



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

ENSAYO:

**Análisis del servicio de la Jefatura de Rentas y Tributación del
Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca desde la
perspectiva del servidor público.**

AUTORA:

Álvarez Molina, Adriana Janeth

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención
del grado de INGENIERO EN MARKETING**

REVISOR

Villavicencio Bermúdez, Nicolás Elías, Ing.

Guayaquil, Ecuador

23 de agosto del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Alvarez Molina, Adriana Janeth**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

REVISOR

f. _____

Villavicencio Bermúdez, Nicolás Elías, Ing.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Torres Fuentes, Patricia Dolores, Lcda.

Guayaquil, 23 de agosto del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Alvarez Molina, Adriana Janeth

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, Análisis del servicio de la Jefatura de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca desde la perspectiva del servidor público previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 23 de agosto del 2018

LA AUTORA

f. _____

Alvarez Molina, Adriana Janeth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Álvarez Molina, Adriana Janeth**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Análisis del servicio de la Jefatura de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca desde la perspectiva del servidor público**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 23 de agosto del 2018

AUTORA:

f. _____

Álvarez Molina, Adriana Janeth



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Nicolás Elías Villavicencio Bermúdez

REVISOR

f. _____

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Samaniego López, Msc.

COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ANALISIS DE LA PERSPECTIVA DEL SERVICIO QUE BRINDA
RENTAS Y TRIBUTACION.docx (D40757520)
Submitted: 8/7/2018 1:47:00 AM
Submitted By: nicolas.villavicencio@cu.ucsg.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

AGRADECIMIENTO

La base fundamental de mi vida es Dios, realmente hasta donde he llegado a sido gracias a él, su inmenso amor ha permitido que yo tenga éxito en varios ámbitos de mi vida, sin duda alguna sin él no hubiese sido posible este logro académico.

A varios funcionarios del Municipio de Cuenca como el Dr. Leonardo Ochoa Andrade, Director de Talento Humano, quien me dio la oportunidad de laborar en tan prestigiosa institución pública confiando en mis destrezas y capacidades; a el Ing. Andrés Morales y a la Lcda. Patricia Calle Calle, funcionarios de la Unidad de Rentas y Tributación por haberme compartido sus conocimientos y guiado en el proceso de la elaboración del presente ensayo.

DEDICATORIA

Con todo mi amor para mi hijo Matías Nicolás Guzmán Álvarez, aquel ser divino que le da luz a mi vida, mi motivación más grande de lucha y perseverancia, aquel niño por la que mi vida no tiene límites, enseñándole de esta manera que una discapacidad no es una incapacidad, que todo lo que nos proponemos lo podemos alcanzar a medida de nuestros esfuerzos y valentía.

Contenido

| | |
|--|------|
| AGRADECIMIENTO | VII |
| DEDICATORIA | VIII |
| RESUMEN | XI |
| Capítulo 1 | 13 |
| Aspectos Generales de Estudio | 13 |
| 1.1. Introducción | 13 |
| 1.2. Antecedente..... | 15 |
| 1.3. Problema | 16 |
| 1.4. Justificación | 18 |
| 1.5. Objetivos de la Investigación | 19 |
| 1.5.1. Objetivo general:..... | 19 |
| 1.5.2. Objetivos específicos: | 19 |
| Capítulo 2 | 20 |
| Fundamentación Teórica | 20 |
| 2.1. Marketing de Servicios | 21 |
| 2.1.1. Los elementos intangibles dominan la creación de valor..... | 21 |
| 2.1.2. Marketing Mix de los Servicios. | 22 |
| 2.1.3. Modelo de Consumo. | 23 |
| 2.2. El Marketing Digital | 24 |
| 2.2.1. Principales características de la estrategia de marketing digital. | 25 |
| 2.2.2. Beneficios del Marketing digital. | 26 |
| 2.2.3. Las redes sociales en el sector público..... | 27 |
| 2.3. El Comportamiento del Consumidor | 28 |
| 2.3.1. Teoría de las necesidades de Maslow. | 31 |
| 2.3.2. Teoría del factor dual de Herzberg..... | 31 |
| 2.3.3. Teoría es la de McClelland. | 31 |
| Capítulo 3 | 33 |
| Marco Referencial | 33 |
| 3.1. Análisis de los servicios públicos en el Ecuador | 34 |
| 3.2. Evolución de la atención del servicio tributario..... | 35 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3 Entrevista a funcionaria del GAD Municipal de Cuenca..... | 36 |
| Capítulo 4..... | 40 |
| Marco Legal..... | 40 |
| Conclusiones..... | 43 |
| Anexos..... | 50 |
| DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN..... | 54 |

RESUMEN

El presente ensayo tiene como enfoque el análisis de la perspectiva del servicio que brinda la Unidad de la Jefatura de Rentas y Tributación del Municipio de Cuenca desde el ámbito interior de la institución partiendo por el empleado público frente al alto número de reclamos por parte de los contribuyente y trámites tributarios, mismo que fluctúa entre los 40 a 50 oficios diarios según el sistema gubernamental Quipux, a más de la atención diaria que se presta al cliente frente a cada una de sus dudas o inquietudes, motivo por el cual se busca la manera de mejorar los procesos a través de la sistematización de los trámites tributarios más conocido como servicio on-line, con el fin de brindar al contribuyente una atención oportuna y eficaz y a su vez esto con lleve a reducir la carga laboral en el servidor público que se desempeña en el mencionado departamento municipal, así como ahorro de recursos materiales, tiempo y porque no de personal; sin embargo es importante destacar que gracias a la colaboración y conocimientos de este equipo de trabajo ha sido posible dar atención y solución a cada uno de los trámites dirigidos a esta Unidad municipal de manera oportuna.

Palabras Claves: *marketing de servicios, satisfacción al cliente, servicio público, impuestos municipales, marketing digital, GAD municipal, contribuyente, Quipux.*

ABSTRACT

The present essay has as an approach the analysis of the perspective of the service provided by the Unit of the Head of Revenue and Taxation of the Municipality of Cuenca from the internal scope of the institution starting from the public employee in front of the high number of claims by the taxpayer and tax procedures, which fluctuates between 40 to 50 daily trades according to the Quipux government system, plus the daily attention given to the client in front of each of their doubts or concerns, which is why the way is sought to improve processes through the systematization of tax procedures, better known as on-line service, in order to provide the taxpayer with timely and efficient attention and in turn this leads to a reduction in the workload of the public servant he works in the aforementioned municipal department, as well as saving material resources, time and because not of personnel; However, it is important to highlight that thanks to the collaboration and knowledge of this work team it has been possible to give attention and solution to each of the procedures addressed to this municipal unit in a timely manner.

Capítulo 1

Aspectos Generales de Estudio

1.1. Introducción

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca es un organismo ejecutivo municipal que cuida los intereses de la ciudadanía y la sociedad cuencana; dentro de su estructura orgánica funcional consta como parte de la Dirección General Financiera la Unidad de Rentas y Tributación cuya responsabilidad es generar ingresos propios, que son conocidos como tributarios: Impuestos, Tasas y Contribuciones, los mismos que están establecidos mediante leyes, ordenanzas y reglamentos a beneficio del Cantón.

La Unidad de Rentas y Tributación a más de generar obligaciones tributarias de los rubros antes mencionados, debe velar por inculcar una cultura tributaria y por ende satisfacer las necesidades o inquietudes de la ciudadanía, pero sobre todo dar solución a cada uno de los reclamos e inquietudes que se presenten ya sea de forma escrita o presencial; en dichos reclamos el ciudadano manifiesta muchas de las veces su malestar e inconformidad referente al servicio brindado y/o la determinación tributaria realizada por el sujeto activo, situación que conlleva a tener estándares de calidad en la atención al cliente, pues para Kotler, P. & Armstrong, G.(2017) en el ámbito del Marketing el factor más importante siempre será satisfacer las necesidades y deseos del cliente, así como el mercado dentro del cual operan, por eso es necesario entender el mercado y las necesidades del cliente, diseñar estrategias de marketing basadas en crear valor para el cliente y por último elaborar un programa o plan de marketing que permita tener una mejor relación con el cliente, pero realmente este estudio requiere

de tiempo y dinero por lo que se analizaría considerarlo en algún momento dentro del presupuesto municipal del GAD de Cuenca. (P.6-13)

Al ser una institución pública que presta un servicio es importante destacar el concepto de Marketing de Servicios sobre el cual Lovelock C., & Wirtz, J. (2015) manifiestan que los servicios son “una actividad económica entre dos partes lo que implica un intercambio de valor entre el comprador y vendedor” en este caso intervienen contribuyente y servidor público, no existe actividad económica o dinero de por medio en la ejecución de los trámites tributarios por ser una Institución Gubernamental, pero si se ve reflejado cuando el servidor público emite los valores monetarios a ser cancelados por la ciudadanía de manera obligatoria, dinero que es destinado para obras a beneficio del Cantón Cuenca. (P.15)

La Unidad de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca, al brindar un conjunto de beneficios intangibles, estaría empleando el Marketing de Servicios, sin embargo Hoffman D.(2012), menciona en su libro titulado “Marketing de Servicios concepto, estrategias y casos” que: “varios servicios contienen al menos algunos elementos tangibles”; es decir, se habla de un servicio puro siempre y cuando este no contengan ningún tipo de elemento tangible, por lo tanto, la Unidad de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca, no brinda un servicio puro, ya que al contestar el reclamo e inquietudes realizadas por parte del contribuyente, la Unidad entrega una Resolución aceptando o negando la petición, documento legal que sirve como respaldo tanto para el sujeto pasivo como activo. (P.4)

El contacto permanente que existe entre la Unidad de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca y la ciudadanía, requiere de un análisis del servicio ofertado por parte de la Unidad Municipal en mención pero

desde la perspectiva del servidor público, mismo que esta consiente de las falencias y necesidades frente a la atención que brinda a la ciudadanía, pues es de interés de este departamento municipal identificar las causas que generan una mala calidad del servicio para posteriormente tomar acciones correctivas por un mejor bienestar tanto de la ciudadanía como de la institución.

1.2. Antecedente

El alto volumen de reclamos tributarios que ingresa a la Unidad de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca y la diversidad de asuntos como: re liquidaciones de títulos de crédito de diferentes tributos, solicitudes de pagos indebidos o en exceso, exoneraciones tales como: ley del anciano, discapacidad, artesanos calificados entre otras, de igual manera se atiende reclamos de multas por infringir ordenanzas municipales, y en general brinda atención al contribuyente frente a inquietudes o dudas que este tenga, hace que la calidad en la atención se vuelve deficiente y se convierte en un punto crítico de la Unidad de Rentas y Tributación, por ese motivo se ha considerado al autor Lovelock C., & Wirtz, J. (2015) quien después de varias investigaciones publica que “la gente piensa que ha esperado más tiempo por un servicio de lo que en realidad ha esperado” realmente la pérdida de tiempo provoca insatisfacción en el contribuyente y eso desencadena en emociones fuertes como el enojo, por eso el filósofo William James considera que “el aburrimiento es el resultado de poner atención al paso del tiempo” motivo por el cual se atreve a recomendar a los proveedores de servicios a ser creativos y buscar la manera de que el tiempo que tenga que esperar el cliente sea más agradable, por ejemplo en la Unidad de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca, en algún momento se ha pensado implementar pantallas con videos informativos sobre los distintos tributos, tasas y contribuciones que los ciudadanos de

carácter obligatorio deben cancelar año a año, de esta manera se entretiene e informa de manera general al contribuyente y no de uno en uno como se acostumbra hacerlo. (P.244)

Además la deficiencia demostrada por parte de los servidores públicos en la atención denota malestar o inconformidad en el cliente externo (contribuyente) e incluso en el cliente interno (servidor público), situación que inicia por una falta de capacitación del personal, falta recursos financieros, recursos materiales e incluso la falta de un adecuado espacio físico, en este último punto Lovelock C., & Wirtz, J. (2015) señalan que es importante que el entorno físico de una empresa y a la vez de las oficinas “impacten a los cinco sentidos” de esto depende el bienestar emocional, las percepciones e incluso las actitudes y la conducta tanto del cliente como del prestador del servicio, todas estas situaciones ha generado que la Unidad Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca emprenda correctivos que permitan satisfacer las necesidades e inquietudes manifestadas por la ciudadanía, y que a su vez permita brindar un mejor trato y servicio al contribuyente y a la sociedad en general. (P.262)

1.3.Problema

Según datos del sistema gubernamental de manejo de información denominado Quipux, la Unidad de Rentas y Tributación del GAD Municipal del cantón Cuenca, recibe a diario entre 40 a 50 trámites lo que significa que mensualmente bordea un aproximado de 1.000 solicitudes u oficios, mismos que abarcan entre: reclamos tributarios, solicitudes de pagos indebido o en exceso, exoneraciones, multas; etc, además que la Unidad atiende un promedio al día entre 60 a 80 personas, que presentan inquietudes o dudas generando de esta manera sobrecarga laboral en el personal de la Unidad de Rentas y Tributación, en este caso Lovelock C., & Wirtz, J. (2015)

comentan que las empresas de servicios son los trabajos más demandantes, ya que existe contacto directo con los clientes, los empleados son el vínculo entre el interior y el exterior de la institución u organización y por lo tanto se espera que estos sean ágiles y eficientes en el desempeño de sus tareas cotidianas y a su vez brindar un servicio de excelencia, pero lamentablemente en la Unidad la situación se torna de manera distinta, pues existe demora en la atención a las solicitudes y reclamos presentados por la ciudadanía, claro que el problema no nace en esta oficina sino en otros departamentos municipales que se encuentran vinculados a la Unidad en mención. (P. 280)

Es importante señalar la falta de coordinación entre las diferentes áreas municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca, la falta de procesos, el desconocimiento en cuanto al tema de tributos por parte de los servidores públicos, la falta de recursos tecnológicos que no ha permitido digitalizar (informatizar) los trámites y servicios tributarios, en este caso Lovelock C., & Wirtz, J. (2015) comenta que uno de los problemas asociados a las empresas o instituciones es la “espera en fila” lo que implica pérdida de tiempo y malestar en la ciudadanía, por eso considera que una estrategia ideal sería la “espera en línea”, es decir presentar las quejas o reclamos vía on-line, de esta manera se evita la aglomeración de personas en las oficinas, se brinda mejor atención y trato al contribuyente, se agilizan los procesos tributarios y a su vez reduce la carga laboral en el personal. (P.242-243)

Otros inconvenientes presentes en la Unidad de Rentas y Tributación es el espacio físico inapropiado y la poca capacitación en cuanto al trato que se debe brindar al cliente; factores que han desencadenado un gran malestar e inconformidad en el contribuyente al no haber recibido la atención oportuna y eficaz que esperaba, sin embargo el contribuyente esta en todo su derecho de presentar una queja del trato que

ha recibido ya sea en la Defensoría del Pueblo o hasta en la misma Dirección de Recursos Humanos del GAD Municipal del Cuenca, pero Lovelock C., & Wirtz, J. (2015) indican que solo del 5 al 10% de los clientes que se sienten insatisfechos presentan una queja, el resto prefiere evitar perder tiempo ya sea hacer un oficio, correo electrónico o llamada telefónica, simplemente desean evitar una confrontación, además de que los clientes no tienen la seguridad de que su queja será atendida de manera oportuna. (P.352)

1.4. Justificación

El desarrollo del presente tema es una fuente de información que en algún momento puede servir o aportar a futuras investigaciones relacionadas al mismo contenido.

Para la Unidad de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca es importante determinar la cantidad de trámites que ingresa a diario por el sistema gubernamental Quipux así como las necesidades que presenta esta Unidad que no permite dar un trato ágil y oportuno al contribuyente para en algún momento tomar acciones correctivas frente a cada una de las distintas conclusiones que se podrá evidenciar al finalizar este ensayo, y de esta manera otorgar un mejor trato y servicio al cliente.

Es importante que las críticas, comentarios y sugerencias aportadas por el servidor público sean considerados frente a la atención que se oferta no solo en la Unidad de Rentas y Tributación sino también en las distintas instituciones públicas, con el fin de generar cambios positivos a beneficio de la sociedad.

Desde un enfoque empresarial, mejorar la calidad de atención, cumplir los objetivos con el menor recurso posible hace que la Unidad de Rentas y Tributación sea

más eficiente y eficaz, comprometiendo la atención y transformando la calidad del servicio a entregar al ciudadano y a la sociedad.

1.5.Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo general:

Analizar el servicio de la Jefatura de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca desde la perspectiva del servidor público.

1.5.2. Objetivos específicos:

- ✓ Identificar la cantidad de trámites y reclamos ingresados a diario a la Unidad de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca.
- ✓ Determinar los principales factores o necesidades que no permiten que la Jefatura de la Unidad de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca brinde un servicio de calidad.
- ✓ Identificar la fundamentación teórica más relevante que permita llegar a conclusiones útiles para la Unidad de Rentas y Tributación del Cantón Cuenca.

Capítulo 2

Fundamentación Teórica

El presente capítulo tiene por objeto exponer la revisión bibliográfica más relevante relacionada al análisis del servicio que brinda la Jefatura de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca desde la perspectiva del empleado público, basada en teorías del Marketing de Servicios, Marketing Digital y Comportamiento del Consumidor, siendo estas áreas las más involucradas con el tema y que a su vez permitirán el óptimo desarrollo del presente documento.

Es importante partir de un concepto en general sobre el significado del Marketing para de ahí explorar y estudiar varias ramas involucradas en la carrera de mercadeo, pero sobre todo obtener un enfoque específico de aquellos temas involucrados en el estudio.

Según Kotler & Armstrong (2017), consideran que la mayoría de las personas creen que el Marketing solo consiste en vender y hacer publicidad en la tv, redes sociales, catálogos, mensajes en línea, llamadas telefónicas, etc. es decir atacar de alguna manera el diario vivir de los individuos, pero lamentablemente si no se publicitara las personas no conocerían del producto o servicio y por lo tanto no existirían las ventas, así que hay que reconocer que la publicidad y la promoción son herramientas indispensables para una empresa, prácticamente es la punta del iceberg del marketing. Hoy en día el marketing debe entenderse no en el sentido tradicional de realizar una venta como “hablar y vender”, sino más bien en el sentido moderno de satisfacer las necesidades que el cliente pueda tener y una vez que el marketero ha logrado involucrarse con los consumidores y sobre todo entender las necesidades que estos puedan tener es mucho más fácil crear productos o servicios que ofrezcan un

valor superior a las expectativas del cliente, fijar precios de manera adecuada, distribuir y promover de manera eficaz, sin duda alguna el producto o servicio se venderá con facilidad y de manera exitosa. (P.5)

2.1. Marketing de Servicios

El Marketing de Servicios según Lovelock & Wirtz (2015), “son actividades económicas entre dos partes, lo que implica un intercambio de valor entre el comprador y el vendedor en el mercado”. Se pueden describir a los servicios como desempeños que se basan en el tiempo, es necesario destacar que los compradores o usuarios adquieren servicios con el fin de solventar deseos o necesidades, sin embargo existen empresas que comercializan servicios de manera explícita como “soluciones” a posibles necesidades de clientes, por este motivo es necesario destacar que mientras los clientes busquen obtener un valor por la adquisición del servicio a cambio de su dinero, tiempo y esfuerzo, el valor proviene del acceso a una amplia diversidad de elementos que crean valor y no de la transferencia de la propiedad. (P.15)

2.1.1. Los elementos intangibles dominan la creación de valor.

Lovelock & Wirtz, (2015) mencionan que “los servicios incluyen elementos físicos tangibles” como ejemplo los alimentos que se comercializan en restaurantes, los pasajes de avión, entre otros, sin embargo como muestra la perspectiva de la ausencia de propiedad de los servicios con elementos intangibles como por ejemplo la mano de obra, son elementos que dominan la creación del valor en el desempeño del servicio.

La intangibilidad puede verse involucrada en una dimensión mental y física, por lo que no es fácil comprender y visualizar la intangibilidad mental, peor aún tocarla físicamente ni mucho menos experimentar con otros sentidos, este es el caso de la Jefatura de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca que oferta un servicio

intangibles físicos y mentales, solo en algunos de los casos se entrega de manera física una resolución o documento legal que este vendría a ser el producto final luego de la presentación del trámite o queja.(P.15)

Es necesario destacar que Pacheco & Mazon (2014), en su tesis de Plan de Marketing Turístico para el cantón Colta Provincia de Chimborazo, indican que en los últimos años el 20% del valor en lo que respecta al comercio internacional corresponden al sector de los servicios, de la misma manera consideran que los servicios deben ser clasificados de la siguiente manera:

- **Intangible:** aquellos que no pueden ser percibidos por ningún sentido.
- **No perdurables:** no pueden ser almacenados, ni para usarse ni venderse.
- **Inseparable:** no pueden ser separados de los proveedores, por ejemplo, un empleado ya sea público o privado forma parte del servicio, la interacción proveedor-cliente es una característica específica del marketing de servicios.
- **Variabilidad:** depende de la calidad con la que se esté entregando el servicio, aquí influye la calidez y educación del empleado, por ejemplo, en las instituciones públicas con frecuencia se puede observar empleados que atienden a los usuarios de manera ineficiente pero también existen aquellos funcionarios amables y educados que solventan las inquietudes de los usuarios de manera oportuna y eficaz.

2.1.2. Marketing Mix de los Servicios.

Fernandez. V. (2015) menciona que el marketing mix consiste en la mezcla de 4 elementos que permiten que al momento de ejecutar una estrategia esta sea efectiva, de la misma manera destaca que el mix consiste en la creación de servicios y productos que permitan satisfacer necesidades.

Pero los autores Lovelock & Wirtz (2015), indican que cuando los mercadólogos desarrollan estrategias para comercializar bienes manufacturados por lo general se concentran en 4 elementos estratégicos básicos que son: producto, precio, plaza y promoción a los que se les denomina las “4Ps” del Marketing, pero con el tiempo el marketing ha evolucionado y por lo tanto las “4Ps” ya no son suficientes para solventar los problemas que surgen del marketing de servicios, es por ese motivo que ha surgido la necesidad de incrementa “3Ps” relacionadas con la entrega de los servicios estas son: proceso, entorno físico y personal, ahora si estos 7 elementos son los ingredientes necesarios para crear estrategias viables que permitirán solventar las necesidades del cliente en un mundo de marketing cada vez más competitivo. (P.22)

2.1.3. Modelo de Consumo.

Según Lovelock & Wirtz (2015) “el consumo de servicios se divide en tres etapas principales: previa a la compra, encuentro del servicio y posterior al servicio”.

1. La etapa previa a la compra inicia al momento de nacer una necesidad por parte del cliente y se destacan 4 pasos:

- ✓ Conciencia de una necesidad
- ✓ Búsqueda de información
- ✓ Evaluación de las alternativas
- ✓ Decisión de compra

2. La etapa encuentro del servicio, es el encuentro entre el proveedor del servicio y el cliente, aquí depende de las habilidades y destrezas por parte del proveedor para convencer a su cliente que vale la pena adquirir el servicio que está ofertando, el encuentro puede ser de alto contacto, es decir cuando el cliente tiene interacciones con la empresa que oferta el servicio de una manera física y tangible como por ejemplo el ingreso de un paciente al hospital; mientras que de bajo contacto se refiere a la poca o

nula presencia física entre los proveedores y clientes, este tipo de contacto se da por ejemplo al momento de realizar una compra en Internet, es decir el contacto se da a través de canales electrónicos o físicos de distribución, tendencia que está creciendo de manera acelerada, pues gracias a la tecnología muchas compras así como trámites gubernamentales o legales se los hace desde la comodidad del hogar.

3. En la etapa posterior al servicio el cliente realiza una evaluación del desempeño del servicio que recibió y compara los niveles de expectativas que tenían para posteriormente formar criterios o juicios comparativos, estos pueden ser positivos o negativos, pero para el cliente es fácil si realmente el servicio ofertado no cumplió las expectativas que este esperaba, por lo tanto buscará otro proveedor y la única que pierde es la institución o empresa. (P.36)

2.2. El Marketing Digital

Según Chaffey & Ellis (2014) consiste en “lograr los objetivos de marketing mediante la aplicación de tecnologías digitales” (P.10).

Al tener un enfoque de estos dos autores se puede decir que la era de la tecnología ha crecido de manera acelerada y poco a poco el marketing se ha ido inmiscuyendo en ella, tal es el caso que ahora la mayoría de las personas prefieren comprar de manera on-line sin necesidad de salir de sus hogares, o vender por redes sociales como Facebook e Instagram que son las redes más conocidas y manejadas, así mismo las grandes marcas mundiales hacen sus lanzamientos de nuevas líneas a través del Internet, las empresas gubernamentales como municipios entre otras instituciones públicas dan información y cobran hasta los impuestos mediante una página web siempre y cuando sean poseedores de una tarjeta de crédito, para muchos se ha acabado el tormento de acudir al banco y hacer enormes filas ya sea para depósitos, transferencia u otro tipo de trámite bancario, pues ahora existen los cajeros inteligentes

en cada barrio, centro comercial, gasolineras y hasta en instituciones educativas y claro que no podía faltar las famosas páginas web en las cuales se puede realizar cualquier tipo de pago o transferencia.

Los niños aprenden a través del Internet, los abuelos leen sus periódicos desde sus celulares, las madres pueden vigilar a sus bebés desde donde estén ellas ya sea en otro país, ciudad o estado hasta en donde estén sus hijos solamente con tener una aplicación en sus celulares, de esta manera la tecnología ha facilitado la vida a cientos de personas ahorrando factor tiempo y factor humanos

Claro está que, así como ha facilitado la vida y a su vez enseña tanto, nunca falta aquel que utilice la tecnología con el fin de perjudicar a otros aquí se menciona a los famosos hackers de cuentas bancarias y redes sociales, que lo único que buscan es perjudicar a otros, también están aquellos que trafican personas como niños y mujeres vendiéndoles de manera sexual a través de la web. El Internet es una herramienta de doble filo o sacas provecho de todos los beneficios que esta brinda o simplemente destruyes la vida de alguien o cometes otra clase de delitos merecedora de una sentencia legal.

2.2.1. Principales características de la estrategia de marketing digital.

Chaffey, D., & Ellis, F., (2014) “mencionan que la interacción en integración entre canales de Internet y canales tradicionales son una parte importante del desarrollo de la estrategia de marketing por Internet”, es por ese motivo que considera importante tener en cuenta que la estrategia de marketing por Internet es esencial en una estrategia de marketing en canal, pero sobre todo es importante integrarla con otros canales con el afán de que formen una estrategia multicanal. Es necesario que el marketing por internet cumpla los siguientes parámetros:

- ✓ Mantener una alineación con la estrategia de negocio.
 - ✓ Los objetivos tanto para el negocio como para el desarrollo de la marca deben ser claros y concisos
 - ✓ Ser razonable con los distintos tipos de clientes que utilizan los canales digitales y a su vez llegar de manera eficaz a otros.
 - ✓ Mantener contacto continuo con los clientes que utilizan los canales digitales.
 - ✓ Establecer una propuesta de valor para el canal digital que resulte atractiva y a su vez comunicar de manera eficiente a los clientes.
 - ✓ Definir y combinar herramientas de comunicación que permitan atraer a nuevos clientes utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, etc.
 - ✓ Conocer el ciclo de vida de los clientes cuando están en línea, utilizando las etapas de atracción que hacen posible que los clientes visiten las distintas páginas web.
- (P.14)

2.2.2. Beneficios del Marketing digital.

El experto en Marketing Digital y Nuevas Tecnologías Alexander Lacayo (2018), indica que al utilizar el marketing digital involucrando varias técnicas y estrategias se puede comercializar ya sean productos o servicios por medio del internet, lo que a su vez genera una serie de beneficios como: fidelización de clientes, aumento de la ventas, cobertura a nivel mundial, mayor reconocimiento de la marca, disminuye los costos publicitarios, ya que la promoción tradicional es sumamente costoso, entre otros.

Además Lacayo (2018), considera que el “Internet y las TIC brindan herramientas poderosas capaces de desarrollar estrategias de Marketing empresarial”,

destacándose entre estas las páginas web de estilo corporativo, mismas que son la imagen de una empresa en el ámbito del Internet, por es necesario e indispensable que estas sean originales, llamativas y de fácil manejo, pues de estos factores depende que el usuario la visite o caso contrario quede como una página obsoleta más en el Internet, además es necesario identificar cual de todas las redes sociales existentes en el mercado digital son las más visitadas y conocidas por clientes o usuarios para por medio de estas canalizar promociones, mensajes y publicidad ya sea de productos o servicios que oferten las distintas empresas y así dar a conocer a la misma.

2.2.3. Las redes sociales en el sector público.

Gil-García, Criado & Telléz, (2017) menciona que los elementos de contraste entre las organizaciones tradicionales y las organizaciones con la nueva filosofía 2.0 son remarcables, pero en la administración pública apoyada en la *Web* tradicional realiza la prestación de servicios en línea de manera transaccional, es importante destacar que la nueva administración pública se enfoca de manera emergente en las iniciativas compartidas entre el ciudadano o contribuyente y el empleado público, considerándoles como el núcleo principal.

Al analizar el criterio de los autores antes mencionados se puede decir que de esta manera las tecnologías sociales han dado paso a grandes oportunidades que han permitido mejorar la atención gubernamental, pues con ello se eliminan los famosos trámites burocráticos que han sido de gran malestar para el cliente al momento de acercarse a una institución pública ya sea para pedir información o realizar un trámite, además el uso de estas herramientas digitales permite que la atención a la ciudadanía sea ágil y eficiente, dando fin a los engorrosos trámites públicos, pero sobre todo permite que exista una mejor transparencia administrativa ante sus dirigidos y de esta manera al digitalizar procesos el beneficio no es solo para el cliente o en el caso de la

Jefatura de Rentas y Tributación sería el contribuyente, sino para todos los servidores públicos involucrados en esta área empezando desde el Alcalde de la ciudad que es quien en mucho de los casos legaliza el trámite con su firma.

2.3. El Comportamiento del Consumidor

En el artículo de internet sobre Teorías Motivacionales desde la perspectiva del consumidor publicado por Sergueyevna & Mosher (2013) en Redalyc; consideran al comportamiento del consumidor como a una de las ramas más importantes del marketing, su principal objetivo es identificar las necesidades del consumidor y solventarlas.

Mientras que Solomon, (2017) manifiesta que el comportamiento del consumidor involucra una serie de áreas: es el estudio de los procesos que intervienen cuando los individuos o los grupos seleccionan, compran, usan o desechan productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidad o deseos. (P.6).

Mientras tanto los autores Leon y Wisenblit, (2015), destacan que el principal papel del marketing es identificar necesidades no satisfechas, para de esta manera poder crear productos y servicios que satisfagan las necesidades detectadas, pero para esto es importante determinar el comportamiento del consumidor así como los recursos que estos tienen disponibles y de qué manera toman las decisiones para gastar sus recursos monetarios, tiempo y esfuerzo frente al mercado (P.2)

Una vez que se ha analizado el criterio o concepto de estos autores se puede llegar a la deducción de que el comportamiento del consumidor no es nada más que la forma psicológica de actuar por parte de los individuos frente a la adquisición de bienes o servicios, en el caso de algunos clientes simplemente adquieren el bien porque desean darse un lujo, mientras que otros realmente sienten la necesidad de poseer ya sea un producto o servicio que permita solventar la necesidad que este atravesando.

Es importante considerar que Escalante (2016), considera que se debe tener en cuenta que existen factores externos que influyen en el momento de realizar una compra o recibir un servicio y son:

Factor Cultural: en este factor se destacan los valores, preferencias, percepciones que una persona pueda tener ya sea porque aprendió del hogar del que viene u otras instituciones de prestigio.

Factor Social: este factor es el responsable en muchos de los casos de la conducta de un comprador, pues este factor deduce que la sociedad tiene mucho que ver al momento de elegir un producto o servicio, pues esta puede influenciar de manera interna o externa en la decisión de compra o adquisición del servicio.

Dentro de este factor es importante tener en cuenta que León y Wisenblit, (2015) manifiestan que existen 5 tipos de clases sociales: la primera es la clase alta que se enfoca en familias pequeñas con alto status económico pertenecientes a distinguidos clubs sociales; luego está la segunda clase social que es la media alta y está enfocada en personas universitarias que han decidido tener una carrera profesional que con el paso de los años les ha permitido ser dueños o gerentes de grandes empresas; la tercera clase social es la clase media baja, enfocada en los trabajadores con remuneraciones, visten a la moda y son de costumbres religiosas; la cuarta clase social denominada como clase baja se enfoca en aquellas personas que carecen de empleos y por lo tanto sobreviven para el diario, es por este motivo que no tienen mayor oportunidad de adquirir productos como electrodomésticos y peor un vehículo o casa. (P.-230-259)

Factores personales: hace referencia a una serie de características personales como la edad, ocupación, personalidad, entre otros.

Es importante saber que los estilos de vida de los consumidores, son patrones que determinan la forma de actuar y el interactuar en el mundo, además influyen en la elección que tengan los compradores al momento de adquirir un servicio o producto.

Factores psicológicos: la motivación, percepción, aprendizaje y actitudes, brindan una perspectiva diferente que permite entender de qué manera funciona la mente de los compradores, aun cuando los marketeros no son capaces de controlar estos factores, siguen siendo útiles porque permiten identificar y comprender a los consumidores en quienes los mercadólogos o marketeros están tratando de influir.

Ruiz de Maya y Grande, (2013) expresan que los factores internos son condiciones propias de cada individuo que tiene que ver con sus facultades de personalidad y cognitivas, en la mayoría de las veces estas pueden ser generadas de manera interna, pero en ciertas ocasiones se debe a las experiencias de cada ser humano durante su diario vivir, estos factores son: percepción, aprendizaje, memoria, actitudes, personalidad y estilos de vida. (P.30)

Ruiz de Maya (2013), manifiesta que la percepción es un proceso de captación y evaluación de estímulos provenientes del exterior, seleccionados y organizados que permiten entender el mundo de una mejor manera. Estudiar las percepciones resulta interesante ya que permite tomar decisiones de una mejor manera con respecto al marketing. (P.30)

A continuación, un ejemplo: diseñar campañas de comunicación eficaces: Con respecto al cobro de Tributos, Tasas y Mejoras de la ciudad, el GAD Municipal de Cuenca tiene la necesidad y la obligación de informar a la ciudadanía sobre todos los impuestos que cobra, el motivo y de qué manera lo hace, así como ubicar puntos de atención al contribuyente en lugares estratégicos como centros comerciales y demás

lugares de influencia peatonal, entregar trípticos, realizar publicidad móvil en calles y avenidas así como en las principales redes sociales, con el propósito de mantener informado a la ciudadanía y a su vez dar un trato eficaz y eficiente. Cabe destacar que Ruiz de Maya (2013), considera que la edad, la necesidad, la cultura, los valores sociales, la expectación, los colores, tamaño, precio y envases son otros de los tantos factores que afecta a la percepción. (P.32)

Es importante mencionar que en el artículo de internet sobre las Teorías Motivacionales desde la perspectiva del consumidor publicado por Sergueyevna & Mosher (2013) en Redalyc; destacan tres teorías importantes para el comportamiento del consumidor, a continuación:

2.3.1. Teoría de las necesidades de Maslow.

Se identifican 5 niveles distintos de necesidades por medio de una estructura piramidal, en la que las necesidades básicas se encuentran en la parte inferior y las superiores o racionales en la parte superior. En esta teoría la persona escala gradualmente dicha pirámide conforme vaya satisfaciendo sus necesidades.

2.3.2. Teoría del factor dual de Herzberg.

Esta teoría se centra más en el ámbito laboral y por ende tiene poco que ver en el comportamiento del consumidor. Se divide en dos grupos: factores higiénicos mismos que se refieren a los 3 principales escalones de la Pirámide de Maslow (fisiológicos, de seguridad y sociales); y los factores motivacionales se enfocan en los niveles superiores, es decir tiene que ver con la autorrealización de una persona.

2.3.3. Teoría es la de McClelland.

Esta se enfoca en tres características importantes: poder, logro y afiliación, el logro es nada menos que el deseo que tiene una persona de llegar a cumplir una actividad, el poder hace referencia a que el ser humano se sienta superior ante otro

individuo ya sea porque posee un bien o servicio y la afiliación permite generar el poder y el logro dentro de todo este proceso.

Capítulo 3

Marco Referencial

Rodríguez (2014), comenta que desde que se dio el boom petrolero en el Ecuador, el bien o mal llamado oro negro ha permitido que el país genere estabilidad económica durante décadas, pues la economía del Ecuador dependía básicamente de este elemento natural no renovable, frente a este enfoque Vidal, M.E., Caraguay M.M. & Salcedo V. (2017), opinan que en los últimos años ha existido gran interés por reducir esta dependencia por parte del Estado, motivo por el cual se ha dado una serie de reformas tributarias con el propósito de aumentar los ingresos fiscales mediante el incremento de la presión tributaria. (Pág.526)

Silva (2013) considera que desde la llegada al poder del ex Presidente Rafael Correa, han existido varios cambios normativos en materia tributaria en el Ecuador tanto en lo que compete a personas naturales como jurídicas. (P.24-25)

Todas las reformas surgidas en el país durante estos últimos años afecto el panorama económico del Ecuador, motivo por el cual se vio la necesidad de incrementar los ingresos tanto gubernamentales como municipales.

Sanz (2014), considera importante destacar que, de acuerdo a la teoría económica, un aumento en los impuestos ocasiona un incremento en los ingresos estatales, pero llega un punto en donde los tributos ya no influyen positivamente en la recaudación fiscal, ya que la presión ejercida por el Estado en lugar de generar mayor recaudación, generan un decrecimiento en la misma. (Pág. 2).

En un enfoque realizado por el ex Presidente del Ecuador, Rafael Correa en el Enlace Ciudadano 390 y publicado en la página web de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, manifestó que el principal problema sobre el tema de los impuestos nace en los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) Municipales,

mas no en el Central, reconoce que existe una gran cantidad de impuestos municipales, pero lo que se recauda por todos estos es muy bajo, es por ese motivo que los GAD dependen del Gobierno Central, pues el 73% de los ingresos percibidos por los municipios provienen de las transferencias dadas por el Gobierno y que solo el 21% corresponden a los ingresos de los GAD.

El ex mandatario, Rafael Correa destacó que los GAD Municipales tienen 12 impuestos, 7 contribuciones especiales de mejoras y 8 tasas y que los municipios que mayor cantidad de dinero recaudan a nivel del todo el Ecuador son Quito y Guayaquil.

En el caso del Municipio de Cuenca, en el Tiempo Diario de Cuenca (2018), el tesorero municipal, Wilson Campoverde, informó que el pago de los impuestos del 2018 incremento entre el 0.25 por mil y el 1.5 por mil de acuerdo al avalúo de los predios, además se debe pagar por obras de beneficio general ejecutadas a nivel de la ciudad que bordean los 10 millones de dólares, a más de estos tributos se debe cancelar también las tasas del Cuerpo de Bomberos y Seguridad Ciudadana.

3.1. Análisis de los servicios públicos en el Ecuador

En el Diario el Telégrafo (2015), público que según una investigación realizada por el Banco Internacional (BID) entre el 2011 y 2015, se concluyó que el Ecuador en cuanto a eficiencia brindada en el servicio público ocupa el sexto lugar. Hace no más de 4 años ocupaba la penúltima posición con 21 puntos sobre 100, pero en la actualidad ha superado este promedio y ha logrado llegar a los 41 puntos.

Esta medición se la realizó en base a una muestra de 7 instituciones públicas del Ecuador en base al cumplimiento de las prácticas humanas contempladas en la Carta Interamericana de la Función Pública.

En realidad la última investigación que se realizó sobre el servicio del sector público en el Ecuador fue en el año 2015, por Luciano Astraza basándose en

investigaciones y estudios efectuados en el 2011; de esta manera consolido estas dos investigaciones e introdujo una serie de mejoras dentro del tema en mención, como por ejemplo la creación del Instituto Nacional de la Meritocracia, el cual ha permitido que por medio de los concursos de méritos y oposición se permita ocupar un cargo profesional dentro el Estado Ecuatoriano de manera transparente.

De una manera general en torno al análisis de los servicios públicos en el Ecuador, Tonato (2017), expone que durante el año 2014 se receptaron 3183 quejas de personas, de las cuales el 27% hacen referencia a un trato descortés que han recibido por parte de algún funcionario público, el 26% falta de conocimientos por parte del servidor público, y el 18% por demora en trámites o pérdida de los mismos.

Es importante destacar que el 24% de las quejas corresponden a la provincia de Pichincha, en su mayoría al Cantón Quito con un 29%, esta información es conforme a la Base de datos a nivel nacional sobre quejas de los ciudadanos en cuanto al trato recibido por parte de entidades públicas por medio de herramientas como: correos electrónicos, buzones de quejas instaladas en cada dependencia pública, entre otras.

Tonado destaca que según los datos proporcionados por el Ministerio de Trabajo, la institución pública con mayores problemas en cuanto al servicio que brinda a sus usuarios es el IESS, en realidad esta lidera el ranking de instituciones públicas con mayor número de quejas que alcanza el 31.67% de un total de 47 instituciones, siendo Quito la principal ciudad de Ecuador de la que nace los mayores inconvenientes presentados por la ciudadanía en cuanto al trato recibido por los funcionario públicos de las distintas instituciones del Estado. (P.25)

3.2. Evolución de la atención del servicio tributario.

En realidad, pocas son las instituciones públicas que han evolucionado en cuanto al trato al cliente, en los últimos años se han venido esforzando por brindar un servicio eficiente, eficaz y oportuno, tal es el caso del Servicio de Rentas Internas SRI, que ha introducido varios de sus servicios al mundo del internet, de esta manera se optimizan

recursos materiales, financieros y humanos, pero sobre todo brindan atención a sus contribuyentes desde la comodidad de sus hogares.

Desde el 2 de abril del presente año el SRI ofrece una serie de trámites vía online como: recuperación de claves, actualización y suspensión del RUC, emisión de claves entre otros, se espera que para el 2018 se atienda un aproximado de 500 mil contribuyentes través de la Web, indicó Diario el Universo (2018).

El Servicio de Rentas Internas es una institución gubernamental que opera a nivel nacional en la recaudación de impuestos, muy parecido al trabajo que hace la Jefatura de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca solo que esta recauda los impuestos a nivel local, la diferencia entre estas dos instituciones es que el SRI ha optimizado recursos humanos, monetarios y tiempo porque ha conseguido digitalizar varios de sus procesos, de esta manera ha logrado solventar las necesidades de sus contribuyentes de manera ágil y oportuna.

Es importante destacar que Villafuerte (2017), analiza que debido a los varios cambios administrativos y estructurales que se han dado en los últimos años en el Ecuador, se ha visto afectado de manera directa e indirecta el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes quienes no han sido “incentivados” mayormente para que cancelen sus obligaciones tributarias.

3.3 Entrevista a funcionaria del GAD Municipal de Cuenca.

Con el fin de tener una mayor visión sobre cómo se encuentra actualmente la atención al público en el área del Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca, se ha determinado ejecutar una entrevista a la Jefa del departamento municipal en mención, la Lcda. Patricia Calle Calle, quién además no solo brinda una visión del servicio que se presta al público en el Municipio de Cuenca si no de la atención que presta en el Servicio de Rentas Internas SRI a los contribuyentes, al ser funcionaria de esta institución pública por varios años pero que actualmente labora con servicios

prestados en el GAD en mención, con amplios conocimientos en el área de tributos y atención al público gracias a su trayectoria como servidora pública.

La entrevista se realiza dentro del GAD Municipal de Cuenca, con el propósito de que la información plasmada en este artículo sea transparente y que la persona entrevistada se sienta cómoda y en confianza desde su oficina.

Para esto es necesario explicar el concepto de la entrevista sobre el cual Kotler P. & Keller K. (2016), indica que “este método es el más versátil puesto que el entrevistador puede hacer más y anotar observaciones adicionales como su lenguaje corporal y su atuendo”, sin embargo, este método es costoso, corre el riesgo de que exista sesgo por parte del entrevistador, es importante que la entrevista sea planeada y supervisada. (P.112).

La entrevista personal según Kotler P. & Armstrong G. (2017), puede ser de dos tipos: entrevista individual es aquella la que permite hablar con la persona desde la comodidad del hogar u oficina, es flexible, los entrevistadores deben estar capacitados porque son quienes guían la entrevista, explican las preguntas, exploran el entorno en el que se encuentran y analizan el comportamiento del entrevistado, sin embargo, son costosas; mientras que la entrevista grupal o más conocida como focus group, consiste en invitar a un grupo pequeño de personas dirigidos por un moderador que se encarga de promover un debate simple y sencillo sobre un determinado producto o servicio que ofrece una empresa o institución.

La entrevista es una herramienta cualitativa que permite conocer los sentimientos y pensamientos del entrevistado. (P.112-113).

A continuación se realizó una entrevista a la Lcda. Patricia Calle Calle

Jefe de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca en torno al servicio que brinda la Jefatura a su cargo.

1. ¿Cómo califica usted el servicio que presta en la actualidad la Unidad de Rentas y Tributación?

La atención que se brinda en la Unidad de Rentas y Tributación es oportuna y eficaz para el volumen de trámites que ingresa a diario a esta Unidad, pero todo esto es posible gracias a la colaboración y conocimientos del personal

2. ¿Cómo califica usted la percepción de la ciudadanía frente al servicio en la atención que presta la Unidad de Rentas y Tributación?

Es importante indicar que el servicio que presta las instituciones públicas tiene falencias, pero cabe indicar que en la Unidad de Rentas y Tributación se ha manejado de la mejor manera dando contestación oportuna a cada uno de los trámites, procurando que todas las inquietudes de la ciudadanía sean resueltas en un tiempo estimado.

3. ¿Dentro de la gama de servicios que presta la Unidad de Rentas y Tributación, ha pensado en algún momento sistematizar los servicios y cuál es la finalidad, en otras palabras la Unidad tiene un plan para la informatización?

En el mundo moderno en el que nos encontramos se necesita de varios procesos, es más modernizarnos, pues en otras instituciones ya existe la realización de trámites en línea y eso es lo que hace falta en la Unidad de Rentas y Tributación, es importante contar con declaraciones de impuestos municipales y formularios en línea.

4. ¿Al modificar o al sistematizar los servicios, piensa usted que seremos más eficientes en la gestión de la atención?

Claro que sí, es por ese motivo que ya se ha dado inicio a la sistematización de uno de los servicios que presta la Unidad de Rentas que es el de las Notas de Crédito dando de esta manera atención inmediata al contribuyente por medio del Internet tal cual como lo hacen otras instituciones públicas.

- 5. ¿Al haber usted laborado por 18 años en el SRI y al ser esta una institución pública a nivel nacional, que recomendaría a la Unidad de Rentas del GAD Municipal de Cuenca para que la atención que brinde este departamento sea eficiente y eficaz?**

Realmente lo que falta en la Unidad de Rentas es la sistematización de procesos, es importante partir de este punto hasta que llegue el momento en el que el papel desaparezca.

Capítulo 4

Marco Legal

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados del Ecuador se basan en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización COOTAD, la misma permite definir la autonomía que posee cada uno de los gobiernos municipales frente a las decisiones o acciones que estos deben tomar rigiéndose al marco de la ley.

Luego de haber presentado este enfoque es necesario partir de un concepto sobre lo que es un tributo, según el artículo 6 del Código Tributario es un medio que permite recaudar los ingresos públicos, mismos que servirán para respaldar la economía general del país (P.204)

Mientras tanto en el artículo 301 de la Carta Magna del Ecuador indica que: sólo la Función Ejecutiva mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos, así mismo solo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones, estas podrán ser creadas o regularizadas solo en base a un acuerdo con la ley (P.145)

Con los enfoques jurídicos antes indicados los tributos en nuestro país son prestaciones económicas con carácter obligatorio a ser cancelados por cada uno de los ciudadanos, pues son establecidas legalmente por el Estado Ecuatoriano.

En la Asamblea Nacional, conforme con las atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Función Legislativa, discutió y aprobó el proyecto de Ley Orgánica: CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, AUTONOMIA Y DESCENTRALIZACION (COOTAD), así mismo el Dr. Francisco Vergara O. en calidad de Secretario General de la Asamblea Nacional del Ecuador de fecha 6 de octubre del 2010, celebrada en la

ciudad de Quito, certificó que el proyecto de Ley Orgánica: CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, AUTONOMIA Y DESCENTRALIZACION, fue discutido y aprobado en las siguientes fechas:

PRIMER DEBATE: 29-Julio-2009 (Comisión Legislativa y de Fiscalización)

SEGUNDO DEBATE: 09, 10 y 11-marzo-2010; y, 11-agosto-2010

Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct.-2010, la última modificación fue realizada el 16 de enero del 2015, con estado vigente.

Oyervide (2012), recalca que la ley del COOTAD es el cuerpo legal que controla a los GAD del Ecuador frente al manejo de los recursos financieros, ya que son los encargados de generar sus propios recursos monetarios, fondos que servirán para ser invertidos en obras a beneficio de los cantones. (P.96)

En el artículo 272 de la Constitución del Ecuador establece que el financiamiento de los GAD se lo debe hacer en función de varios criterios como: el tamaño de la población, aquellas necesidades básicas que no han sido satisfechas y el nivel de vida de la población.

Una vez que se ha realizado un análisis teórico, referencial y legal es importante enfocar las respuesta a cada uno de los objetivos específicos planteados al inicio del presente ensayo: (1) Identificar la cantidad de trámites y reclamos ingresados a diario a la Unidad de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca, mismo que según el sistema gubernamental Quipux, fluctúa entre los 40 a 50 diarios sin contar la complejidad que presenta cada uno de ellos dependiendo del caso y el tiempo de demora necesario para dar solución al trámite; (2) determinar los principales factores que hacen que la atención brindada por la Unidad de Rentas y Tributación del GAD Municipal de Cuenca no sea percibida positivamente por parte de los contribuyentes, en este punto lo que ha generado malestar en la ciudadanía es la demora en dar solución a los trámites, la poca campaña informativa y la falta de sistematización de los procesos

o atención vía-online, la cual sin duda alguna permitiría que los trámites tributarios fluyan de una mejor manera y en tiempos más cortos, es por ese motivo que la Unidad de Rentas se encuentra empeñada en mejorar la calidad del servicio para los contribuyentes a través de la digitalización o atención vía Internet dando inicio con un proyecto denominado “digitalización de Notas de Crédito” mismo que ahorrará recursos monetarios para la institución y tiempo tanto para el usuario como para el servidor público, pues este último tendría tiempo de enfocarse en dar solución a otros trámites y de esta manera mejorar la atención al cliente y a su vez reducir la carga laboral; y (3) identificar la fundamentación teórica más relevante que permita llegar a conclusiones útiles para la Unidad de Rentas y Tributación del Cantón Cuenca, en este punto se pudo fundamentar teóricamente con 3 materias que considere necesarias para el desarrollo del presente documento: Marketing de Servicios, por ser la Unidad de Rentas del GAD de Cuenca una institución que oferta un servicio, Marketing Digital por involucrar tecnologías necesarias para un mejor vivir y trato oportuno al cliente a través de la atención vía online y la última materia es Comportamiento del Consumidor, la cual por medio de conceptos explica que el principal objetivo del marketing es identificar las necesidades del cliente y buscar formas de solventarlas o dar solución a cada una de ellas, así como identificar factores culturales, psicológicos, personales y social que permitan entender la necesidad de cada individuo.

Conclusiones

Por todo lo expuesto en el presente ensayo y de manera general es indispensable reconocer que el Marketing es esencial en la vida de toda persona que busca satisfacer una necesidad así como para cualquier empresa ya sea pública o privada que busca ofertar un producto o servicio en este mundo tan competitivo y exigente.

Hoy en día vemos que el Marketing ya no solo se aplica en el sector privado, ahora el sector público o gubernamental se ha ido involucrando poco a poco en la era del marketing para la realización de cada uno de los procesos necesarios para un mejor funcionamiento de la institución y trato al usuario o cliente, sin embargo aún falta mucho por hacer sobre todo en lo que respecta en el buen trato al cliente, quienes a través del pago de sus impuestos hacen posible la ejecución de obras no solo a nivel local si no del país, así como el pago de salarios a los servidores públicos entre otros gastos que son cubiertos gracias a los impuestos que paga la ciudadanía, motivo más que suficiente para brindar un trato digno y eficaz a cada uno de los que conformamos la población de la ciudad de Cuenca.

Al haber realizado un análisis del servicio que brinda la Jefatura de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca y como servidora pública propongo digitalizar los servicios tributarios que esta unidad brinda, pues de esta manera considero que se descongestionaría el proceso que se da a cada uno de los trámites y a su vez reduciría la carga laboral en los servidores públicos no solo de Jefatura de Rentas sino de otras áreas involucradas como son: Ventanilla Única, Tesorería, Dirección Financiera y Dirección de Avalúos y Catastros, pero sobre todo se brindaría una atención eficaz y oportuna a la ciudadanía y por ende reducirían las quejas y malestares que estos presentan a diario.

Rerefencias

- Aguirre, B. (10 de junio de 2018). *El Tributo en el Ecuador* . Obtenido de <http://www.journals.unam.mx/index.php/rfdm/article/view/30250>
- Alcaldía de Cuenca . (2018). *Dirección Financiera / Unidad de Rentas* . Obtenido de http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_direccionfinanciera
- Belmonte, A. V. (2014). *UF-1820: Marketing y plan de negocio de la microempresa*. IC Editorial.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. E. (2014). *Marketing Digital Estartegia, Implemtación y práctica* . México : Pearson Educación .
- COOTAD, C. O. (02 de junio de 2018). C. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/.../dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TE...
- Diario el Comercio . (13 de diciembre de 2017). *El avalúo en Cuenca subirá el 2018*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/avaluo-suelo-cuenca-impuesto-predial.html>
- Diario el Telégrafo. (08 de septiembre de 2015). *Ecuador sube 20 puntos en calidad de servicio público* . Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuador-sube-20-puntos-en-calidad-de-servicio-publico>
- Diario el Tiempo. (01 de enero de 2018). *Comienza el pago de los impuestos prediales* . Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/comienza-el-pago-de-los-impuestos-prediales>

Diario el Universo. (21 de marzo de 2018). Estos son los servicios que el SRI dará únicamente por Internet desde abril. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/03/21/nota/6678106/estos-son-servicios-sri-dara-unicamente-internet-abril>

Ecuador Legal Online. (13 de junio de 2018). *Código Tributario Actualizado*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/codigo-tributario/>

Ecuador.ec Foros. (2018 de junio de 2018). *Carta Magna de Ecuador-EcuadorLegalOnline*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/temas-legales-y-laborales/742-carta-magna-de-ecuador-en-pdf>

Escalante, J. L. (07 de diciembre de 2016). *Los principales factores que influyen en la conducta del consumidor*. Obtenido de <http://marketinglink.up.edu.pe/los-principales-factores-influyen-la-conducta-del-consumidor/>

Espinosa, L. (2016). *Políticas Tributarias y redistributivas en la historia estatal del Ecuador*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=Pol%C3%ADticas+Tributarias+y+redistributivas+en+la+historia+Estatal+del+Ecuador.&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>

F, C. D. (2014). *Marketing digital, estrategia implementación y práctica*. México: Pearson Educación .

Fernandez, V. (2015). *Marketing Mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto*. Obtenido de <https://www.google.com/search?client=firefox-b&ei=PitDW-2dJIOn5gLegYGQBg&q=fernandez+marketing+mix+de+los+servicios+de+informacion+valor+e+importancia+de+la+p+de+producto&oq=fernandez+marketing+mix+de+los+servicios+de+informacion+valor+e+importancia+de+la>

Gil Hernandez , C. Y., Torres Estrada, I. C., & Lopez Torres , Z. A. (2013). *Sistema de Información Científica Redalyc*. Obtenido de Dimensión integral e interdisciplinaria: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491548989010>

Gil-García, R., Criado, I., & Telléz, J. C. (2017). *Redes Sociales y Administraciones Públicas*. Obtenido de Tecnologías de Información y Comunicación en la Administración Pública : <https://www.google.com/search?q=Redes+sociales+y+administraciones+p%C3%BAblicas&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>

Hoffman, K. D., & Bateson , J. (2012). *Marketing de servicios conceptos, estrategia y casos*. México: Cengage Learning.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educacion.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing* . México: Pearson Educación .

Kotler, P., & Keller , K. L. (2016). *Dirección de Marketing* . Pearson Educacion .

Lacayo Mendoza, A. (2018). *Colombia digital marketing*. Obtenido de Beneficios del marketing digital para su empresa: <http://www.colombiadigitalmarketing.com/blog/54-beneficios-del-marketing-digital-para-su-empresa.html>

León G, S., & Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del Consumidor* . México: Pearson Educacion.

Lovelock, C., & Wirtz , J. (2015). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia* . Pearson Educacion.

Ministerio de Defensa Nacional. (13 de junio de 2018). *Ley Organica de la Defensa Nacional*. Obtenido de

de

https://www.google.com/search?q=%3A+https%3A%2F%2Fwww.defensa.gob.ec%2F...%2Fdic15_CODIGO-ORGANICO-DE-+ORGANIZACION-TE&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab

Muñiz, R. (2014). *Marketing de XXL*. Madrid España: Dikinson.

Pacheco, H., & Mazon Moreno, L. (2014). *Plan de Marketing Turístico para el Cantón Colta provincia de Chimborazo*. Obtenido de Tesis previo a la obtención del título de Ingeniería de Gestión Turística y Hotelera: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/661/1/UNACH-EC-IG.TUR-2014-0003.pdf>

Rodríguez García, O. (2014). *Revista Javeriana* . Obtenido de Políticas Petroleras y la maldición de los recursos en Colombia y Ecuador: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/papelpol/article/view/11110>

Ruiz de Maya, S., & Ildefonso Grande , E. (2013). *Casos de comportamiento del Consumidor*. Madrid España: ESIC Editorial.

Saulo, H., Rego, L., & Divino, J. A. (2013). *Econpapers* . Obtenido de Interacciones de política fiscal y monetaria: un enfoque de teoría de juegos: <https://translate.google.com/translate?hl=es&sl=en&u=https://econpapers.repec.org/RePEc:spr:annopr:v:206:y:2013:i:1:p:341-366:10.1007/s10479-013-1379-3&prev=search>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (15 de junio de 2018). *Mucho Impuesto pero baja recaudación* . Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/municipios-mucho-impuesto-pero-baja-recaudacion/>

Sergueyevna Golovina , N., & Mosher Valle , E. L. (2013). *Redalyc.org*. Obtenido de Teorías motivacionales desde la perspectiva de comportamiento del consumidor : <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78228464001>

Silva Legarda , R. M. (2013). Las Reformas Tributarias del Gobierno de Correa. *Revista Gestión*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=silva%2C+r.+m.+%282013%29.+las+reformas+tributarias+del+gobierno+de+correa.+revista+gesti%C3%B3n%2C&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>

Solomon, M. R. (2017). *Comportamiento del consumidor* . México: Pearson Educación .

Tello, F. O. (2012). *La capacidad fiscal de los municipios como gobiernos autónomos ...* Obtenido de <https://www.google.com/search?q=la+capacidad+fiscal+de+los+municipios+fernando+oyervide+tello&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>

Tonato, C. B. (2017). La calidad del servicio público en el Ecuador caso: Centro de atención universal del IESS del Distrito Metropolitano de Quito. *Tesis Maestría en Gestión Pública. Instituto de altos estudios nacionales la Universidad de Post Grado del Estado. Quito, Ecuador.* Obtenido de https://www.google.com/search?client=firefox-b&ei=0BUkW4qtGMH3zgKj26HoAg&q=la+calidad+del+servicio+publico+en+el+ecuador+journal&oq=la+calidad+del+servicio+publico+en+el+ecuador+journal&gs_l=psy-ab.3..33i160k1.4112.10432.0.10812.20.19.1.0.0.0.368.3024.0j4

Vidal Falconi, M., Caraguay Viñamagua, M., & Salcedo Muñoz, V. (2017). *La carga tributaria y recaudación fiscal en el Ecuador: un analisis mediante ka curva de laffer* . Obtenido de <https://www.google.com/search?q=%E2%80%9CCARGA+TRIBUTARIA+Y+RECAUDA>

CI%C3%93N+FISCAL+EN+EL+ECUADOR%3A+UN+AN%C3%81LISIS+MEDIANTE+LA+C
URVA+DE+LAFFER%E2%80%9D&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b

Villafuerte, M. (2017). *Contenido BCE*. Obtenido de Nota Técnica 11 reforma tributaria en Ecuador: su impacto sobre los ingresos tributarios y el comportamiento de los contribuyentes :

<https://www.google.com/search?q=nota+tecnica+11+reforma+tributaria&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>

Anexos

Captura del sistema gubernamental "Quipux"

Quipux GAD Cuenca - Mozilla Firefox

https://oq.cuenca.gob.ec/index/frames.php

Debe iniciar sesión en este red antes de que pueda acceder a Internet. [Abrir página de inicio de sesión en la red](#)

cuenca GAD Municipal del cantón Cuenca

Inicio: (Serv): Patricia Lucia Calle Calle | Institución: GAD Municipal del cantón Cuenca | Área: UNIDAD DE RENTAS | Puesto: Jefe de Rentas y T...

Banderas

Análisis (3/3)

Recibidos (38/52)

Eliminados (0)

Enviados (45)

Reasignados (156)

Archivados (12)

Informados (8)

Tareas Recibidas (8/0)

Tareas Enviadas (9/0)

Banderas de Entrada

Administración

Administración

Archivos

Otros

Esquema Avanzado

Respuesta Trámites

Seguimiento de documentos

Carpetas Virtuales

Por Despedir (20)

Archivar Documentos

Ver hoja de trámite

Guía de despacho

Aceptar envío electrónico

Consultas

Reportes

| No. Documento | Fecha Documento | No. Referencia | Asunto | De | Para | Reasignado Por | Reasignado A | Fecha Reasignación | Justicia | Forma Responsable |
|-------------------------------|-----------------|----------------|---|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------|---|-------------------|
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | OF-UR-021-2019 | SOLOTA LA BAJA DE VALORES | Pablo Raúl Peñafiel Tenorio | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | 2019-07-08 08:27:47 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | OF-UR-070-2019 | SOLOTA REVISION Y BAJA DE LOS VALORES QUE SE HA GENERADO CON CLAVE CATASTRAL No 390913309400 | Pablo Raúl Peñafiel Tenorio | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | 2019-07-08 08:28:14 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-04 | OF-UR-060-2019 | se informa al pedro SO ES URBANIZABLE de acuerdo a la planificación vigente que rige actualmente en el sector aprobado por el Consejo Cantonal el 18 de Enero del 2019, se halla ubicado totalmente, EL USO ESTABLECIDO ES AREA VERDE PARA PARQUE URBANO TABLON DE PINTAMARCA (PARQUE DEL AGUA) | Carlos Romeo Alvarez Heredia | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | 2019-07-08 08:28:26 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-04 | | SOLOTA RESPUESTA SOBRE REVALUO DE PREDIO | Juan Pablo Vidal Dute | María Fernanda Vismilla Almaraz | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | 2019-07-08 08:22:21 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-08-23 | | SOLOTA CORRECCION A VALOR EN LA INVERSION EN EL CODIGO 13.03.002.0002 | David Hernandez Melara | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | 2019-07-08 10:28:54 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | | INVERSION DEL MEJORAMIENTO DE LA VIA DE ACCESO AL SISTEMA WUANCHI - CONSULTA A LA DIRECCION DE PLANIFICACION | David Hernandez Melara | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | 2019-07-08 08:18:38 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | | REMITO RESPUESTA A LA NOTIFICACION RECIBIDA | Carlos Miguel Flores Sanchez | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Enma Gabriela Aguayo Novillo | 2019-07-08 08:19:31 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE, SINOR DAR CONTESTACION INMEDIATA | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | 6172701-2019 | EXTENSION DEL PERIODO DE FINANCIAMIENTO DE LAS OBRAS MUYORQUES | Patricia Lucia Calle Calle | Diego Gerardo Dettini Acosta | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Eduardo Lazo Tuffo | 2019-07-08 12:57:43 | CONDICION Y REVISAR, CORRECCION | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-04 | | SOLOTA REVISION Y BAJA DE TITULOS DE CREDITO | Jose Florentino Sardi Calle | María Fernanda Vismilla Almaraz | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Eduardo Lazo Tuffo | 2019-07-08 08:23:58 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-04 | | SOLOTA DAR DE BAJA LOS VALORES DE LA CLAVE WADPE | Carmona Hernandez Campoverde | María Fernanda Vismilla Almaraz | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Eduardo Lazo Tuffo | 2019-07-08 08:22:44 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | OF-UR-070-2019 | SOLOTA REVISION Y BAJA DE LOS VALORES QUE SE HA GENERADO CON CLAVE CATASTRAL No 390913309400 | Pablo Raúl Peñafiel Tenorio | Patricia Lucia Calle Calle | Andrés Benavente Morales Sánchez | Katy Ligia Ortiz Segura | 2019-07-08 13:33:27 | SE REASIGNA A LA EDCN. KATY ORTIZ PARA QUE DE ATENCION AL TRAMITE POR TENER OTRO EXPEDIENTE RELACIONADO CON EL TEMA "CONDICION Y REVISAR" | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | | SOLOTA LA PRESCRIPCION DEL PASO DE ALDABALAS Y PLUSVALIA | Andrés Benavente Lopez Pizarro | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Almaraz Alvarez | 2019-07-08 08:14:28 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |
| EAC-2019-2019 | 2019-07-08 | | SOLOTA LA PRESCRIPCION DEL PASO DE ALDABALAS Y PLUSVALIA | Jorge Pichon Plaza PLAZA | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Almaraz Alvarez | 2019-07-08 08:16:23 | REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE | |

9:38 10/7/2019

Documentos reasignados, junio 21 de 2018

| Nro. Documento | Fecha Documento | Nro. Referencia | Asunto | De | Para | Reasignado Por | Reasignado A | Fecha Reasignación | Sumilla |
|---------------------------------|-----------------|-------------------------|---|------------------------------|----------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|--|
| DOOPP-1837-2018 | 6/20/2018 | MEMO-DOOPP-CS-0124-2018 | Para trámite remite copia de MEMO-DOOPP-CS-0124-2018 con costos de obras terminadas que se ejecutaron por administración directa (mantenimientos) | Jorge Israel Ochoa Córdova | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:18 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE, VERIFICAR SI LA INFORMACION OTORGADA ES MANTENIMIENTO |
| DOOPP-1838-2018 | 6/20/2018 | MEMO-DOOPP-CS-0125-2018 | Para trámite remite copia de MEMO-DOOPP-CS-0125-2018 con costos de obras terminadas que se ejecutaron por administración directa (mantenimientos) | Jorge Israel Ochoa Córdova | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:18 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE, VERIFICAR SI LA INFORMACION OTORGADA ES MANTENIMIENTO |
| EXT-20906-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITA REVISION DE PREDIO CON CLAVE DUPLICADA | Hugo Patricio Bermeo Yunga | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:15 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20916-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITA REVISION DE PAGO DE PREDIO CON CLAVE DUPLICADA | Marco Giovanni Pineda Chaca | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:15 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20952-2018 | 6/18/2018 | | SOLICITA EXONERAR PAGO DE PREDIO RUSTICO DE CENTRO EDUCATIVO | Sara Beatriz Mosquera Polo | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:19 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20957-2018 | 6/18/2018 | FRT-302 | SOLICITA REVISION POR ERROR EN EL AVALUO CATASTRAL | Fabián Gerardo Avila Sánchez | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:20 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20990-2018 | 6/18/2018 | | SOLICITA DAR DE BAJA VALORES | Hilda Florinda Chica Asmal | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:21 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21416-2018 | 6/20/2018 | | SOLICITA REVISION Y BAJA DE LOS VALORES QUE SE HA GENERADO CON CLAVE CATASTRAL No 0905133004000 | Juan Diego Nivicela Morocho | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Andres Bernardo Morales Sánchez | 6/21/2018 12:03 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21117-2018 | 6/19/2018 | 1 | SOLICITA SE PORCEDA AL ARREGLO DE VALORES POR MEJORAS | Juan Pablo Gozalez Peñafiel | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Estuardo Lazo Tufiño | 6/21/2018 12:07 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21128-2018 | 6/19/2018 | | INFORMA NO SER BENEFICIARIA DE OBRAS HIDROSANITARIAS Y DE PAVIMENTACION | Janneth Karina Fajardo Yanza | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Estuardo Lazo Tufiño | 6/21/2018 12:08 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21173-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA DESCUENTO PARA CANCELAR OBRAS | Rosa Hortensia Nieves Sari | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Estuardo Lazo Tufiño | 6/21/2018 12:07 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-----------|----------------------|---|--|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------|--|
| UEP-DIR-0899-2018 | 6/19/2018 | EXT-20601-2018 | RECUPERACIONES DE CREDITO DEFINITIVOS CONTRATOS 1336 Y 1337. | Alvaro Francisco Vintimilla Valdivieso | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Jhon Estuardo Lazo Tufiño | 6/21/2018 12:04 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20852-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITUD DE EXONERACION DE IMPUESTOS | Luis Alfredo Padilla Guamán | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Katty Ligia Ortiz Segarra | 6/21/2018 12:16 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21077-2018 | 6/18/2018 | | SOLICITA REVISION DE PATENTE MUNICIPAL DE EMPRESA DE FINES DE LUCRO | Manolo Benigno Soto Aleman | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Katty Ligia Ortiz Segarra | 6/21/2018 12:21 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| MEMO-DF-TM-0533-2018 | 6/15/2018 | MEMO-DF-TM-0526-2018 | Reclamo al título de crédito # 9 del rubro Licencia Anual Funcionamiento Turístico | Wilson Marcelo Campoverde Armijos | Patricia Lucia Calle Calle | Ruben Patricio Segarra Segarra | Katty Ligia Ortiz Segarra | 6/21/2018 12:20 | *CONOZCA Y RESUELVA |
| 1520 | 6/18/2018 | EXT-20733-2018 | Se remite trámite No.EXT-20733-2018 | Juan Fernando Arteaga Tamariz | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:18 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| CA-0013-2018 | 6/20/2018 | DF-UR-0703-2018 | SOLICITUD DE CARTA DE PAGO DEL PROCESO No. 011-2018-CGA-IT | Iván Ismael Trujillo Espinoza | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:22 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21200-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA REVISION DE PAGO POR DUPLICADO | Hector Daniel Morla Ginatta | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:04 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21261-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA CERTIFICAR PRESCRIPCION DE PAGO DE IMPUESTO DE ALCABALA | Diego Juca Faican | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:06 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE PARA RESOLUCION |
| MEMO-CCH-0105-2018 | 6/20/2018 | | Para seguimiento y cumplimiento de Resoluciones Administrativas de Comisaria Areas Historicas y Patrimoniales del Abg. Eduardo Vasquez P. | Santiago Gabriel Arias Rodas | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:22 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| MEMO-DF-TM-0530-2018 | 6/14/2018 | DF-CV-0313-2018 | Trámite 18299-2018 Sigüenza Orellana David Armando | Wilson Marcelo Campoverde Armijos | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:19 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE PARA CORRECCION DE DATOS |
| UMER-0625-2018 | 6/18/2018 | MEMO-UMER-0391-2018 | Títulos de Holguin Tomala Graciela Claribel | Manolo del Castillo Cardenas Ochoa | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:02 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE, PREVIA VERIFICACION DE INFORMACION |
| UMER-0638-2018 | 6/20/2018 | | RESOLUCION 032-2018-PR GUERRERO LLIVICHUZHCA CARMEN ANGELICA | Maria Paz Ambrosi Moina | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Luis Alfonso Alvarez Arevalo | 6/21/2018 12:02 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE, EMITIR PREVIA VERIFICACION DE DATOS |
| EXT-21118-2018 | 6/19/2018 | FRT-302 | SOLICITA REVISION POR NO CELEBRARSE LA ESCRITURA | Yecenia Alexandra Aguirre Narvaez | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Marcelo Fernando Calderón Chacón | 6/21/2018 12:05 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21268-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA DEVOLUCION DEK PAGO DEL VALOR DE LA ALCABALA | Veronica del Rocio Quito Illescas | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Marcelo Fernando Calderón Chacón | 6/21/2018 12:10 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| DF-1767-2018 | 6/21/2018 | EXT-20027-2018 | Respuesta Ext-20027-2018 Solca | María Fernanda Vintimilla Alvear | Raul Francisco Adolfo Alvarado Corral | Patricia Lucia Calle Calle | María Fernanda Vintimilla Alvear | 6/21/2018 11:03 | *PARA SU REVISIÓN Y APROBACIÓN |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------|------------------|--|--|---------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|-----------------|---|
| EXT-21095-2018 | 6/18/2018 | | SOLICITA PRORROGA PARA EL ARREGLO DE LAS CLAVES CATASTRALES | Rosario Emperatriz Perez Sarmiento | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | María Fernanda Vintimilla Alvear | 6/21/2018 8:36 | *HAGALO LLEGAR A COACTIVAS, SE DEVUELVE DOCUMENTO FISICO A LA DF, JUN-21-2018 |
| EXT-20866-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITA REVISION PAGO DE PATENTE DE EMPRESA SIN FINES DE LUCRO | Juan Rodrigo Serrano Cordero | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Miriam Del Rocio Avila Calle | 6/21/2018 12:15 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21265-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA REVISION PAGO DE PATENTE MUNICIPAL DE EMPRESA SIN FINES DE LUCRO | Zoila Alejandrina Campoverde Galán | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Miriam Del Rocio Avila Calle | 6/21/2018 12:07 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| DACE-3437-2018 | 6/19/2018 | DF-UR-0661-2018 | INFORME SOBRE VARIACIÓN DE AVALUO CATASTRAL | Pablo Raúl Peñafiel Tenorio | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Miriam Patricia Neira Carrasco | 6/21/2018 12:13 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20878-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITA NOTA DE CREDITO SOBRE ALCABALA Y PLUSVALIA | Alexander Besastian Illescas Hernandez | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Miriam Patricia Neira Carrasco | 6/21/2018 12:12 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| DF-1767-2018 | 6/21/2018 | EXT-20027-2018 | Respuesta Ext-20027-2018 Solca | María Fernanda Vintimilla Alvear | Raul Francisco Adolfo Alvarado Corral | Katty Ligia Ortiz Segarra | Patricia Lucia Calle Calle | 6/21/2018 10:58 | *HAGALO LLEGAR A LA DIRECTORA |
| DF-UR-0716-2018 | 6/21/2018 | DOOPP-1784-2018 | Para tramite, remite copia de MEMO-DOOPP-CS-0122-2018 y documentación para emisión de títulos de crédito por construcción de veredas y bordillos | Patricia Lucia Calle Calle | Marcela Paulina Villavicencio Jara | Andres Bernardo Morales Sánchez | Patricia Lucia Calle Calle | 6/21/2018 10:17 | *PARA SU REVISION Y FIRMA |
| DACE-3450-2018 | 6/19/2018 | | Resolución No. 15-2018 emitida por la Dirección de Avalúos, Catastros y Estadísticas. | Pablo Raúl Peñafiel Tenorio | Patricia Lucia Calle Calle | Patricia Lucia Calle Calle | Pedro José Zea Molina | 6/21/2018 12:13 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE, VERIFICAR EXONERACIONES |
| EXT-20917-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITO LA ANULACION DE LOS TITULOS 2218 Y 35113 Y GENERACION DE NUEVOS TITULOS | Daisy Gionanna Centeno Ahoña | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Ruben Patricio Segarra Segarra | 6/21/2018 12:14 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-20918-2018 | 6/15/2018 | | SOLICITO REVISAR DE LA PATENTE Y TAZA DE SEGURIDAD DE LOS AÑOS 2015-2016-2017 | Alexandra Cristina Campos Mieles | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Ruben Patricio Segarra Segarra | 6/21/2018 12:23 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21179-2018 | 6/19/2018 | AG-G-2018-425-OF | GENERACION COMPROBANTES DE PAGO | Marcelo Mancheno Padilla | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Ruben Patricio Segarra Segarra | 6/21/2018 12:09 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21208-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA REVISION DE PAGA DE PATENTE MUNICIPAL DE VARIOS AÑOS | María Teresa de Jesus Guzman Cabrera | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Ruben Patricio Segarra Segarra | 6/21/2018 12:09 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |
| EXT-21287-2018 | 6/19/2018 | | SOLICITA REVISION DE PAGO DE PATENTE MUNICIPAL | Blanca Ines Rumipulla Castillo | María Fernanda Vintimilla Alvear | Patricia Lucia Calle Calle | Ruben Patricio Segarra Segarra | 6/21/2018 12:06 | *REVISAR Y CONTINUAR CON EL TRAMITE |

No. total de registros: 39.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Alvarez Molina, Adriana Janeth**, con C.C: # **0105272157** autora del **componente práctico del examen complejo: Análisis del servicio de la Jefatura de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca desde la perspectiva del servidor público** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 23 de agosto de 2018

f. _____

Nombre: **Álvarez Molina, Adriana Janeth**

C.C: 0105272157

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|--|--|---|-----------|
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | Análisis del servicio de la Jefatura de Rentas y Tributación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca desde la perspectiva del servidor público. | | |
| AUTOR(ES) | Alvarez Molina, Adriana Janeth | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Villavicencio Bermudéz, Nicolas Elias, Ing. | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Carrera de Marketing | | |
| TITULO OBTENIDO: | Ingeniero en Marketing | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 23 de agosto de 2018 | No. DE PÁGINAS: | 56 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Marketing de Servicios, Marketing Digital, Comportamiento del Consumidor. | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Marketing de Servicios, Satisfacción al Cliente, Servicio Público, Impuestos Municipales, Marketing Digital, GAD Municipal, Contribuyente, Quipux. | | |
| RESUMEN: | <p>El presente ensayo tiene como enfoque el análisis de la perspectiva del servicio que brinda la Unidad de la Jefatura de Rentas y Tributación del Municipio de Cuenca desde el ámbito interior de la institución partiendo por el empleado público frente al alto número de reclamos por parte de los contribuyente y trámites tributarios, mismo que fluctúa entre los 40 a 50 oficios diarios según el sistema gubernamental Quipux, a más de la atención diaria que se presta al cliente frente a cada una de sus dudas o inquietudes, motivo por el cual se busca la manera de mejorar los procesos a través de la sistematización de los trámites tributarios más conocido como servicio on-line, con el fin de brindar al contribuyente una atención oportuna y eficaz y a su vez esto con lleve a reducir la carga laboral en el servidor público que se desempeña en el mencionado departamento municipal, así como ahorro de recursos materiales, tiempo y porque no de personal; sin embargo es importante destacar que gracias a la colaboración y conocimientos de este equipo de trabajo ha sido posible dar atención y solución a cada uno de los trámites dirigidos a esta Unidad municipal de manera oportuna.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593 992849947 | E-mail: adrialvarez_86@hotmail.es | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | Nombre: Jaime Samaniego López | | |
| | Teléfono: +593-4- 2209207 | | |
| | E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |