plan de mejoras se plantean las razones que justifican su aplicación para mejorar los resultados obtenidos, con los debidos objetivos: general y específicos, que guiarán todo el proceso que se llevará a cabo para garantizar los resultados esperados. Se plantea un diagnóstico claro de la situación del GAD Chone referente al uso de los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos, además, de las estrategias que se implementarán y el cronograma a seguir.

JUSTIFICACIÓN

El plan de mejoras plantea acciones estratégicas que se aplicarán a través de la gestión administrativa del Municipio, buscando mejorar los servicios públicos ofertados a los usuarios, teniendo en cuenta que, los contribuyentes representan el público externo de la institución, y, por ende, es muy importante tener en cuenta sus necesidades, para poder satisfacerlas, en este caso mediante el uso de los canales virtuales.

Es importante, porque busca dar una solución a una problemática administrativa en el GAD Chone, beneficiando sobre todo a los contribuyentes e indirectamente a toda

la comunidad, ya que esta institución vela por el bienestar del cantón. Es de gran interés porque genera un aporte significativo al departamento de recaudación para brindar un mejor servicio.

OBJETIVO GENERAL

Plantear estrategias para mejorar la calidad del servicio público en el departamento de recaudación mediante el aprovechamiento de los canales virtuales del GAD Chone en el año 2022.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar las principales debilidades que el GAD Chone presente en cuanto el uso de los canales virtuales para la determinación de la calidad del servicio público.
- Establecer las estrategias apropiadas para potenciar el uso de los canales virtuales y mejorar la calidad del servicio público en el GAD Chone.
- Desarrollar la propuesta que permitirá mejorar los servicios públicos en la municipalidad.

DIAGNÓSTICO

El diagnóstico es el resultado de la ejecución de las tres fases de la investigación, con base al análisis y discusión previamente dado de las técnicas aplicadas para el cumplimiento de las dos primeras etapas se han detectado las siguientes problemáticas en el GAD Municipal del cantón Chone, tales como: dificultades en el reflejo de los pagos de los contribuyentes cuando la entidad bancaria tiene colapsos en su sistema y no se generan los valores pagados.

El nivel de satisfacción de los usuarios referente a la calidad del servicio es regular de acuerdo a la investigación; existe un bajo nivel de difusión en redes sociales

sobre los servicios virtuales para la recaudación de impuestos, por su poca visibilidad y uso, ya que solo se lo hace en los dos primeros meses del año y luego pierde relevancia; poco uso de los canales virtuales por parte de los contribuyentes; falta de asesoramiento en el uso de los canales virtuales a la ciudadanía y brechas tecnológicas que impiden la adaptación de la ciudadanía en el uso de estos servicios virtuales; que se pretenden mitigar con el presente plan de mejoras:

Tabla 7. Matriz del problema

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	VALORACIÓN DEL PROBLEMA
Los sistemas informáticos de las instituciones financieras no reflejan correctamente los valores a pagar.	Es necesario brindar a la ciudadanía la disponibilidad de realizar sus pagos desde la entidad bancaria de su preferencia, porque en la actualidad solo existen convenios con 2 de 10 instituciones financieras del cantón Chone.
Bajo nivel de satisfacción de los usuarios referente a la calidad del servicio	El 52% de los contribuyentes muestran un nivel de satisfacción moderadamente regular, lo que represente gran parte de los usuarios y un grave problema, considerando que la satisfacción de los usuarios es un indicador del buen desempeño y la buena gestión administrativa llevada a cabo en la entidad y repercute en su imagen y opinión pública.
Bajo nivel de difusión en redes sociales sobre los servicios virtuales para la recaudación de impuestos	Sólo se realizan de 2 a 4 publicaciones en los meses de enero y febrero, durante el año. Las redes sociales son actualmente un medio gratuito de promoción de los servicios que brinda toda institución y deben ser aprovechados adecuadamente para el cumplimiento de las metas institucionales.
Poco uso de los canales virtuales por parte de los contribuyentes	Sólo el 30% de los contribuyentes usan los canales virtuales, considerando que la digitalización de los servicios públicos ha implicado el aporte de recursos económicos y tecnológicos por parte del estado y por ende se debe garantizar su aprovechamiento y uso.
Falta de Asesoramiento en el uso de los canales virtuales a la ciudadanía y adaptación de la ciudadanía en el uso de tecnología digital y servicios virtuales	El 56% de los contribuyentes aseguran que uno de los aspectos que debe mejorar el GAD Chone es el asesoramiento para el uso de los canales digitales de la institución, ya que el analfabetismo digital en los usuarios ha limitado el uso de los canales virtuales que representan un beneficio para el usuario y la institución.

Fuente: GAD Chone (2021)

ESTRATEGIAS

Debido a la necesidad de plantear soluciones oportunas y factibles a las problemáticas detectadas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone referente a sus canales virtuales y la calidad de sus servicios, una vez analizada su situación actual y de los resultados obtenidos en la investigación se emplearán las siguientes estrategias:

- Gestionar convenios con el mayor número posible de bancos y cooperativas para que puedan implementar en sus bancas digitales botones de pago de impuestos del GAD Chone.
- Capacitaciones periódicas al personal sobre relaciones humanas y atención al cliente, que les proporcione las herramientas para tener un contacto asertivo y empático con el usuario.
- Renovación de la plataforma digital del GAD Chone, con funciones más amigables y procesos más cortos para el pago de impuestos.
- Preparar publicaciones periódicas en horarios apropiados durante los 12 meses del año, para informar a la ciudadanía sobre el uso y funciones que brinda el GAD Chone en sus canales digitales.
- Realizar videos cortos explicativos (tipo tiktok) para el pago de impuestos a través de los canales virtuales y difundirlos periódicamente en todas las redes sociales.
- Emplear un asistente virtual, mediante una red de mensajería instantánea que responda, despeje dudas y oriente a los usuarios en los procesos de pago mediante los canales virtuales y demás trámites.

MATRIZ DE RESUMEN DEL PLAN Y CRONOGRAMA

Tabla 8. Plan de mejoras

PROBLEMA	OBJETIVO	LÍNEA BASE O SITUACIÓN ACTUAL	META	ACTIVIDAD/ESTRATEGIA	RESPONSABLE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Los sistemas informáticos de las instituciones financieras no reflejan correctamente los valores a pagar.	Ampliar los convenios de pagos con entidades bancarias y cooperativas.	Sólo existen convenios con 2 IFI's que representan el 20%	Alcanzar el 100% de convenios con las Instituciones Financieras en el primer trimestre del año 2023.	Gestionar convenios con el mayor número posible de bancos y cooperativas para que puedan implementar en sus bancas digitales botones de pago de impuestos del GAD Chone.	Administración del GAD Chone Departamento de recaudación	Informe anual de los convenios realizados con las entidades financieras. Convenios con las 10 entidades financieras del cantón
Bajo nivel de satisfacción de los usuarios referente a la calidad del servicio	Mejorar la atención presencial y la calidad de los canales virtuales para un mejor servicio.	Existe un 0% de registros de datos de formación continua al personal sobre atención al cliente	Realizar capacitaciones a todo el personal sobre atención al cliente tres veces al año.	Capacitaciones periódicas al personal sobre relaciones humanas y atención al cliente, que les proporcione las herramientas para tener un contacto asertivo y empático con el usuario.	Administración del GAD Chone Departamento de Talento Humano	Cronograma de capacitaciones Registro de asistencia a las capacitaciones Informes de las capacitaciones
		La plataforma digital presenta un 90% de fácil acceso y un 40% de uso por parte de los usuarios porque no comprenden los procesos de registro y pago.	Contar con una plataforma digital de fácil acceso y uso de los ciudadanos al 100%, al primer trimestre del año 2023	Reestructurar acceso a la plataforma digital y con procesos más cortos en los dos primeros meses del 2023.	Administración del GAD Chone Departamento de Informática	Informes del departamento de tecnología o sistemas. Reportes mensuales de uso de la plataforma.

								Reporte mensual de calificación de la plataforma por parte de los usuarios
Bajo nivel de difusión en redes sociales sobre los servicios virtuales para la recaudación de impuestos	Potencializar el uso de las redes sociales para informar sobre los canales virtuales	Sólo se realizan 2 o 4 publicaciones en los meses de enero y febrero referente al pago de impuestos y uso de canales digitales en las redes sociales del GAD Chone.	Realizar 3 publicaciones a la semana en las redes sociales (Facebook e instagram) durante todo el 2023 referente a los servicios digitales que oferta el GAD Chone.	Preparar publicaciones periódicas en horarios apropiados durante los 12 meses del año, para informar a la ciudadanía sobre el uso y funciones que brinda el GAD Chone en sus canales digitales.	Administración del GAD Chone. Departamento de Comunicación.			Registro de publicaciones en redes sociales Informes del departamento de tecnología o sistemas
Poco uso de los canales virtuales por parte de los contribuyentes	Incentivar el uso de los canales virtuales	Solo el 30,50% de los contribuyentes realiza sus pagos por canales digitales.	Lograr un 60% de pagos en línea a través de los canales virtuales en el año 2023	Realizar videos cortos explicativos (tipo tiktok) para el pago de impuestos a través de los canales virtuales y difundirlos periódicamente en todas las redes sociales.	Administración del GAD Chone. Departamento de Comunicación Departamento de recaudación			Reporte de recaudación 2023
Falta de Asesoramiento en el uso de los canales virtuales a la ciudadanía	Establecer herramientas que permitan asesorar al usuario y despejar sus dudas para el uso de los canales virtuales.	El 56% de los contribuyente aseguran que uno de los aspectos que debe mejorar el GAD Chone es el asesoramiento para el uso de los canales digitales de la institución, ya que el analfabetismo digital	Brindar atención personalizada a través de mensajería instantánea durante los 365 días del año de forma permanente con un asistente virtual 24/7.	Emplear un asistente virtual, mediante una red de mensajería instantánea que responda, despeje dudas y oriente a los usuarios en los procesos de pago mediante los canales virtuales y demás trámites.	Administración del GAD Chone Departamento de Informática Departamento de Comunicación Departamento de recaudación			Informes del departamento de tecnología o sistemas Reportes de atención al usuario
Adaptación de la ciudadanía en el uso de tecnología digital								

y servicios virtuales	en los usuarios ha limitado el uso de los canales virtuales que representan un beneficio para el usuario y la institución.
--------------------------	---

Elaborado por: Delgado, J & Ormaza, A. (2021)

Anexo 2. Matriz de resumen de la entrevista

Tabla 23. Matriz de resumen de la entrevista

PREGUNTA	RESPUESTA RESUMIDA
1. ¿Cuáles son los canales virtuales que emplea el departamento para la recaudación de impuestos?	Varios alternativos, los de herramientas online y puntos de pago de convenios con red de pagos facilito y pago ágil; y el directo que es la recaudación en ventanilla en las oficinas.
2. ¿Qué grado de utilidad se le están dando a los canales virtuales para la recaudación de impuestos?	El grado de utilidad ha sido relativamente alto, sobre todo en tiempo de pandemia se incrementó el pago por internet
3. ¿Qué canales no se están utilizando para la recaudación de impuestos?	Se utilizan todos, presencial y en línea por ser inicio de año, sin embargo, al pasar los meses la recaudación va disminuyendo.
4. ¿Incorporarían a futuro nuevos canales virtuales? ¿Cuáles y por qué?	Sí, estamos por ampliar con el banco de Guayaquil para dar más alternativas a la ciudadanía.
5. ¿Considera que los canales virtuales han ayudado en la recaudación de los impuestos? ¿Por qué?	Los canales virtuales representan un aporte de mucha importancia para la recaudación de impuestos, por ser alternativas de pago.
6. ¿En el periodo 2019 - 2021 como ha sido la recaudación de impuestos? ¿Qué medio o método de pago fue el más utilizado? ¿Nos puede indicar en datos estadísticos los resultados obtenidos de acuerdo a cada tipo de impuesto que recaudan?	<p>En este periodo es donde más se ha incrementado y este año mucho más.</p> <p>El medio que más se utilizó fue el pago en ventanilla con el 95% y el 5% en línea.</p> <p>Se recauda más lo que es predios urbanos con un 20% de recaudación en el año 2021 luego de la recaudación de contribución de mejoras que representa el 29% de las recaudaciones, siendo estos dos impuestos lo que mayores ingresos han generado de 44 impuestos.</p>
7. ¿Desde su punto de vista e interacción con la ciudadanía, cuáles considera que son los problemas que asumen los contribuyentes al momento del uso de los canales virtuales?	Adaptación de la ciudadanía en el uso de tecnología digital y servicios virtuales.
8. ¿Están satisfechos con los resultados obtenidos con el uso de los canales virtuales?	Si

-
- | | |
|---|--|
| 9. ¿Cuáles han sido las principales debilidades encontradas en el uso de canales virtuales para la recaudación de impuestos? ¿Cómo los han afrontado? | Que la entidad bancaria tenga problemas en su sistema y no reflejen los valores a pagar.

Para afrontar esta dificultad se ofertan más alternativas de pago. |
| 10. ¿Cómo informan a la ciudadanía sobre el uso de los canales virtuales como medio de pago? | A través de difusión de plaquetas de información por los estados de whatsapp del personal y las redes sociales. |
-

Fuente: Entrevista realizada al jefe del departamento de recaudación de impuestos del GAD Chone (2021)

Anexo 3. Encuesta al público externo



ENCUESTA DIRIGIDA A LA CIUDADANIA PARA VALORAR LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE EN EL AÑO 2021

OBJETIVO: Valorar los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone en el año 2021, para el diseño de una propuesta de mejora.

1. Seleccione el medio por el cual usted realiza el pago de sus impuestos

	Por medios virtuales
	En puntos de recaudación

2. Seleccione los motivos por los cuales usted utiliza ese medio de pago

	Por ser más accesible
	Porque me queda cerca de mi domicilio
	Porque requiere de menos tiempo y lo hago desde cualquier lugar
	Desconfió de los pagos en línea

3. Si usted ha realizado sus pagos a través de los canales virtuales, que tan satisfecho está del proceso que tuvo que realizar

	Muy satisfecho
	Satisfecho
	Moderadamente satisfecho
	Poco satisfecho
	Insatisfecho

4. ¿Cómo se enteró de que puede realizar el pago de impuestos en los canales virtuales del GAD Chone?

	Por un conocido o familiar
	Por las redes sociales
	Por información proporcionada en el municipio
	No sabía

5. ¿Cuándo realiza usted el pago de sus impuestos?

	Oportunamente, dentro del cronograma de pago establecido por el municipio
	Fuera del periodo de pago oportuno y con intereses y multas

6. ¿Cómo califica los canales virtuales del GAD Chone?

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Muy buena
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Pésima

7. ¿Cómo califica los servicios públicos que brinda el departamento de recaudación de impuestos del GAD Chone?

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Muy buena
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Pésimo

8. ¿Cuál es su grado de satisfacción referente a los servicios públicos que brinda el departamento de recaudación de impuestos del GAD Municipal del cantón Chone?

<input type="checkbox"/>	Muy satisfecho
<input type="checkbox"/>	Satisfecho
<input type="checkbox"/>	Moderadamente satisfecho
<input type="checkbox"/>	Poco satisfecho
<input type="checkbox"/>	Insatisfecho

9. ¿Cree usted que el GAD Chone debe mejorar su servicio a través de los canales virtuales?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

En caso de marcar afirmativamente la pregunta 9, responda la siguiente interrogante

10. ¿Qué aspectos debe mejorar el GAD Chone referente a los servicios en los canales virtuales?

<input type="checkbox"/>	Problemas en el relejo de pagos en el sistema
<input type="checkbox"/>	Implementación de convenios de pago en línea con más entidades financieras
<input type="checkbox"/>	Asesoramiento en el uso de los canales virtuales a la ciudadanía

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4. Encuesta al público interno



ENCUESTA AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE RECAUDACIÓN PARA VALORAR LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE EN EL AÑO 2021

OBJETIVO: Valorar los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone en el año 2021, para el diseño de una propuesta de mejora.

1. ¿Qué nivel de importancia le asocia usted a los canales virtuales en la recaudación de impuestos?

<input type="checkbox"/>	Muy importante
<input type="checkbox"/>	Importante
<input type="checkbox"/>	Neutral
<input type="checkbox"/>	Poco importante
<input type="checkbox"/>	No es importante

2. ¿Cómo califica a la plataforma de canales virtuales para recaudación de impuestos del GAD?

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Muy buena
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Pésima

3. ¿Considera usted que los canales virtuales vigentes ayudan a cumplir las metas de recaudación plasmados en el plan operativo anual?

<input type="checkbox"/>	Muy de acuerdo
<input type="checkbox"/>	Algo de acuerdo
<input type="checkbox"/>	De acuerdo
<input type="checkbox"/>	En desacuerdo
<input type="checkbox"/>	Muy en desacuerdo

4. ¿Qué medio de pago es el más utilizado por los contribuyentes?

<input type="checkbox"/>	Canales virtuales
<input type="checkbox"/>	Pago en ventanillas de recaudación del GAD Municipal

5. Respecto a la recaudación de impuestos municipales, ¿en dónde se concentra más la recaudación? A través de:

<input type="checkbox"/>	El pago en línea desde la web del municipio
<input type="checkbox"/>	Transferencias bancarias
<input type="checkbox"/>	Bancas virtuales de las entidades financieras
<input type="checkbox"/>	Puntos tradicionales de pago

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5. Entrevista al jefe del departamento de recaudación



ENTREVISTA AL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE RECAUDACIÓN PARA VALORAR LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE EN EL AÑO 2021

OBJETIVO: Valorar los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone en el año 2021, para el diseño de una propuesta de mejora.

1. ¿Cuáles son los canales virtuales que emplea el departamento para la recaudación de impuestos?
2. ¿Qué grado de utilidad se le están dando a los canales virtuales para la recaudación de impuestos?
3. ¿Qué canales no se están utilizando para la recaudación de impuestos?
4. ¿Incorporarían a futuro nuevos canales virtuales? ¿Cuáles y por qué?
5. ¿Considera que los canales virtuales han ayudado en la recaudación de los impuestos? ¿Por qué?
6. ¿En el periodo 2019 - 2021 como ha sido la recaudación de impuestos? ¿Qué medio o método de pago fue el más utilizado? ¿Nos puede indicar en datos estadísticos los resultados obtenidos de acuerdo a cada tipo de impuesto que recaudan?
7. ¿Desde su punto de vista e interacción con la ciudadanía, cuáles considera que son los problemas que asumen los contribuyentes al momento del uso de los canales virtuales?
8. ¿Están satisfechos con los resultados obtenidos con el uso de los canales virtuales?
9. ¿Cuáles han sido las principales debilidades encontradas en el uso de canales virtuales para la recaudación de impuestos? ¿Cómo los han afrontado?
10. ¿Cómo informan a la ciudadanía sobre el uso de los canales virtuales como medio de pago?

Anexo 6. Ficha de observación



FICHA DE OBSERVACIÓN PARA VALORAR LOS CANALES VIRTUALES Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE EN EL AÑO 2021

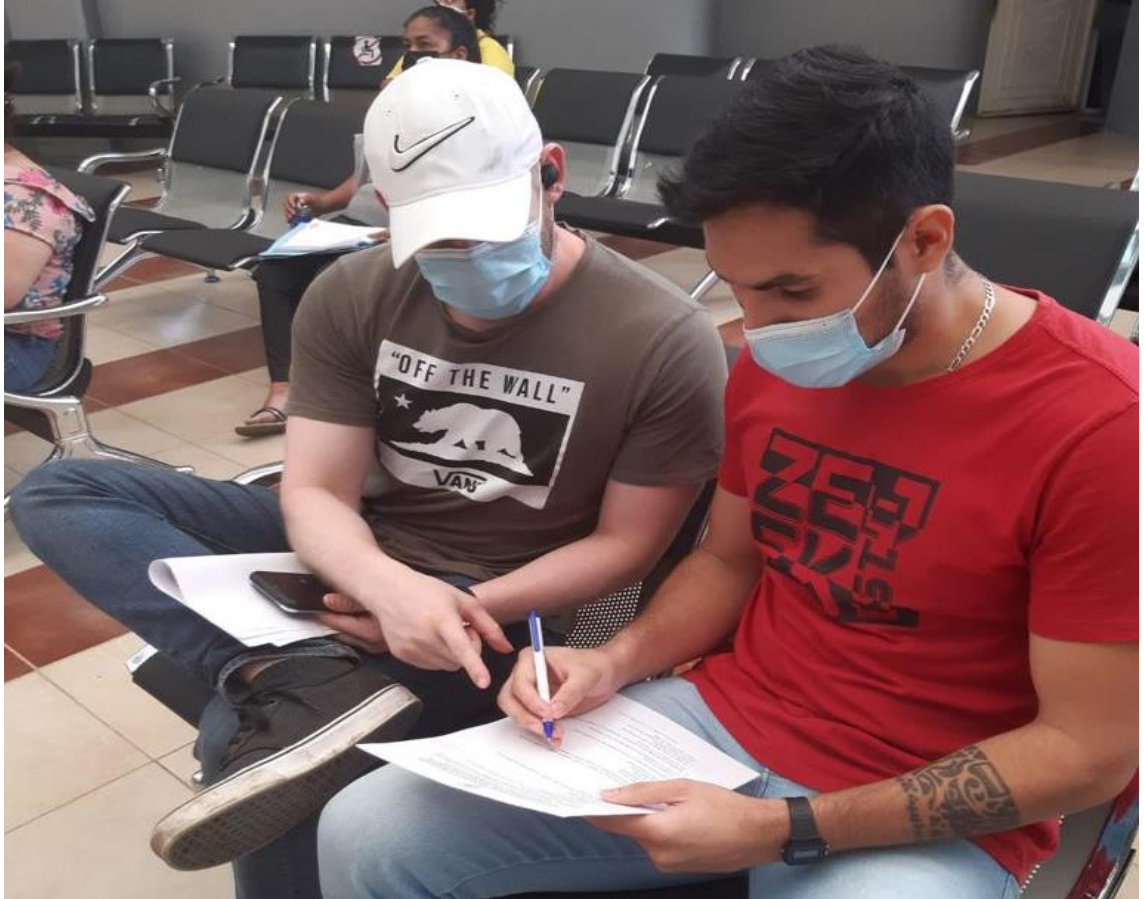
OBJETIVO: Valorar los canales virtuales y la calidad de los servicios públicos en la recaudación de impuestos en el GAD Municipal del cantón Chone en el año 2021, para el diseño de una propuesta de mejora.

FICHA DE OBSERVACIÓN						
FECHA:						
N°	CRITERIO O INDICADOR	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO	OBSERVACIÓN
1	Existe información de cómo usar los canales virtuales para el pago de impuestos en las redes sociales del GAD Chone (Facebook e Instagram)					
2	Se incentiva a los usuarios a realizar el pago de sus impuestos a través de las publicaciones en las redes sociales (Facebook e Instagram)					
3	Se indican en las redes sociales y página web del GAD los medios de pagos con los que cuenta en municipio para el pago de impuestos					
4	En la página web del GAD Chone se encuentran las indicaciones de cómo realizar pagos en línea					
5	La plataforma para los pagos en línea es de fácil acceso					
6	La plataforma para los pagos en línea es fácil de comprender y utilizar					
7	El proceso de pago en línea del GAD Chone es rápido					

Anexo 7. Fotos









Anexo 8. Impuestos municipales

GAD MUNICIPAL DE CHONE Totales por Impuesto

11/01/2022 17:35 / EJALCIVAR

Desde : 01-01-2021 - Hasta 31-12-2021

Página 1 de 2

Recaudación por Impuesto

Impuesto	emision	Interes	Coactiva	Descuento	Recargo	Iva	TOTAL	NRO. TITULOS
A LOS ACTIVOS TOTALES	69.902,73	4.307,11	228,67	0,00	0,00	0,00	74.438,51	208,00
A LOS PREDIOS URBANOS	654.265,18	57.990,51	8.342,46	0,00	5.472,17	0,00	715.825,23	21.997,00
ACTIVOS TOTALES OTROS CANTONES	22.032,84	41,56	0,00	0,00	0,00	0,00	22.074,40	18,00
ACTUALIZACION DE TITULO DE PROPIEDAD	1.635,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.635,00	45,00
ALCABALAS	296.714,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	296.714,66	1.943,00
ALCABALAS OTROS CANTONES	1.984,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.984,54	24,00
APROBACION DE PLANOS	5.884,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.884,01	97,00
ARRENDAMIENTO DE PUESTOS EN LOS MERCADOS	49.145,17	0,00	30,56	0,00	0,00	0,00	49.175,73	1.144,00
ARRIENDO DE LOCALES Y EDIFICIOS	41,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	41,14	2,00
BIENES MOSTRENCO	9.288,30	922,16	35,40	0,00	0,00	0,00	10.245,86	13,00
CONTRIBUCION ESPECIAL DE MEJORAS (CEM)	990.960,48	72.505,63	9.584,58	0,00	47,56	0,00	1.073.098,25	20.377,00
CONTRIBUCION ESPECIAL DE MEJORAS M.	148,04	154,60	16,35	0,00	0,00	0,00	318,99	2,00
CONTRIBUCION ESPECIAL DE MEJORAS(MODULO)	131,82	156,31	14,59	0,00	0,00	0,00	302,72	2,00
COSTAS JUDICIALES/COACTIVAS	3.752,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.752,22	91,00
CUANTIA POR NOTIFICACION EN PRENSA ESCRITA	5.313,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.313,86	3.771,00
DE LA TASA DE TRASPASO VEHICULAR	3.142,93	0,00	0,60	0,00	0,00	0,00	3.143,53	542,00
GESTIÓN Y MANEJO DE DESECHOS SANITARIOS	92.382,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	92.382,56	112,00
IMPUESTO AL JUEGO	111,02	66,65	3,48	0,00	1,20	0,00	182,35	6,00
IMPUESTO AL RODAJE	27.270,00	0,00	0,60	0,00	0,00	0,00	27.270,60	3.774,00
IMPUESTO FUNDIAL RUSTICO	391.025,16	31.710,04	4.542,64	6.366,44	4.768,16	0,00	425.679,56	20.776,00
LINEA DE FABRICA	59,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	59,20	5,00
LOCALES DE ESPECTACULOS PUBLICOS	55,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	55,00	1,00
MULTA	467,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	467,60	2,00
MULTAS POR INFRACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	1.538,96	0,00	9,60	0,00	0,00	0,00	1.548,56	37,00
Ocupacion de la via publica	1.519,62	40,86	7,80	0,00	0,00	0,00	1.568,28	38,00
OTROS NO ESPECIFICADOS	10.463,86	2.320,35	1.249,12	0,00	0,00	0,00	14.033,33	18,00
PATENTE ANUAL PARA ACTIVIDADES ECONOMICAS	261.318,87	28.452,20	781,75	0,00	0,02	0,00	290.552,84	3.657,00
PERMISO CONSTRUCCION	8.370,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8.370,22	157,00
PERMISO CONSTRUCCION DE BOVEDAS	1.725,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.725,00	73,00
PERMISO DE CONSTRUCCION DE LOZA	15,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,00	1,00
PERMISO DE OCUPACION	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00	1,00
PERMISO PARA REALIZAR EXHUMACION	1.310,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.310,00	22,00
REIMPRESION DE TITULOS	710,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	710,00	142,00
SANCCIONES POR RESPONSABILIDADES (CONTRALORIA)	200,00	216,57	24,00	0,00	0,00	0,00	440,57	1,00
SERVICIOS DE RECAUDACION CUERPO DE BOMBEROS CHI	6,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,00	1,00
SERVICIOS DEL CAMAL MUNICIPAL	44.794,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	44.794,00	700,00
SERVICIOS TERMINAL TERRESTRE	108.305,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	108.305,75	228.440,00
TASA UNICA	37.160,00	0,00	0,60	0,00	0,00	0,00	37.160,60	7.432,00
TASA UNICA SERVICIOS EN LINEA	1.435,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.435,00	287,00
TASAS DE SERVICIOS DE LA DMITTSVCH	224.585,39	0,00	3,24	0,00	0,00	0,00	224.588,63	16.911,00
TASAS POR LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION	80.595,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80.595,02	91,00
UTILIDAD A LA COMPRA - VENTA	526,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	526,74	12,00
UTILIDADES A LA COMPRA - VENTA	30.099,13	0,00	0,60	0,00	0,00	0,00	30.099,73	782,00
UTILIDADES OTROS CANTONES	90,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90,00	18,00

GAD MUNICIPAL DE CHONE Totales por Impuesto

11/01/2022 17:35 / EJALCIVAR

Desde : 01-01-2021 - Hasta 31-12-2021

Página 2 de 2

Recaudación por Impuesto

Impuesto	emision	Interes	Coactiva	Descuento	Recargo	Iva	TOTAL	NRO. TITULOS
Total:	3.440.505,00	198.884,58	24.876,63	0,00	10.289,13	0,00	3.657.943,82	333.671,00

 TESORERO(A)

 RECIBIDO POR