

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON
ÉNFASIS MERCADEO**

*Tesis para optar por el grado Académico de
Maestría Profesional en Administración de
Negocios con Énfasis en Mercadeo.*

**ANALIZAR EL USO DEL TRÁMITE DE
DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE
COMERCIAL EN EL SITIO WEB
INSTITUCIONAL QUE TIENEN DISPONIBLES
LOS PATENTADOS DE LA MUNICIPALIDAD
DEL CANTÓN CENTRAL DE HEREDIA,
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE
DEL AÑO 2023.**

José Pablo Rodríguez Fernández

Abril, 2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	2
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	7
AGRADECIMIENTO.....	9
DEDICATORIA.....	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
ABREVIATURAS	13
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales	17
1.1.2 Delimitación del problema.....	24
1.1.3 Justificación	27
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	30
1.3 OBJETIVOS.....	31
1.3.1 Objetivo general	31
1.3.2 Objetivos específicos	31
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	32
2.1 MARCO TEÓRICO	33
2.1.1 Régimen municipal.....	33
2.1.2 El gobierno local.....	35
2.1.3 Marco legal de las competencias de las municipalidades	36
2.2 MARCO CONCEPTUAL	41
2.3 MARCO CONTEXTUAL	61
2.3.1 Antecedentes de la organización.....	61
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	66
3.1 ENFOQUE.....	67
3.2 ALCANCE.....	69
3.3 DISEÑO.....	71
3.3.1 Diseños no experimentales	72
3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO	73
3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión.....	76
3.4.4 Consideraciones éticas.	77
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	78
3.6 VARIABLES.....	80
3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	84
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	85

PERSONAS ENCUESTADAS QUE REALIZAN LA DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL POR MEDIO DEL SITIO WEB.	88
4.1 VARIABLE N 1 PERFIL DE LA PERSONA ENCARGADA.	88
4.2 VARIABLE N 2 TRÁMITE DISPONIBLE ACTUALMENTE EN EL SITIO WEB.	93
PATENTADOS ENCUESTADOS QUE HAN PRESENTADO LA DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL DE MANERA FÍSICA.	117
4.3 VARIABLE N 1 PERFIL DE LA PERSONA ENCARGADA.	117
4.4 VARIABLE N 3 IDENTIFICAR LAS CAUSAS DEL NO USO DEL SITIO WEB.	123
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	142
5.1 Hallazgos	143
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	146
6.1 CONCLUSIONES	147
6.1.1 Conclusión general.....	147
6.1.2 Conclusiones específicas	147
6.2 RECOMENDACIONES	150
CAPÍTULO VII: PROPUESTA	154
7.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	155
7.2 ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESARROLLARÁ	155
7.3 OBJETIVOS.....	155
7.3.1 Objetivo general de la propuesta.....	155
7.3.2 Objetivos específicos de la propuesta	156
7.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES	156
7.4.1 Cronograma Diagrama de Gantt.....	157
7.5 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS FASES DE LA PROPUESTA	158
REFERENCIAS.....	175
ANEXOS	183

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	76
Tabla 2	77
Tabla 3	82
Tabla 4	87
Tabla 5	88
Tabla 6	89
Tabla 7	90
Tabla 8	90
Tabla 9	91
Tabla 10	92
Tabla 11	93
Tabla 12	94
Tabla 13	96
Tabla 14	97
Tabla 15	98
Tabla 16	99
Tabla 17	100
Tabla 18	101
Tabla 19	102
Tabla 20	103
Tabla 22	105
Tabla 23	106
Tabla 24	107
Tabla 25	109
Tabla 26	110
Tabla 27	110
Tabla 28	111
Tabla 29	112
Tabla 30	113
Tabla 31	114
Tabla 32	116
Tabla 33	118
Tabla 34	119
Tabla 35	120
Tabla 36	121
Tabla 37	122
Tabla 38	122
Tabla 39	123
Tabla 40	124
Tabla 41	126
Tabla 42	127
Tabla 43	128
Tabla 44	129
Tabla 45	130
Tabla 46	131
Tabla 47	133
Tabla 48	134
Tabla 49	135

Tabla 50.....	136
Tabla 51.....	136
Tabla 52.....	137
Tabla 53.....	138
Tabla 54.....	140
Tabla 55.....	156
Tabla 56.....	157
Tabla 57.....	158
Tabla 58.....	159
Tabla 59.....	163
Tabla 60.....	164
Tabla 61.....	164
Tabla 62.....	165
Tabla 63.....	165
Tabla 64.....	166
Tabla 65.....	167
Tabla 66.....	170
Tabla 67.....	170
Tabla 68.....	171
Tabla 69.....	172
Tabla 70.....	173

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	64
Figura 2.....	163
Figura 3.....	171
Figura 4.....	174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	87
Gráfico 2	88
Gráfico 3	89
Gráfico 4	90
Gráfico 5	91
Gráfico 6	92
Gráfico 7	92
Gráfico 8	94
Gráfico 9	95
Gráfico 10	96
Gráfico 11	97
Gráficos 12.....	99
Gráfico 13	99
Gráfico 14	100
Gráfico 15	101
Gráfico 16	102
Gráfico 17	104
Gráfico 18	105
Gráfico 19	106
Gráfico 20	107
Gráfico 21	108
Gráfico 22	109
Gráfico 23	110
Gráfico 24	111
Gráfico 25	111
Gráfico 26	113
Gráfico 27	114
Gráfico 28	115
Gráfico 29	116
Gráfico 30	118
Gráfico 31	119
Gráfico 32	120
Gráfico 33	121
Gráfico 34	122
Gráfico 35	123
Gráfico 36	124
Gráfico 37	125
Gráfico 38	126
Gráfico 39	127
Gráficos 40.....	128
Gráfico 41	129
Gráfico 42	130
Gráfico 43	132
Gráfico 44	133
Gráfico 45	134
Gráfico 46	135
Gráfico 47	136
Gráfico 48	137

Gráfico 49	138
Gráfico 50	139
Gráfico 51	140

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios padre todo poderoso, por permitirme gozar del privilegio de la vida, con salud y a su vez brindarme la sabiduría para permitirme llevar a cabo el desarrollo de este proyecto de graduación, por ser mi guía y darme la fortaleza para concluir es proceso.

Le agradezco a la profesora Rebeca Livingston por su dedicación, constancia, guía y apoyo, por sus críticas constructivas que me permitieron crecer de forma personal y profesional y así lograr culminar con éxito mi trabajo de investigación.

A mis padres por creer en mí, por ser mi orgullo y por inculcar en mí el ejemplo del esfuerzo y valentía. Siempre me han apoyado en todos mis proyectos y sin duda soy reflejo de sus anhelos.

A Karol Piedra Díaz que ha sido un pilar fundamental para lograr mis metas, para realizar proyectos y me ha motivado a salir adelante en muchos aspectos de mi vida.

También quiero agradecer a los profesores de la Universidad Hispanoamericana que estuvieron durante mi proceso de preparación profesional y mostraron su apoyo e interés por mi crecimiento como estudiante.

Por último, agradezco a las personas que de una u otra manera estuvieron involucradas en mi proceso de estudio, los cuales me dejaron grandes enseñanzas y experiencias.

José Pablo Rodríguez Fernández

DEDICATORIA

Este proyecto de graduación, se lo dedico a Dios padre todo poderoso, quien tenía destinado para mí, finalizar mi carrera profesional y cumplir con un sueño más en mi vida.

Es dedicado a todas aquellas personas que han esperado con ansias que esta etapa de mi vida se concluyera.

Se lo dedico a mis padres, Alvaro Rodríguez Urpí, a mi madre Marielos Fernández Meza, quienes son mi inspiración, ejemplo, fortaleza y el motivo para cumplir cada uno de mis logros. Son quienes me han inculcado la importancia del estudio, la responsabilidad y superación constate.

José Pablo Rodríguez Fernández

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia. Como objetivos específicos, se pretende definir el perfil de las personas encargadas de realizar este trámite, identificar la situación actual del uso de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web institucional disponible para los patentados, y elaborar un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia el uso del sitio web donde se realiza la Declaración Jurada de Patente Comercial.

La población del estudio estuvo conformada por los patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, con un total de 1068 patentados. Se aplicó un muestreo probabilístico para determinar el tamaño de la muestra, utilizando la fórmula de población finita. Como resultado, se seleccionó una muestra de 283 patentados que participaron en el análisis del estudio. De acuerdo con los resultados demostrados, se concluye que es necesario utilizar de forma adecuada los medios digitales y los canales de comunicación actuales, mediante la propuesta de un plan de acción de contenido en dichos medios y canales. Al hacerlo, la Municipalidad de Heredia puede esperar un aumento en el uso del sitio web donde se realiza la Declaración Jurada De Patente Comercial. Esta estrategia permitirá una difusión adecuada del servicio que ofrece la Municipalidad y los beneficios que conlleva, lo cual a su vez incentivará a los patentados a utilizar dicho sitio web.

Palabras claves: Plan de acción, Marketing digital, causas, Declaración Jurada de Patente Comercial.

ABSTRACT

The objective of this research is to identify the main factors that influence whether or not patentees carry out the commercial patent affidavit process on the website of the Municipality of the Central Canton of Heredia. As specific objectives, it is intended to define the profile of the people in charge of carrying out this procedure, identify the current situation of the use of the Commercial Patent Affidavit on the institutional website available for patentees, identify the reasons why they do not use said website to make this statement and develop a digital marketing action plan to encourage patentees in the Central Canton of Heredia to use the website where the Commercial Patent Affidavit is made.

The study population was made up of active patentees registered in the SIAM system, with email registration, who received the survey from the Municipality of the Central Canton of Heredia, with a total of 1068 patentees. Probabilistic sampling was applied to determine the sample size, using the finite population formula. As a result, a sample of 283 patentees who participated in the analysis of the study was selected. In accordance with the demonstrated results, it is concluded that it is necessary to adequately use the current digital media and communication channels, through the proposal of a content action plan in said media and channels. By doing so, the Municipality of Heredia can expect an increase in the use of the website where the Commercial Patent Affidavit is made. This strategy will allow adequate dissemination of the service offered by the Municipality and the benefits it entails, which in turn will encourage patentees to use said website.

Keywords: Action plan, Digital marketing, causes, Commercial Patent Affidavit.

ABREVIATURAS

SIAM: Sistema Integrado Automatizado Municipal.

SIG: Sistema Integrado Geográfico Sistema UBICA.

RAE: Real academia española.

TI: Tecnología de la información.

RIM: Red de Inter-conectividad Municipal.

SIM: Sistema Integrado Municipal.

IEPD: Índice de Experiencia Pública Digital.

ITSP: Índice de Transparencia del Sector Público.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La población costarricense digitalizada trae consigo un claro desafío para la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, quien debe tomar las medidas necesarias para dar el salto tecnológico necesario para enfrentar la nueva realidad. Los procesos de digitalización de Gobierno Local requieren de políticas públicas adecuadas, visionarias y de largo plazo, así como la gran cantidad de herramientas que ofrece el mundo digital, permite no solo comunicar y responder de manera instantánea a las necesidades de las personas en forma individual, sino al colectivo social, a las empresas privadas y organizaciones estatales, tal es el caso de las municipalidades.

Hoy en día, la transmisión de la información en la red y, por tanto, su publicación tiene lugar en tiempo real, lo cual permite mantener una comunicación muy cercana y ágil con usuarios y clientes.

De acuerdo con lo anterior, es necesario alinear las políticas públicas, con el fin de transformar una visión en el largo plazo, para que ese salto tecnológico sea consecuente con los retos del momento.

En el caso específico del gobierno local del Cantón Central de Heredia, se requieren aspectos de mejora para aumentar el uso del sitio web, por parte de los patentados en el trámite de declaración jurada de patente comercial. De acuerdo con los datos obtenidos mediante el SIAM (Sistema Integrado Automatizado Municipal), se evidencia que el municipio presenta solamente 26% en el trámite de la declaración jurada de patente comercial presentada mediante el sitio web disponible.

El principal reto que hoy enfrenta el gobierno local radica en la prestación de servicios públicos que sean acordes a las necesidades de una ciudadanía que, a nivel

nacional se encuentra cada vez más digitalizada y que a su vez cada día está más empoderada para exigir mejores servicios y controles en la gestión y actuaciones gubernamentales. En consecuencia, el funcionamiento de la Administración Municipal, de la Sección de Tecnología de Información, ha adquirido un rol relevante para transformar la gestión del gobierno local, con el fin de responder a los niveles de exigencia que demanda la población, a través de procesos encauzados hacia una institución digitalizada.

El proceso de digitalización de la Municipalidad de Heredia se ha concentrado en introducir mejoras que optimicen los procesos administrativos internos. Como parte de este proceso se creó un sitio en el que se digitalizaron gran cantidad de trámites, así como el trámite de declaración jurada de patente comercial y se han establecido canales de pago digitales para las personas contribuyentes del cantón. Además de un SIG (Sistema Integrado Geográfico Sistema UBICA), un portal de datos abiertos y dos micro-sitios: uno destinado a la empleabilidad y el otro al medio-ambiente. En el futuro se tiene prevista la creación de una aplicación que permita el pago electrónico de parquímetros, diseñar apps móviles para personas adultas mayores y de gestión vial, capacitar en habilidades tecnológicas y el uso de TI en la población de centros educativos de segunda enseñanza.

Dicho lo anterior, se busca difundir información tan rápido como sea posible, con el fin de que este alcance a más personas y se puedan proporcionar mejores servicios municipales. Esto no sólo permite que se acceda a los mismos de un modo más rápido, fácil y eficaz, sino también abaratar costes y eventualmente, ampliar la oferta de servicios que ofrece la Administración Local. No obstante, si bien el desarrollo de una infraestructura digital, eficiente y efectiva en la prestación de servicios y en la interacción con el público aparece como la situación ideal que deberían alcanzar los gobiernos locales; estos cambios no siempre pueden ser realizados ya sea en su totalidad o bien de manera parcial. Esto se debe a la inversión de recursos financieros, tiempo y capital humano que deben ser

comprometidas previo, durante y después de haber dado inicio con este tipo de proceso. Por lo que antes de iniciar una transición hacia un modelo digital, se deben introducir cambios en la administración y organización de los gobiernos locales en los que se contemplen dichos aspectos.

En concreto, en este apartado se presenta el tema y con la finalidad de dar respuesta a la situación actual y acciones de mejora estratégicas, con el fin de optimizar las condiciones que presentan los resultados de la investigación y de esta manera mostrar a los contribuyentes la facilidad de utilizar el sitio web para realizar el trámite de declaración jurada de patente comercial.

1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales

Los antecedentes permiten enlazar la introducción con el tema de investigación y así mostrar que existen estudios relacionados con esta investigación. Algunos de los estudios que se vinculan con este proyecto son: la evolución del internet y la digitalización, el uso de las redes sociales y marketing digital en las empresas, entre otros.

- Internacionales

El internet creó una revolución en el mundo de la informática y de las comunicaciones y en todo lo que realizan en la actualidad los seres humanos. Es una oportunidad de socialización a nivel mundial de la información y un medio de colaboración e interacción entre las personas y sus computadores indiferentemente de su ubicación geográfica. (Leiner, 1999).

En la actualidad, el internet forma parte de nuestra vida y les permite a las personas tener información al instante de los productos y servicios que ofrecen las organizaciones. Por esta razón, es que resulta vital conocer, analizar y utilizar el marketing digital.

Según P. Kotler (2016) “el marketing digital surge en la actual era de la información basado en las tecnologías de la información. Lo cual coadyuva a que los informadores están bien documentados y pueden comparar diversas ofertas de similares productos. Para ello la marca tiene que segmentar el mercado y desarrollar además un producto que satisfaga las necesidades de los públicos objetivos”.

Para Selman (2017) el marketing digital es “El conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”.

El marketing digital, entonces, tiene que ver con la implementación de todas las estrategias de mercado en la web, con el fin de que los usuarios realicen su visita a dicho espacio. Algunas de las acciones que pueden realizar las organizaciones en los sitios virtuales, son anuncios de pago, marketing por email, marketing redes sociales, marketing afiliado, video marketing.

El marketing digital tiene una serie de ventajas para la organización: es preciso, ajustable, flexible, rentable, facilita la segmentación, genera demanda, ayuda con la fidelización de los clientes, entre otras.

De acuerdo con la investigación realizada por Maribel Alca Huamán en Perú (2018), los habitantes del Distrito de José Luis Bustamante y Rivero de Arequipa tienen comportamientos y reacciones negativas y positivas del marketing digital. La población analiza, cuestiona y juzga, como las publicaciones y mensajes que emiten en las plataformas digitales de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero, mejora el servicio a los habitantes, porque les da información, les permite realizar análisis y tener un comportamiento en cuanto a la solicitud de los servicios. Razón por la cual, esto demuestra que es muy relevante tener y mejorar el marketing digital en la administración de la información y comunicación para aplicarlo a los usuarios de los servicios y los contribuyentes. La investigación llamada “Influencia del Marketing Digital que aplica la

Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero en la Opinión Pública de sus habitantes, Arequipa 2018”, reveló que el municipio cuenta con herramientas digitales (Facebook, Instagram, YouTube, Página web. Sin embargo, no les da el uso adecuado ni utiliza todas las herramientas digitales, por lo que la investigación pretende potenciar el posicionamiento para llegar al mercado meta.

La investigación elaborada por Evelin Segil en la Universidad Peruana De Las Américas (2021) estudia, por su parte, la poca respuesta que muestran los colaboradores hacia la red social de Facebook de la Municipalidad de San Luis, generando esto que los vecinos de San Luis obtengan poca información de las actividades o beneficios que ofrece la municipalidad. Según lo indica la investigación, la Municipalidad de San Luis debe desarrollar un plan de capacitación para los colaboradores sobre el manejo apropiado de las redes sociales, con el fin de brindar buenos contenidos en Facebook, para de este modo mantener informados y satisfechos a los vecinos de San Luis.

Por medio de las redes sociales se pueden desarrollar excelentes estrategias de marketing, pues este medio permite mayor agilidad, mejorar la capacidad de respuesta de consultas y necesidades de los usuarios, también permite promover una relación más personalizada entre la organización y el usuario, una comunicación más inmediata, fluida y directa. Y con un excelente apoyo de expertos en publicidad y mercadeo, también se puede producir contenidos amenos, atractivos, llamativos y que generan impacto en las percepciones y conductas de los usuarios, clientes y contribuyentes.

Según el estudio de Jorge Barriga en Chile (2020) “existe una baja interacción entre la población y municipalidad en relación con el uso de los sitios web institucionales.” (p.II). Según este investigador, los municipios deben encargarse de brindar un servicio eficiente y eficaz, sin ocasionar miedo y temor a los usuarios en cuanto al uso de las redes sociales y otras tecnologías actuales. Además, deben brindar un servicio que agregue valor a los usuarios, clientes y contribuyentes. El solo disponer de un sitio web no es referencia a una

mejor interacción entre el ciudadano y la municipalidad, se debe incentivar el uso de las tecnologías de la información y brindar un servicio confiable. Se indica en el estudio. La era digital es una cultura, la cual se debe promover reforzando el aprendizaje y gusto por las tecnologías.

De acuerdo con la investigación de Norma Martínez (2014) de la Universidad Autónoma del Estado de México indica que la usabilidad es un factor importante para ser considerado en los sitios web gubernamentales del estado de Oaxaca, con el fin de lograr sitios web exitosos y legítimos.

Para este estudio conocer sobre la usabilidad; que es un término que apareció hace algunos años y, de acuerdo con Bevan, Kirakowskib y Maissela (1991), su origen se remonta a los años 80 con el fin de sustituir el término en inglés Userfriendly- amigable para el usuario. La usabilidad es un concepto que no se encuentra en el diccionario de la Real academia española (RAE).

Uno de los autores que trata este tema es Jakob Nielsen. Quien es considerado el experto de usabilidad web y el padre de la usabilidad a nivel mundial. Para Jakob Nielsen el objetivo de la usabilidad es lograr que las interconexiones sean eficientes, efectivas y que cumplan con las necesidades de los usuarios.

Nielsen (2003) define la usabilidad como “el atributo de calidad que mide lo fáciles que son de usar las interfaces de usuario”. La palabra "usabilidad" también se refiere a “métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño”.

- Nacionales

El mundo vive épocas de cambio en el campo social, cultural, económico, tecnológico y político de gran envergadura. Se están modificando desde la raíz los imaginarios y las prácticas socioculturales y económicas de las personas. Por ejemplo, el auge exponencial de las telecomunicaciones, producto del desarrollo científico-tecnológico a gran escala, han contribuido a que hoy más personas se informen más y de manera más

inmediata sobre lo que sucede en otras partes del planeta, entre ello, lo relativo a los nuevos y novedosos productos y los diferentes tipos de servicio que existe para los clientes.

Según la investigación realizada por Alejandro Amador y Valeria Castro en San José (2020), la Municipalidad de Santa Ana lleva un crecimiento paulatino en el proceso de digitalización, ya que enfrenta varias situaciones como el poco personal en el departamento de TI. Además, no cuentan con presupuesto para TI, sino que se dirigen con otras partidas presupuestarias. A pesar de las dificultades, la Municipalidad de Santa Ana diseñó un Plan Estratégico de Tecnologías de la Información, con el propósito de fortalecer la seguridad de la información y mejorar la atención de contingencias, para luego, trabajar en la integración de servicios digitales.

En relación con los cambios que realizó el municipio, logró implementar con éxito la simplificación de trámites municipales, los cuales se pueden realizar por medio de la página web municipal. Por esto, aumento el interés interno de las autoridades y los funcionarios por desarrollar nuevos procesos digitales.

En el 2007 la Municipalidad de Heredia inició un proceso de modernización en sus trámites administrativos orientado a mejorar el servicio de atención a la población del Cantón Central de Heredia, el cual inició con un programa de transformación tecnológica institucional, que buscó ofrecer a los vecinos del cantón, servicios municipales de eficiencia y continuidad. Algunas de las principales acciones fueron relacionadas con componentes computarizados (hardware), el equipamiento de programas y aplicaciones informáticas (software), la conectividad con la banca estatal, el licenciamiento, la adquisición de un nuevo sistema integrado municipal y la integración de la Municipalidad de Heredia a una Red de Inter-conectividad Municipal (RIM) con otros ayuntamientos del país. Además, la Municipalidad de Heredia realizó alianzas con el Banco Nacional, que permite realizar pagos por medio de Intenert Banking y en cualquier sucursal del Banco Nacional; permitiendo a la Municipalidad administrar la conectividad, llevar control de pagos diarios,

procesar información y producir estadísticas según el pago. Lo cual le permite a la institución tener información inmediata y actualizada sobre los ingresos económicos y su respectiva ejecución.

La Municipalidad de Heredia adquirió un nuevo sistema denominado “Sistema Integrado Municipal (SIM)”: este sistema implementó 19 módulos integrados, el cual mejoró el sitio web, la calidad de la información, la calidad del medio digital y ubicó a la Municipalidad como el número tres en el ranking de las municipalidades digitales.

La Municipalidad de Heredia en enero del 2015 diseñó un nuevo sitio web. Siendo esta plataforma, más amigable, pues facilita el acceso a la información y permite realizar consultas en línea; en beneficio de todas las personas del cantón.

Los contribuyentes y personas usuarias pueden, además, consultar sus estados de cuenta en línea y aplicar formularios de trámites municipales en forma digital. El sitio web cuenta con un certificado de seguridad el cual cifra la información que el usuario ingresa, y de esta forma la Municipalidad brinda integridad de los datos procesados.

La digitalización de todos los procesos y trámites conlleva para Costa Rica un gran reto, ya que se debe tomar las medidas, en el sector público y privado, para aprovechar los grandes avances tecnológicos actuales. Por ejemplo, los procesos de digitalización estatal necesitan de la aprobación de políticas públicas pertinentes y relevantes, capaces de obtener el máximo beneficio de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, entre otras.

De acuerdo con lo señalado por el Índice de Transparencia del Sector Público (ITSP) y el Índice de Experiencia Pública Digital (IEPD) (2020) de Costa Rica, las municipalidades tienen bajas calificaciones en comparación al resto de instituciones públicas, con respecto a contenidos y normas que deben tener las páginas web.

El estudio de Experiencias en los procesos de digitalización en las municipalidades costarricenses (2020) indica “15 de las 20 instituciones peor calificadas del IEPD son

gobiernos locales y según el ITSP 20 municipalidades y 6 concejos municipales de distrito, obtuvieron un resultado de cero; lo que demuestra la falta de acción conducentes a promover el desarrollo tecnológico”.

Así mismo, el estudio identificó municipalidades que obtuvieron calificaciones positivas en este tema. Por ejemplo, en el Índice de Experiencia Pública Digital en el año 2016, la Municipalidad de Santa Ana se ubicó en el sexto puesto de la tabla general; compartido dicha posición con otras municipalidades como los de Moravia, Palmares, Heredia, Carrillo y El Guarco.

En el 2023 todas las municipalidades del país enfrentan grandes retos, ya que, por un lado, deben de responder a las crecientes y demandantes necesidades de sus habitantes y ofrecer además servicios de gran calidad; por tal razón, requieren innovar significativamente en las tecnologías de la información y la comunicación. A pesar de, que existen gobiernos locales que se encuentran rezagados en este tema debido a la falta de recursos económicos, capital humano y capacidades de gestión.

Las municipalidades, como gobiernos locales son fundamentales para el desarrollo económico, social, cultural y político de las comunidades, ya que son la institución estatal descentralizada, que está cerca de las necesidades y demandas de sus habitantes y que les brinda algunos servicios muy relevantes. Por lo cual es vital que logren priorizar y fomentar el uso de los sitios web institucionales.

Se puede notar que existe mucha información que ha sido sujeto de estudio a fin con esta investigación y que es de gran relevancia para el desarrollo de esta. Se debe trazar una ruta hacia el uso adecuado del marketing digital, ya que el municipio cuenta con herramientas digitales, tales como lo son (Facebook, Instagram, YouTube, Sitio Web). Sin embargo, se le debe dar el uso adecuado a estas herramientas digitales, por lo que la investigación pretende potenciar el posicionamiento para llegar al mercado meta.

Lo que se pretende con el desarrollo de esta investigación es incrementar la interacción entre los patentados y la municipalidad del Cantón Central de Heredia en relación con el trámite de la declaración jurada de patente comercial por medio del sitio web y así lograr brindar un servicio eficiente y eficaz, generando confianza a los patentados y a su vez logrando que dicho trámite, sea usable y amigable para el patentado.

1.1.2 Delimitación del problema

La presentación de la declaración jurada de patente comercial es de carácter obligatorio para los patentados del Cantón Central de Heredia, que cuentan con el periodo fiscal completo, conforme a lo establecido en el artículo 8 de la Ley 9023, Ley de Impuestos Municipales del Cantón Central de Heredia

En caso de no presentar la declaración jurada de patente comercial, incurren en un incumplimiento, conforme a lo establecido en el artículo 90 Bis del Código Municipal y, por ende, el patentado se hace acreedor de una multa establecida en el artículo 27, inciso d) de la Ley 9023 e inclusive se expone a la suspensión de la actividad comercial.

Por este motivo, se genera una importante afluencia de patentados, de forma presencial en el Municipio, para realizar el trámite de la presentación de la declaración jurada de patente comercial.

Actualmente la Municipalidad de Heredia cuenta con su respectivo sitio web www.heredia.go.cr, en el cual los patentados del Cantón Central de Heredia, pueden realizar el trámite de declaración jurada de patente comercial.

El municipio registró para el periodo 2022 un total 4.876 patentados activos, de los cuales quienes contaban con el periodo fiscal completo, conforme a lo establecido en el artículo 8 de la Ley 9023, cada año a más tardar cinco días hábiles después de la fecha

límite de la entrega del formulario de la declaración del impuesto de renta establecido por la Dirección General de Tributación, están obligados a presentar la declaración jurada de patente comercial, ante la Municipalidad de Heredia.

Durante el periodo de afectación del 2022, un total de 2.836 patentados presentaron la declaración jurada de patente comercial, de los cuales solamente 748 patentados lo presentaron por medio del sitio web, representando esto solamente un 26% del total de los patentados que declararon para el periodo de afectación del año 2022. El porcentaje de los patentados que realizaron la declaración jurada de patente comercial por medio del sitio web es muy bajo, por lo que es necesario identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, con el fin de elaborar un plan de acción de marketing digital.

Es importante para el Municipio de incentivar una cultura hacia la digitalización, ya que el no uso del sitio web para presentar la declaración jurada de patente comercial, provoca que se sature el servicio presencial en la Plataforma de Servicios, en la Sección de Servicios Tributarios y el Área de Patentes.

Durante el periodo de recepción de la declaración jurada de patente comercial, se requiere incrementar el personal de la Sección de Servicios Tributarios, para atender de la mejor manera a los patentados que en su mayoría realizan dicho trámite de forma presencial, sin embargo; esto no es posible. Por ende, se genera un aumento en cuanto a la disconformidad en el proceso de recepción por parte de los patentados, así como un aumento en cuanto a reclamos y apelaciones, las cuales se reciben por medio de notas y correos electrónicos, provocando un aumento en las respuestas de estos casos, los cuales deben ser atendidas en el respectivo plazo establecido por Ley.

A su vez, durante este periodo de recepción de declaraciones juradas de patente comercial, cuando los patentados lo realizan de forma presencial, se genera un aumento

significativo, en cuanto a los costos operativos, como lo son materiales de oficina, pagos de horas extras, así como el mantenimiento propio de la operación del Edificio, a su vez se requiere de más guardas de seguridad, personal de aseo y el incremento en el uso de materiales en los servicios sanitarios.

Respecto a la información obtenida por medio del sistema SIAM, se evidencia gran afluencia de patentados, lo cual genera saturación en el servicio que brinda la Sección de Servicios Tributarios en el municipio y es un tema de alerta, ya que nos encontramos en tiempos de pandemia y no es recomendable, que se genere tanta afluencia y saturación en lo que respecta al servicio presencial en las instalaciones municipales. Siendo además esta saturación de forma presencial, un riesgo total, a sabiendas de que somos un país altamente sísmico, por lo que no es recomendable tener en el municipio esta excesiva afluencia de público en nuestras instalaciones.

De ahí la urgente e importante necesidad, por parte de la Sección de Servicios Tributarios, el Área de Patentes, en conjunto con Tecnología de Información y el Departamento de Comunicación, de ver de qué manera, se puede incentivar el uso del sitio web, para que los patentados presenten la declaración jurada de patente comercial de manera eficiente y eficaz, para que así se evite el conglomerado de personas en la institución y a su vez no se generen largas filas de espera, para su respectiva atención.

- **Delimitación temporal**

El proyecto de investigación y el informe final se desarrollará en un periodo comprendido del primer semestre del 2023.

- **Delimitación geográfica**

Esta investigación se realizará en la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, la población corresponde a los patentados activos registrados en el SIAM del municipio, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta.

El tipo de diseño de esta investigación se basa en los propósitos y alcances, por lo que es de diseño transversal, ya que se analizan los factores que pueden afectar que los patentados no estén realizando el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web. Además, se utilizará una muestra probabilística, ya que permite definir los elementos de la población, los cuales serán seleccionados de acuerdo con las características del estudio.

1.1.3 Justificación

En la actualidad existe una baja interacción entre los patentados y la municipalidad, con respecto al uso del sitio web institucional, en cuanto al trámite de declaración jurada de patente comercial, ya que solo el 26% de los patentados presentó la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web para el periodo de afectación del año 2022.

El solo disponer de un sitio web no es referencia de una mejor interacción entre el ciudadano y la municipalidad, porque se debe incentivar el uso de las tecnologías de la información y brindar un servicio confiable. La era digital es una cultura, la cual es muy importante en el mundo actual para toda organización y empresa que quiera estar a la vanguardia; por eso se debe promover el aprendizaje y uso de las tecnologías.

Es fundamental para esta investigación conocer acerca de la usabilidad valorando que las interconexiones sean eficientes, efectivas y que cumplan con las necesidades de los usuarios. Este tipo de análisis son importantes y necesarios para los sitios web, para propiciar que el sitio web sea usable.

La Municipalidad de Heredia cuenta con su sitio web www.heredia.go.cr, en el cual los patentados del Cantón Central de Heredia, tienen la opción de realizar el trámite de declaración jurada de patente comercial. A pesar de que el sitio web tiene disponible este trámite, es un bajo porcentaje de patentados, quienes los realizan por este medio.

Sin embargo, no basta con que el municipio incorpore el sitio web para hacer eficaces los procesos u ofrecer servicios en línea. Es necesario también, que dicho sitio web sea fácil de usar, eficiente y eficaz, ya que de otra manera no es útil para los patentados usuarios que lo utilizan.

Si los patentados, por diversas razones, no utilizan el sitio web disponible, esto repercutirá en mayores costos, menor eficiencia, eficacia y calidad en la prestación de los servicios de la Municipalidad de Heredia, y además menor uso o incluso abandono del sitio web sobre el cual se ha realizado una inversión de recursos y económicos relevantes.

Es fundamental, tomar decisiones y acciones, para la Sección de Servicios Tributarios en el Área de Patentes de la Municipalidad de Heredia, para determinar qué factores influyen para que los patentados no utilicen el sitio web del municipio, para realizar la presentación de la declaración jurada de patente comercial.

Con los resultados obtenidos, se deben valorar las posibles acciones de marketing digital, que se le puedan recomendar a la Sección de Servicios Tributarios en el Área de Patentes, junto con el Departamento de Tecnología de Información y el Departamento de Comunicación, para incentivar el uso del sitio web, por parte de los patentados para la presentación de la Declaración Jurada De Patente Comercial, para los periodos de afectación venideros. La ejecución del plan de acción de marketing digital corresponde a a nivel presupuestario y de ejecución al Departamento de Comunicación.

Para lograr lo anterior, es indispensable identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia y elaborar un

plan de acción de marketing digital para la Municipalidad, además profundizar y realizar un análisis de mercado, enfocado en la realidad actual de la estrategia del Municipio, en relación con las herramientas tecnológicas con las que cuenta actualmente.

El análisis debe basarse en el branding, identificar la situación actual de las redes sociales, lo relativo al análisis de conversación receptiva, el uso de las estrategias de SEO, el uso del E-mail marketing, etc.

El propósito de esta investigación es generar beneficios tanto para los patentados del Cantón Central de Heredia, así como para la propia administración Municipal, ya que permite obtener una mayor eficiencia y eficacia en el proceso de gestión administrativa, en lo que respecta al trámite de la declaración jurada de patente comercial y a su vez ofrecer servicio en línea de calidad; además de que se garantiza un ahorro significativo en el tiempo del trámite.

El incentivar el uso del sitio web, hará más eficaz y eficiente la gestión administrativa y a su vez facilitará los procesos del trámite en línea, reducirá el tiempo en la gestión, garantizará mayor facilidad de acceso a la consulta de información e inmediatez en los tiempos de respuesta de los trámites, a un menor costo, con mayor seguridad, confianza y facilidad de uso.

Como se mencionó , no basta solo con la incorporación del sitio web disponible, sino que para que sea efectivo se debe ponerse en práctica las estrategias de marketing digital, tales como lo son, el identificar mi buyer persona real, análisis sustentado en el branding, uso correcto del CRM, identificar la situación actual de las estrategias de redes sociales con las que cuenta el Municipio y a las cuales se podrían aplicar nuevas, análisis de conversación receptiva, el uso correcto del Landing Pages, leads por e-mail, el uso de las estrategias de SEO, el uso del E-mail marketing, así como la conversión de las mismas.

En síntesis, la aplicación del marketing digital, en la actualidad es muy relevante para el servicio que brinda el Municipio al patentado. Se encuentra en un escenario en el

cual el CRM que utiliza actualmente el Municipio denominado (Salesforce), es aplicado en función Business to Consumer (B2C) ya que en este caso la relación del servicio ofrecido se concentra entre el Municipio y el patentado, por lo que es de gran importancia analizar, evaluar y mostrar los resultados que se pueden obtener de esta investigación, para que conforme a estos, se identifiquen los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web, se tomen decisiones y se plantee un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia, el uso del sitio web para realizar la declaración jurada de patente comercial.

Este análisis beneficiará de manera positiva a la Sección de Servicios Tributarios, en el Área de Patentes, pero aún más a la propia Municipalidad, ya que se podrá potenciar aún más el uso del sitio web para presentar la declaración jurada de patente comercial. Además, este análisis se considera pionero, pues a lo largo de este análisis no he visto otro igual.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de esta investigación se orienta en analizar el uso del trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web institucional que tienen disponibles los patentados de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia.

Consecuentemente, el Municipio requiere determinar las razones por las cuales existen ciertas interrogantes sobre este tema y, además, nunca se ha realizado un estudio de esta naturaleza.

La pregunta de investigación surge del tema expuesto y se formula de la siguiente manera:

¿Cuáles son los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, durante el primer semestre del año 2023?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 *Objetivo general*

- Identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, durante el primer semestre del año 2023.

1.3.2 *Objetivos específicos*

- Definir el perfil de la persona que se encarga de realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial.
- Identificar la situación actual del uso del trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web institucional que tienen disponibles los patentados.
- Identificar las causas por las cuales los patentados del Cantón Central de Heredia no utilizan el sitio web para realizar la declaración jurada de patente comercial.
- Elaborar un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia el uso del sitio web donde se realiza la declaración jurada de patente comercial.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

En este capítulo se desarrolla el marco de marco teórico, conceptual y contextual. Las tres divisiones constituyen el marco de referencia de este estudio, que sustentan esta investigación.

En la primera división se encuentra el marco teórico que hace énfasis en los documentos oficiales, normas técnicas, leyes y reglamentos, por los cuales se rige y está obligada la Municipalidad de Heredia a cumplir.

El siguiente es el marco conceptual, en este capítulo, se desarrollan los principales temas y las definiciones teóricas que sustentan esta investigación. Se plantean los conceptos más relevantes referidos al enfoque para identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia y un plan de acción y el marketing digital que permitirá entender mejor el desarrollo de los objetivos de este proyecto. Considerando que, para poder aportar las herramientas que la investigación sustenta en sus objetivos, se deben analizar a fondo temas como las redes sociales, e mail marketing y posicionamiento de buscadores.

El tercer apartado es el marco contextual el cual contiene las características geográficas, demográficas y reseña historia donde se desarrollará el presente estudio.

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Régimen municipal

El Régimen Municipal es un sistema corporativo y representativo, que goza de autonomía y de recursos económicos propios, competencia presupuestaria en materia de gobierno y funcionamiento dentro de los límites de su jurisdicción (Sala Constitucional, Voto N° 5449-99, 14 de julio de 1999).

El objetivo del Régimen es desarrollarse del modo más cercano al municipio, (entendido este como el conjunto de vecinos del mismo cantón, y que promueve y administra sus intereses a través de la municipalidad), buscando identificar y canalizar la necesidades, expectativas y expresión de las comunidades hacia las instancias regionales y nacionales Y convertirse también en instrumento de orientación y motor del desarrollo en el ámbito político, económico, social y cultural. El objeto del Régimen Municipal es, en síntesis, todo aquello que sea o constituya "interés y servicio local". Es decir, la administración de los intereses y servicios del cantón que representa.

2.1.2 Municipalidad

La municipalidad es una persona jurídica estatal, con patrimonio propio y personalidad, y capacidad jurídica plenas para ejecutar todo tipo de actos y contratos necesarios para cumplir sus fines. La función principal del municipio es administrar los intereses y servicios públicos del Cantón de Heredia y los distritos de Ulloa, Mercedes, San Francisco, Vara Blanca y el cantón de Heredia, con el fin de promover el desarrollo, la transparencia y la excelencia en los servicios que se brindan al cantón.

2.1.3 Patentado

Persona física o jurídica que ejerce un derecho de patente sobre una determinada actividad debidamente autorizado por la Municipalidad.

2.1.4 Cantón Central de Heredia

Es el primer cantón de la provincia, con una extensión geográfica de 282,6 Km², población estimada (2011), corresponde a 123.616 habitantes, formado por los distritos de Heredia, Mercedes, San Francisco, Ulloa y Vara Blanca.

2.1.5 El gobierno local

2.1.5.1 Funciones de los gobiernos locales

De lo anterior se desprende que las municipalidades cumplen principalmente dos tipos de funciones:

- **De gobierno**, al ser instituciones de representación popular que velan por los intereses de sus respectivas comunidades, por lo tanto, sus acciones están orientadas hacia los intereses de los ciudadanos.

- **De prestación de servicios**, al satisfacer las necesidades colectivas, en forma regular, para el normal desarrollo de las comunidades.

Entonces, la obligación del sistema municipal de Costa Rica es:

- Contribuir con el mantenimiento y perfeccionamiento del sistema democrático costarricense.

- Ser expresión y representar eficazmente el conjunto de intereses locales, en el nivel nacional.

- Desarrollar el poder político para hacer real y efectiva la participación popular.

- Armonizar los intereses nacionales y cantonales, en el uso y beneficio de los recursos locales.

- Contribuir al desarrollo equilibrado de la sociedad costarricense (IFAM citado por Alvarado, 1996: 19).

2.1.6 Marco legal de las competencias de las municipalidades

2.1.6.1 Constitución política

En términos generales, los gobiernos locales encuentran su fundamento en el artículo 170 de Constitución Política, el cual define a las municipalidades, como corporaciones autónomas, en el ámbito político, administrativo y financiero, y establece la responsabilidad del cumplimiento de un conjunto de competencias de interés social. El artículo 170 de la Constitución, en su versión reformada señala:

“Artículo 170. - Las corporaciones municipales son autónomas.

En el Presupuesto Ordinario de la República, se les asignará a todas las municipalidades del país una suma que no será inferior a un diez por ciento (10%) de los ingresos ordinarios calculados para el año económico correspondiente.

La ley determinará las competencias que se trasladarán del Poder Ejecutivo a las corporaciones municipales y la distribución de los recursos indicados.

Transitorio.-La asignación presupuestaria establecida en el artículo 170 será progresiva, a razón de un uno coma cinco por ciento (1,5%) por año, hasta completar el diez por ciento (10%) total.

Periódicamente, en cada asignación de los recursos establecidos en el artículo 170, la Asamblea Legislativa deberá aprobar una ley que indique las competencias por trasladar a las corporaciones municipales. Hasta que la Asamblea Legislativa apruebe cada una de las leyes, no se les asignarán a las municipalidades los recursos correspondientes a ese período, de conformidad con lo indicado en ese mismo numeral.”¹

¹ Constitución Política de Costa Rica, Artículo 170. Reformado mediante Ley 8106 del 11 de junio del año 2001. (Dicha reforma, comenzó a regir a partir del 11 de junio del año 2002).

Del mismo modo, en el artículo 169 de la Constitución Política, se le atribuye a la municipalidad la legitimidad de representación comunal y la administración de los servicios y necesidades locales, señalando que:

“La administración de intereses y servicios, está a cargo del Gobierno Municipal, formado por un cuerpo deliberante, integrado por regidores municipales de elección popular, y de un funcionario ejecutivo que designará la ley”.

2.1.6.2 Código municipal

La Reforma al Código Municipal, en el año 1998, presenta algunos alcances notables para fortalecer la autonomía municipal; tales como Enfatizar el principio de Autonomía Municipal, Brindar mayor fuerza al establecimiento de empresas municipales, Establecimiento de las relaciones intermunicipales, Ampliación de las facultades de los Concejos de Distrito, Delimitación de las atribuciones generales de las municipalidades, Fortalecimiento y promoción del Régimen Municipal como un sistema político, Priorización de áreas de trabajo y una atenta planificación.

2.1.6.3 Autonomía municipal

La autonomía se refiere a la capacidad que tienen las municipalidades de decidir libremente y bajo su propia responsabilidad, lo referente a la planeación, organización y control en su cantón. Pese a que las Municipalidades están sujetas al control fiscal, financiero, contable y de legalidad de la Contraloría General de la República, controles sin duda sanos y necesarios, cuentan con un margen de autonomía que conlleva la libre elección de sus propias autoridades, la libre gestión en las materias de su competencia y la creación, recaudación e inversión de sus propios ingresos.

2.1.6.4 Organización municipal

Según la Reforma al Código Municipal,² se acuerda que el Gobierno Municipal estará compuesto por un cuerpo deliberativo denominado Concejo, el cual se integrará tanto por regidores establecidos por ley, como por un Alcalde y su respectivo suplente, todos de elección popular.

2.1.6.5 Concejo Municipal

El Código Municipal en sus artículos 12 y 13, establece la composición y atribuciones del Concejo Municipal. Según la Reforma al Código Municipal³, se acuerda que el gobierno municipal está compuesto por un cuerpo deliberativo denominado Concejo, integrado por regidores de elección popular pero ahora también por un Alcalde y su respectivo suplente, ambos de elección popular.

La importancia del Concejo Municipal estriba fundamentalmente en la representatividad que tiene en el Cantón, pues sus intereses son designados en elecciones democráticas y libres. En este sentido se reconoce en la Constitución Política, en el artículo 169 el cual consagra la importancia del Concejo Municipal, al establecer que la administración de los intereses y servicios locales de cada cantón está a cargo del Gobierno Municipal, conformado por el Concejo (órgano deliberativo), y por el Alcalde (órgano ejecutivo).

2.1.6.6 Marco Legal referente al Reglamento de la Ley de Patentes de la Municipalidad de Heredia (9023)

²Dicha reforma fue aprobada por la Asamblea Legislativa, el 27 de abril de 1998, y censurada por el Poder Ejecutivo el 30 de abril de 1998, rigiendo dos meses después de su publicación.

³ Dicha reforma fue aprobada por la Asamblea Legislativa, el 27 de abril de 1998, y censurada por el Poder Ejecutivo el 30 de abril de 1998, rigiendo dos meses después de su publicación.

El miércoles 17 de febrero del 2016, se publicó en el diario oficial la Gaceta número 20, el Reglamento de la Ley 9023 Impuestos Municipales del Cantón Central de Heredia:

A continuación, se transcriben artículos de interés y en materia a la investigación, referentes a la Ley 9023:

Artículo 5°—Plazo Comprendido: El impuesto de Patente es anual y está comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de cada año y deberá ser cancelado por trimestres adelantados. El atraso en la cancelación además de las sanciones que se contemplan en el Código Municipal y este reglamento, generara los respectivos intereses de mora.

Artículo 6°—Pago del Impuesto: El impuesto de patente se pagará durante todo el tiempo que se haya tenido establecimiento abierto o ejercido el comercio o la actividad y durante el tiempo en que se haya poseído licencia, aunque la actividad no se hubiere realizado, esto según lo establece el artículo 79 del Código Municipal.

Artículo 33.—Declaración jurada del impuesto municipal. Las personas a que se refiere el artículo 2 del presente reglamento, presentarán a la Municipalidad del Cantón Central de Heredia la declaración jurada de patentes y adjuntarán una copia de la declaración de la renta, con el sello de recibido por Tributación y demás requisitos que se solicitan en los artículos 29, 31 y 32 del presente reglamento.

La Municipalidad de Heredia, por medio de la Sección de Servicios Tributarios, recibirá las solicitudes acompañadas de los documentos requeridos, preparará el expediente y determinará el monto del impuesto respectivo. El plazo para resolver las solicitudes, con todos los requisitos presentados, no podrá ser mayor a treinta días naturales.

Artículo 34.—Obligación de declarar: Todo patentado deberá presentar ante la Municipalidad declaración jurada estableciéndose como factor determinante de la imposición los ingresos brutos anuales, según lo señalado en los artículos N°15 para el

régimen tradicional y lo que corresponde al valor de las compras para el régimen simplificado según el artículo N°16 de la Ley 9023.

Régimen Tradicional.

Aplica el cero coma veinticinco por ciento (0,25%) sobre el ingreso bruto anual.

Régimen Simplificado.

a) El cálculo corresponderá a un cero coma tres por ciento (0,3%) del valor de las compras anuales, producto que dividido entre cuatro determinará el impuesto trimestral por pagar y se tomará como parámetro la declaración de impuesto presentada en Tributación, de la cual deberá adjuntar copia al Municipio.

b) En caso de que no hayan operado durante todo el período fiscal anterior, sino solo durante una parte de él, se determinará con base en el promedio mensual obtenido en los meses declarados. El monto declarado se divide entre el número de meses presentados en la declaración y así se obtiene el promedio de un mes y multiplicándolo por doce se obtendrá el promedio anual de compras, que multiplicado por cero coma tres por ciento (0,3%) determina el impuesto anual de patentes.

Artículo 36. —Formularios de Declaración: La Municipalidad deberá tener a disposición de los patentados, los formularios y la información necesaria para que pueda presentar la declaración a que se refiere el artículo anterior en forma impresa o digital, a más tardar un mes antes de la fecha límite de entrega del formulario de declaración del impuesto de renta establecido por la Dirección General de Tributación.

Artículo 37.—Plazo para declarar: Los patentados deberán presentar la declaración jurada a más tardar cinco días hábiles después de la fecha límite que señale la Dirección General de Tributación para la presentación de la declaración del impuesto de Renta. (En caso de que no hayan operado durante todo el período fiscal anterior, sino solo durante una parte de él, se determinará con base en el promedio mensual obtenido en los meses declarados).

En ambos casos, de no presentarse la declaración jurada de patentes, en la fecha límite establecida se aplicará el monto de la patente del año anterior, más un treinta por ciento (30%) y una multa del (10%) por no presentación de la misma, sin embargo, las declaraciones que se reciban posterior a la fecha de vencimiento, se aplicará el monto declarado más la multa del (10%) por presentación tardía.

Artículo 40. —Declaración Jurada de patente comercial Digital Régimen Simplificado o Tradicional. La declaración Jurada de Patente Comercial puede ser presentada en forma física o digital, aportando los requisitos que correspondan según el caso.

Las personas físicas o jurídicas, que presenten la declaración jurada de patente comercial, por medio del portal electrónico deben ingresar a la página web de la Municipalidad de Heredia www.heredia.go.cr, deberán contar con firma digital y encontrarse al día con el pago de tributos municipales.

Artículo 42. —Vigencia del Impuesto: El impuesto de patente, tendrá vigencia para el año natural siguiente a la declaración; es decir, rige desde el mes de enero hasta diciembre del año siguiente a la declaración y se divide en cuatro trimestres.

Artículo 43. —Confidencialidad de la información. La información suministrada por los contribuyentes a la Municipalidad tiene carácter confidencial respecto de terceros, de acuerdo con el artículo 117 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Marketing

Antes de plantear la teoría sobre el marketing digital resulta pertinente teorizar sobre lo que es el marketing en general, sobre lo cual, según señala Núñez, E y Jesús David Miranda, J (2020) Una de las definiciones de marketing que mejor se ajusta a las realidades

actuales, sería la de Monroy (2014), en ella se afirma que el marketing busca entender el mercado y todas las necesidades y deseos que pudiesen existir, para que a través de la elaboración de planes y estrategias con una secuencia lógica, no solo se logre solventar dichas necesidades, sino que se entregue un valor superior al esperado que permita crear relaciones provechosas con las cuales se obtenga a cambio, rubros de ventas, utilidades y valor de cliente a largo plazo.

Como se aprecia en la cita anterior, la función del marketing es comprender, en primer lugar, cómo funciona el mercado, cómo se comportan los consumidores, en cuanto a valores, percepciones, valoraciones, exigencias y expectativas, y como esto influyen sobre la demanda y la oferta de productos y servicio en el mercado. Para luego, por medio de estrategias y planes buscar satisfacer a los consumidores, tanto en los aspectos tangibles como intangibles que poseen los productos y servicios, buscando en todos los casos aportar un valor adicional.

Cuando lo anterior se logra, tanto las organizaciones y las empresas como sus clientes o usuarios, obtienen beneficios económicos, emocionales y sociales mutuos de gran valor. En el tanto, en este contexto se configura una relación de ganar/ganar, del cual se deriva una gran satisfacción para todos los actores del mercado.

Según indica Enrique Carlos Núñez Cudriz y Jesús David Miranda Corrales. (2020), las ideas anteriores, se complementa muy bien con lo que plantea Lovett (2012), el cual explica que estos deseos son establecidos por la sociedad en la que vivimos y el entorno en que nos desarrollamos y desenvolvemos, es decir, vienen moldeados por la cultura del consumidor. Cuando estos deseos están al alcance de nuestras posibilidades económicas, esto se convierten en demandas, las cuales finalmente se convierten en el componente determinante de proyección de ingresos de cualquier empresa, dado que de allí vendrán sus utilidades.

Lo destacable de la idea anterior, que son los deseos y expectativas de los consumidores, quienes viven y forman parte de la sociedad, resultado de aspectos culturales, aprendidos en lo largo de su vida y un contexto de relaciones con otros consumidores. Porque como dicen los sociólogos, los seres humanos son seres sociales. Entonces, el gusto por un producto o servicios, la satisfacción emocional o social que provoca su consumo, el estatus que el producto o servicios le asigna al consumir al interior de su clase social y en otras y, el valor y reconocimiento que esto tiene para la vida social, son todo producto de la cultura.

De todo lo anterior, viven y se benefician las empresas, las organizaciones y las instituciones. Por ejemplo, las municipalidades que les ofrecen servicios a sus contribuyentes y que esperan que estos sean satisfactorios, para que de este modo se pueda tener una excelente imagen de ellas. Pues ninguna organización inteligente, ofrece servicios para promover una mala imagen, a sabiendas de que la imagen les permite sobrevivir en la sociedad.

Cualquier elemento y contenido del marketing, consideran los expertos, debe ir enfocado en el cliente, consumidor, usuario o contribuyente, con el fin de idear diferentes formas y acciones de conquistarlo, conservarlo y fidelizarlo, mediante la entrega de un valor superior, es decir, un valor simbólico y social, en los productos y servicios ofrecidos.

Pensar en el usuario o cliente, es fundamental cuando se planea una estrategia mercadológica, pues se siempre se buscará satisfacerlo de diversas formas, ofreciéndole servicios y productos de gran calidad. Pues la razón de ser de las organizaciones y las empresas son sus usuarios y clientes. Sin ellos no existen y no tiene sentido lo que realizan.

2.2.2 El Marketing digital

El marketing digital tiene que ver con cualquier tipo de marketing que utilice dispositivos electrónicos y que puedan utilizar los especialistas en marketing para transmitir mensajes promocionales sobre productos y servicios y medir luego su impacto en el consumo y la satisfacción a través del recorrido del cliente.

En la práctica, el marketing digital suele referirse a las campañas de marketing que aparecen en una computadora, celular inteligente, tableta u otro dispositivo. Puede adoptar muchas formas, como el vídeo online, anuncios, el marketing en buscadores, los anuncios de pago en redes sociales y las publicaciones en redes sociales. El marketing digital suele compararse con el "marketing tradicional", como los anuncios en revistas, las vallas publicitarias y el correo directo. Curiosamente, la televisión se suele agrupar con el marketing tradicional.

Para Enrique Carlos Núñez Cudriz y Jesús David Miranda Corrales (2020), el marketing digital, según Charlo-Molina & Núñez-Torrado (2012), González-Campo, García-Solarte & Murillo-Vargas (2017), Leigh (2015) y Messing (1990), es el conjunto de procesos realizados en plataformas tecnológicas por medio la utilización de aplicaciones, softwares y gestión de contenidos y redes sociales a través de canales digitales, que permiten complementar las funciones del marketing tradicional y cuyo alcance se basaría en el entendimiento de las necesidades de los mercados y la satisfacción de las mismas a través de productos y servicios que les generen un alto valor añadido.

Es fundamental tener presente que el mundo en el que nos desenvolvemos ha cambiado en todos los campos y de forma radical. Lo cual implica un cambio de mentalidad y de prácticas de las empresas y organizaciones, para de este modo aprovechar lo que la ciencia y tecnología sofisticada ya está implementando y poniendo a disposición de los seres humanos, en este caso, de los consumidores y los usuarios de productos y servicios.

De igual forma, como señalan MATEO DUQUE GIRALDO Y JUAN EMILIO RESTREPO PÉREZ (2021), también existe el concepto de marketing viral que es un

concepto que trata de: “el marketing viral se define como un conjunto de técnicas que intentan explotar redes sociales preexistentes para producir incrementos exponenciales de conocimiento de marca” (Pino, 2007), además de marketing de contenido que “Puede definirse simple y llanamente como la creación, publicación y distribución o compartición de contenido de excepcional valor e interés para los clientes y comunidad de usuarios.

Las redes sociales, en el mundo actual, resultan fundamentales para las empresas y organizaciones, y para toda la sociedad, porque en estos espacios se reproducen entre las personas formas de percibir, valorar y comportante respecto de la realidad, ya sea cultural, social, política, económica y comercial. De ahí que cada vez más las empresas, las organizaciones y las instituciones, se enfocan en posicionar y promover sus productos y servicios en estos espacios digitales, a sabiendas de que ahí se pueden obtener excelentes dividendos económicos y socioculturales, es decir, rentabilizar los negocios y crear fidelidades hacia las marcas.

De hecho, en la actualidad, es en las redes sociales donde se mercadea casi todos los producto y servicio, donde se obtienen perfiles de consumidores por medio de la minería de datos, que las organizaciones y las empresas aprovechan de gran forma, para segmentar mercados, definir estrategias y planes de acción mercadológicos. Por decirlo de algún modo, mucho de lo que sucede en el mundo actual, se configura en las redes sociales, de ahí la relevancia que tienen.

Es importante conocer la gran variedad de principales términos que se utilizan en el marketing digital, los cuales son:

- **Buyer Persona:** es una representación de perfiles ficticios, enfocados en los consumidores reales, con el fin de conocer el comportamiento y patrones del comprador ideal, permitiendo crear estrategias de marketing.
- **Lead:** Persona que está interesada en el contenido de la empresa, y dan sus datos voluntariamente para crear un vínculo interactivo con la organización.

- **Landig Page:** Páginas web enfocadas en recolectar información importante de los usuarios, con la finalidad de convertirlos en Lead.
- **SEO (Search Engine Optimization):** tiene la finalidad de optimizar el sitio web para para mejorar el posicionamiento en los buscadores.
- **CTA (Calls to action):** Botón o enlace ubicado en sitios web cuyo objetivo es cautivar clientes potenciales y convertirlos en clientes finales.
- **Segmentación:** Es una de las herramientas más importantes y eficientes que permite personalizar las campañas e información, brindando a las personas correctas un enfoque con el contenido adecuado.
- **CRM (Customer Relationship Management):** Corresponde a un conjunto de estrategias de negocios enfocadas en el cliente, con el propósito de mejorar la rentabilidad e impulsar el crecimiento del negocio.
- **CMS (Content Management System):** Software que ayuda a gestionar y administrar los contenidos de páginas web de una manera fácil y rápida; Además, no requiere de conocimientos técnicos para el desarrollo.
- **CPC (Cost per click):** Corresponde al valor cobrado por cada clic que realice una persona en una publicidad por internet.
- **CPM (Costo por mil):** Modelo de pago que se aplica un precio por cada mil veces que aparece el anuncio el sitio web.
- **Keyword o palabra clave:** Termino o palabra que introduce una persona en un buscador, con la finalidad de lograr un buen posicionamiento y generar visitas en el sitio web.
- **ROI (Retorno Sobre la Inversión):** Mide las inversiones realizadas de marketing en relación con los ingresos obtenidos.

2.2.3 Marketing mix

Es un análisis de estrategias que realiza una organización con el propósito de alcanzar sus objetivos. Jerome MacCarthy introdujo el concepto de marketing digital en 1962.

El marketing digital se puede clasificar en cuatro variables que son llamadas las 4P: producto, precio, lugar y promoción, tiene como objetivo trabajar de forma coordinada y combinada para lograr las estrategias de compañía, y así mantener ventaja en el mercado.

2.2.4 El comportamiento del consumidor

Para esta investigación en la Municipalidad de Heredia, se analizará el comportamiento del consumidor, en este caso, el del contribuyente, para lograr comprender más a fondo y llegar al porque y determinar el conocimiento, las conductas, valoraciones y percepciones que tienen sobre las plataformas digitales del municipio, en las cuales se puede realizar las declaraciones juradas:

El comportamiento del consumidor da cuenta de cómo actúan los consumidores, al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor, señalan, **MATEO DUQUE GIRALDO Y JUAN EMILIO RESTREPO PÉREZ (2021)**, se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo (Schiffman & Lazar Kanuk, 2010).

Lo más importante del SEO, afirman los expertos, es su parte de "arte y ciencia". El SEO es una ciencia porque requiere investigar y valorar, por medio de métodos científicos diferentes factores para conseguir la clasificación más alta posible. Por esto, los elementos más relevantes a tomar en cuenta para optimizar y mejorar la calidad de una página web

incluyen la calidad del contenido, nivel de interacción del usuario, adecuada para móviles y número y calidad de enlaces entrantes.

2.2.5 Segmentación de mercado

Existen diversos tipos de clientes, productos y necesidades en el mercado y por eso la necesidad que se determinen qué segmentos ofrecen mejores oportunidades. Según Kotler y Armstrong (2013) la segmentación de mercado es “El proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores con diferentes necesidades, características y comportamientos, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados.”

2.2.6 Segmento de mercado

Un segmento de mercado consiste en un grupo de consumidores que responden de manera similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing. Es de suma importancia que las empresas se enfoquen en satisfacer las diferentes necesidades de los grupos de consumidores de manera individual. (Kotler y Armstrong, 2013. p.49)

2.2.7 Selección de mercado meta

“La selección de mercado meta implica evaluar el atractivo de cada segmento y elegir uno o más segmentos a los cuales atender.” (Kotler y Armstrong, 2013 p.49-50). El seleccionar correctamente el mercado meta permite a la compañía invertir sus recursos en clientes potenciales, interesados y dispuestos a consumir el producto o servicio.

2.2.8 Mercado meta

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2013) “un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender.” Es responsabilidad de la compañía elegir cuáles y cuántos serán sus segmentos meta, ya que permite generar éxito y rentabilidad a la empresa.

2.2.9 Redes sociales

En la actualidad las redes sociales han tenido un gran poder y una acelerada evolución, lo que ha cambiado la forma de comunicarse, aprender y relacionarse tanto a nivel personal como organizacional. Para las empresas las redes sociales se han convertido en una herramienta de suma importancia para compartir y publicar información en internet; razón por la cual las organizaciones cada día tienen que estar más enfocadas en el uso de las tecnologías, sin dejar de lado las relaciones interpersonales y asegurar un adecuado manejo de las redes sociales.

2.2.10 Sitio web

Un sitio web, según lo consideran los expertos, es el conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, que las empresas, organizaciones e instituciones ofrecen, y que incluye una página inicial de bienvenida, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Un sitio web es, entonces, un gran y diverso espacio documental bien organizado, cuyo fin es dar a conocer de forma ágil, amena, y efectiva, productos y servicios.

Es un espacio virtual, que debe ser accesible para las personas que cuentan con conexión a internet, y que lo visite por medio de un navegador web. Se debe componer de diferentes tipos de contenido, como texto, imágenes, videos y elementos interactivos, que

responden a los objetivos y los productos y servicios que ofrecen la organización, empresas o institución que posee el sitio.

Un sitio web es dinámico cuando puede tener cambios frecuentes en los datos e información que se comparte con los usuarios o clientes. Se puede dar así un amplio abanico de posibilidades, incluyendo, por ejemplo: (a) mostrar el estado actual de un diálogo entre usuarios, (b) monitorizar una situación cambiante, o proporcionar información personalizada de alguna manera a los requisitos del usuario individual, entre otras.

2.2.10.1 Sitio web institucional

Los sitios web institucionales son considerados uno de los medios de comunicación de mayor impacto e importancia para las empresas tanto privadas como públicas. El sitio web institucional representa a instituciones o empresas y suministran información sobre ellas, como su historia, servicios, contacto y demás información relevante para la organización.

2.2.11 Estrategia de Marketing Moderna.

El marketing digital de la organización debe formar parte de forma articulada de una estrategia de marketing general que la organización y la empresa debe tener definida. La estrategia debe, además, dar cuenta de cuál es la misión, visión, valores, políticas y acciones de la organización en relación con los productos y servicios que ofrece a sus usuarios o clientes. Considerando factores externo e interno, económicos, sociales, culturales y de mercado, de la sociedad donde está localizada la organización y o la empresa, y los financieros, de recursos humanos, logísticos, entre otros de la organización y de las empresas.

2.2.12 Posicionamiento

Los estudios de imagen y posicionamiento proveen a la gerencia de mercadotecnia de valiosa información para la toma de mejores decisiones de posicionamiento de reposicionamiento. El posicionamiento se puede definir como la impresión diferenciada en la mente del consumidor de una marca, un producto o servicio, una empresa, una persona o hasta un país.

2.2.13 Satisfacción del cliente

Sobre la satisfacción al cliente, que debe ser la razón de ser de las organizaciones y las empresas, KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY, (2013) indican Las empresas excepcionales de marketing entienden las necesidades del mercado y del cliente, diseñan estrategias de marketing que crean valor, desarrollan programas de marketing integrados que entregan valor y satisfacción, y construyen relaciones fuertes con el cliente. A cambio, captan valor de los clientes de la forma de ventas, utilidades, y capital del cliente.

La idea central de estos dos autores, es que para llegar a ser una de las empresas excepcionales, o sea, las mejores y sobresalientes, se debe entender y satisfacer las necesidades del mercado y los clientes. Entender, en el sentido de conocer qué piensan, como actúan y que esperar recibir de las organizaciones y las empresas los clientes. En otras palabras, cuáles son sus expectativas de los servicios y productos que adquieren, y como los mismos los satisfacen social, emocional y económicamente.

Para lograr lo anterior, en la estrategia de marketing, lo fundamental es crear valor, es decir, aportar al cliente algo más que solo el servicio y el producto como tal, por ejemplo, en el caso de la Municipalidad de Heredia, el contribuyente debe sentir que los trámites que el realiza para pagar los impuestos y los servicios, le generan un valor, o sea, una satisfacción y un beneficio concreto, por el cual tiene sentido realizar el trámite.

Sin embargo, lo anterior no puede lograrse sino existe una cultura organización enfocada al cliente, pues como enfatizan KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY, (2013), para lograr no solo satisfacer sino encantar a los clientes, los trabajadores deben poseer valores enfocados en el cliente, como buen trato, interés, deseo de servir, de resolverlo los problemas, de hacerlo sentirse bien, entre otros; pues solo así es que estos valores sinceros producen experiencias extraordinarias para los clientes, y los convierte en clientes fieles y felices. Los productos y los servicios deben entonces, encantar a los clientes, en el caso de la Municipalidad de Heredia, encantar a los contribuyentes. Considerando que las empresas exitosas de hoy tienen, como explican los autores, antes citados, una cosa en común: una fuerte orientación al cliente y un fuerte compromiso con el marketing. Estas empresas, de hecho, comparten una pasión por entender y satisfacer las necesidades de sus clientes en mercados meta bien definidos. Y, además, motivan a todos en la organización para que ayuden a forjar relaciones duraderas con las clientes basadas en la creación de valor.

En cuanto a la satisfacción de cliente, la misma depende del desempeño y resultado percibido de un producto con relación a las expectativas del comprador. En sentido teórico, se considera que, si el desempeño del producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho, es decir, queda complacido, pero nada más. Si, en cambio, el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado, porque se le entregó más de lo que esperaba. La empresa y la organización lo logro, en suma, sorprender; en otras palabras, hizo que se sintiera mejor de lo que él esperaba sentirse, y por esto quedo encantando.

2.2.14 Demanda

La demanda de todos los servicios y productos que se ofrecen en las sociedades se fundamenta en las necesidades humanas. Las necesidades humanas, dicen los estudiosos, son estados de carencia percibida. Incluyen las necesidades físicas de comida, vestido, calor y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión. Los mercadólogos no crearon estas necesidades; son una parte básica del carácter humano que forma parte de toda sociedad, pero que a lo largo del tiempo han cambiado, dicen, KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY, (2013).

Según KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY, (2013). Las necesidades y los deseos de los consumidores son satisfechos mediante ofertas de mercado, una combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrecen a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo. Las ofertas de mercado no se limitan a productos físicos; incluyen también servicios, es decir, actividades o beneficios ofrecidos para su venta y que son esencialmente intangibles y no resultan en la propiedad de nada. Los ejemplos incluyen los servicios bancarios, las aerolíneas, hoteles, minoristas y servicios de reparación del hogar. En el caso de la Municipalidad de Heredia, los servicios que ofrece corresponden al pago de impuestos y al pago de servicios que se le brindan a los contribuyentes y usuarios. Y sobre los cuales, como ya se ha indicado, se debe agregar valores. No existe demanda sin necesidades, en este sentido la necesidad es entonces la que establece la demanda y ante esto la oferta que realiza la empresa.

2.2.15 Segmentación de mercado

El mercado consiste en muchos tipos de clientes, productos y necesidades, es decir, es diverso. El mercadólogo, como experto en el tema, debe determinar qué segmentos

ofrecen las mejores oportunidades para la empresa y la organización, considerando diversos factores tanto sociales, culturales, económicos y personales. Los consumidores pueden ser agrupados y atendidos de varias maneras con base en factores geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales. El proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores con diferentes necesidades, características y comportamientos, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados, se llama segmentación de mercado, señalan, KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY, (2013).

Segmentar el mercado es fundamental para la organización o la empresa, puesto que permite tener a mano datos e información diversa de los diferentes usuarios y clientes y darle de este modo, un trato diferente de acuerdo con sus diversos perfiles, para poder así satisfacer sus expectativas, gustos y necesidades diferentes. En principio de la segmentación es considerar que las personas son diferentes, por diversas razones económicas, sociales, culturales y personales, por lo cual debe recibir productos y servicios también diferentes, que correspondan a sus características. Es, ofrecer un trato y abordaje personalizado, un producto y servicio hecho a la medida de la persona, para que, de este modo existan mayores posibilidades de generar una mayor satisfacción al cliente.

2.2.16 Segmento de mercado

Todo mercado tiene segmentos, pero no todas las formas de segmentar un mercado son de la misma manera útiles. Un segmento de mercado, según, KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY, (2013). consiste en un grupo de consumidores que responden de manera similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing. Por ejemplo, en el mercado de automóviles, existen consumidores que desean el automóvil más grande y más cómodo sin importar el precio, y que son un segmento de mercado: a quienes les importa sobre todo el precio y la economía de la operación constituyen otro. Sería difícil, por esto,

hacer un modelo de automóvil que fuera la primera elección de los consumidores de ambos segmentos. Las empresas deben enfocar sus esfuerzos en satisfacer las diferentes necesidades de segmentos de mercado individuales.

En el caso de las Municipalidades, también sus contribuyentes y usuarios son diferentes, por sexo, edad, clase social, creencias culturales y factores personales. Por esto, es que deben ser tratados de forma diferente. Por ejemplo, a lo mejor a algunas personas adultas mayores, no les resulta tan fácil utilizar la tecnología que ofrece la Municipalidad de Heredia para realizar las declaraciones, en cuyo caso, se les debe ofrecer guías y manuales de usos más sencillos, que sean fáciles de comprender. O darles, también, un trato más personalizado por parte de los trabajadores, para explicarles de forma paciente, lento y con mucha calma, cómo pueden usar la tecnología.

2.2.17 Mercado meta

Una organización existe para lograr algo: este propósito debe estar claramente establecido por la empresa o la institución. Crear una misión sólida comienza con las siguientes preguntas: ¿Cuál es nuestro negocio? ¿Quién es el cliente? ¿Qué valoran los clientes? ¿Cuál debería ser nuestro negocio? Estas preguntas parecen sencillas, sin embargo, se encuentran dicen los estudios del tema, entre las más difíciles que la empresa deberá responder. Las empresas exitosas con mucha frecuencia se hacen estas preguntas y las responden con mucho cuidado y en su totalidad.

Preguntas que también la Municipalidad de Heredia, debería plantearse con el fin de poder mejorar el servicio que brindan a sus contribuyentes, en el caso de esta investigación, lo relativo a la declaración de impuestos, por medio de plataformas tecnológicas. Pensando en el tipo de usuario, las características de las tecnologías, las estrategias de comunicación e información, entre otros aspectos fundamentales.

2.2.18 Selección de mercado meta

Después de que una empresa y la organización ha definido sus segmentos de mercado puede entrar en uno o varios de ellos, para ofrecer productos y servicios personalizados. La selección de mercado meta implica evaluar el atractivo de cada segmento y elegir uno o más segmentos a los cuales atender, indican los expertos. La empresa debería elegir, como estrategia, los segmentos en los que pueda generar el mayor valor del cliente y mantenerlo en el tiempo de manera rentable. Considerando en cual mercado meta concreto puede obtener mejores réditos en el servicio y en lo económico.

El mercado meta es fundamental definirlo con precisión y sentido de realidad, porque de esto depende mucho el éxito o fracaso de la empresa y la organización. Consiste en valorar en que mercado se puede ser y hacer mejor el producto o servicio que se brinda, para lograr el mayor éxito posible. Es actuar, entonces, de forma estratégica, o sea, inteligente, lo cual suele hacer las empresas y organizaciones más exitosas del mundo.

2.2.19 Marketing online

Según, indica David Tomas Ceo y Cofounder de Cyberclick, (2022) https://www.amic.media/media/files/file_352_3145.pdf. El marketing digital vive una eterna revolución gracias a sus constantes cambios científicos y tecnológicos. Esto obliga a las empresas y organizaciones a estar siempre en constante formación y a testear nuevos formatos y canales de comunicación y de información con las tecnologías actuales, para así mejorar las campañas y los servicios que se les entrega a los clientes.

Durante muchos años, los expertos en tecnológica y prospectiva, plantearon que la transformación digital era el futuro para las empresas, las organizaciones y de toda la sociedad, pero ahora ya es una realidad, debido a la hiperdigitalización que trajo consigo la pandemia y al desarrollo científico tecnológico de punta. Esto ha fortalecido las redes

sociales y la web corporativa como canales más usados en marketing, muchas veces enfocados a la generación de leads debido al fortalecimiento de las first party data (nuestra propia base de datos). Esta es la nueva forma de entender el marketing digital y cómo las empresas y las organizaciones deben enfocar las estrategias mercadológicas. Transparencia, confianza y veracidad son los valores que ahora buscan los consumidores para hacer “match” con una marca, indican los expertos. Valores que también los contribuyentes de la Municipalidad de Heredia esperan recibir cuando solicitan un servicio o pagan un impuesto.

Para conseguir estos objetivos, Según, indica David Tomas Ceo y Cofounder de Cyberclick, (2022) https://www.amic.media/media/files/file_352_3145.pdf. como tendencias emergentes están la personalización, la automatización de más procesos, herramientas nuevas cómo el Customer Data Platform o el Account Based Marketing, la aplicación de estrategias agile al marketing, el marketing geolocalizado o el UGC (contenido generado por los usuarios) que las empresas y las organizaciones deben usar para promocionarse.

2.2.20 Plan de Acción

Un Plan de acción se define como un instrumento de planificación que ayuda a trazar una ruta de los pasos o tareas que se deben seguir para conseguir un objetivo y según el Grupo ATICO 34 (2020) ofrece una guía clara para alcanzar el éxito en una meta, ayuda a priorizar los objetivos que se quieren lograr, aclarar los recursos que se utilizarán y poder tomar mejores decisiones, logrando la eficiencia y eficacia a través de la ejecución de estrategias. El objetivo establecido en el Plan de Acción debe ser bien definido y claro, que incluya indicadores medibles para realizar un seguimiento del proceso y progreso, debe ser real y alcanzable con los recursos, el tiempo, dinero y experiencia. Por otra parte, debe ser

relevante y alineado con los objetivos propuestos y oportuno, esto se refiere a que debe tener un término.

Se mencionan tres tipos de planes de acción, del cual se destaca para esta investigación, el plan de acción de marketing, el cual es una hoja de ruta estratégica, en la cual se da seguimiento, durante un periodo de tiempo determinado, para alcanzar los objetivos. Este plan incluye qué campañas, contenido, canales y software de marketing utilizará para ejecutar la misión y realizar un seguimiento de su éxito.

2.2.21 Principales factores

Los principales factores que influyen en los tramites son los siguientes:

La satisfacción del cliente con el servicio recibido: medir la opinión del cliente durante todo el ciclo de la experiencia del servicio, facilidades para realizar la gestión y de soporte en caso de necesitarlo acorde con lo posteado en el sitio web.

Facilidad de uso: simplificación del proceso de búsqueda del servicio de interés, la facilidad para realizar trámite y es preferible utilizar sitios web con los que sea más fácil trabajar.

La satisfacción con el servicio: Significa satisfacción con el proceso y sistema utilizado para realizar el trámite. Genera confianza en el sitio web y fomenta su lealtad.

Calidad del contenido del sitio: Se refiere a la información y la manera en que esta se presenta en el sitio de comercio (cantidad, calidad, desplazamientos, estructura lógica, legibilidad, técnicas de navegación, etc.). Es importante para un efectivo servicio. Implica que la descripción del servicio debe ser completo, personalizado, relevante, fácil de entender, preciso y publicarse con precisión en el sitio.

Uso que se hace del sitio: Medido a través de visitas e interacciones en el sitio web que se procesan para su análisis. Mide el comportamiento de los usuarios en el sitio y puede ser un indicador de la cuota de mercado digital que posee el Municipio.

Confianza en el sistema: Medida a través de la seguridad del sitio, privacidad y confidencialidad de los datos aportados por el usuario. La seguridad del sitio se considera un predictor importante de la percepción del usuario e incide en el grado de satisfacción del usuario.

Promoción y publicidad del sitio: Involucra una estrategia y un plan efectivos de mercadotecnia mejora como resultado de una conciencia expresa sobre la necesidad de publicitar el sitio.

Publicidad personalizada, basada en perfiles de los usuarios: Incluye el boca a boca en redes sociales y un incremento en el uso de dispositivos móviles, para que mayor cantidad de consumidores se incorporen al uso del sitio web. Incrementa la confianza en el uso del sitio.

Calidad del servicio: Es importante en la valoración del usuario, ya que mantener usuarios existentes cuesta menos tiempo y esfuerzo que adquirir otros nuevos. Ofrecer servicios de alta calidad percibida es crucial en un sitio web, donde se deben realizar acciones para reforzar la lealtad, de manera que continúen utilizando el sitio y den buenas recomendaciones sobre este.

2.2.22 Perfil de la persona

El perfil de la persona hace referencia a la persona encargada de realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, por ende, corresponde al perfil del cliente, Buyer persona. Es el potencial del cliente fiel e ideal que puede tener una empresa, para poder dirigirse hacia lo que cada buyer persona quiere, esto se lo logra al investigar a la

persona desde su comportamiento, los gustos y preferencias que ellos tienen. El buyer persona, es necesario porque nos permite atraer a las personas correctas para que lleguen a ser futuros clientes potenciales.

2.2.23 Situación actual del uso del trámite de declaración jurada

A la fecha en la Municipalidad de Heredia, no se ha realizado un análisis del uso del trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial en el sitio web institucional que tienen disponibles los patentados, por lo que la iniciativa se hace necesaria, ya que en la actualidad solamente un 26% del total de los patentados que declararon para el periodo de afectación del año 2022, lo realizaron por medio del sitio web, siendo éste un porcentaje muy bajo.

2.2.24 Causas de no uso del sitio web para realizar la declaración jurada de patente comercial

Por tratarse de un estudio totalmente innovador, no existen con certeza causas que determinen el no uso del sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial y es por eso la importancia que conlleva este proyecto para así determinar las mismas.

Como posibles causas del no uso del sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, podría deberse a factores externos al Municipio, tales como resistencia al cambio, percepción de complejidad en el trámite, falta de información o desconocimiento acerca del trámite disponible, disconformidad con el trámite disponible actualmente, mala experiencia realizando el trámite. Como factores internos propios del Municipio, podría considerarse que se desconoce el perfil de la persona encargada de realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, no se

trabaje con objetivos realistas y medibles, tener una web lenta y no responsive, el no uso adecuado de redes sociales, ni videos, para interactuar con el público para mantenerlo comprometido y captar nuevos usuarios, no actualización de correos electrónicos en la base de datos, no hacer uso correcto del email marketing, así como la necesidad de optimizar el SEO y las landing pages páginas de aterrizaje.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

A continuación, se describen las características del lugar en donde se desarrollará la investigación, así como la reseña histórica de la misma.

2.3.1 Antecedentes de la organización

2.3.1.1 Nombre del lugar

Municipalidad de Heredia

2.3.1.2 Ubicación

Provincia de Heredia, Cantón central.

2.3.1.3 Historia

El primer ayuntamiento de Heredia se instala el 11 de enero de 1813. En 1848 la Constitución Política estableció los títulos de Provincia, Cantón y Distrito Parroquial. En la ley N° 36 de 7 de diciembre de 1848 le concede a Heredia el título de Cantón y le asigna 7 distritos parroquiales.

El Cantón de Heredia está habitado por 123 mil personas, según el Censo del año 2011. Tiene una extensión de 282 Kilómetros cuadrados y se compone de 5 distritos: Heredia, Mercedes, San Francisco, Ulloa y Vara blanca.

La municipalidad de Heredia es un gobierno local conformado por un Alcalde (sa) Municipal, dos Vicealcaldes y el Concejo Municipal, todos de elección popular.

La función principal del municipio es administrar los intereses y servicios públicos del Cantón de Heredia y los distritos de Ulloa, Mercedes, San Francisco, Vara Blanca y el cantón de Heredia, con el fin de promover el desarrollo, la transparencia y la excelencia en los servicios que se brindan al cantón.

2.3.1.4 Misión

Ser un Gobierno Local que brinda servicios con eficacia, eficiencia y efectividad, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población presente del cantón.

2.3.1.5 Visión

Ser un Gobierno Local líder a nivel nacional, en la gestión social integral e inclusiva, que mejore la calidad de vida de la población presente en el cantón.

2.3.1.6 Funciones

La función principal del municipio es administrar los intereses y servicios públicos del Cantón de Heredia y los distritos de Ulloa, Mercedes, San Francisco, Vara Blanca y el cantón de Heredia, con el fin de promover el desarrollo, la transparencia y la excelencia en los servicios que se brindan al cantón. Así como también las siguientes funciones:

- Administrar y prestar los servicios públicos municipales: recolección de residuos, limpieza de calles y caños, mantenimiento y construcción de áreas públicas, la administración de cementerios municipales, administración del Mercado Municipal, vigilancia y seguridad ciudadana.
- Definir los proyectos necesarios para el desarrollo del cantón, su respectivo presupuesto y ejecución.
- Recaudar y administrar los tributos e ingresos municipales: recaudar y administrar los impuestos, tasas y otros ingresos municipales.

- Controlar y regular el desarrollo urbano: permisos de construcción, licencias de funcionamiento para comercios, entre otros.
- Promover un desarrollo local participativo e inclusivo: fomentar la participación activa de la ciudadanía en la toma de decisiones
- Impulsar políticas públicas locales para la promoción de los derechos en favor de la igualdad y la equidad de género.
- Mejorar la calidad de vida de la población presente en el cantón.

2.3.1.7 Valores

De acuerdo con la Municipalidad de Heredia los valores institucionales son los elementos que dirigen las conductas de las personas, los cuales se enfocan en aspectos internos y de carácter subjetivo, los determinan mediante la honestidad, respeto, responsabilidad, solidaridad, compromiso.

2.3.1.8 Principios

Los valores y creencias del municipio permiten el funcionamiento de la organización y por su parte definen las líneas de trabajo y la filosofía, las cuales se determinan mediante excelencia, trabajo en equipo, economicidad, comunicación asertiva, proactividad y equidad.

2.3.1.9 Políticas

Según la municipalidad de Heredia las políticas institucionales se determinan como guía y límites de la organización, para su correcto funcionamiento. Estas políticas reflejan los valores, principios y áreas de estrategia institucional, son las siguientes:

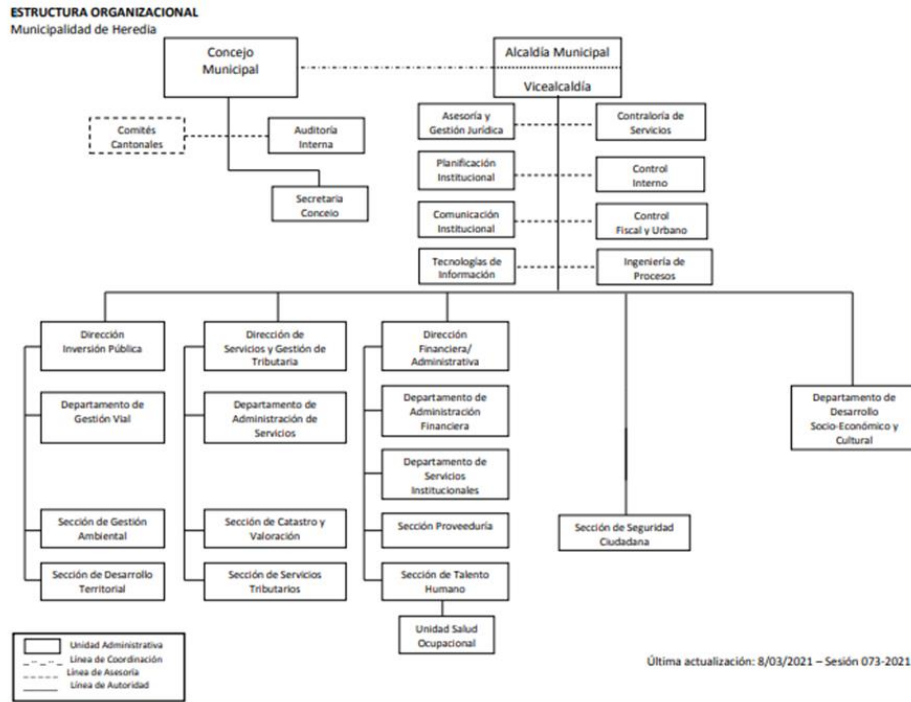
- Promover la incorporación de la Gestión de Riesgo de Desastres en la planificación municipal, como eje transversal en las acciones de desarrollo del cantón.
- La Municipalidad de Heredia promoverá el ordenamiento territorial y gestión ambiental de forma integral a nivel cantonal.

- Mantener los procesos de continuidad con el mejoramiento integral de toda la infraestructura pública del cantón, a fin de promover su desarrollo y competitividad.
- Desarrollar de forma eficiente, eficaz y efectiva los procesos administrativos y sustantivos, en un marco ético y moral de la gestión pública de sus colaboradores.
- La Municipalidad debe generar procesos de mantenimiento e la plataforma tecnológica en óptimas condiciones, de conformidad con las prácticas y reglas internacionales de seguridad informática.
- Como uno de sus procesos de desarrollo estratégico, la administración y sus colaboradores deberán promover la seguridad ciudadana mediante la participación de todos los actores del cantón de forma integral.
- Desarrollar continuamente los servicios municipales eficientes y económicamente sostenibles a lo largo del tiempo, que ofrezca mejores condiciones en el servicio al cliente cantonal.
- Adoptar políticas presupuestarias y administrativas para asegurar el acceso de las personas en condiciones de vulnerabilidad al entorno cantonal y nacional.
- Promover la atracción de inversiones y generación de empleo, para fomentar la competitividad y eliminación de brechas en el cantón.
- Promover el fortalecimiento de la participación ciudadana en la toma de decisiones a nivel cantonal, como una forma de incentivar la generación de liderazgos participativos.
- Promover a nivel interno, la implementación de una gestión por resultados y control interno, que oriente de manera efectiva las necesidades de manera eficaz, eficiente y efectiva.

2.3.1.10 Organigrama

Figura 1

Organigrama Municipalidad de Heredia



Fuente: Adaptado de Estructura Organizacional, Municipalidad de Heredia, 2021, (www.heredia.go.cr/sites/default/files/organigrama_actual_2021.pdf).

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 ENFOQUE

El enfoque investigativo, permite orientar al investigador de cualquier ciencia o disciplina sobre cómo debe realizarse la definición del tema y el planteamiento del problema de investigación. Además, de cuál debe ser y como debe ser la perspectiva teórica, la orientación de la estrategia metodológica y la recolección, el procesamiento, análisis e interpretación de los datos recolectados por medio del trabajo de campo o la investigación documental

Según Hernández, R y Mendoza, C. (2018) la investigación científica es el “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema con el resultado (o el objetivo) de ampliar su conocimiento.”

La investigación científica permite dar solución a los problemas que ocurren en las organizaciones, empresas y la sociedad, aplicando el método científico. El método científico, orienta sobre cómo se debe realizar investigación, cumpliendo estrictamente con los principios y fundamentados de las ciencias. También, la investigación científica permite desarrollar conocimiento, ya sea de interés científico, humanístico, social o tecnológico y con el cual se puedan tomar decisiones para mejorar la sociedad. Además, la investigación se aplica tanto para los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto.

El principal objetivo de la metodología de la investigación científica es que las personas se encuentren capacitadas para realizar investigaciones o estudios científicos, de una manera lógica, fundamentada, coherente y ordenada. Porque la metodología científica forma al investigador para que sea metodológico y sistemático.

En el proceso investigativo existen tres subcategorías: cuantitativas, cualitativas y mixtas, y cada enfoque se basa en sus propios paradigmas en relación con la realidad que investiga y el conocimiento que genera. Es importante resaltar, que ningún enfoque es mejor que otro, todo depende de cuál es el más apropiado para indagar el problema de

investigación concreto. De hecho, tanto el cualitativo como el cuantitativo, se basan en fundamentos y principios que permiten generar conocimiento científico.

El marco metodológico da cuenta del método científico que asume el investigador, con la finalidad de obtener información importante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. Y de este modo contribuir a resolver problema.

La metodología de la investigación está formada por fases relacionadas entre sí y que dependen entre ellas; por lo que no es posible elaborar el marco metodológico sin los fundamentos teóricos que van a justificar la investigación del tema seleccionado y no se puede tampoco plantear un marco teórico, sin antes tener establecido el tema, el problema, la justificación y los objetivos de la investigación.

Los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos, son las mejores herramientas diseñadas para las investigaciones, trabajos y proyectos, permiten generar conocimientos de gran valor para los estudiantes y profesionales, y por ende para la sociedad y sus organizaciones y empresas. Así mismo, ayuda a cumplir con los objetivos propuestos, obteniendo mayor alcance y resultados con la investigación.

De acuerdo con lo anterior, este estudio se desarrolla mediante un enfoque mixto el cual entrelaza la fase cuantitativa y cualitativa. Se recolectan datos estadísticos sobre el uso de las redes sociales de la Municipalidad de Heredia, durante el proceso de la investigación y el análisis de los resultados, y también opiniones, valoraciones y percepciones obtenidas de los patentados de la Municipalidad por medio de las técnicas de trabajo de campo aplicadas.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

La investigación mixta tiene como propósito no reemplazar al enfoque cuantitativo ni al enfoque cualitativo, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de enfoques, combinándolas y a su vez minimizando sus debilidades. El enfoque mixto involucra un conjunto de procesos de recolección, análisis e integración de datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación o estudio, con el fin de analizar las causas y los factores que generan el problema de la investigación

De acuerdo con lo anterior y considerando la estructura de este estudio, la investigación se realizará mediante un enfoque mixto, con el propósito de identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia. Además, los conocimientos, valoraciones y criterios sobre agilidad, flexibilidad, amigabilidad, oportunidad y calidad del sitio, por parte de los patentados.

3.2 ALCANCE

Según Hernández-Sampieri (2014) “Visualizar qué alcance tendrá nuestra investigación es importante para establecer sus límites conceptuales y metodológicos.” Según Barrantes (2016) “el alcance pretende responder a la pregunta ¿para qué sirve lo que me propongo hacer? y que aspectos delimitan dicho trabajo”.

Es importante identificar y tener claros los alcances de la investigación, ya que esto permiten entender las limitaciones del estudio y sus potencialidades, es decir, su viabilidad

Cabe mencionar que en una investigación existen varios alcances, los cuales son: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo o causal.

- **3.2.1 Alcance exploratorio**

Los estudios exploratorios se utilizan cuando se realizan investigaciones sobre temas o problemas poco estudiados o desconocidos, se pretende investigar temas novedosos. Además, la finalidad es obtener información por primera vez, para que luego otros investigadores realicen una investigación más amplia y completa, considerando los datos que recabo la exploratoria

- **3.2.2 Alcance descriptivo**

En relación con los estudios de alcance descriptivo el objetivo del investigador radica en detallar cómo son y se manifiestan los fenómenos, situaciones, contextos y sucesos. Sobre el tema investigado. Describir es detallar, narrar, contar. Los estudios descriptivos buscan especificar características y perfiles importantes de grupos, personas, comunidades o algún otro fenómeno que sea investigado y la relación que esto tiene con el tema y el problema de investigación. En otros términos, procura medir o recolectar información independiente o conjunta. Este alcance sirve para identificar el comportamiento o funcionamiento de la sociedad, grupo o individuo; está basada en hechos y conclusiones, útiles para la sociedad.

- **3.2.3 Alcance correlacional**

Este tipo de estudio relaciona dos o más conceptos o variables en un contexto en específico, generando información explicativa y analítica. El alcance correlacional pretende predecir la relación estadística que existe en un grupo de individuos o casos en una variable, lo que significa que dichos valores están relacionados ya sea de forma positiva o negativa. Es decir, que se influyen entre sí. Este tipo de estudios son estadísticos, y permiten calcular coeficientes de correlación, mediante diferentes fórmulas estadísticas avanzadas.

- **3.2.4 Alcance explicativo**

El alcance explícito tiene como objetivo explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué situaciones se manifiestan. Este tipo de investigación es más estructurada que las investigaciones con otros tipos de alcances. Es explicativo, porque pretende identificar que causa un problema, es decir, investigar la relación entre causas y efectos.

Con el análisis de los alcances de la investigación y tomando en cuenta el tema del y la perspectiva que se pretende dar a este estudio, se puede determinar que esta investigación será de alcance de tipo exploratorio y descriptivo.

Los alcances son exploratorios y descriptivos porque se hace la investigación en la Municipalidad de Heredia, de un tema poco estudiado, de hecho, nadie ha realizado en este gobierno local el análisis que se va a elaborar por medio de esta investigación. Asimismo, la investigación es descriptiva porque durante el proceso de investigación se realiza una descripción, registro, análisis e interpretación de los datos recolectados, con el propósito de identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia y a su vez elaborar un plan de acción de marketing digital, para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia el uso del sitio web donde se puede realizar el trámite declaración jurada de patente comercial.

3.3 DISEÑO

Según Hernández Sampieri, R y Mendoza, C (2018) “el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que deseas con el propósito de responder al planteamiento del problema”. Por otra parte, Hernández, A. (2018.p.58) define al diseño de una investigación “como la concepción para aplicar los instrumentos que requiere toda investigación, tanto en la disposición y enlace de los métodos y medios que

en ella interviene, como en el plan a seguir en la obtención y tratamiento de los datos obtenidos para la verificación de las hipótesis, es decir, que el diseño se refiere al plan estratégico concebido para obtener la información que se necesite”.

Para este estudio y considerando el enfoque determinado anteriormente, se realizará mediante la recolección de datos cuantitativos y percepciones, opiniones o valoraciones de los contribuyentes, para luego procesar y analizar los datos cuantitativos y cualitativos.

El diseño se trabaja en conjunto con otros elementos metodológicos como lo son el enfoque, las técnicas y el paradigma investigativo, todo, de forma coherente y consistente. Para este estudio se presentan dos tipos de diseños.

A continuación, se procede a mencionar y describir cada tipo de diseño de la investigación:

3.3.1 Diseños no experimentales

“Puede definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.” (Hernández-Sampieri, R y Mendoza, C, 2018, p. 174). Los diseños no experimentales realizan observaciones o mediciones a fenómenos y variables en su entorno natural, sin influir sobre ellos y con el propósito de analizarlas y realizar interpretaciones.

De acuerdo con la investigación no experimental existen dos tipos de diseño, los cuales se clasifican en: transversal o longitudinal.

- **3.3.1.1 Diseño transversal**

Según Agudelo, G; Aigner, M; Ruiz, J. (2008) “los diseños transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Tiene como propósito describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado.”

Este tipo de diseño tiene un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo y comprende uno o más grupos de personas u objetos.

- **3.3.1.2 Diseño longitudinal**

Los diseños longitudinales “recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Tales puntos o periodos por lo común se especifican de antemano.” (Hernández, R; Fernández, C y Baptista, M, 2010, p.158).

Tomando en cuenta lo anterior, y los propósitos de esta investigación y alcance, el diseño es transversal. Puesto que se recolecta datos en un momento específico, para identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, considerando sus valoraciones y evaluaciones del sitio, para luego elaborar un plan de acción de marketing digital para incentivar el uso del sitio web. Es decir, se realiza un sólo estudio sobre el tema, y no se vuelve, por ahora a aplicar otro, para identificar cuales cambios se dieron con el uso del sitio.

3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO

En cuanto a la unidad de análisis, esta investigación se llevará a cabo en la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, específicamente con los patentados, a fin de analizar el uso del trámite de Declaración Jurada De Patente Comercial en el sitio web institucional que tienen disponibles los patentados del municipio.

3.4.1 Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Para Arias (2012) la población es “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación...” (p.81).

Por ende, para el desarrollo de este estudio la población corresponde a los patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia. A quienes se les aplicará una encuesta, enfocada a identificar que tanto conoce y cómo valora el sitio web de la municipalidad.

3.4.2 Tipo de muestra

La muestra es un subconjunto o parte de la población que es seleccionada con criterios metodológicos y estadísticos para realizar un estudio. Con la finalidad de recopilar información que permita responder la pregunta de investigación y los objetivos de la investigación. También, la muestra se clasifica en dos tipos de muestreo: probabilística o no probabilística.

- **3.4.2.1 Muestra no probabilística**

La muestra no probabilística depende de los criterios y las decisiones del investigador o del grupo, la elección de los elementos, o las personas, no depende de la probabilidad estadística, sino que están relacionadas con las características y contexto del

estudio. Es no probabilística porque no todas las personas tienen la probabilidad de ser seleccionadas, debido a que no todas cumplen con los criterios que establece y requiere el investigador.

- **3.4.2.2 Muestra probabilística**

La muestra probabilística se caracteriza por utilizar un método de selección aleatorio y todos los elementos o casos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos para conformar la muestra. Porque todos tienen características sociales, demográficas, culturales, económicas u otras, que la sirve al investigador. En este tipo de muestra tiene grandes ventajas; una de las principales es que se puede medir por medio de fórmulas la magnitud del error, con el objetivo de reducirlo al mínimo. Para así, poder realizar investigaciones que sean estadísticamente confiables.

De acuerdo con el análisis que se realizó para definir la muestra, en esta investigación se utilizará la muestra con el muestreo probabilístico, ya que permite definir por medio de fórmulas estadísticas confiables los elementos de la población, considerando los objetivos del estudio y el tipo de muestreo que se necesita encuestar para obtener datos confiables.

Existen diversos métodos para calcular el tamaño de la muestra, algunos de ellos necesitan el uso de fórmulas. Para esta investigación se realiza el cálculo mediante el programa SurveyMonkey.

Tabla 1

Calculo tamaño de la muestra

Tamaño de la población	1068
Nivel de confianza (%)	95
Margen de error (%)	5
Tamaño de la muestra	283

Fuente: "Elaboración propia 2023", de acuerdo con los resultados del programa

SurveyMonkey

También, para que quede evidencia, a continuación, se muestra la fórmula que fue utilizada para realizar el cálculo del tamaño de la muestra, la cual es la siguiente:

$$n = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde la designación de la fórmula es:

N = tamaño de la población •

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

z = puntuación z

3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión y exclusión son condiciones específicas que debe poseer la población de personas por investigar, para ser parte o descartarlo de la muestra seleccionada.

Tabla 2*Criterios de inclusión y de exclusión*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia.	Patentados no activos y con suspensión de patentes o sin registro de correo electrónico de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia.

Fuente; “Elaboración propia”, siguiendo la guía TFG 2021, Universidad

Hispanoamericana.

3.4.4 Consideraciones éticas.

Este proyecto de investigación se elabora como un requisito para optar por el grado Académico de Maestría Profesional en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo. Asimismo, este estudio puede ser utilizado como fuente de consulta para proyectos similares.

Para la recolección de datos, se utiliza una encuesta por medio de Google Forms, la misma es de carácter confidencial, anónimo y aplicado a la muestra de 283 patentados, hombres o mujeres, mayores de 18 años

La encuesta informa a los patentados sobre cuál es el objetivo del estudio y el carácter académico que tiene el mismo, con el propósito que las personas encuestadas tengan conocimiento claro y confiable sobre cuáles son los objetivos y fines de esta investigación. Y estén seguras y tranquilas, además, que todos los datos que aporten únicamente serán utilizados para cumplir con los objetivos de la investigación y con la mejora del servicio que ofrece la Municipalidad de Heredia.

3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) un instrumento de medición es un “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente.”

Para recolectar datos para realizar una investigación, es necesario aplicar uno o varios instrumentos de medición, con el fin de obtener información adecuada de las variables del estudio y con las personas apropiadas. Es transcendental que todo instrumento de recolección de información de carácter cuantitativa posea confiabilidad, validez y objetividad. Es decir, que sean datos reales, bien recolectados, que den cuenta además de una realidad existentes y que no hayan sido manipulados, para dar a entender algo que no es real.

En el presente estudio de investigación no es posible ejecutar un plan piloto del instrumento para recolectar la información del estudio, ya que el proyecto de graduación se debe de realizar en un plazo de cuatro meses y se cuenta con un límite de tiempo.

Los instrumentos para la recolección de la información son parte fundamental del estudio, porque de ellos dependen recolectar los datos que se necesitan, así como también lo son las fuentes de información, ya que permiten la obtención de información requerida para cumplir con los objetivos planteados por la investigación. A continuación, se explica cómo es el instrumento y las fuentes que se utilizaran:

- **3.5.1 Encuesta o cuestionario**

El cuestionario es uno de los instrumentos más utilizados para recolectar datos cuantitativos y cualitativos o información de interés para los investigadores que realizan estudios científicos Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) el cuestionario “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Para aplicar un

cuestionario que sea útil, se debe tener claro cuál es la información requerida de acuerdo con los objetivos establecidos por la investigación.

Las encuestas, suelen tener varias preguntas con opciones de respuesta cerradas y también algunas abiertas para que las personas emiten sus opiniones sobre los temas consultados. El cuestionario es un instrumento diseñado, con códigos y escalas, para que luego pueda ser procesado por medio de programas estadísticos.

La encuesta, en este caso, se realizará a los patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia. Además, se aplicará mediante la herramienta Google Forms con una muestra de 283 patentados, hombres o mujeres, mayores de 18 años.

Con los datos obtenidos de la encuesta, se podrá identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, igualmente, la percepción y valoraciones que tienen con respecto al servicio que brinda el municipio por medio del sitio web. Para luego, poder, elaborar un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia al uso del sitio web donde se realiza la declaración jurada de patente comercial.

- **3.5.2 Fuentes primarias**

Las fuentes primarias hacen referencia al registro de datos de primera mano, que se tiene sobre lo investigado, es decir, son los datos obtenidos por primera vez por parte del investigador. Para este estudio, la fuente primaria es la encuesta la cual tendrá datos luego de ser aplicada a los patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la Municipalidad de Heredia.

- **3.5.3 Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias brindan información de segunda mano y se obtiene a través de las fuentes primarias. Es información que ya ha sido recopilada y previamente estudiada por otras personas. Es decir, que ya existe en base de datos de organizaciones, instituciones y empresas.

En esta investigación las fuentes secundarias utilizadas son libros, revistas, sitios web y otros medios que son de suma importancia para obtener la información requerida para elaborar el problema, la justificación, la teoría y la metodología.

3.6 VARIABLES

Las variables son de gran importancia para la investigación, y dependen del estudio que se realiza. “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse”. (Hernández, R; Fernández, C y Baptista, M, 2014. p.105).

Para la realización de este estudio se definen las siguientes variables, que se estarán detallando en el proceso de investigación:

Variable #1: Perfil de la persona encargada.

- **Definición conceptual**

El compartimiento de la persona encargada de realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial y las características personales que influyen en la toma de decisión.

- **Definición operacional**

Esta variable considera las características que definen el público meta.

Variable #2: Trámite disponible actualmente en el sitio web.

- **Definición conceptual**

Corresponde a las percepciones que tiene el patentado, respecto al trámite que se ofrece actualmente por medio del sitio web.

- **Definición operacional**

Esta variable se interpreta como los criterios que tienen los patentados, respecto a realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial por medio del sitio web.

Variable #3: Identificar las causas del no uso del sitio web.

- **Definición conceptual**

Se refiere a todas aquellas repercusiones positivas o negativas que pueden influir en que los patentados no utilicen el sitio web para presentar la declaración jurada de patente comercial.

- **Definición operacional**

Aspectos positivos o negativos considerados por los patentados con respecto al trámite de declaración jurada de patente comercial que ofrece el sitio web.

Variable #4: Plan de acción de marketing digital

- **Definición conceptual**

Se refiere a la elaboración de plan de acción mediante el resultado de un proceso previo de recopilación de información

- **Definición operacional**

Aspectos positivos y negativos encontrados en la recopilación de la información.

Tabla 3

Matriz de Variables

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Definir el perfil de la persona que se encarga de realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial.	Perfil de la persona encargada	El compartimiento de la persona encargada de realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial y las características personales que influyen en la toma de decisión.	Esta variable considera las características que definen al público meta.	Determinar las características demográficas de la persona encargada de realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial.	Evaluación por medio de una encuesta	Se aplicó la encuesta a los patentados activos registrados en el sistema SIAM de la Municipalidad de Heredia, con el objetivo de conocer el perfil del encargado de realizar el trámite.
Identificar la situación actual del uso del trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web institucional que tienen disponibles los patentados.	Trámite disponible actualmente en el sitio web.	Corresponde a las percepciones que tiene el patentado, respecto al trámite que se ofrece actualmente por medio del sitio web.	Esta variable se interpreta como los criterios que tienen los patentados, respecto a realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial por medio del sitio web.	Evaluar percepciones, opiniones o valoraciones que tienen los patentados, respecto a realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial por medio del sitio web.	Evaluación por medio de una encuesta	En esta variable se aplicó una encuesta, con el propósito de conocer la situación actual del sitio web.
Identificar las causas por las cuales los patentados del Cantón Central de Heredia no utilizan el sitio web para realizar la declaración jurada de patente comercial.	Identificar las causas del no uso del sitio web	Se refiere a todas aquellas repercusiones positivas o negativas que pueden influir en que los patentados no utilicen el sitio web.	Aspectos positivos o negativos considerados por los patentados con respecto al trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web.	Conocer las razones del porque el patentado no utiliza el sitio web.	Evaluación por medio de una encuesta	Encuesta aplicada, con la finalidad de recopilar la información requerida.

Elaborar un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia el uso del sitio web donde se realiza la Declaración Jurada De Patente Comercial.

Plan de acción de marketing digital

Se refiere a la elaboración de plan de acción mediante el resultado de un proceso previo de recopilación de información.

Aspectos positivos y negativos encontrados en la recopilación de la información.

Incentivar y establecer estrategias para dar a conocer los beneficios de realizar la declaración Jurada de Patente Comercial mediante el sitio web.

Iniciativa de mejora que se deben de realizar para incentivar a los patentados.

Establecer seguimiento y control del plan de acción de marketing digital.

Fuente: “Elaboración Propia 2023”.

3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS

De acuerdo cómo se mencionó en la sección del enfoque, este estudio es de carácter mixto, debido a que involucra un conjunto de procesos de recolección, análisis e integración de datos cuantitativos y cualitativos.

Respecto a los datos cualitativos y cuantitativos se estará trabajando mediante un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, para conocer el público meta, la situación actual del trámite de declaración jurada de patente comercial que ofrece el sitio web, las valoraciones, opiniones, criterios positivos o negativos de los patentados en relación con el trámite de declaración jurada de patente comercial disponible en el web sitio del municipio. Además, se realizará un procesamiento y análisis de datos, el cual consiste en identificar el porcentaje de patentados que utilizan o no el sitio web.

Los porcentajes se calcularán por medio de fórmulas estadísticas, y las preguntas abiertas creando categorías de análisis, que permitan agrupar las respuestas de acuerdo con su similitud.

La aplicación de la encuesta se hará a una muestra de 283 patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la municipalidad del Cantón Central De Heredia, mayores de 18 años, con la finalidad de conocer las preferencias e intereses sobre el trámite de declaración jurada de patente comercial que ofrece el sitio web y así definir el mercado meta de la Municipalidad de Heredia.

El estudio y presentación de todos los datos se elabora aplicando criterios éticos que permitan resguardar la información, así como los datos de las personas privados, que participen de la encuesta.

Esta investigación se utilizará como una guía para futuros proyectos, relacionados con el tema del marketing digital.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

El presente capítulo tiene como objetivo dar a conocer los resultados obtenidos para un análisis e interpretación de los datos, esto según el cuestionario utilizado como instrumento; estos nos permitieron a través de un conjunto de variables, obtener los resultados en el proceso de implementación del proyecto, con el objetivo de identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, para así elaborar un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia el uso del sitio web donde se realiza la Declaración Jurada De Patente Comercial.

La encuesta se elabora con la herramienta Google Forms y cuenta con la respectiva autorización de la Alcaldía Municipal, por lo que la Sección de Tecnología de Información remite de forma masiva la encuesta a los correos electrónicos de los patentados activos que cuentan con registro de correo electrónico actualizado en el sistema SIAM de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia y se toman los recibidos. Esta encuesta es dirigida a los patentados activos registrados en el sistema SIAM, con registro de correo electrónico, los cuales recibieron la encuesta de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, enviada y aplicada del 01 junio al 30 de junio del 2023, por medio de la herramienta Sales Force.

La encuesta se estructura por medio de un filtro, en el cual se identifican cuáles de los patentados encuestados, sí realizaron la Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web y cuáles de los patentados encuestados, no realizaron la Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web.

La encuesta dirigida a los patentados encuestados que indicaron que sí realizaron la Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web, se estructura con un total de 25 preguntas y la encuesta dirigida a los patentados encuestados que indicaron

que no realizaron la Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web, se estructura con un total de 20 preguntas.

Ha presentado la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.

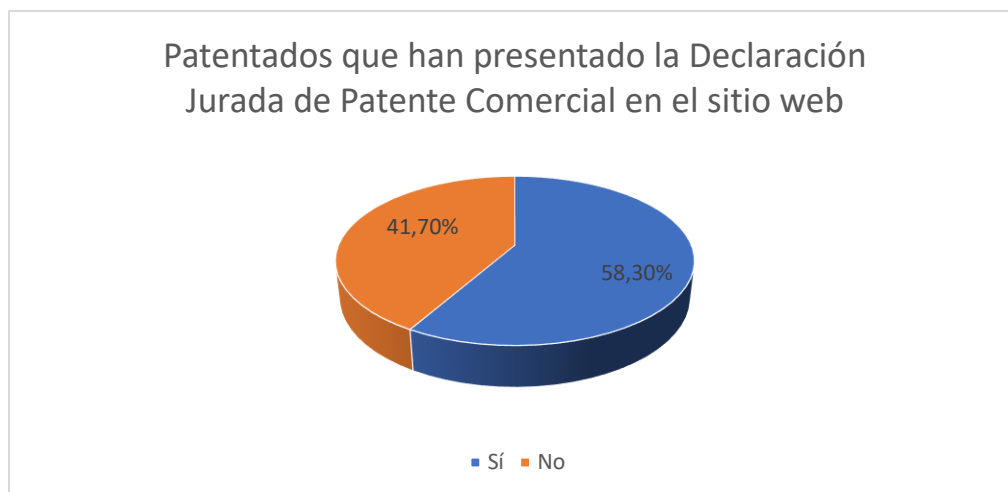
Patentados que han presentado la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web

Tabla 4

Indicador	Sí	No
Respuesta	165	118

Gráfico 1

Patentados que han presentado la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

Del total de los 283 patentados encuestados activos registrados en el sistema SIAM de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, un total de 165 patentados sí han presentado la Declaración Jurada De Patente Comercial en el sitio web, representando un 58,30% y un total de 118 patentados no han presentado la declaración jurada de patente comercial en el sitio web, representado un 41,70%

PERSONAS ENCUESTADAS QUE REALIZAN LA DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL POR MEDIO DEL SITIO WEB.

4.1 VARIABLE N 1 PERFIL DE LA PERSONA ENCARGADA.

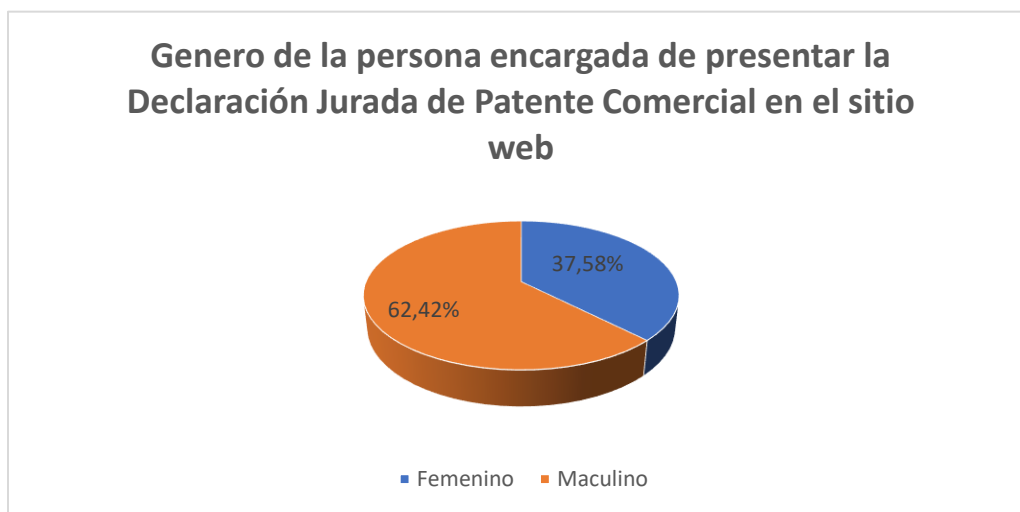
Pregunta N°1 Genero de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web

Genero de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web
Tabla 5

Gráfico 2

Indicador	Femenino	Masculino
Respuesta	62	103

Genero de las personas encuestadas.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

Del total de los 165 patentados encuestados activos registrados en el sistema SIAM de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, que indicaron que utilizan el sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, predominan los hombres, con un total de 103 encuestados, representando un 62,42% de la participación, seguido por las mujeres, con un total de 62 encuestadas, representando un 37,58%.

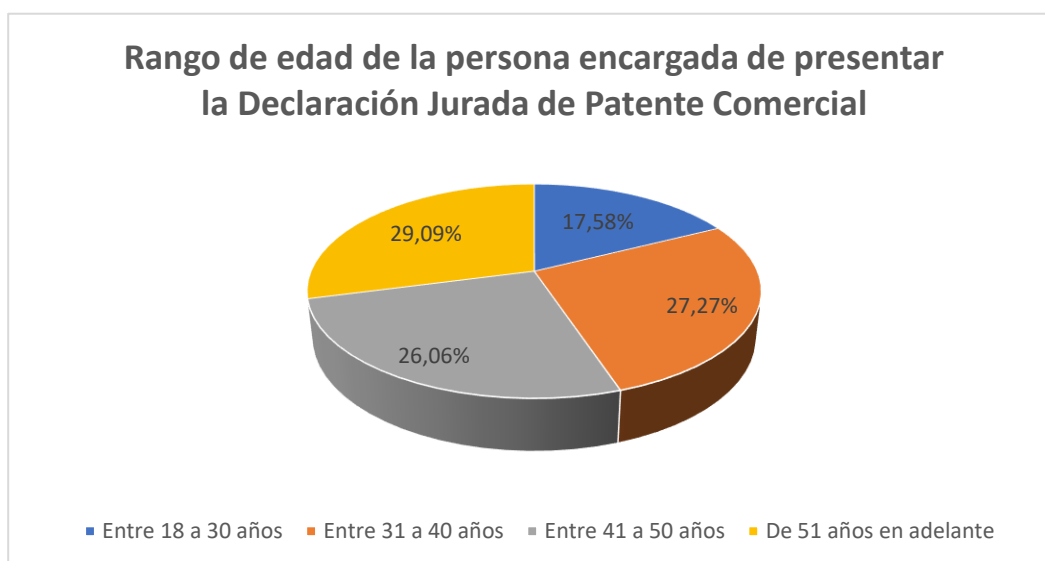
Pregunta N°2 Rango de edad de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial.

Rango de edad de los encuestados
Tabla 6

Indicador	Entre 18 a 30 años	Entre 31 a 40 años	Entre 41 a 50 años	De 51 años en adelante
Respuesta	29	45	43	48

Gráfico 3

Rango de edad de los encuestados que utilizan el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En cuanto al rango de edad de las personas encargadas de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial encuestadas que utiliza el sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial, el grupo con mayor participación corresponde a las personas de 51 años en adelante, representando el 29,09% del total, el segundo grupo con mayor participación se encuentra en rango de edad entre 31 a 40 años con un porcentaje de participación 27,27%, el tercer grupo, con un porcentaje de participación de 26,06%, está compuesto por personas de 41 a 50 años y el rango de edad entre 18 a 30 años, con un porcentaje de participación de 17,58%.

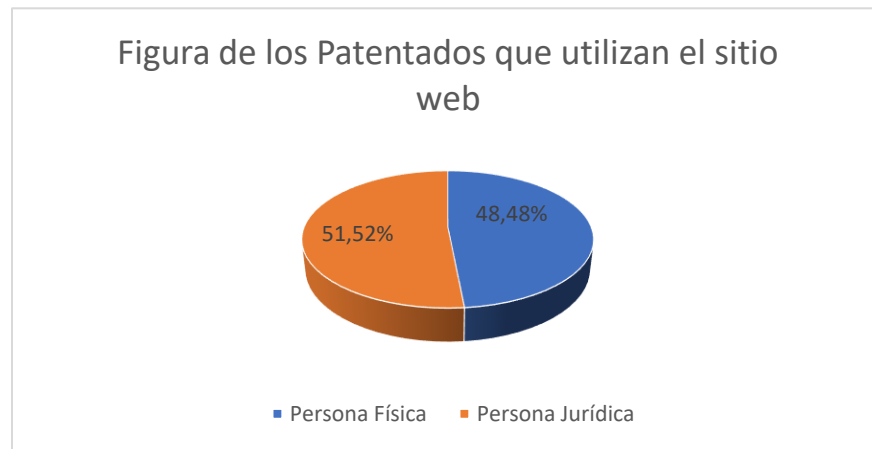
Pregunta N° 3 Figura del Patentado.

Figura de los Patentados que utilizan el sitio web
Tabla 7

Indicador	Persona Física	Persona Jurídica
Respuesta	80	85

Gráfico 4

Figura de los Patentados que utilizan el sitio web



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

Mediante el gráfico anterior, se determina que un 48,48% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, corresponden a personas físicas y un 51,52% de los patentados que utiliza el sitio web para presentar la declaración jurada de patente comercial, corresponden a personas jurídicas.

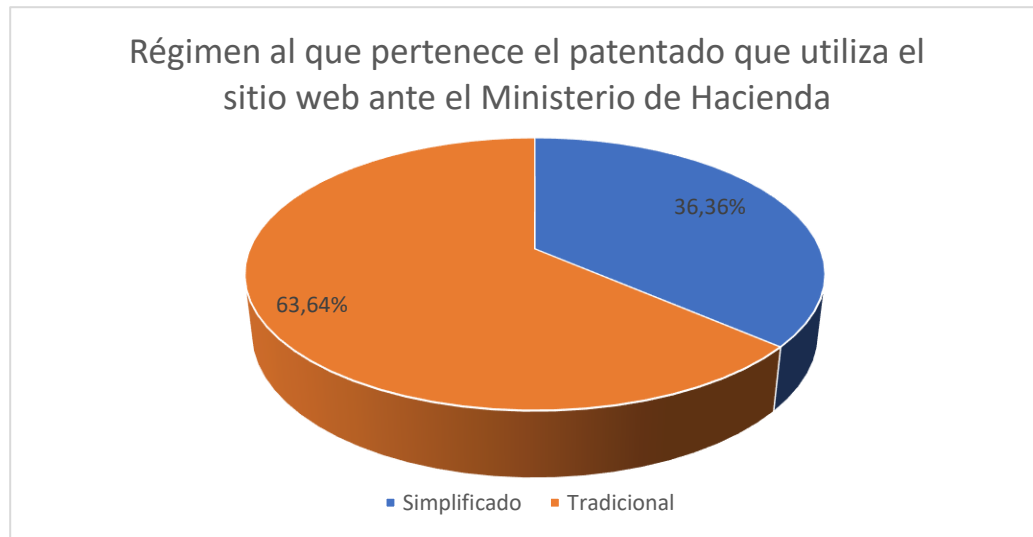
Pregunta N°4 Régimen al que pertenece el patentado ante el Ministerio de Hacienda.

Régimen al que pertenece el patentado que utiliza el sitio web ante el Ministerio de Hacienda
Tabla 8

Indicador	Simplificado	Tradicional
Respuesta	45	120

Gráfico 5

Régimen al que pertenece el patentado ante el Ministerio de Hacienda.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

El gráfico anterior nos muestra que un 63,64% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, pertenecen al Régimen Tradicional ante el Ministerio de Hacienda, mientras que el 36,36% pertenecen al Régimen Simplificado ante el Ministerio de Hacienda.

Pregunta N° 5 Tipo de actividad.

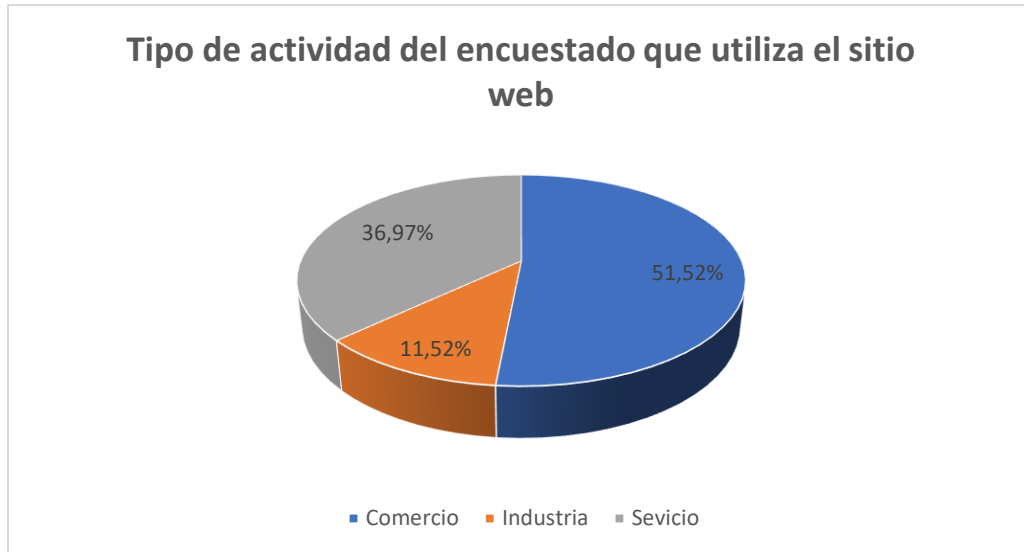
Tipo de actividad del encuestado que utiliza el sitio web

Tabla 9

Indicador	Comercio	Industria	Servicio
Respuesta	85	19	61

Gráfico 6

Tipo de actividad



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

Podemos identificar del gráfico anterior que un 51,52% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, se dedican a la actividad de comercio, un 36,97%, realiza la actividad de servicio y un 11,52% realizan la actividad de industria.

Pregunta N° 6 Distrito donde se ubica el patentado.

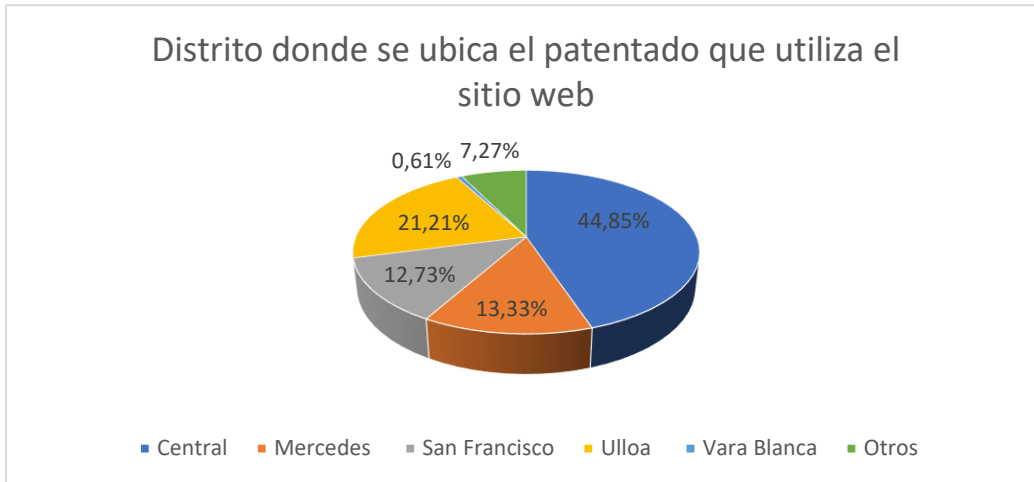
Distrito donde se ubica el patentado que utiliza el sitio web

Tabla 10

Indicador	Central	Mercedes	San Francisco	Ulloa	Vara Blanca	Otro
Respuesta	74	22	21	35	1	12

Gráfico 7

Distrito donde se ubica el patentado.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

El gráfico anterior nos muestra la distribución por distrito, de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, de la cual el Distrito Central es el más representativo, con un 44,85%, seguido del distrito de Ulloa con un 21,21%, el distrito de Mercedes con un 13,33%, el distrito de San Francisco con un 12,73%, el distrito de Vara Blanca con un 0,61% y otros distritos, que corresponden a patentados fuera del Cantón Central de Heredia, con un 7,27%.

4.2 VARIABLE N 2 TRÁMITE DISPONIBLE ACTUALMENTE EN EL SITIO WEB.

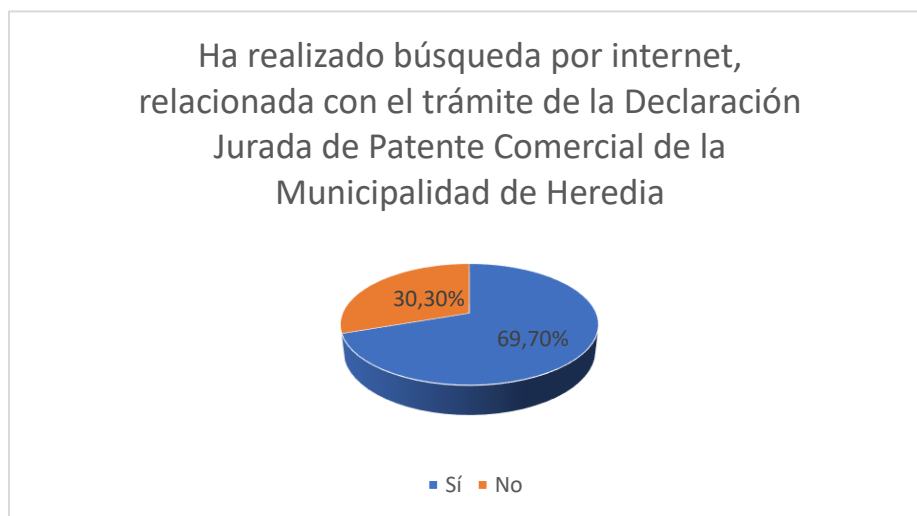
Pregunta 7. Ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

Ha realizada búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial
Tabla 11

Indicador	Sí	No
Respuesta	115	50

Gráfico 8

Ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se observa que un 69,70% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, han realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de Declaración Jurada de Patente Comerciales y un 30,0% de los patentados encuestados no ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de Declaración Jurada de Patente Comerciales.

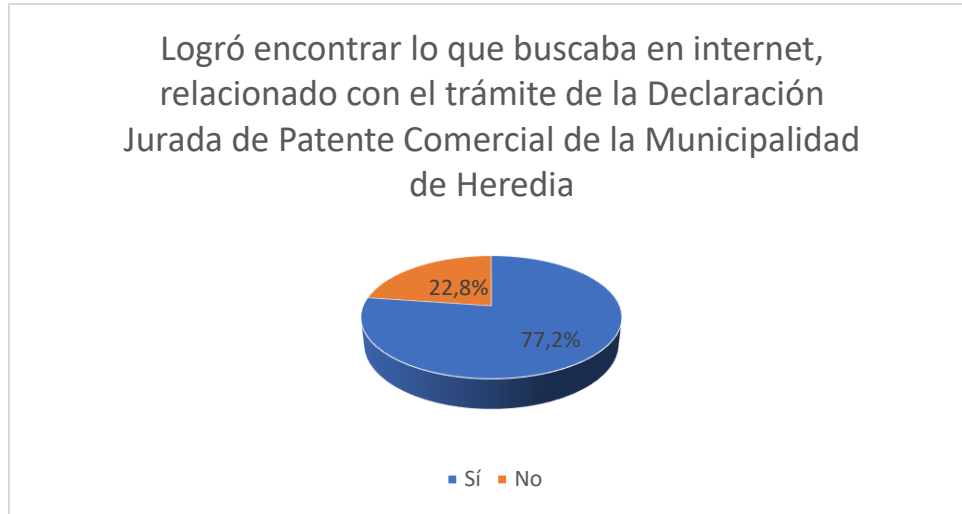
Logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

Logró encontrar lo que buscaba en internet
Tabla 12

Indicador	Sí	No
Respuesta	95	28

Gráfico 9

Logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 77,2% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, sí logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia. Por su parte un 22,8% de los patentados encuestados no logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

Razones por las cuales no encontraron lo que buscaban en internet relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

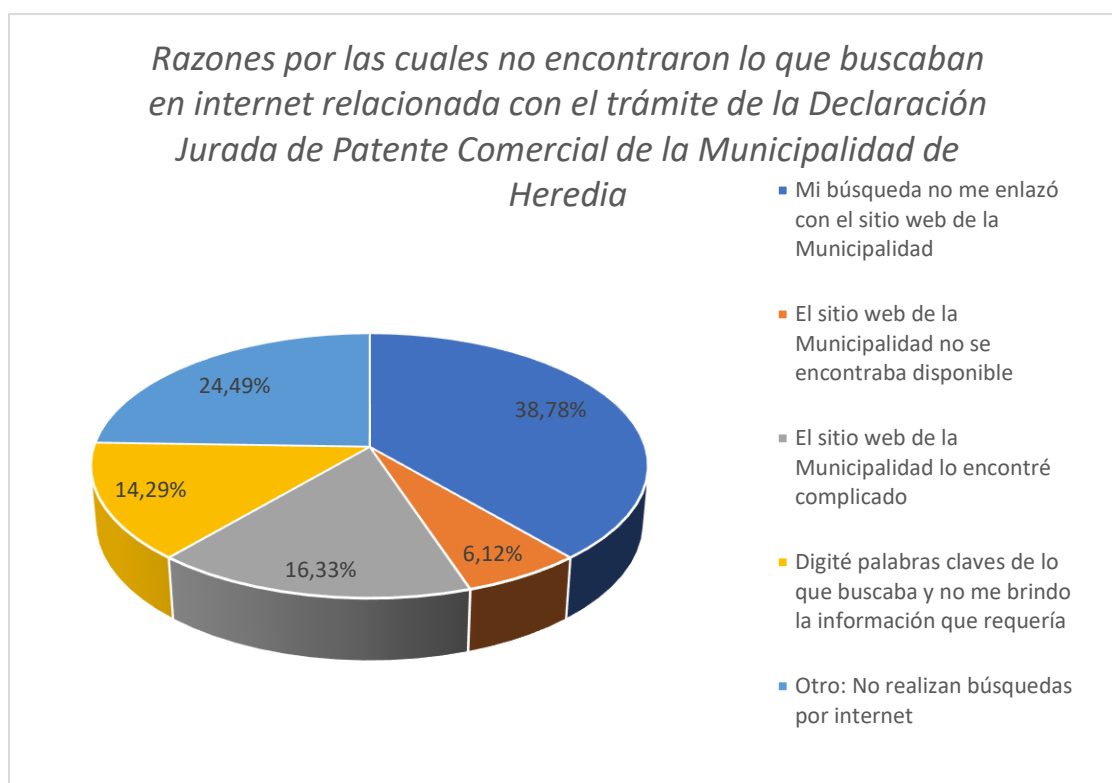
Razones por las cuales no encontraron lo que buscaban en internet

Tabla 13

	El sitio web de la Municipalidad no se encontraba disponible	El sitio web de la Municipalidad lo encontré complicado	Digité palabras claves de lo que buscaba y no me brindó la información que requería	No realizan búsquedas por internet
Indicador	Mi búsqueda no me enlazó con el sitio web de la Municipalidad			
Respuesta	19	3	8	7
				12

Gráfico 10

Razones por las cuales no encontraron lo que buscaban en internet relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se visualizan las razones por las cuales los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no encontraron lo que buscaban en internet relacionado con el trámite de la

Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia, mostrando que un 38,78%, de los patentados encuestados indican que la búsqueda no enlazó con el sitio web de la Municipalidad, seguidamente un 24,49% indican como otras razones, no requieren realizar búsqueda por internet, un 16,33% indican que el sitio web de la Municipalidad lo encontré complicado. Por su parte un 14,29% digitó la palabra clave de lo que buscaba y no brindó la información que requería, con un 6,12% indican que el sitio web de la Municipalidad no se encontraba disponible.

Pregunta N° 8 Medio por el cual se enteró de la existencia del sitio web de la Municipalidad de Heredia

Medio por el cual se enteró de la existencia del sitio web de la Municipalidad de Heredia
Tabla 14

Indicador	Por medio de funcionarios municipales	Redes sociales de la Municipalidad	Por medio de conocidos	Prensa escrita	Otro: Búsqueda directa en Google
Respuesta	81	52	20	1	11

Gráfico 11

Medio por el cual se enteró de la existencia del sitio web de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior, se muestra el porcentaje del medio por el cual los patentados encuestados se enteraron de la existencia del sitio web de la Municipalidad de Heredia. Un 49,09% indican que se enteraron por medio de los funcionarios municipales, con un 31,52% por medio de redes sociales de la municipalidad, un 12,12% manifiesta enterarse por medio de personas conocidas, un 6,67% por medio de la búsqueda directa de Google y por último con un 0,61% se enteraron por medio de prensa escrita.

Pregunta N° 9 Ha recibido información o notificación por parte de la Municipalidad de Heredia de que puede presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.

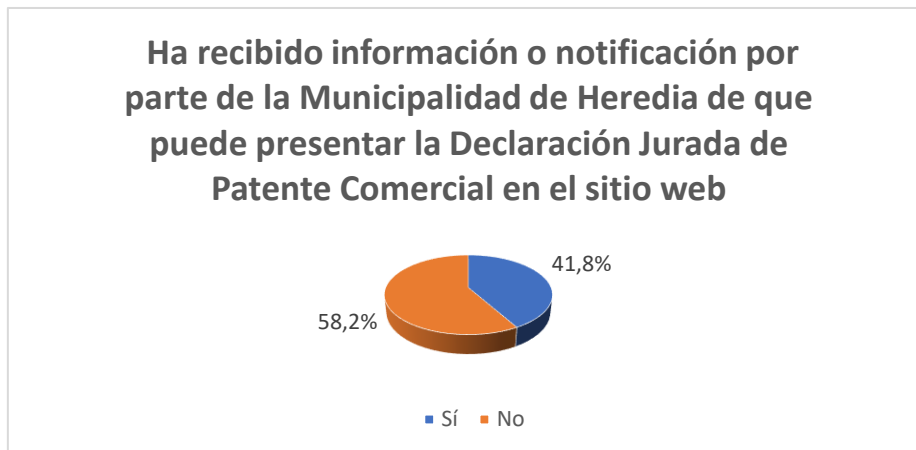
Ha recibido información o notificación por parte de la Municipalidad de Heredia

Tabla 15

Indicador	Sí	No
Respuesta	69	96

Gráficos 12

Ha recibido información o notificación por parte de la Municipalidad de Heredia de que puede presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que un 58,2% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no han recibido información o notificación por parte de la Municipalidad de Heredia informando de que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web. Por su parte un 41,8% indican que han recibido información y notificación al respecto.

Pregunta N° 10 Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un manual tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

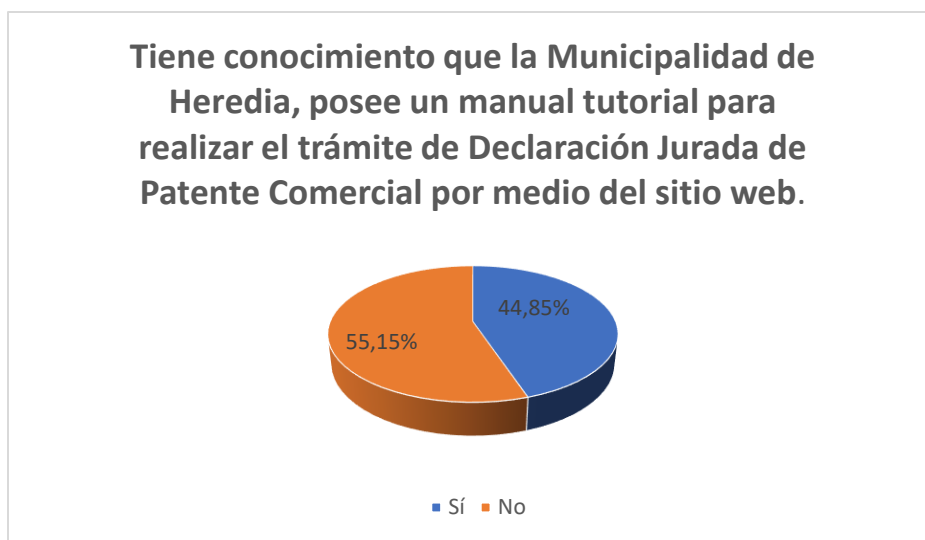
Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un manual tutorial

Tabla 16

Indicador	Sí	No
Respuesta	74	91

Gráfico 13

Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un manual tutorial.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

Respecto al gráfico anterior se determina que un 55,15% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no tienen conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un manual tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada y el 44,85% de los encuestados conoce de dicho manual tutorial.

Opinión de los patentados acerca del manual tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Opinión de los patentados acerca del manual tutorial

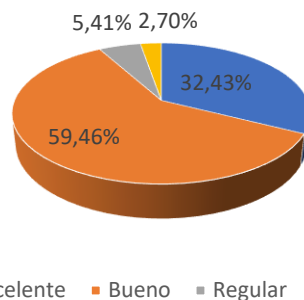
Tabla 17

Indicador	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Respuesta	24	44	4	2

Gráfico 14

Opinión de los patentados acerca del manual tutorial.

Opinión de los patentados acerca del manual tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

De acuerdo con el gráfico anterior se determina que un 60,53% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, califican como bueno el manual tutorial que presenta la Municipalidad para realizar el trámite de Declaración Jurada, el 31,58% opinan que es excelente, el 5,26% lo califican como regular y, por último, el 2,63% mencionan que es malo.

Pregunta N° 11 Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un video tutorial

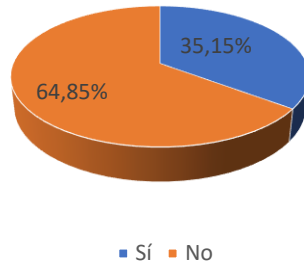
Tabla 18

Indicador	Sí	No
Respuesta	58	107

Gráfico 15

Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un video tutorial.

Tiene conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

De acuerdo con el gráfico anterior se determina que un 64,85% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no tienen conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada y el 35,15% de los encuestados conoce de dicho video tutorial.

Opinión de los patentados acerca del video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Opinión de los patentados acerca del video tutorial

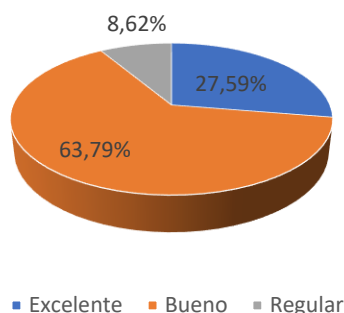
Tabla 19

Indicador	Excelente	Bueno	Regular
Respuesta	16	37	5

Gráfico 16

Opinión de los patentados acerca del manual tutorial.

Opinión de los patentados acerca del video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

Conforme con el gráfico anterior se determina que un 65,00% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, califican como bueno el video tutorial que presenta la Municipalidad para realizar el trámite de Declaración Jurada, el 26,67% opinan que es excelente y el 8,33% lo califican como regular.

Pregunta N° 12. Paso que se le dificultó para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

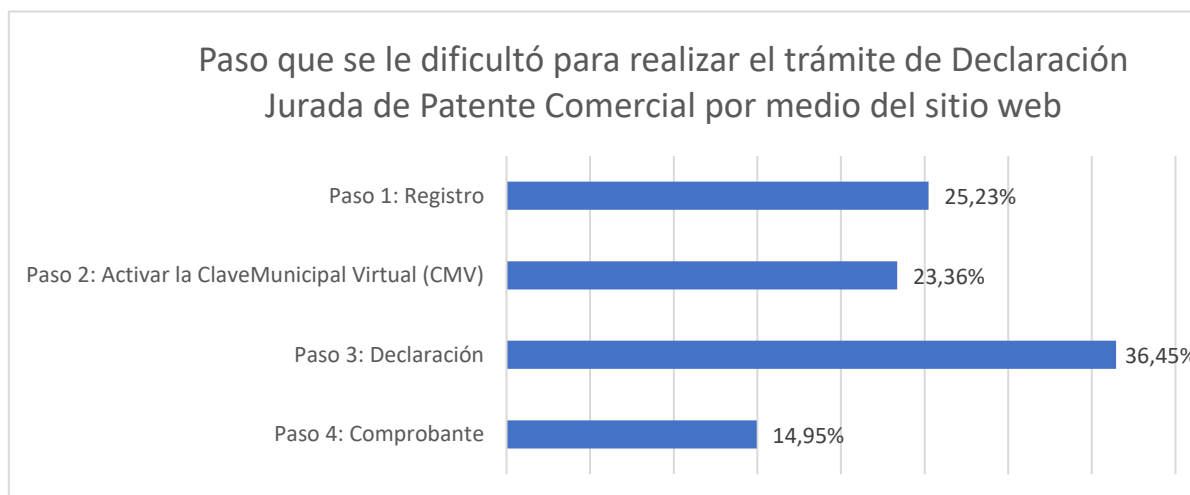
Paso que se le dificultó para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Tabla 20

Indicador	Paso 1: Registro	Paso 2: Activar la Clave Municipal Virtual (CMV)	Paso 3: Declaración	Paso 4: Comprobante
Respuesta	27	25	39	16

Gráfico 17

Paso que se le dificultó para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

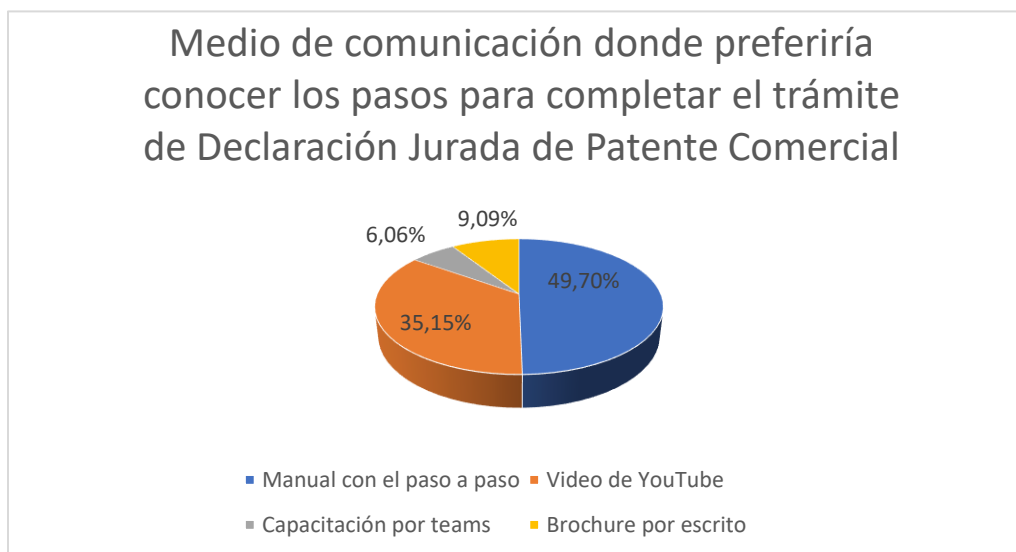
Conforme con el gráfico anterior los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, seleccionaron más de una opción para indicar el paso donde se les dificultó realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web, 39 encuestados (36,45%) indican dificultad en el paso 3: declaración, con un porcentaje de 25,23% mencionan el paso 1: registro y con un 23,36% indican que el paso 2: Activar la Clave Municipal Virtual (CMV). Por último, 16 personas (14,95%) se les dificultó en el paso 4: comprobante.

Pregunta N°13. Medio de comunicación donde preferiría conocer los pasos para completar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Indicador	Manual con el paso a paso	Video de YouTube	Capacitación por teams	Brochure por escrito
Respuesta	82	58	10	15

Gráfico 18

Medio de comunicación donde preferiría conocer los pasos para completar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 49,70% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, prefieren conocer los pasos para completar el trámite de Declaración Jurada mediante de un manual con el paso a paso, el 35,15% optan por un video de YouTube, el 9,09% que lo prefieren por un brochure por escrito y 6,06% eligen capacitaciones por teams.

Pregunta N°14. Medio que utiliza con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

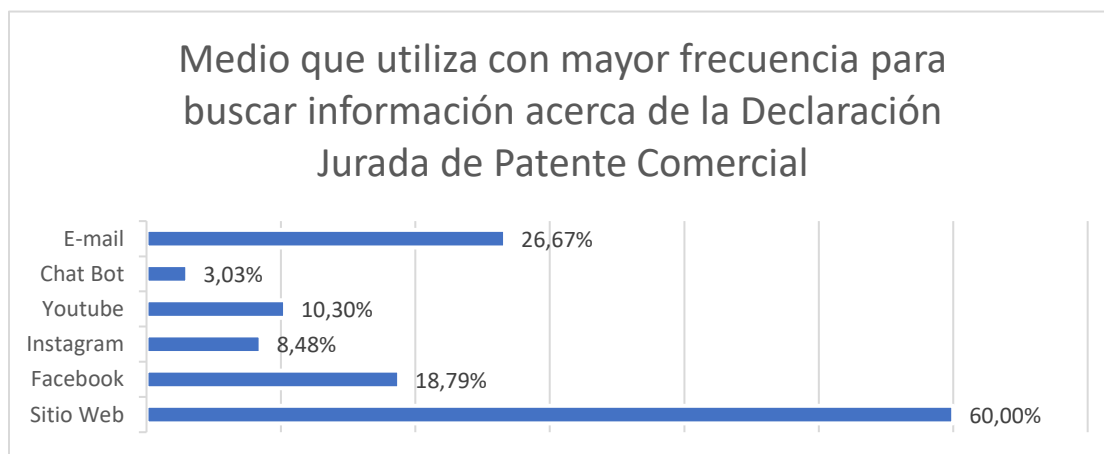
Medio que utiliza con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial

Tabla 22

Indicador	Sitio Web	Facebook	Instagram	YouTube	Chat Bot	E-mail
Respuesta	99	31	14	17	5	44

Gráfico 19

Medio que utiliza con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

Respecto al gráfico anterior muestra que el 60,00% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza el sitio web con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial, un 26,67% utilizan el E-mail, con un 18,79% buscan información por medio de la red social Facebook, el 10,30% realiza la búsqueda por YouTube, un 8,48% prefieren la red social Instagram y por último, un 3,03% eligen Chat Bot para buscar información acerca de la Declaración Jurada.

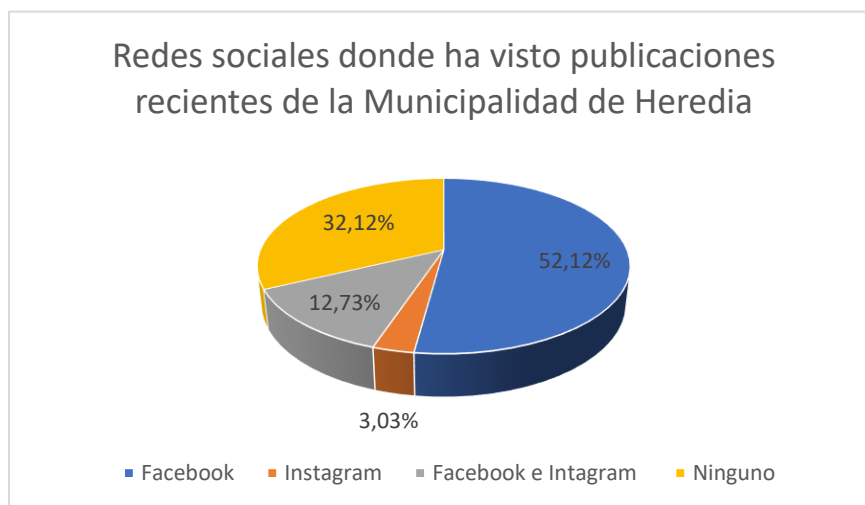
Pregunta N° 15 Redes sociales donde ha visto publicaciones recientes de la Municipalidad de Heredia.

Redes sociales donde ha visto publicaciones recientes de la Municipalidad de Heredia
Tabla 23

Indicador	Facebook	Instagram	Facebook e Instagram	Ninguno
Respuesta	86	5	21	53

Gráfico 20

Redes sociales donde ha visto publicaciones recientes de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 52,12% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, han visto publicaciones recientes de la Municipalidad de Heredia, por medio de la red social Facebook. Por su parte un 32,12% de los patentados encuestados ninguno ha visto publicaciones por ninguna red social, el 12,73% por medio de la red social Facebook e Instagram y solo un 3,03% ha visto publicaciones recientes por medio de Instagram.

Pregunta N° 16. Sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales.

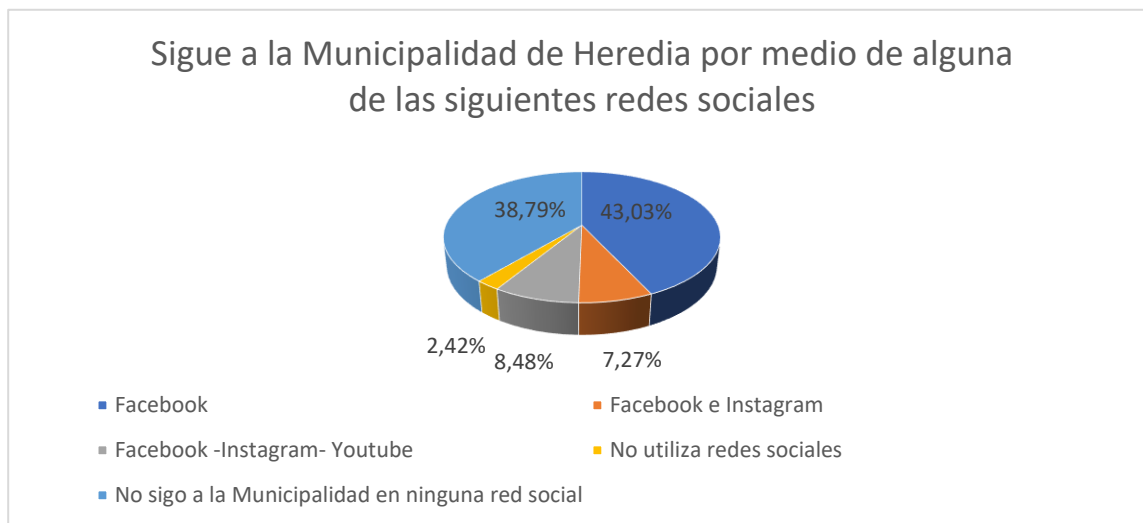
Sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales

Tabla 24

Indicador	Facebook	Facebook e Instagram	Facebook - Instagram- YouTube	No utiliza redes sociales	No sigo a la Municipalidad en ninguna red social
Respuesta	71	12	14	4	64

Gráfico 21

Sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

El gráfico anterior muestra que el 43,03% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de la red social Facebook. Por su parte un 38,79% no siguen a la Municipalidad de Heredia en ninguna red social. El 8,48% siguen a la Municipalidad por medio Facebook, Instagram y YouTube, con un 7,27% indican que la siguen por medio de Facebook e Instagram. Solamente el 2,42% no utiliza redes sociales.

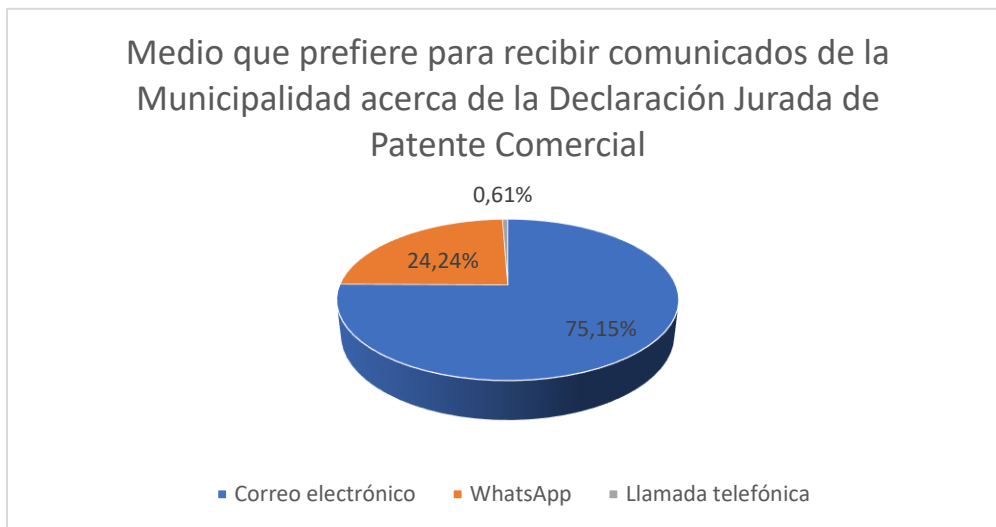
Pregunta N° 17. Medio que prefieren para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial.

Medio que prefiere para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial
Tabla 25

	Correo electrónico	WhatsApp	Llamada telefónica
Indicador Respuesta	124	40	1

Gráfico 22

Medio que prefiere para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se visualiza el medio que prefiere para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial, los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, mostrando en un orden descendente, se tiene que un 75,15% de los patentados encuestados prefiere el Correo electrónico, seguidamente un 24,24% de los patentados encuestados indica que prefiere el WhatsApp. Un 0,61 % de los patentados encuestados indican que prefieren la llamada telefónica.

Pregunta N°18 Utiliza WhatsApp para comunicarse.

Utiliza WhatsApp para comunicarse
Tabla 26

Indicador	Sí	No
Respuesta	165	0

Gráfico 23

Utiliza WhatsApp para comunicarse.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 100% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza la plataforma de WhatsApp para comunicarse.

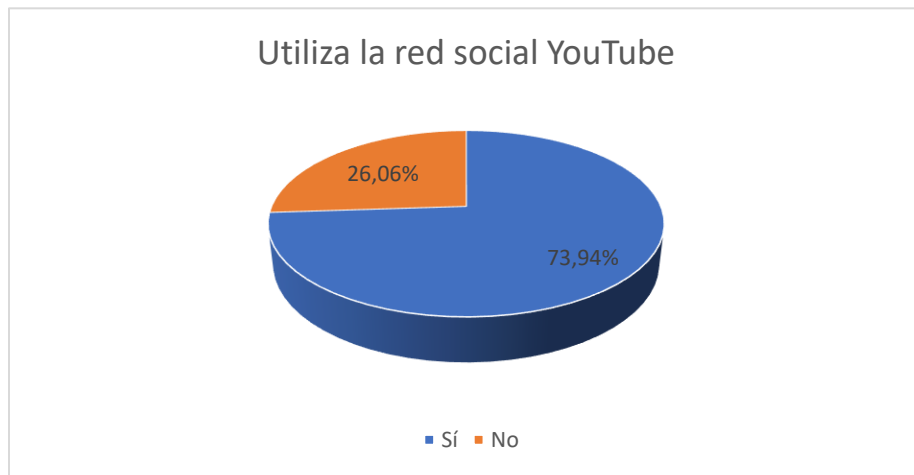
Pregunta N°19. Utiliza la red social YouTube.

Utiliza la red social YouTube
Tabla 27

Indicador	Sí	No
Respuesta	122	43

Gráfico 24

Utiliza la red social YouTube



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 73,94% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza YouTube. Por su parte un 26,06% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad.

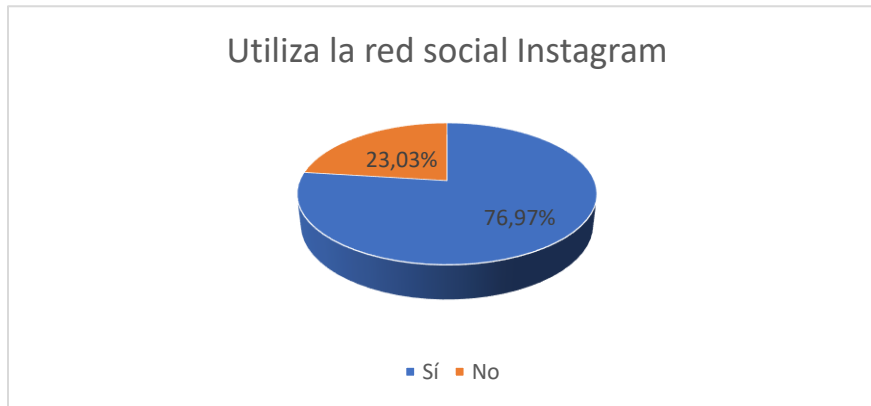
Pregunta N°20. Utiliza la red social Instagram

Utiliza la red social Instagram
Tabla 28

Indicador	Sí	No
Respuesta	127	38

Gráfico 25

Utiliza la red social Instagram.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 76,97% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza la red social de Instagram. Por su parte un 23,03% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad.

Pregunta N°21. Utiliza la red social Facebook.

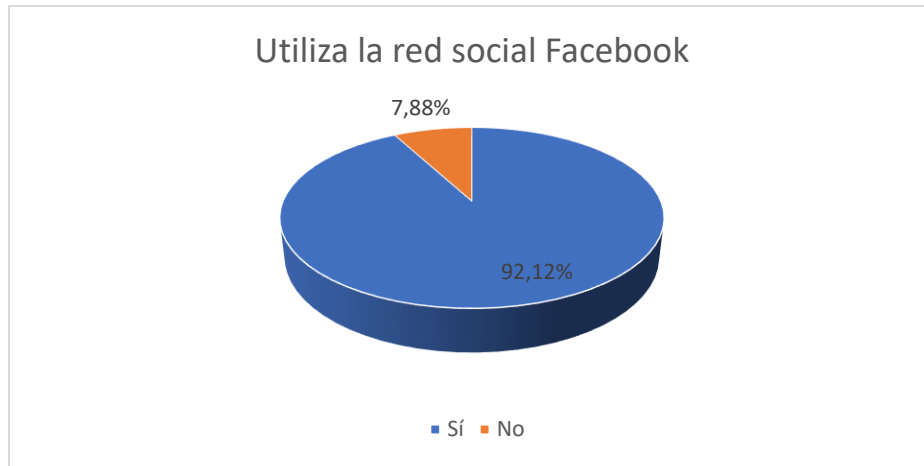
Utiliza la red social Facebook

Tabla 29

Indicador	Sí	No
Respuesta	152	13

Gráfico 26

Utiliza la red social Facebook.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 92,12% de los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza la red social de Facebook. Por su parte un 7,88% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad lo cual es representado por 13 personas.

Pregunta N°22. Horario en que se conecta con más frecuencia a redes sociales.

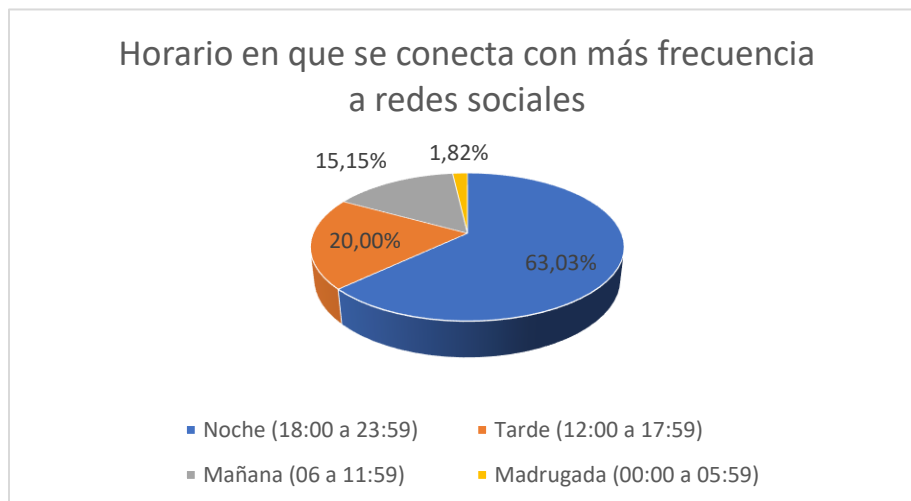
Horario en que se conecta con más frecuencia a redes sociales

Tabla 30

	Noche (18:00 a 23:59)	Tarde (12:00 a 17:59)	Mañana (06 a 11:59)	Madrugada (00:00 a 05:59)
Indicador				
Respuesta	104	33	25	3

Gráfico 27

Horario en que se conecta con más frecuencia a redes sociales.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En la pregunta anterior se consultó a los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, en que horario se conecta con más frecuencia a redes sociales por lo que se visualiza que el 63,03% de los patentados encuestados lo hace durante la noche (18:00 a 23:59), el 20,00% lo hace durante la tarde (12:00 a 17:59). Por su parte un 15,15% de los patentados encuestados indican que se conectan durante la mañana (06:00 a 11:59). Por último, un 1,82% utiliza con mayor frecuencia las redes en la madrugada (00:00 a 05:59).

Pregunta N°23. Tiempo que dedica a las redes sociales.

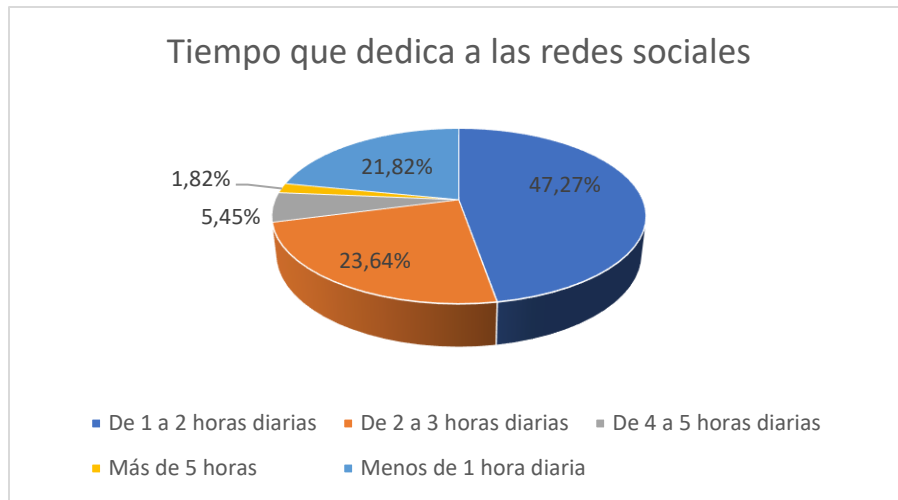
Tiempo que dedica a las redes sociales

Tabla 31

	De 1 a 2 horas diarias	De 2 a 3 horas diarias	De 4 a 5 horas diarias	Más de 5 horas	Menos de 1 hora diaria
Indicador Respuesta	78	39	9	3	36

Gráfico 28

Tiempo que dedica a las redes social



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En la pregunta anterior se consultó a los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, cuanto tiempo dedica a las redes sociales por lo que en orden descendente el 47,27% de los patentados encuestados invierte de 1 a 2 horas diarias en las redes, el 23,64% acumula de 2 a 3 horas diarias. Por su parte un 21,82% de los patentados encuestados indican que se conecta al menos 1 hora diaria, mientras que un 5,45% dedica de 4 a 5 horas diarias. Por último, un 1,82% de los patentados encuestados visita redes sociales por más de 5 horas diarias.

Pregunta N°24. Medio que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.

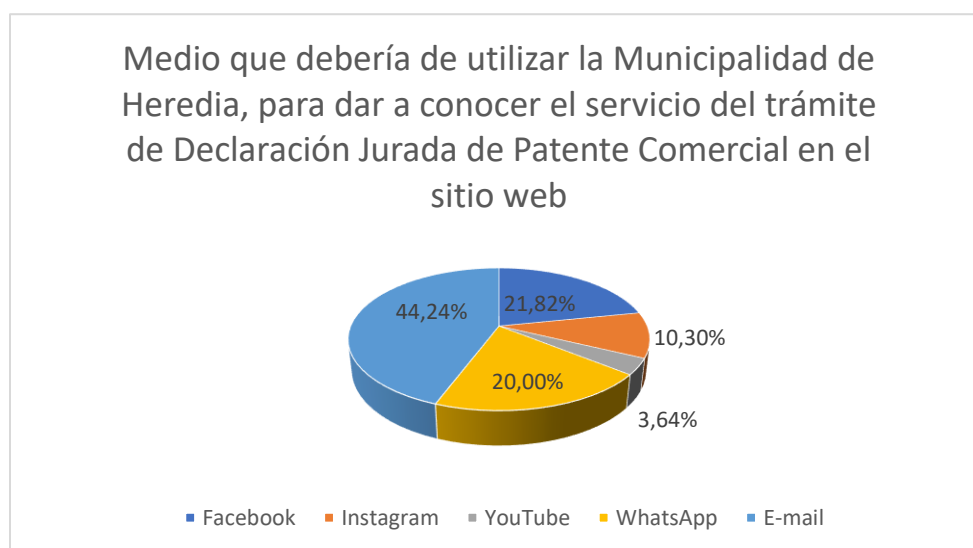
Medio que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web

Tabla 32

Indicador	Facebook	Instagram	YouTube	WhatsApp	E-mail
Respuesta	36	17	6	33	73

Gráfico 29

Medio que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se visualiza el medio debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web, según los patentados encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, mostrando en un orden descendente, se tiene que un 44,24% de los patentados encuestados indican que debería utilizarse el E-mail, seguidamente un 21,82% de los patentados encuestados indican que debería utilizarse Facebook, con un 20,00% indican que la red social WhatsApp. Por su

parte un 10,30% de los patentados encuestados indica que debería utilizarse la red social Instagram y por último con 3,64% mencionan que deberían de utilizar YouTube.

Pregunta N° 25 . Recomendaciones para la Municipalidad de Heredia, para incentivar y mejorar el Trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el Sitio Web.

A continuación, se presentan las recomendaciones destacadas de los 85 encuestados que utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial:

- Simplificar el proceso de creación de usuario y presentación de la declaración para evitar abrir una segunda pantalla o tener pasos innecesarios.
- Mejorar la claridad y comprensión de los cálculos en la plataforma.
- Incrementar la comunicación y enviar mensajes de recordatorio sobre fechas de presentación y procedimientos.
- Realizar una mayor publicidad pagada en plataformas como Facebook para aumentar el conocimiento y uso de los servicios.
- Mejorar la usabilidad, amigabilidad del sitio web y la plataforma en general.
- Brindar información oportuna, clara y detallada sobre el proceso de declaración y los documentos requeridos.

PATENTADOS ENCUESTADOS QUE HAN PRESENTADO LA DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL DE MANERA FÍSICA.

4.3 VARIABLE N 1 PERFIL DE LA PERSONA ENCARGADA.

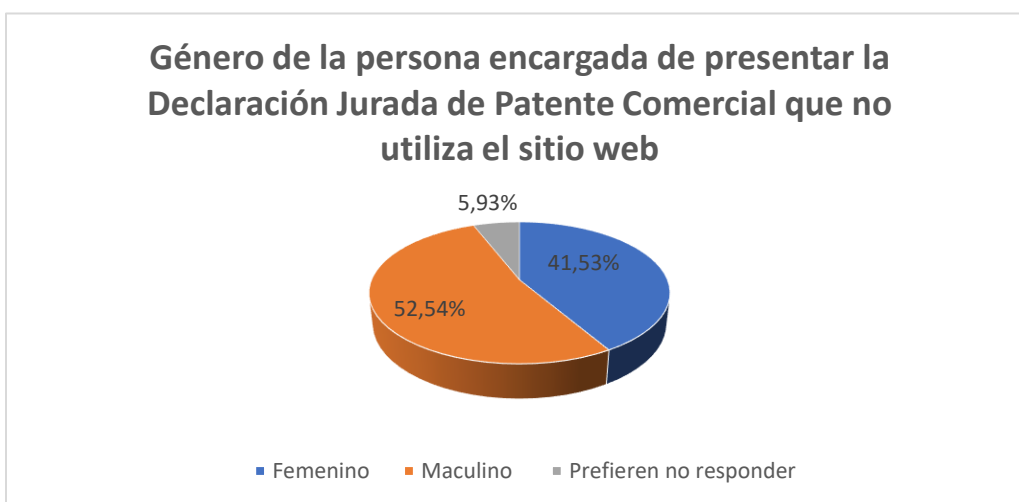
Pregunta N°1 Género de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial que no utiliza el sitio web.

Género de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial
Tabla 33

Indicador	Femenino	Masculino	Prefieren no responder
Respuesta	49	62	7

Gráfico 30

Género de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial que no utiliza el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

Del total de los 118 patentados encuestados activos registrados en el sistema SIAM de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia, que indicaron que no utilizan el sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, predominan los hombres, con un total de 62 encuestados, representando un 52,54% de la participación, seguido por las mujeres, con un total de 49 encuestadas, representando un 41,53% y 7 personas, las cuales prefieren no responder acerca de su sexo, representado un 5,93%.

Pregunta N°2 Rango de edad de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial que no utiliza el sitio web.

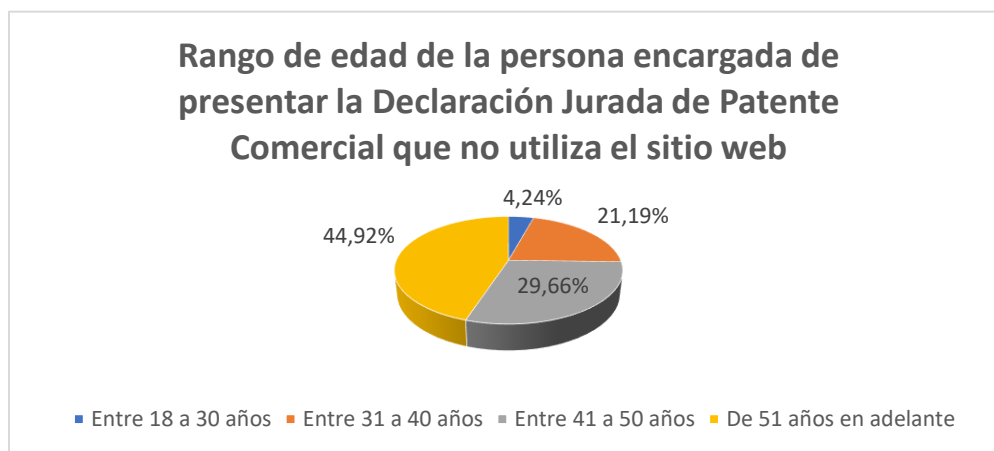
Rango de edad de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial que no utiliza el sitio web

Tabla 34

Indicador	Entre 18 a 30 años	Entre 31 a 40 años	Entre 41 a 50 años	De 51 años en adelante
Respuesta	5	25	35	53

Gráfico 31

Rango de edad de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial que no utiliza el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En cuanto al rango de edad de las personas encargadas de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial encuestadas que no utiliza el sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial, el grupo con mayor participación corresponde a las personas de 51 años en adelante, representando el 44,92% del total, el segundo grupo con mayor participación se encuentra en el rango de edad de 41 a 50 años, con un porcentaje de participación de 29,66%, el tercer grupo, con un porcentaje de participación de 21,19%, está compuesto por personas de 31 a 40 años y por último, el

grupo de edad más joven, que abarca de 18 a 30 años, muestra una participación del 4,24%.

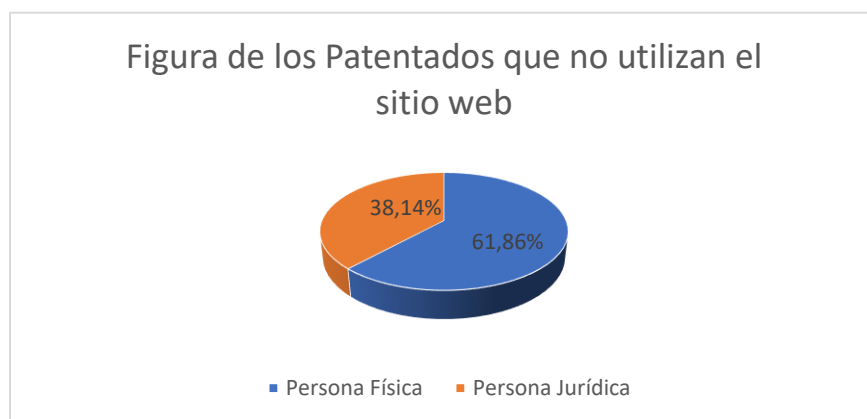
Pregunta N° 3 Figura del Patentado que no utiliza el sitio web.

Figura de los Patentados que no utilizan el sitio web
Tabla 35

Indicador	Persona Física	Persona Jurídica
Respuesta	73	45

Gráfico 32

Figura del Patentado que no utiliza el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

Mediante el gráfico anterior, se determina que un 61,86% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, corresponden a personas físicas y un 38,14% de los patentados que no utiliza el sitio web para presentar la declaración jurada de patente comercial, corresponden a personas jurídicas.

Pregunta N°4 Régimen al que pertenece el patentado que no utiliza el sitio web ante el Ministerio de Hacienda.

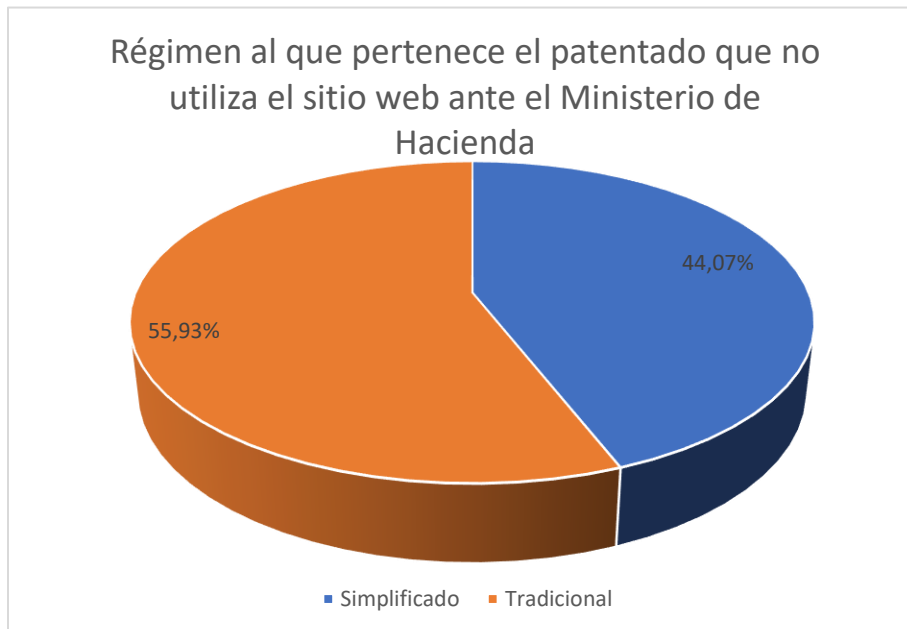
Régimen al que pertenece el patentado que no utiliza el sitio web ante el Ministerio de Hacienda

Tabla 36

Indicador	Simplificado	Tradicional
Respuesta	52	66

Gráfico 33

Régimen al que pertenece el patentado que no utiliza el sitio web ante el Ministerio de Hacienda.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

El gráfico anterior nos muestra que un 55,93% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, pertenecen al Régimen Tradicional ante el Ministerio de Hacienda, mientras que el 44,07% pertenecen al Régimen Simplificado ante el Ministerio de Hacienda.

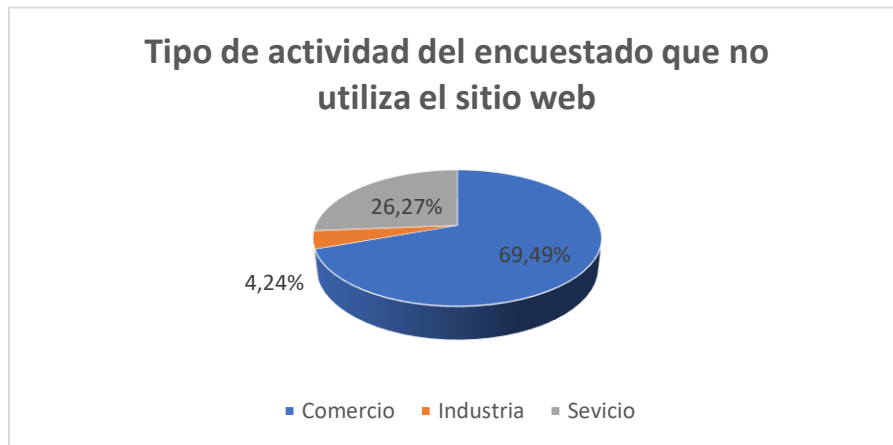
Pregunta N° 5 Tipo de actividad.

Tipo de actividad del encuestado que no utiliza el sitio web
Tabla 37

Indicador	Comercio	Industria	Servicio
Respuesta	82	5	31

Gráfico 34

Tipo de actividad del encuestado que no utiliza el sitio web



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

Podemos identificar del gráfico anterior que un 69.49% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, se dedican a la actividad de comercio, un 26,27%, realiza la actividad de servicio y un 4,24% realizan la actividad de industria.

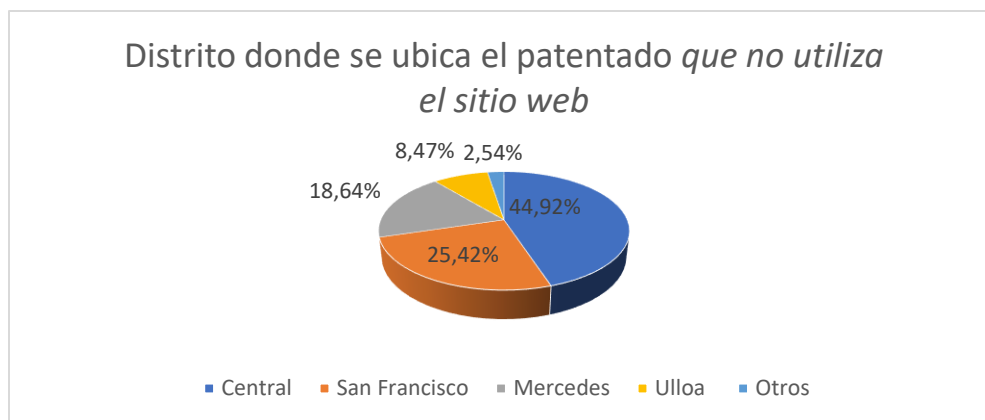
Pregunta N° 6 Distrito donde se ubica el patentado que no utiliza el sitio web.

Distrito donde se ubica el patentado que no utiliza el sitio web
Tabla 38

Indicador	Central	Mercedes	San Francisco	Ulloa	Otro
Respuesta	53	22	30	10	3

Gráfico 35

Distrito donde se ubica el patentado que no utiliza el sitio web



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

El gráfico anterior nos muestra la distribución por distrito, de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, de la cual el Distrito Central es el más representativo, con un 44,92%, seguido del distrito de San Francisco con un 25,42%, el distrito de Mercedes con un 18,64%, el distrito de Ulloa con un 8,47% y otros distritos, que corresponden a patentados fuera del Cantón Central de Heredia, con un 2,54%.

4.4 VARIABLE N 3 IDENTIFICAR LAS CAUSAS DEL NO USO DEL SITIO WEB.

Pregunta 7. Ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

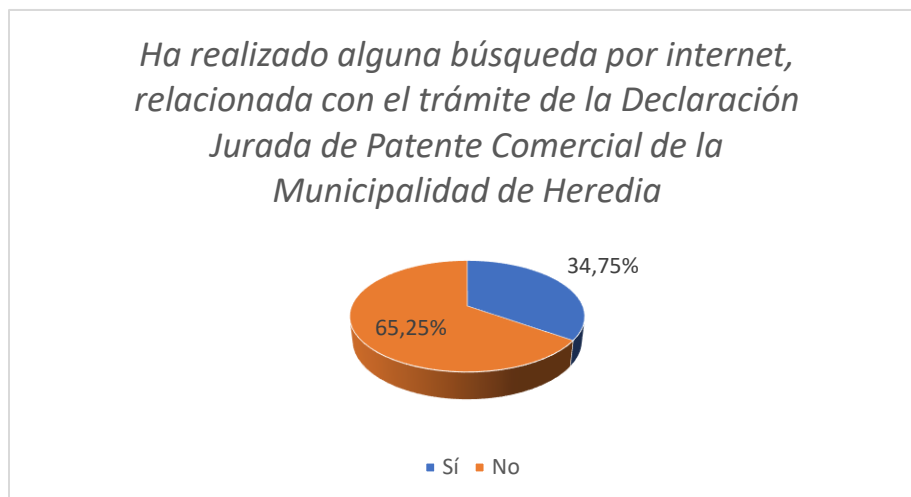
Ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial

Tabla 39

Indicador	Sí	No
Respuesta	41	77

Gráfico 36

Ha realizado alguna búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se observa cómo más de la mitad de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de Declaración Jurada de Patente Comerciales, siendo un 65,25% los habitantes de esta zona. Por su parte un 34,75% de los patentados encuestados sí ha realizado búsqueda por internet, relacionada con el trámite de Declaración Jurada de Patente Comerciales.

Logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

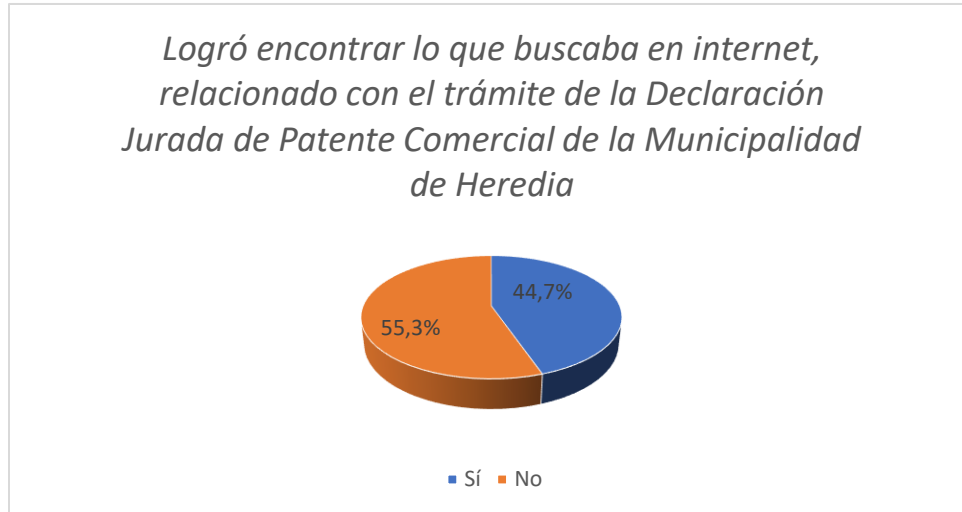
Logró encontrar lo que buscaba en internet

Tabla 40

Indicador	Sí	No
Respuesta	21	26

Gráfico 37

Logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 55,3% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia. Por su parte un 44,7% de los patentados encuestados sí logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

Razones por las cuales no encontraron lo que buscaban en internet relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

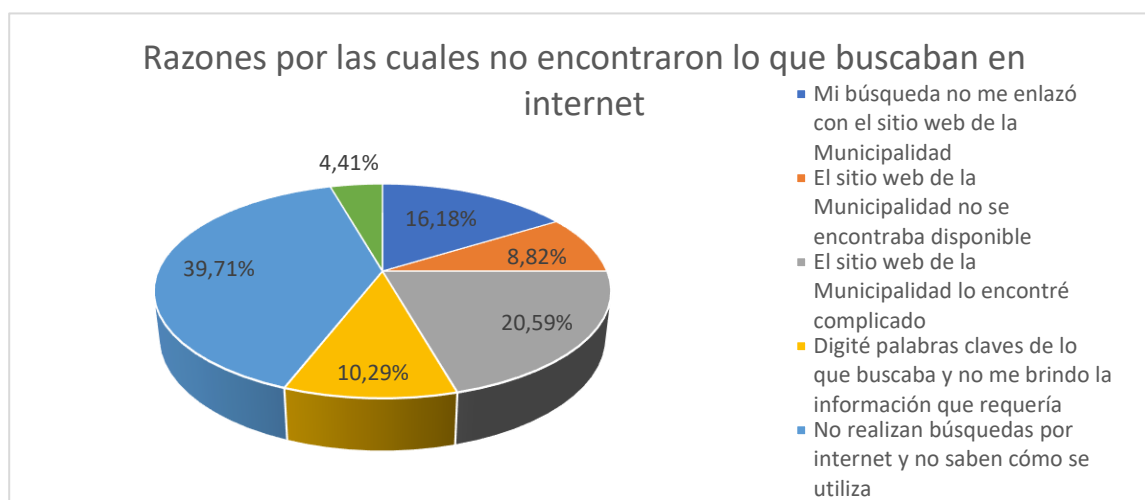
Razones por las cuales no encontraron lo que buscaban en internet

Tabla 41

	El sitio web de la Municipalidad no se encontraba disponible	El sitio web de la Municipalidad lo encontré complicado	Digité palabras claves de lo que buscaba y no me brindo la información que requería	No realizan búsquedas por internet y no saben cómo se utiliza	Otro
Indicador	Mi búsqueda no me enlazó con el sitio web de la Municipalidad				
Respuesta	11	6	14	7	27
					3

Gráfico 38

Razones por las cuales no encontraron lo que buscaban en internet relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se visualizan las razones por las cuales los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no encontraron lo que buscaban en internet relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia, mostrando en un orden descendente se tiene que un 39,71% de los patentados encuestados no realizan búsquedas por internet, un 20,59% de los patentados lo encontró complicado, seguidamente un 16,18% de los patentados encuestados indica que mi búsqueda no me

enlazó con el sitio web de la Municipalidad. Seguidamente el 10,29% indicó que digitó la palabra clave de lo que buscaba y no brindó la información que requería, con un porcentaje de 8,82% de los patentados encuestados indica que el sitio web de la Municipalidad no se encontraba disponible. Por último, con un porcentaje de 4,41% indico otros.

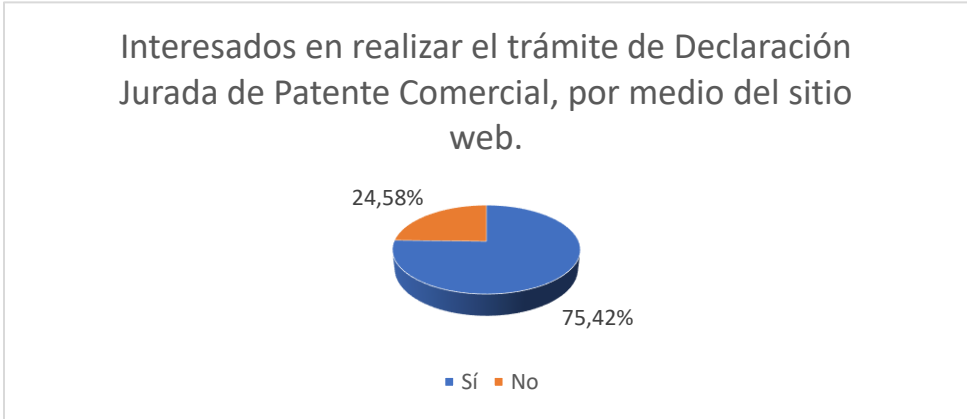
Pregunta N° 8 Interesados en realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, por medio del sitio web.

Interesados en realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, por medio del sitio web.
Tabla 42

Indicador	Sí	No
Respuesta	89	29

Gráfico 39

Interesados en realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, por medio del sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que un total de 89 de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, sí están Interesados en realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, por medio del sitio web, lo cual representa el 75,42%. Por su parte un 24,58% de los patentados

encuestados que no utilizan el sitio web para presentar La Declaración Jurada De Patente Comercial, no están Interesados en realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, por medio del sitio web lo cual es representado por 29 personas.

Pregunta N° 9 Sabe que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

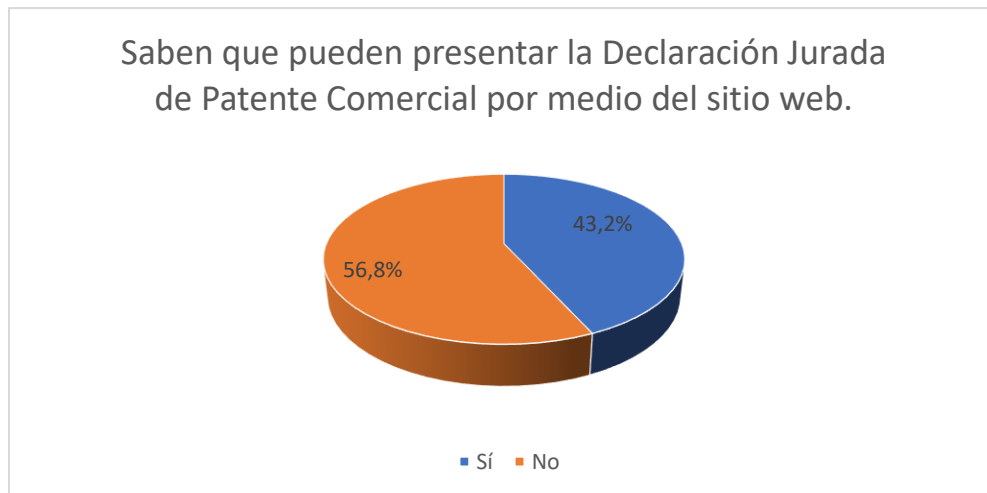
Saben que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Tabla 43

Indicador	Sí	No
Respuesta	51	67

Gráficos 40

Saben que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 56,80% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no saben que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del

sitio web. Por su parte un 43,20% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, sí saben que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

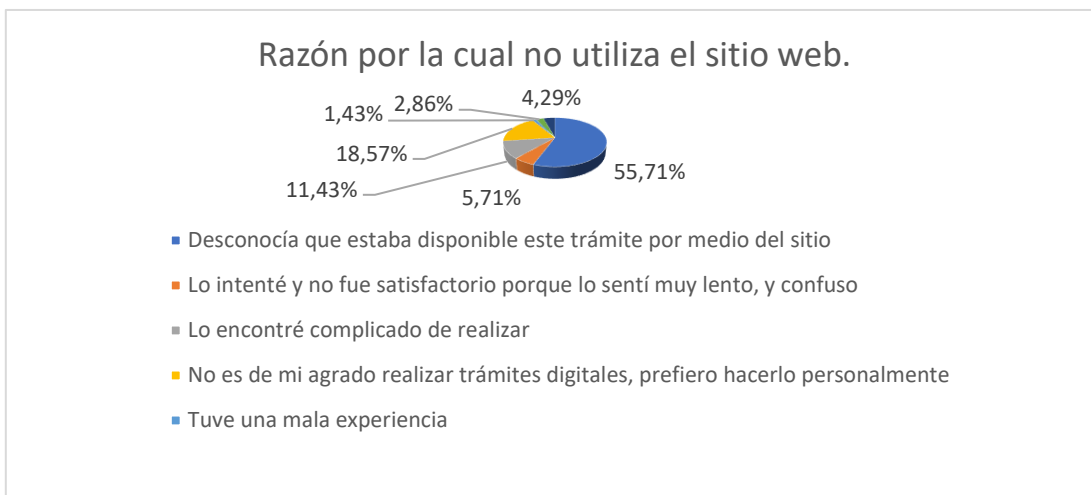
Razones por las cuales no utiliza el sitio web para realizar la Declaración Jurada de Patente Comercial.

Razones por las cuales no utiliza el sitio web
Tabla 44

Indicador	Desconocía que estaba disponible este trámite por medio del sitio	Lo intenté y no fue satisfactorio porque lo sentí muy lento, y confuso	Lo encontré complicado de realizar	No es de mi agrado realizar trámites digitales, prefiero hacerlo personalmente	Tuve una mala experiencia.	Me genera inseguridad, que me vayan a sustraer un dato personal	Otro
Respuesta	39	4	8	13	1	2	3

Gráfico 41

Razones por las cuales no utiliza el sitio web para realizar la Declaración Jurada de Patente Comercial.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

En el gráfico anterior se visualiza las razones por las cuales los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no utilizan el sitio web para realizar el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia, mostrando en un orden descendente, se tiene que un 55,71% de los patentados encuestados desconocía que estaba disponible este trámite por medio del sitio, seguidamente un 18,57% de los patentados encuestados indica que no es del agrado realizar trámites digitales, prefieren hacerlo personalmente. Un 11,43% de los patentados encuestados indican que lo encontró complicado de realizar. Por su parte con un 5,71% indican, lo intentaron y no fue satisfactorio porque lo sintieron muy lento, y confuso; con un 4,29% de los patentados indican otros. Por último, con un 2,86% de los patentados encuestados indican que les genera inseguridad, que me vayan a sustraer un dato personal y el 1,43% de los patentados tuvieron una mala experiencia.

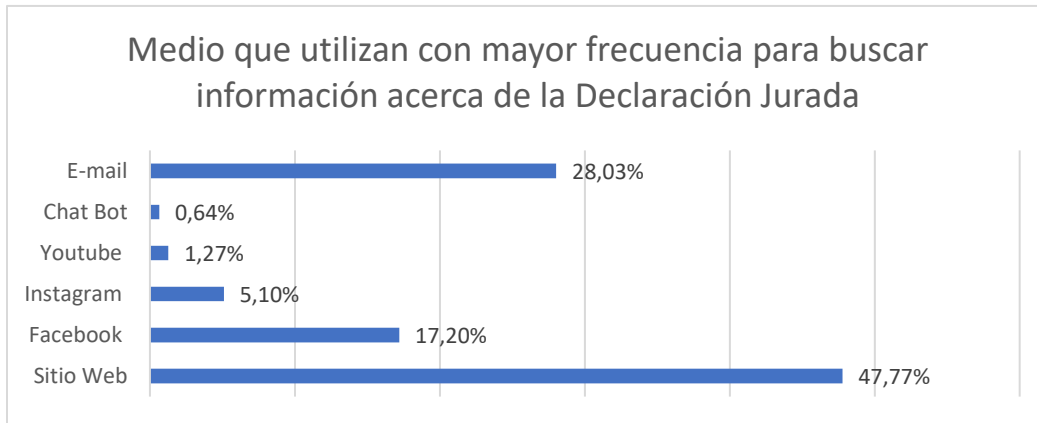
Pregunta N° 10. Medio que utilizan con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.

Medio que utilizan con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada
Tabla 45

Indicador	Sitio Web	Facebook	Instagram	YouTube	Chat Bot	E-mail
Respuesta	75	27	8	2	1	44

Gráfico 42

Medio que utilizan con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

Respecto con el gráfico anterior muestra que el 47,77% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza el sitio web con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial, con un 28,03% utilizan el E-mail, con un 17,20% buscan información por medio de la red social Facebook, con un 5,10% prefieren la red social Instagram, el 1,27% los patentados prefieren YouTube. Por último, con un 0,64% eligen Chat Bot buscar información acerca de la Declaración Jurada.

Pregunta N° 11. Sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales.

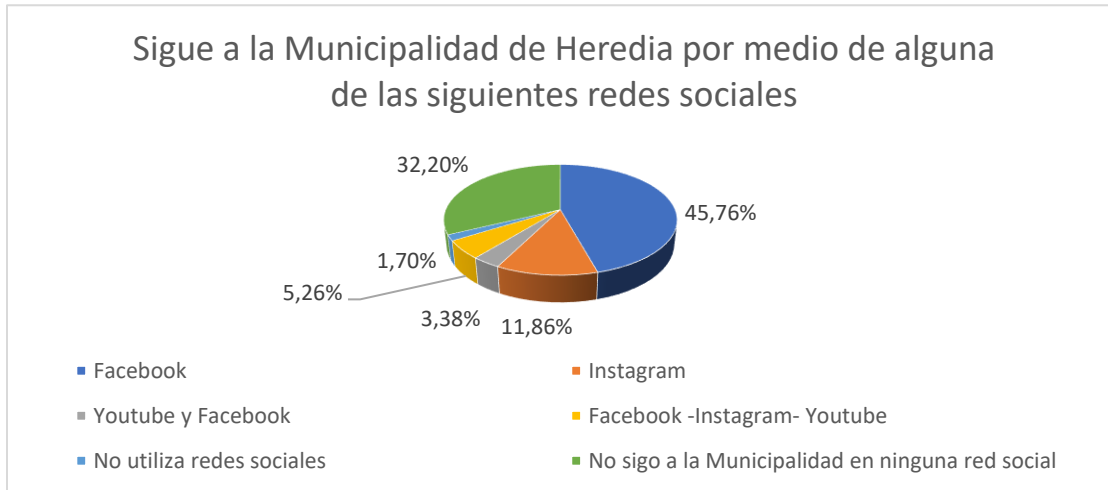
Sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales

Tabla 46

Indicador	Facebook	Instagram	Youtube y Facebook	Facebook - Instagram- Youtube	No utiliza redes sociales	No sigo a la Municipalidad en ninguna red social
Respuesta	54	14	4	6	2	38

Gráfico 43

Sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

El gráfico anterior muestra que el 45,76% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, siguen a la Municipalidad de Heredia por medio de la red social Facebook. Por su parte un 32,20% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, no sigue a la Municipalidad de Heredia en ninguna red social. Por último, un 11,86%, sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de la red social Instagram. El 5,26%, sigue a la Municipalidad de Heredia por medio de las redes sociales Facebook -Instagram- YouTube, el 3,38% sigue a la Municipalidad por medio de Youtube y Facebook y solamente el 1,70% no utiliza redes sociales.

Pregunta N° 12. Medio que prefieren para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial.

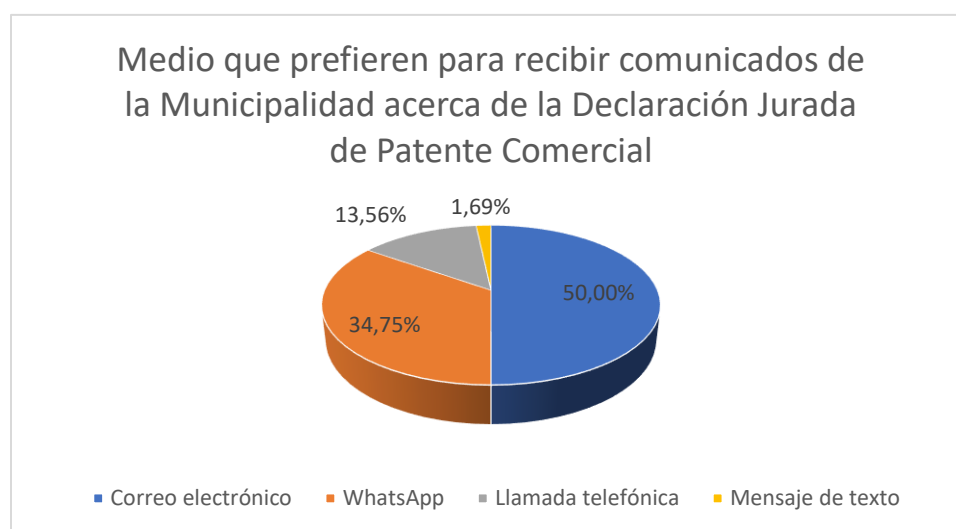
**Medio que prefieren para recibir comunicados de la Municipalidad
acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial**

Tabla 47

	Correo electrónico	WhatsApp	Llamada telefónica	Mensaje de texto
Indicador				
Respuesta	59	41	16	2

Gráfico 44

Medio que prefieren para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se visualiza el medio que prefiere para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial, los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, mostrando en un orden descendente, se tiene que un 50,00% de los patentados encuestados prefiere el Correo electrónico, seguidamente un 34,75% de los patentados encuestados indica que prefiere el WhatsApp. Un 13,56% de los patentados encuestados indica que prefiere la llamada telefónica. Por su parte un 1,69% de los patentados encuestados indica que prefiere el mensaje de texto.

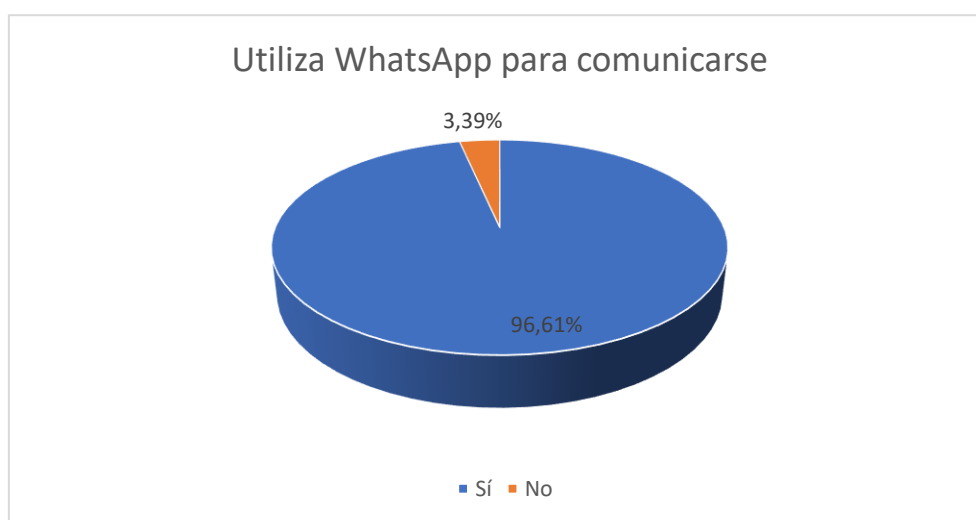
Pregunta N°13 Utiliza WhatsApp para comunicarse.

Utiliza WhatsApp para comunicarse
Tabla 48

Indicador	Sí	No
Respuesta	114	4

Gráfico 45

Utiliza WhatsApp para comunicarse.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 96,61% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza la plataforma de WhatsApp para comunicarse. Por su parte un 3,39% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad lo cual es representado por 4 personas.

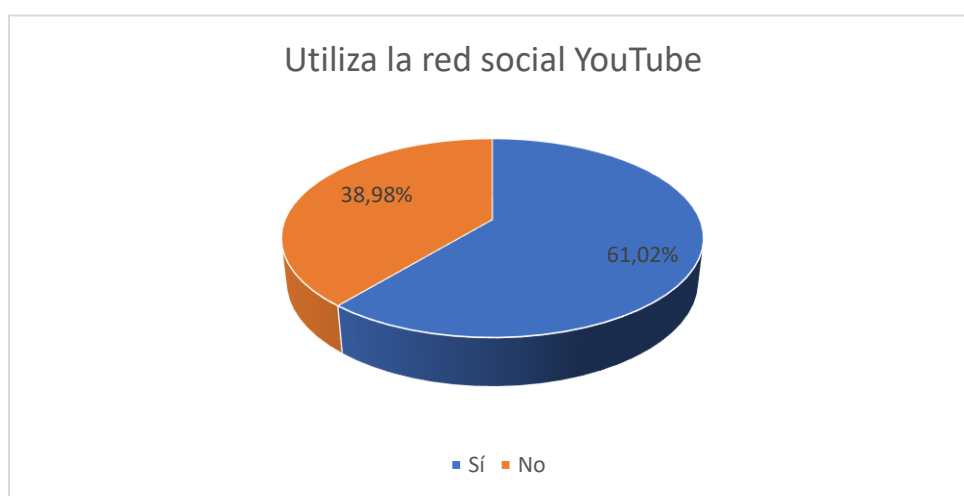
Pregunta N°14. Utiliza la red social YouTube.

Utiliza la red social YouTube
Tabla 49

Indicador	Sí	No
Respuesta	72	46

Gráfico 46

Utiliza la red social YouTube.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 61,02% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza YouTube. Por su parte un 38,98% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad.

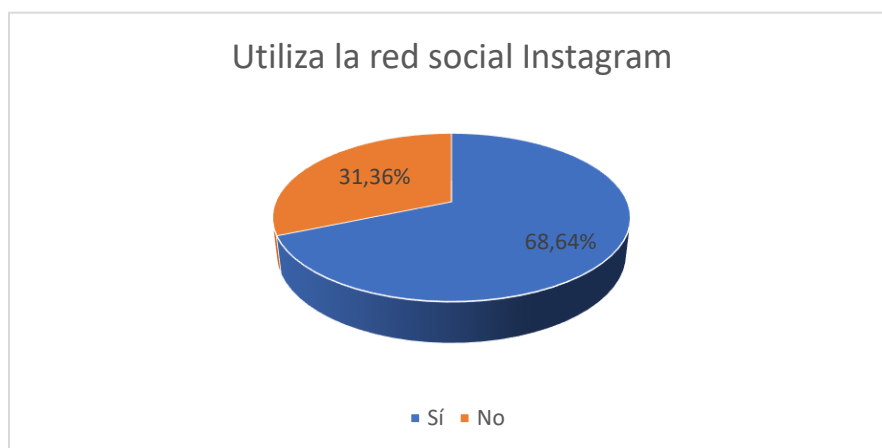
Pregunta N°15. Utiliza la red social Instagram.

Utiliza la red social Instagram
Tabla 50

Indicador	Sí	No
Respuesta	81	37

Gráfico 47

Utiliza la red social Instagram.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 68,64% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza la red social de Instagram. Por su parte un 31,36% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad.

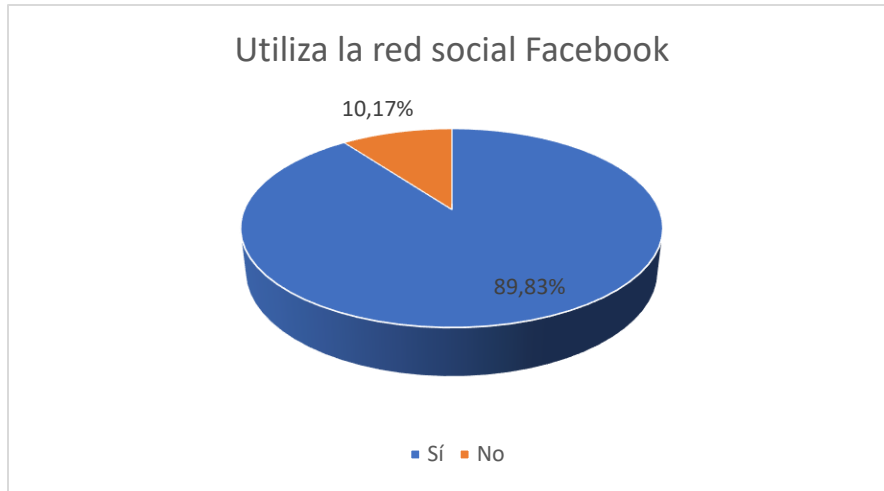
Pregunta N°16. Utiliza la red social Facebook.

Utiliza la red social Facebook
Tabla 51

Indicador	Sí	No
Respuesta	106	12

Gráfico 48

Utiliza la red social Facebook.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se determina que el 89,83% de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, utiliza la red social de Facebook. Por su parte un 10,17% de los patentados encuestados indica que no la utiliza en la actualidad lo cual es representado por 12 personas.

Pregunta N°17. Horario en que se conecta con más frecuencia a redes sociales.

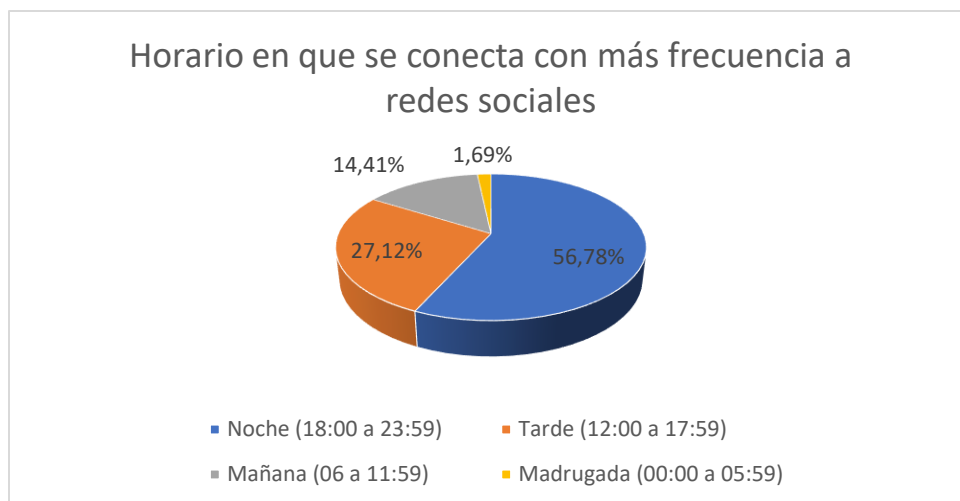
Horario en que se conecta con más frecuencia a redes sociales

Tabla 52

	Noche (18:00 a 23:59)	Tarde (12:00 a 17:59)	Mañana (06 a 11:59)	Madrugada (00:00 a 05:59)
Indicador				
Respuesta	67	32	17	2

Gráfico 49

Horario en que se conecta con más frecuencia a redes sociales.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En la pregunta anterior se consultó a los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, en que horario se conecta con más frecuencia a redes sociales por lo que se visualiza que el 57,78% de los patentados encuestados lo hace durante la noche (18:00 a 23:59), el 27,12% lo hace durante la tarde (12:00 a 17:59). Por su parte un 14,41% de los patentados encuestados indican que se conectan durante la mañana (06:00 a 11:59). Por último, un 1,69% utiliza con mayor frecuencia las redes en la madrugada (00:00 a 05:59).

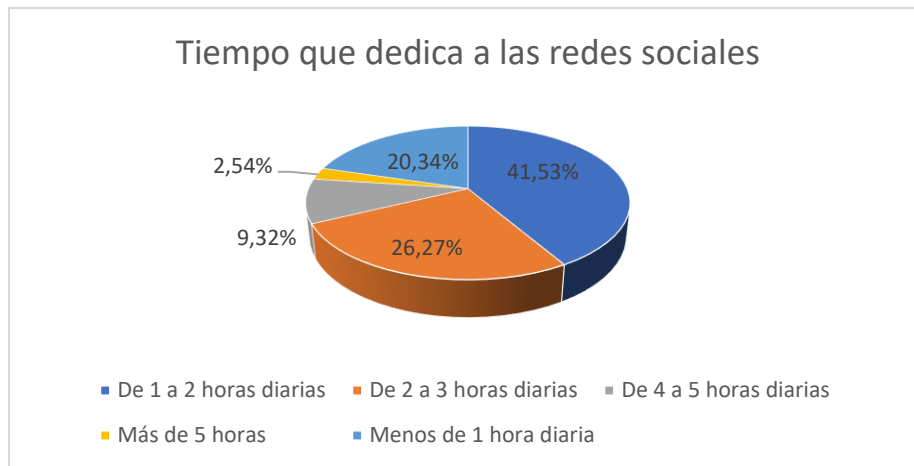
Pregunta N°18. Tiempo que dedica a las redes sociales.

Tiempo que dedica a las redes sociales
Tabla 53

	De 1 a 2 horas diarias	De 2 a 3 horas diarias	De 4 a 5 horas diarias	Más de 5 horas	Menos de 1 hora diaria
Indicador Respuesta	49	31	11	3	24

Gráfico 50

Tiempo que dedica a las redes sociales



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En la pregunta anterior se consultó los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, cuanto tiempo dedica a las redes sociales por lo que en orden descendente el 41,53% de los patentados encuestados invierte de 1 a 2 horas diarias en las redes, el 26,27% acumula de 2 a 3 horas diarias. Por su parte un 20,34% de los patentados encuestados indican que se conecta al menos 1 hora diaria, mientras que un 9,32% dedica de 4 a 5 horas diarias. Por último, un 2,54% de los patentados encuestados visita redes sociales por más de 5 horas diarias.

Pregunta N°19. Medio que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.

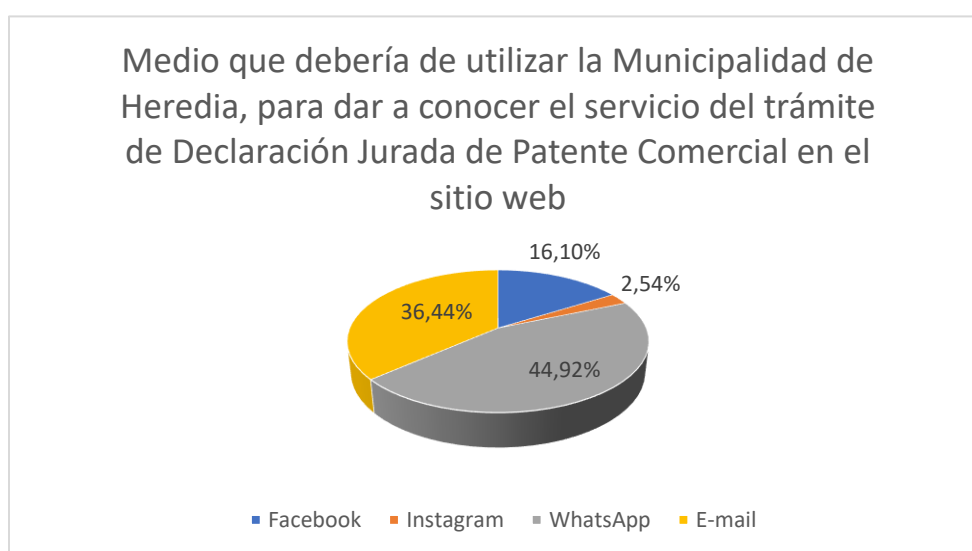
Medio que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web

Tabla 54

Indicador	Facebook	Instagram	WhatsApp	E-mail
Respuesta	19	3	53	43

Gráfico 51

Medio que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada

En el gráfico anterior se visualiza el medio debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web, según los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, mostrando en un orden descendente, se tiene que un 44,92% de los patentados encuestados indican que debería utilizarse el WhatsApp, seguidamente un 36,44% de los patentados encuestados indica que debería utilizarse el E-mail. Un 16,10% de los patentados encuestados indican que debería

utilizarse la red social Facebook. Por su parte un 2,54% de los patentados encuestados indica que debería utilizarse la red social Instagram.

Pregunta N° 20. Recomendaciones para la Municipalidad de Heredia, para incentivar y mejorar el Trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el Sitio Web.

A continuación, se presentan las recomendaciones destacadas de los 118 encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial:

- **Comunicación:** Varias respuestas mencionan la necesidad de una comunicación más efectiva a través de diferentes medios, como correo electrónico, WhatsApp, redes sociales y mensajes directos.
- **Facilidad de uso:** Se sugiere que el servicio sea más sencillo de utilizar, con una página web más amigable y con una interfaz intuitiva para facilitar los trámites.
- **Información:** Los usuarios desean recibir más información, tanto en términos de productos o servicios disponibles como en instrucciones claras sobre los trámites a realizar.
- **Atención al cliente:** Algunas respuestas destacan la importancia de capacitar y ayudar a los usuarios menos familiarizados con la tecnología, así como de brindar una atención más personalizada y rápida.
- **Mejoras en los servicios virtuales:** Se mencionan mejoras específicas, como la inclusión de una calculadora automática, explicaciones detalladas y ejemplos en los formularios, así como cursos virtuales de inducción para aprovechar al máximo el sitio.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Una vez finalizada nuestra aplicación de herramientas para la obtención de datos y realizado el análisis correspondiente, nos complace observar resultados positivos para identificar los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia y que podrían conducir a la implementación de un plan de acción.

5.1 Hallazgos

Se obtuvo como primer filtro de consulta, que predomina la participación de los patentados que sí han presentado de la declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web, representada por un 58,30%, reiterando con esto, que este segmento es usual que tenga mayor participación en lo que se realiza digitalmente, como lo fue esta encuesta. Según los datos obtenidos para definir el perfil de las personas que realizan el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, ya sea de forma física o a través del sitio web, las edades predominantes se encuentran en el rango de 41 a 50 años y de 51 años en adelante. La mayoría de los encuestados pertenecen al régimen tradicional ante el Ministerio de Hacienda. Además, la actividad principal de los patentados es el comercio y se evidencia que la mayor participación de los patentados pertenece al distrito central.

Tanto los patentados que realizan la declaración de manera física como aquellos que la hacen a través del sitio web están representados por personas de género masculino y femenino. Sin embargo, en el caso de las personas que realizan la declaración de manera física, existe un pequeño porcentaje que no especifica su género.

De acuerdo con la tendencia de las edades de la persona que se encarga de realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, corresponde a las generaciones X, nacidos en 1971 y Millennials, nacidos en el año 1982, por lo que las estrategias de

marketing digital deben dirigirse para este perfil de patentado. Se debe difundir y expandir el uso del sitio web, para que haya una mayor participación de personas físicas y generar mayor participación de las otras actividades, ya que la actividad que prevalece en su mayoría corresponde al comercio. Además, es necesario incrementar la participación de otros distritos, ya que actualmente la participación mayoritaria proviene del distrito Central.

Basado en la información recolectada, se considera importante utilizar y optimizar el uso de la herramienta Salesforce para difundir de manera eficiente y con el menor costo posible la información relevante sobre el trámite de la declaración jurada de patente comercial en el sitio web. Esto implica actualizar y reforzar el uso de la herramienta, para notificar información, difundir los manuales y videos tutoriales, por medio de los correos electrónicos y WhatsApp.

De acuerdo con los datos recolectados, se demuestra que los pasos 3 de Declaración, seguido por el paso 1 de Registro y el paso 2 de Activar la Clave Municipal Virtual (CMV), son los que resultan más difíciles para los patentados.

Según los datos obtenidos de los patentados encuestados que realizan la Declaración Jurada de Patente Comercial, tanto de forma física como a través del sitio web, muestran preferencia por recibir información o notificaciones a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube. Además, se destaca que la mayoría de los patentados revisan sus redes sociales durante la noche, específicamente entre las 18:00 y las 23:59 horas. Se observa que los patentados dedican en su mayoría de 1 a 2 horas diarias a las redes sociales.

Se evidencia que la mayoría de los patentados encuestados que no declaran digitalmente, no suelen realizar búsquedas en Internet relacionadas con el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, al contrario de los patentados que declaran digitalmente. Sin embargo, es satisfactorio observar que la mayoría de los patentados que no declaran digitalmente, están interesados en realizar dicho trámite a través del sitio web.

Además, se constató que la mayoría de los patentados que no declaran digitalmente desconocen que la Declaración Jurada de Patente Comercial se puede realizar mediante el sitio web.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

En el siguiente apartado se expondrán las conclusiones y recomendaciones derivadas de los resultados obtenidos en la investigación realizada. Se abordarán tanto el objetivo general como los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación, con el fin de demostrar que fueron implementados y desarrollados de acuerdo con lo establecido inicialmente.

6.1.1 Conclusión general

Se concluye, que se obtuvieron datos que identifican los principales factores que influyen para que los patentados realicen o no el trámite de declaración jurada de patente comercial en el sitio web de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia y a su vez es necesario elaborar un plan de acción de marketing y de Comunicación digital bien estructurado y enfocado en incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia, el uso del sitio web donde se realiza la Declaración Jurada De Patente Comercial.

Es esencial para mejorar la eficiencia y eficacia de este servicio, con las estrategias adecuadas, se pueden lograr resultados significativos en términos de participación de los patentados y modernización de los procesos administrativos relacionados con este servicio digital disponible.

6.1.2 Conclusiones específicas

Las conclusiones específicas se determinan en función de cada uno de los objetivos específicos planteados, y se detallan a continuación:

- Los patentados que realizan la declaración de manera física, así como aquellos que la hacen a través del sitio web, están representados por personas de género masculino y femenino. Sin embargo, en el caso de las personas que realizan la

declaración de manera física, existe un pequeño porcentaje que no especifica su género.

- La mayoría de los patentados encuestados que no utilizan el sitio web para presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial, corresponden a personas físicas y, por el contrario, quienes lo realizan por medio del sitio web corresponden personas jurídicas.
- El perfil de las personas encargadas de realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial ya sea de forma física o a través del sitio web, se encuentra predominantemente en el rango de edades de 41 a 50 años y de 51 años en adelante.
- Se determinó que la mayoría de los encuestados pertenecen al régimen tradicional ante el Ministerio de Hacienda.
- Se demostró que la actividad principal de los patentados encuestados corresponde al comercio.
- Se identificó que la mayoría de los patentados encuestados pertenecen al Distrito Central.
- Se evidencia un alto porcentaje de los encuestados no logró encontrar la información deseada en internet sobre el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia. Esto se debe a que la búsqueda no los enlazó al sitio web de la Municipalidad y encontraron complicado el sitio web de la Municipalidad.
- Se determinó que la mayoría de los patentados encuestados no han recibido información o notificación por parte de la Municipalidad de Heredia sobre la posibilidad de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web. Además, la mayoría de los encuestados se enteró de la existencia del sitio web de la Municipalidad de Heredia a través de los funcionarios municipales.

- Se pudo demostrar que la mayoría de los patentados encuestados desconocen que la Municipalidad cuenta con manual y video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web. A su vez, se constató que la mayoría consideran que ambas herramientas son buenas.
- Los patentados encuestados prefieren para recibir comunicados por medio del correo electrónico, acerca de la Declaración Jurada De Patente Comercial.
- La encuesta reveló que existe dificultades en los pasos del proceso de presentación de la Declaración Jurada de Patente Comercial a través del sitio web. Los participantes señalaron dificultad en la etapa de declaración, el registro, la activación de la Clave Municipal Virtual y la obtención del comprobante.
- Se pudo constatar, que la mayoría de los patentados revisan sus redes sociales durante la noche, específicamente entre las 18:00 y las 23:59 horas. Se constata, además, que los patentados dedican en su mayoría de 1 a 2 horas diarias a las redes sociales.
- El total de los patentados encuestados utilizan el WhatsApp para comunicarse.
- La mayor parte de los patentados que realizan el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial de manera presencial, están interesados en realizar el trámite de forma digital y a su vez se evidencia que un alto porcentaje de los patentados encuestados no saben e inclusive desconocían que pueden presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.
- La mayoría de los patentados encuestados utiliza el sitio web con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial.
- La mayor parte de los patentados encuestados han visto publicaciones recientes y siguen a la Municipalidad de Heredia por medio de la red social Facebook y otro porcentaje alto, indica que en ninguna red social ha visto publicaciones y que no

siguen a la Municipalidad en ninguna red social. A su vez, se evidenció que los patentados utilizan con mayor frecuencia las redes sociales Facebook, Instagram y YouTube.

- La gran mayoría de los patentados encuestados utiliza para comunicarse el WhatsApp y además es el medio que la mayoría de los encuestados indica que se debería de utilizar para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web.
- Se constató que se debe tener una comunicación más efectiva y enviar más información del servicio por medio del E-mail y WhatsApp.
- La mayoría de los patentados revisan sus redes sociales durante la noche, específicamente entre las 18:00 y las 23:59 horas. Se constata, además, que los patentados dedican en su mayoría de 1 a 2 horas diarias a las redes sociales.

6.2 RECOMENDACIONES

Después de realizar la investigación, se puede detallar las siguientes recomendaciones para del proyecto de investigación:

- Se recomienda que toda la comunicación que se hace en redes sociales sea con un enfoque hacia personas de género masculino y femenino, tomando en cuenta que existe un pequeño porcentaje que no especifica su género, por lo que se recomienda utilizar en la comunicación un lenguaje inclusivo.
- Se recomienda trabajar en la actualización de la base de datos, para optimizar la herramienta más importante con la que cuenta el Municipio (Salesforce), para así lograr una mejor comunicación y expandir e involucrar de forma eficiente y eficaz a

los patentados para que presenten la Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web.

- Con respecto a las edades de las personas que se encargan de realizar el trámite de la Declaración Jurada De Patente Comercial, se encuentran en el rango de 41 a 50 años y de 51 años en adelante, las cuales acorde a su edad, corresponden a las generaciones X, nacidos en 1971 y Millennials, nacidos en el año 1982, por lo que se recomienda que el plan de acción de marketing digital sea dirigido para este perfil de patentado.
- Se debe difundir y expandir el uso del sitio web, para que haya una mayor participación de las personas físicas, ya que su mayoría lo utilizan personas jurídicas.
- Generar mayor participación de las otras actividades, ya que la actividad que prevalece en la mayoría de los encuestados corresponde al comercio.
- Se recomienda involucrar en el uso del sitio web al resto de los cantones, ya que los de mayor participación corresponden al Cantón Central.
- Mejorar el SEO, (Optimización para motores de búsqueda) orientado a optimizar el posicionamiento orgánico del sitio web. Mejorar el sitio web de manera que sea más amigable para el patentado y sea más efectiva la búsqueda acerca de la declaración jurada de patente comercial por medio del sitio web.
- Se recomienda difundir manera efectiva los manuales y videos tutoriales para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web, ya que se constató que la mayoría de los encuestados consideran que ambas herramientas son buenas.
- Se propone incrementar el uso de las redes sociales Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp con el objetivo de establecer campañas digitales y difundir la disponibilidad del servicio de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio

web. El enfoque principal será facilitar al patentado la información de contacto digital, con el fin de mejorar su experiencia durante las búsquedas y el uso del servicio, asegurando un acercamiento efectivo y satisfactorio.

- Realizar un plan de acción de marketing digital con el objetivo de administrar correctamente las campañas. Además, establecer que todas las acciones de publicidad digital deben incluir la difusión del manual y video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial a través del sitio web.
- Buscar la optimización del uso de la herramienta Salesforce con el fin de difundir de manera eficiente y económica la información relevante sobre el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web. Esto se logrará a través del envío de correos electrónicos y mensajes por WhatsApp.
- Profundizar en el análisis de los pasos 3 de Declaración, seguido por el paso 1 de Registro y el paso 2 de Activar la Clave Municipal Virtual (CMV), ya que se ha identificado que son los pasos que presentan mayores dificultades para los patentados que utilizan el sitio web.
- Generar un mayor contenido relacionado con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web, utilizando las redes sociales Facebook, Instagram y YouTube. Realizando publicaciones en fechas estratégicas, antes de la fecha límite para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial. Para proporcionar información relevante y útil a los usuarios, brindándoles orientación y recordatorios oportunos para facilitar el cumplimiento de este trámite.
- Llevar a cabo acciones de marketing digital en horarios nocturnos específicamente entre las 18:00 y las 23:59 horas, ya que es cuando los usuarios están más activos en las redes sociales. Además, implementar controles de seguimiento para medir la efectividad de las inversiones en publicidad digital.

- Difundir información sobre la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web a través de WhatsApp, considerando que es una plataforma ampliamente utilizada por todos los patentados. De esta manera, se asegurará que la información llegue de manera efectiva y directa a los usuarios.
- Buscar generar pautas digitales más efectivas mediante la planificación de periodos de publicación y horarios específicos. Con el objetivo de aumentar el alcance de las redes sociales de la institución, fomentar un crecimiento en el uso del servicio y promover la transición de trámites presenciales a trámites digitales

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

Los gobiernos locales deben preocuparse por lograr mayor competitividad, para así brindar un mejor servicio, eficiente, eficaz y transparente. En la actualidad hay un gran avance en el uso de las tecnologías y las redes sociales, por esta razón es de suma importancia que los gobiernos locales y los patentados, cuenten con una cultura para el uso de las herramientas de comunicación digital, para que no se les dificulte realizar trámites de una manera eficiente y eficaz.

De acuerdo con el análisis de los datos recopilados, los factores que definen y forman un proyecto u organización, a nivel interno o externo y sus variables que se consideran relevantes y que afectan los resultados finales, se desarrolla en este capítulo la propuesta de un plan de acción de marketing digital para incentivar en los patentados del Cantón Central de Heredia el uso del sitio web donde se realiza la declaración jurada de patente comercial.

7.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

Plan de acción de Marketing Digital.

7.2 ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESARROLLARÁ

Patentados activos de la Municipalidad del Cantón Central de Heredia.

7.3 OBJETIVOS

7.3.1 Objetivo general de la propuesta

Incrementar en un 40% el número de patentados del Cantón Central de Heredia que utilizan el sitio web disponible para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial, a través de un Plan de Acción de Marketing Digital en un período de 1 año.

7.3.2 Objetivos específicos de la propuesta

- Generar un nivel de compromiso medible, mejoras en la usabilidad del sitio web y comunicación personalizada, en un 40% en un período de 4 meses.
- Mejorar la eficacia de los canales de comunicación digital existentes, como el sitio web, redes sociales y correo electrónico, para difundir el servicio de Declaración Jurada de Patente Comercial de manera más efectiva, incrementando la tasa de conversión en un 30% en un plazo de 3 meses
- Incrementar en un 30% la participación del público meta, en el uso del sitio web para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial, en un período de 4 meses, a través de estrategias de marketing digital dirigidas a los patentados.

7.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES

Tabla 55

Tabla de actividades

Actividades	Responsables	Cumplimiento
Plan de social media	Departamento de Comunicación	√
Automatización para optimizar la atención al cliente en Facebook con Manychat	Departamento de Comunicación	√
Planificar el primer lanzamiento en 2023	Departamento de Comunicación	√
Auditar el e-commerce	Departamento de Comunicación	√
Plan para aplicar la metodología de Aprendizaje y Servicio A.M.S.	Departamento de Comunicación	√
Aumentar los servicios digitales	Departamento de Comunicación	√
Diseñar un plan vertical de relaciones públicas digitales	Departamento de Comunicación	√
Planificar el funnel	Departamento de Comunicación	√
Crear una campaña de bienvenida de email marketing	Departamento de Comunicación	√

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.4.1 Cronograma Diagrama de Gantt

Tabla 56

Diagrama de Gantt

Objetivos	Actividades	Responsables	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Incrementar los clientes potenciales en el uso del sitio web para presentar Declaración Jurada de Patente Comercial.	Plan de social media	Departamento de Comunicación												
	Automatización para optimizar la atención al cliente en Facebook con Manychat	Departamento de Comunicación												
Lograr el posicionamiento del servicio disponible en el sitio web.	Planificar el primer lanzamiento en 2024	Departamento de Comunicación												
	Auditar el e-commerce	Departamento de Comunicación												
Generar un nivel de compromiso de los usuarios para Presentar La Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web.	Plan para aplicar la metodología de Aprendizaje y Servicio A.M.S.	Departamento de Comunicación												
Optimizar el uso de los canales de comunicación digitales, para que permita difundir el servicio de la mejor manera.	Aumentar el uso correcto de los canales de comunicación digitales.	Departamento de Comunicación												
	Diseñar un plan vertical de relaciones públicas digitales	Departamento de Comunicación												
Fidelizar a los usuarios: que se queden y repitan la experiencia como usuarios.	Planificar el funnel	Departamento de Comunicación												
	Crear una campaña de bienvenida de email marketing	Departamento de Comunicación												

Fuente: "Elaboración propia 2023"

7.5 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS FASES DE LA PROPUESTA

Una vez identificada cada actividad se procede a detallar cada una de ellas, con el propósito de definir el plan de acción de acuerdo con cada acción que se pretende implementar.

7.5.1 Actividad N 1. Plan de social media

Tabla 57

Objetivos

Objetivos
¿Qué se quiere conseguir?
Incrementar los clientes potenciales en el uso del sitio web para presentar Declaración Jurada de Patente Comercial.
Lograr el posicionamiento del servicio disponible en el sitio web.
Generar un nivel de compromiso de los usuarios para Presentar La Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web.
Optimizar el uso de los canales de comunicación digitales, para que permita difundir el servicio de la mejor manera.
Fidelizar a los usuarios: que se queden y repitan la experiencia como usuarios.

Fuente: Elaboración propia 2023.

Tabla 58

Estrategias, tácticas y acciones, mediciones

<i>Estrategias</i>	<i>Tácticas y acciones</i>	<i>Medición</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ser activo, responder a los comentarios y mensajes: conversación receptiva. • Usar el ingenio y el humor. • Usar contenido de video. • Publicaciones en el momento adecuado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal para brindar las respuestas adecuadas. • Implementar un chatbot (respuestas automáticas). • Subir a las redes sociales trimestralmente un video del proceso para las declaraciones digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de mensajes recibidos y atendidos por medio del chatbot. • Número de visitas de los videos subidos a las redes sociales.
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia SEO, para que la búsqueda rastree el sitio web. Revisar y aplicar lista de algoritmos, del Seo de Google. Revisar y aplicar el sitio web, con el Chat GPT. • Inbound marketing, llamar la atención, atraer y convertirlos en base de datos. • Email marketing, correo electrónico relación directa y el uso del Whats App. • Marketing en redes sociales, para promover el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar títulos con keywords. • Promocionar el contenido por las redes sociales. • Tácticas de SEO (Search Engine Optimization). • Leads por email. (gestionar correctamente el email y el Whats App). Salesforce, utilizar la base de datos de los patentados, para que, de forma personal, se les inste a utilizar el sitio web para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial. • Verificar si el CRM está integrado a las redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comparar la cantidad de aumento de seguidores en las redes sociales (trimestralmente). • Aumentar el tráfico de búsqueda. (Herramienta Análisis de Tráfico) • Verificar el tipo de herramientas que se están utilizando, para lograr medirlo.

<i>Estrategias</i>	<i>Tácticas y acciones</i>	<i>Medición</i>
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la estrategia de redes sociales en Facebook, Instagram y YouTube. Invitar audiencia a webinars, gran audiencia, desde la casa u oficinas, tipo capacitación, para mostrar el paso a paso del proceso. Participar en ferias y eventos. Estrategia de contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar trimestralmente webinars y seminarios online. Publicar el manual de pasos para presentar la declaración por medio del sitio web. Implementar podcast sobre el proceso de presentar la declaración jurada de patente por medio del sitio web. Publicaciones trimestrales de infografías, acerca de la declaración jurada de patente digital, tanto en redes sociales como el sitio web. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de personas que participan en los webinars y seminarios. Cantidad de reproducciones de los podcasts. Utilizar números de comparación.
<ul style="list-style-type: none"> Innovación constante. Informar correctamente sobre el servicio. Reducir el esfuerzo adicional, identificar las necesidades reales del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar en conjunto con el departamento de tecnología de información, asesoría jurídica y servicios tributarios para lograr simplificar al máximo el proceso de declaración digital. Capacitar al personal encargado del proceso de declaración digital, para brindar respuestas eficientes a las declaraciones que ingresan por medio del sitio web. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de personas que declaren por medio del sitio web.

<i>Estrategias</i>	<i>Tácticas y acciones</i>	<i>Medición</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar encuesta de preferencias a usuarios potenciales. Oportunidades de mejora. • Desarrollar mejoras en el servicio, conforme a las necesidades de los usuarios. • Ampliar el alcance de nuestro marketing digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar las redes sociales en función del objetivo, trabajarlo con los números. • Desarrollar la campaña de marketing digital adecuada, enfocada a las generaciones X, nacidos en 1971 y Mileniams, nacidos en el año 1982. • Mejorar el servicio actual, acorde a las necesidades del patentado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de seguidores en las redes sociales. • Cantidad de personas que declaren por medio del sitio web. • Cantidad de personas que visitan e interactúan en las redes sociales. • Encuestas de satisfacción

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.5.2 Actividad N 2. Automatización para optimizar la atención al cliente en Facebook con Manychat

Razones por las que un cliente contactaría la página del Municipalidad de Heredia.

- Verifican si debe realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial.
- Consultan la fecha límite para presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial.
- Consultan los requisitos referentes a la Presentación de la Declaración Jurada de Patente Comercial.
- Verifican si pueden declarar digitalmente.
- Consultan los pasos para realizar la Declaración Jurada de Patente Comercial.
- Dirigirlo al link del manual y del video (adaptarlo para hacerlo inclusivo).
- Consultan el debido proceso de registro.

Definición del tono de la marca.

“Declara el impuesto de patente comercial digitalmente en tiempo, veloz, sin costos y benefíciate desde la comodidad de tu casa o lugar de trabajo.”

Identificación la de personalidad de la marca.

- Simple
- Eficiente
- Oportuna

Mensaje de bienvenida del Manychat

¡Hola! Bienvenid@ a la Municipalidad Heredia, soy Fortín. Estoy para colaborarle en su gestión.

Te recordamos que nuestros agentes nunca le solicitarán información sensible como contraseñas o datos personales.

Es necesario que conozcas los términos y Condiciones de uso de este canal.

¿Aceptas los términos y condiciones?

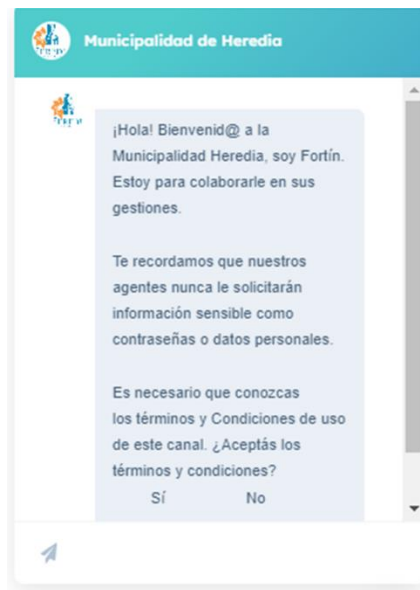
() Sí

() No

Dibujo de la secuencia del mensaje de bienvenida

Figura 2

Dibujo y mensaje de bienvenida



Fuente: "Elaboración propia 2023"

7.5.3 Actividad N 3. Planificar el primer lanzamiento en 2024

Tabla 59

Diseño de la oferta de lanzamiento

Diseño de la oferta de lanzamiento	
Producto Core	Declaración Jurada de Patente Comercial Digital.
Upsell	Certificación E-commerce
Bump	Funnel Sprint
Cross sell	Curso accionable automatización
Downsell	Ebook de E-commerce

Fuente: "Elaboración propia 2023"

Tabla 60*Base del lanzamiento**Fuente: "Elaboración propia 2023".*

Base del lanzamiento	
Tipo de solución que se puede ofrecer de forma gratuita, que esté relacionada con la oferta.	Aprovechar el CRM para hacer envíos masivos de correos electrónicos y WhatsApp a los patentados, en el cual se envíe información acerca del trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio el sitio web. A su vez, agregar el ofrecimiento para que sigan a la Municipalidad en las redes sociales Facebook, Instagram, YouTube.
Tipo de lanzamiento que se quiere llevar a cabo	Trasmitir a los patentados los beneficios y el ahorro en costos para la empresa, al realizar la Declaración Jurada de Patente Comercial Digital.
Recursos que se necesitan para llevar a cabo el lanzamiento	Recurso Humano del Departamento de Comunicación, junto con el Departamento de Tecnología de información.
Fecha para llevarlo a cabo	Del 08 al 21 de enero del 2024.

Tabla 61*Acciones de la fase expectativa*

Acciones de la fase expectativa			
	Tipo de contenido	Canal	Fecha
Anuncio fecha del lanzamiento	Vídeo corto	Instagram	13/01/2024
De velar colores y logo	Brochure	Facebook e Instagram	08/01/2024
Hacer trivias	Historias de trivias	Instagram	12/01/2024
Preventa / Influencer marketing	Vídeo corto	Instagram y YouTube	19/01/2024

Fuente: "Elaboración propia 2023".

Tabla 62*Acciones de la fase venta*

Acciones de la fase venta		
	Canal	Fecha
Post presentación en redes sociales	YouTube	10/01/2024
Vídeo corto sobre el servicio	Instagram – YouTube	08/01/2024
Historias sobre el servicio	Instagram	15/01/2024
Vídeo corto del servicio	Facebook –Instagram	10/01/2024
Vídeo largo con humano introduciendo cálidamente el servicio.	YouTube	20/01/2024
Llevar tráfico al sitio web del servicio	Sitio Web	21/01/2024

*Fuente: “Elaboración propia 2023”.***7.5.4 Actividad N 4. Auditar el e-commerce****Tabla 63***Evaluación de la situación actual*

Evaluación de la situación actual	
¿Cuántos métodos de pago tiene la Municipalidad disponibles?	Cuanta con dos métodos de pagos electrónico y transferencias.
¿Cómo muestra su servicio?	Facebook, Instagram, sitio web y YouTube. E-mail
¿Qué beneficios tiene para los patentados fieles?	Declaración Jurada de Patente Comercial en línea, en la comodidad de la casa o del trabajo. Ahorro en tiempo y dinero.
¿Qué acciones implementa en redes sociales?	Videos, brochures, historias, imágenes.
¿Qué tipo de pruebas sociales ofrece?	Opiniones, Review y Social Engagement, alcance, reacciones y compartidos.
¿Cuántos canales tiene disponibles para resolver las dudas de los patentados?	Sitio web, e-mail, plataforma de servicios, redes sociales, chat bot y centro de atención telefónica.

Fuente: “Elaboración propia 2023”.

Tabla 64

Planteamiento de posibles mejoras.

Planteamiento de posibles mejoras	
¿Qué se puede hacer para disminuir ese tiempo?	Utilizar formato de imágenes comprimidos, ajustar la resolución de las imágenes, no abusar del uso de imágenes.
Elegir un nuevo método de pago que pueda ofrecer	Implementar un botones de pago para que los patentados no se desplacen.
¿Cómo se podría mejorar la experiencia del servicio?	Realizando encuestas de satisfacción y subir más contenido a las redes sociales.
¿Cómo puede mejorar el programa de lealtad?	Implementar un porcentaje de descuento en el pago del impuesto de patente, a los patentados que declaran digitalmente y que realizan pagos anuales.
¿Qué nueva táctica se puede probar en redes sociales?	Implementar webinars y seminarios online.
¿Qué nuevo canal se puede disponer para atención al cliente?	ChatGPT o chatbot.

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.5.5 Actividad N 5 Plan para aplicar la metodología A.M.S

Tabla 65

Plan para aplicar la metodología A.M.S

Características de las audiencias que pueden estar interesadas en el producto o servicio	Formato del anuncio para cada audiencia	Gancho para cada anuncio	Copy para cada anuncio		Señales
Generación M (Millennials) y Generación X(1960-1980)	Vídeo corto YouTube	Influencer	Atracción	Fortín se encuentra en la Municipalidad y ve un amigo haciendo fila para presentar la Declaración Jurada de Patente, lo vacila y le dice “mae no se complique, ahorra tiempo y ayude al ambiente, ese trámite lo puede realizar en línea”.	CPM
			Interés	El amigo lo piensa con interés y se retira de la fila.	CTR
			Deseo	Surge el deseo no complicarse y hacerlo de una manera fácil.	CPI
			Acción	El amigo desde la comodidad de su casa o empresa realiza el trámite.	ROAS
Generación M (Millennials) y Generación X(1960-1980)	Facebook	Brochure	Detenerse	La persona revisa su Facebook y se detiene a leer la información del brochure, acerca de la presentación de la Declaración Jurada De Patente Comercial Digital.	CPM
			Mirar	Lee con detalle la información de como ejecutarlo y los beneficios que obtendrá.	CTR

Características de las audiencias que pueden estar interesadas en el producto o servicio	Formato del anuncio para cada audiencia	Gancho para cada anuncio	Copy para cada anuncio		Señales
			Actuar	De inmediato se propone a presentar la declaración por medio digital.	CPI
			Comprar	Realiza el trámite por medio del sitio web.	ROAS
Generación M (Millennials) y Generación X(1960-1980)	Reel Intragram	Recordatorio	Problema	Una persona recuerda que debe que presentar la Declaración Jurada Comercial y no cuenta con tiempo para trasladarse.	CPM
			Aspiración	Ingresa a Instagram de la municipalidad y visualiza un reel donde se explica acerca de la Declaración Jurada De Patente Comercial Digital.	CTR
			Solución	Ingresa al sitio web y realiza el trámite de manera digital.	CPI
			Testimonio	Le cuenta a otros patentados sobre la experiencia de realizar el trámite más fácil y ágil. "De boca en boca"	ROAS
			Oferta	Obtuvo un descuento al presentar la Declaración Jurada De Patente Comercial en línea y al pagar el impuesto de patente anual en el I trimestre.	CPM
			Respuesta	Una persona satisfecha.	

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.5.6 Actividad N 6 Aumentar los servicios digitales

Beneficios de tu producto.

- Optimización de los tiempos.
- Mayor seguridad.
- Mayor precisión.
- Retroalimentación de la base de datos.

Valor diferenciador del servicio.

Con la presentación de la Declaración Jurada De Patente Comercial por medio del sitio web, el patentado evita largas filas que le pueden estar quitando tiempo para realizar otras prioridades. Además, puede realizar el trámite de manera inmediata y en la comodidad de su hogar u oficina.

El municipio se ve beneficiado, ya que se reducen las cargas de trabajo y los costos. Asimismo, el sistema almacena y registra de forma segura los datos digitalizados sin modificación alguna y a su vez se le otorga el valor de transparencia al trámite realizado.

Por otra parte, la base de datos de los patentados se mantiene actualizada por el suministro de la información, de los trámites en línea.

Características de los principales avatares para el servicio.

- **Avatar 1:** Emprendedores
- **Avatar 2:** Administradores – Contadores.
- **Avatar 3:** Tramitadores

Estrategias de venta, Tácticas de venta y KPI.

Tabla 66

Estrategias de venta, Tácticas de venta y KPI.

Estrategias de venta	Tácticas de venta	KPI
Desarrollar un plan de incentivo, por el uso del sitio web para declarar digitalmente.	Descuento a los patentados que realicen el pago anual del impuesto de patente y la presentan la declaración digitalmente.	Cantidad de tramites en línea.
Estrategia SEO para que la búsqueda rastree el sitio web de la municipalidad.	Implementar títulos de keywords.	Cantidad de búsquedas del sitio web.
Email marketing, correo electrónico para una relación y comunicación directa.	Leads por email (Administrar correctamente el email).	Cantidad de correos transmitidos, con el reporte de leídos y no leídos.
Invitar a audiencias a Webinars y seminarios.	Implementar trimestralmente webinars y seminarios online.	Cantidad de patentados que asistan.
Utilizar contenido de video.	Subir a las redes sociales trimestralmente un video del proceso para las declaraciones digitales	Cantidad de reproducciones y sus reacciones.
Ser activo, responder a los comentarios y mensajes, creando conversación receptiva.	Implementar el Chatbot (respuesta automática)	Cantidad de mensajes recibidos.

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.5.6 Actividad N 7 Planificar el Funnel

Tabla 67

Lo que necesita para automatizar

Lo que necesita para automatizar	
¿Qué se quiere conseguir?	Incentivar en los patentados del cantón central de Heredia para que utilicen el sitio web, para realizar la Declaración Jurada De Pante Comercial.
¿En qué plataforma se atraerá el tráfico orgánico y pagado?	Trafico orgánico: Enfocarse en creación de contenido SEO, backlinks (enlace externo que conduce al sitio web); Además, email marketing. Esto ayudará a mantener el nombre de la marca en las primeras posiciones de búsqueda. Tráfico pagado: CPC (coste por clic) se paga acorde a la tarifa por clic, CPM (coste por mil impresiones) pagarás por cada mil personas que vieron el anuncio y herramientas para generar tráfico de pago (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads y Youtube Ads).
¿Con qué contenido se atraerá a la audiencia?	Utilizar contenido útil, de calidad, veraz y con enfoque. Además, identificar el público meta, generar engagement en nuestros usuarios, crear historias, no enfocarse únicamente en promocionar y feedback.

Fuente: "Elaboración propia 2023.

Tabla 68

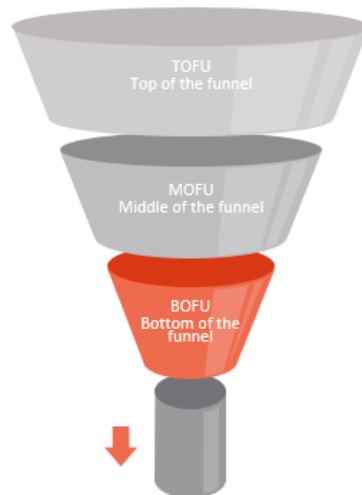
Elementos clave

Elementos clave	
Herramientas	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> Landing pages o páginas de aterrizaje, Correos electrónicos de seguimiento, Formulario web; Automatiza flujos de trabajo y programar conversaciones de seguimiento. Salesforce, actualmente la Municipalidad lo tiene, funcional para el B2B. Es uno de los CRM más grandes y versátiles del mundo. En el caso de las declaraciones aplica el B2C. Optimizar el uso del E-mail y WhatsApp masivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Buyer personas, las edades de las personas que se encargan de realizar el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial, se encuentran en el rango de 41 a 50 años y de 51 años en adelante, las cuales acorde a su edad, corresponden a las generaciones X, nacidos en 1971 y Mileniams, nacidos en el año 1982. Lead magnet, la oferta de contenido de valor que se le ofrece al patentado. Landing page, la página de aterrizaje, la cual debe ser agradable para el patentado. Formulario de contacto, cuando el patentado realiza su registro, quedan sus datos, el mismo debe ser amigable. E-mail transaccional, entrega personalizada de contenido o recordatorios. CRM actualmente la Municipalidad con el sistema, funcional para el B2B (Salesforce).

Fuente: "Elaboración propia 2023".

Fases de tu funnel

Figura 3



Fuente: Curso de Mercadeo Directo 2023, profesora Rebeca Livingston.

Tabla 69

Vídeos
Engagment
Mensaje conciso y claro
Mensaje que genere impacto y sea viral
Leads
Curso segmentación
Definir buyer persona, organizar el embudo, crear contenidos que despierten la atención
Automatizar la estrategia de marketing, desarrollar buenas landing pages
Ventas
Curso Facebook Ads
Curso Google Ads, Instagram Ads
Curso YouTube Ads

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.5.7 Actividad N 8 Diseñar un plan vertical de relaciones públicas digitales

Tabla 70

Planificar el Funnel

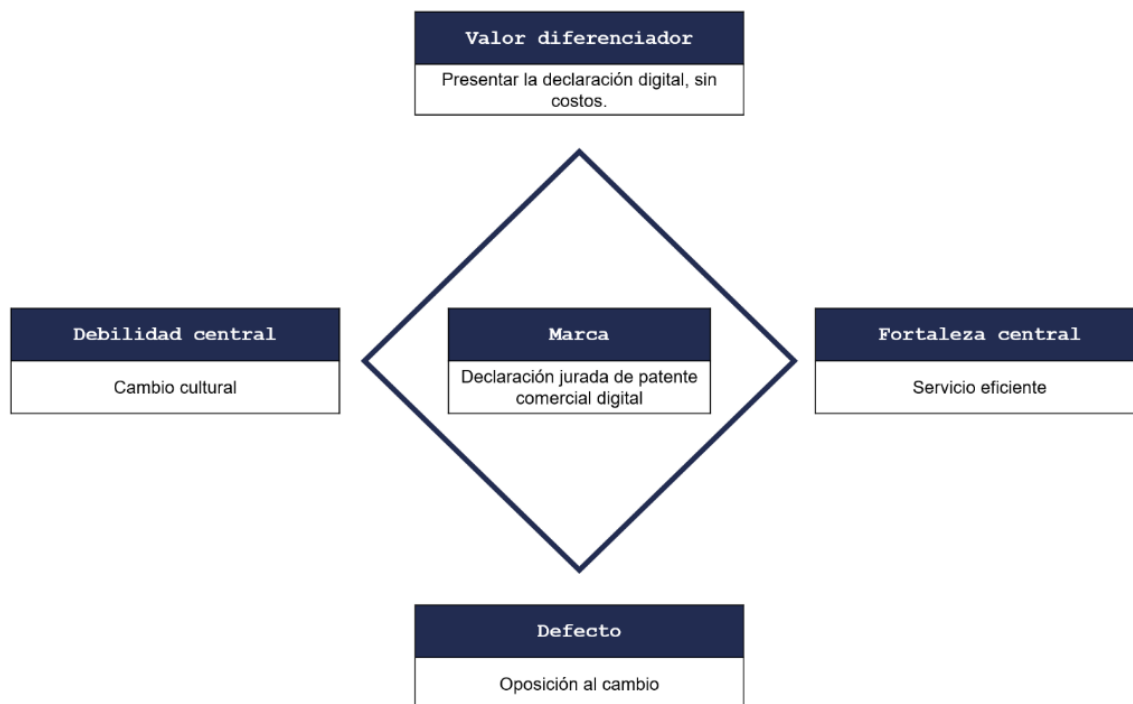
	Pilar de contenido	Tipo de contenido	Tema del contenido	Recursos necesarios para grabar	Fecha de grabación	Fecha de publicación
Historias	Entretenimiento	Vídeo	Declaración Jurada De Patente Comercial Digital	Móvil-Celular-Computadora-IPAD	26/02/2024	29/02/2024
	Búsqueda Información	imágenes	Declaración Jurada De Patente Comercial Digital	Móvil-Celular-Computadora-IPAD	27/02/2024	01/03/2024
Reels	Educación	Vídeo	Presentación de la Declaración Jurada De Patente Digital	Móvil-Celular-Computadora-IPAD	28/02/2024	09/03/2024
	Servicio	Vídeo	Informar del servicio disponible en el sitio web	Móvil-Celular-Computadora-IPAD	28/02/2024	11/03/2024
YouTube Short	Procedimiento	Vídeo	Paso a paso de cómo realizar la declaración Jurada De Patente Comercial.	Móvil-Celular-Computadora-IPAD	26/02/2024	12/03/2024
	Cultural	Vídeo	Explicación de los Beneficios de la Declaración Jurada De Pantene Digital.	Móvil-Celular-Computadora-IPAD	02/03/2024	15/03/2024

Fuente: "Elaboración propia 2023".

7.5.8 Actividad N 9 Crear una campaña de bienvenida de email marketing

Figura 4

Carácter de Diamante e Identidad de Marca.



Fuente: "Elaboración propia 2023".

Declaración de misión / El porqué de la marca.

Brindar un servicio con eficacia, eficiencia y efectividad para el mejoramiento del servicio de la declaración jurada de patente comercial.

Quién es "Ellos" en Nosotros vs. Ellos

B2C Municipalidad – Patentados

Nombre del remitente

Municipalidad de Heredia.

REFERENCIAS

Agudelo, G; Aigner, M; Ruiz, J. (2008) Diseños de Investigación Experimental y No-experimental. Universidad de Antioquia Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf.

Alca Huamán, M. (2018) Influencia Del Marketing Digital Que Aplica La Municipalidad Distrital De José Luis Bustamante Y Rivero En La Opinión Pública De Sus Habitantes [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional De San Agustín De Arequipa, Perú].
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7086/CCalarmr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Amador, A. y Castro, V. (2020). Experiencias en los procesos de digitalización en las municipalidades costarricenses Programa Sociedad de la Información y el
http://www.prosic.ucr.ac.cr/sites/default/files/pub_unesco_digital_1.pdf

Amador. A y Castro. V (2020). Perfiles municipales de 22 casos de estudio de gobiernos locales en Costa Rica.
http://www.prosic.ucr.ac.cr/sites/default/files/documentos/anexo_perfiles_municipales_proyecto_trazando_una_ruta_hacia_la_e-municipalidad.pdf

Argüello, P. (2010). Obras Comunes y Servicios Públicos Ejecutados por la Municipalidad de Heredia (2007-2011). Historia del cantón de Heredia. Izcandé.
https://www.heredia.go.cr/sites/default/files/libro_historia_del_canton_de_heredia.pdf

Arteaga, G. (2021). Fuentes primarias y secundarias: explicación con ejemplos.
<https://www.testsiteforme.com/fuentes-primarias-y-secundarias/>

Arturo Hernández Escobar, M. R. (2018). Metodología de la Investigación Científica. Área de Innovación y Desarrollo, S.L.

Azuero, A. Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7062667.pdf>.

Barriga, J. (2020). Gobierno Electrónico Municipal. [Tesis de maestría, Facultad de Gobierno de la Universidad del Desarrollo de Chile]. <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/3472/Gobierno%20electr%C3%B3nico%20Municipal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Canet. Li. Marketing digital, aliado de la aviación comercial. <https://www.gestiopolis.com/marketing-digital-aliado-de-la-aviacion-comercial/#:~:text=Seg%C3%BAn%20P.,diversas%20ofertas%20de%20similares%20productos.>

Código Municipal N° 7794 de 30 de abril de 1988 (Costa Rica). http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=40197&nValor3=98846&strTipM=TC

Constitución Política de Costa Rica de 7 de noviembre de 1949 (Costa Rica). <https://pdba.georgetown.edu/Parties/CostaRica/Leyes/constitucion.pdf>

David Tomas Ceo y Cofounder de Cyberclick, (2022) https://www.amic.media/media/files/file_352_3145.pdf

Duque, M y Restrepo, J. (2021). Influencia Del Marketing Digital En El Comportamiento Del Consumidor Del Sector Tic En Tiempos De Pandemia. [Tesis, Escuela de Economía, administración y Negocios de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín].

https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/9803/Influencia_marketing%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espuga-Condal, M. (2015) Estrategias de marketing en una biblioteca pública de suburbio:

Biblioteca Font de
la Mina". El profesional de la información.

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/issue/view/1959/48>

Gajardo, S. (2002, septiembre 26). ¿Qué es CRM y cuál es su verdadero significado?.

<https://www.gestiopolis.com/que-es-crm-verdadero-significado/>

Hernández, R; Fernández, C y Baptista, M (2010). Metodología de la Investigación.

Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Hernández, R; Fernández, C y Baptista, M (2014). Metodología de la Investigación.

McGraw-Hill / Interamericana Editores. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández, R; Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa,

cualitativa y mixta. McGraw-Hill / Interamericana Editores.

<https://puceapex.puce.edu.ec/web/cev/alcance-de-la-investigacion/#:~:text=Descripci%C3%B3n%3A%20El%20alcance%20de%20una,empezar%20a%20desarrollar%20la%20investigaci%C3%B3n.>

Historia del Cantón de Heredia. Municipalidad de Heredia.

[https://www.heredia.go.cr/es/bienestar-social/videos/arte-y-cultura/historia-del-canton-de-](https://www.heredia.go.cr/es/bienestar-social/videos/arte-y-cultura/historia-del-canton-de-heredia#:~:text=El%2011%20de%20enero%20de,Heredia%20el%20rango%20de%20provincia.)

[heredia#:~:text=El%2011%20de%20enero%20de,Heredia%20el%20rango%20de%20provincia.](https://www.heredia.go.cr/es/bienestar-social/videos/arte-y-cultura/historia-del-canton-de-heredia#:~:text=El%2011%20de%20enero%20de,Heredia%20el%20rango%20de%20provincia.)

Kotler, Py Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Ley 8106. Por la cual se reforma el artículo 170 de la constitución política. 11 de junio del año 2001.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=46632&nValor3=49351&strTipM=TC

Ley 9023. Impuestos Municipales del Cantón Central de Heredia. 03 de febrero del 2012.

<https://www.heredia.go.cr/sites/default/files/ley-9023.pdf>

López, M. y María, N. Perspectivas de usabilidad: factor importante para ser considerado en los sitios web gubernamentales del estado de Oaxaca. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, vol. 3 (núm. 6).

<https://www.redalyc.org/pdf/6379/637967189002.pdf>

López. V. (2021). Plan De Marketing Digital Sustentada En El Branding Digital Para Posicionar La Empresa Enfoque 180. Municipio Baruta. [Tesis de Bachiller, Universidad Nueva Esparta, Venezuela].

<http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/3421/1/TG6113%20Completa.pdf>

Marketing Digital. <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>

Mata, L. (07 de mayo de 2019). El enfoque de investigación: la naturaleza del estudio.

<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>

Misión y Visión. Municipalidad de Heredia. <https://www.heredia.go.cr/es/municipalidad>

Núñez, E. (2020) El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7840616>

Peçanha, V. (10 de enero 2021). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Rockcotenet. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Qué es un Plan de acción y cómo diseñarlo en 5 pasos. (21 de noviembre de 2021). Grupo ATICO34. <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/plan-de-accion/>

Qué es un sitio web (01 de junio de 2023).Equipo editorial GoDaddy. <https://mx.com/blog/que-es-un-sitio-web/>.

Que son los alcances en una investigación. <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-son-los-alcances-en-una-investigacion>

Ramírez. M. (2015). ¿Por qué es tan importante Facebook para difundir productos? <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/por-que-es-tan-importante-facebook-para-difundir-productos>

Reglamento de Patentes Municipales. Artículo 1º—Definiciones. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=53777

Ríos, I. (09 de octubre de 2021). 15 conceptos de marketing digital. El Economista. <https://www.economista.com.mx/tecnologia/15-conceptos-de-marketing-digital-20211009-0002.html>

Rojas, A. (4 de septiembre de 2017) Investigación e Innovación Metodológica <http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>

- Segil, E. (2021). Uso de la red social Facebook y su relación en la satisfacción del usuario de la municipalidad de San Luis, 2019. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana De Las Américas, Perú]. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1388/SEGIL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Selman H. (2017). Marketing Digital. Ibkku. https://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=marketing+digital&ots=KInFPv1YmW&sig=TLRk-w3cZQABnm1GrTc0IAu_rk&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20digital&f=false
- Sére, R (23 de mayo de 2011) Redes sociales en el ámbito empresarial: ¿Cómo gestionarlas y articularlas con la comunicación interna? <https://www.gestiopolis.com/redes-sociales-ambito-empresarial-articular-la-comunicacion-interna>
- Sitio web (13 de noviembre de 2018). En Wikipedia. https://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web#cite_note-6
- SurveyMonkey by momentive. Calcula el tamaño de la muestra. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Townsend, J. (2023). Alcance o tipo de estudio. Taller de tesis-Orientaciones metodológicas en la elaboración de trabajos de investigación. <https://www.thesisworkshop.com/p/alcance.html>
- Vásquez, I. (2019). Factores Críticos De Éxito En El Comercio Digital De Las Pymes Exportadoras Costarricenses. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v13n1/1659-3359-tec-13-01-19.pdf>

Vercheval. S (2022). Las 10 ventajas del marketing digital para tu empresa.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/ventajas-marketing-digital>.

ANEXOS

ANEXO 1

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER EL CERTIFICADO DE SEGURIDAD PARA REALIZAR LA DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL

PASO 1 REGISTRO (-) Requisito obligatorio para realizar la declaración.

Crear una cuenta
En la página principal hacer "click" en el botón **Registrarse** y crear una cuenta con sus calidades personales y su respectiva información tributaria.

Confirmación
Recibirá un correo electrónico a la dirección registrada con la confirmación de la inclusión de su cuenta de forma correcta. Asegúrese de recibirlo.

De no ser así, deberá comunicarse al Departamento de Tecnologías de Información al correo electrónico: tecnologia@heredia.go.cr

PASO 2 ACTIVACIÓN (+) Este proceso se realiza una sola vez.

Activar la Clave Municipal Virtual (CMV)
En la página principal hacer "click" en el botón **Iniciar Sesión** y se ingresa el usuario y contraseña indicados en el Paso 1.

Posteriormente, se debe hacer "click" en el botón **CMV** en donde deberá leer cuidadosamente los **Términos y Condiciones** del uso del sitio de presentación de declaraciones en línea de patentes comerciales. Una vez de acuerdo con estas condiciones deberá activar con un "check" en la leyenda **Acepto los Términos y Condiciones**

Generar CMV
Haciendo "click" en **Generar Clave Virtual Municipal** el sistema le genera un archivo en formato PDF con las claves de seguridad que deberá usar para aprobar cualquier trámite. Este archivo deberá guardarlo o bien imprimirlo para tenerlo disponible cuando se requiera.

Validar CMV
Una vez generada la CMV el sistema le dirigirá a la pantalla de validación. Este trámite se realiza haciendo "click" en el botón **Validar CMV**

Continúa ▶

PASO 2 AUTORIZACIÓN (+) Proceso Opcional

Este paso adicional consiste en la autorización de un usuario o usuaria además del titular de la Patente para que, en su nombre, pueda realizar el proceso de Declaración de Patentes y se accede a él una vez que realice la Validación de su Cuenta Municipal Virtual (CMV).

Su Clave Municipal Virtual se encuentra activa

- Si desea autorizar a otros usuarios para presentar sus declaraciones, haga clic en el siguiente enlace: [Autorizar usuario](#).
- Si olvidó su clave municipal virtual, puede cancelarla desde el siguiente enlace: [Cancelar esta CMV y generar una nueva](#).

Registro
La persona declarante adicional deberá cumplir con lo indicado en el Paso 1 de la presente Guía.

ANEXO 2

Encuesta

Agradecemos completar la siguiente encuesta con el objetivo de conocer el perfil de la persona encargada de realizar el trámite de la declaración jurada de patente comercial e identificar la situación actual del Uso del Trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el Sitio Web Institucional de la Municipalidad de Heredia. Le tomará solo unos minutos.

Su opinión es muy importante, ya que la encuesta se realiza como parte de una investigación para optar por el título de Máster en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo y además nos ayudará, para proponer acciones de mejora en el trámite Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web Institucional de la Municipalidad de Heredia.

¿Ha presentado usted la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web?

- Si
- No

Sección 2

Para las personas que realizan la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Agradecemos completar las siguientes preguntas:

1. ¿Género de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial?

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no contestar

2. ¿Rango de edad de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial?

- Entre 18 a 30 años
- Entre 31 a 40 años
- Entre 41 a 50 años
- De 51 años en adelante

3. ¿Figura del patentado?

- Persona Física
- Persona Jurídica

4. ¿Régimen al que pertenece ante el Ministerio de Hacienda?

- Simplificado
- Tradicional

5. ¿Tipo de actividad?

- Comercio
- Industria
- Servicio
- Agrícola y agropecuaria

6. ¿Distrito donde se ubica el patentado?

- Central
- Mercedes
- San Francisco
- Ulloa
- Vara blanca
- Otro

7. ¿Usted ha realizado alguna búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia?

- Sí
- No

Si su respuesta en la pregunta 7. es Sí. Favor de indicar ¿Logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia ?

- Sí
- No

Si su respuesta anterior es No. Favor de indicar ¿Fue por alguna de las siguientes razones?

- Mi búsqueda no me enlazó con el sitio web de la Municipalidad
- El sitio web de la Municipalidad no se encontraba disponible
- El sitio web de la Municipalidad lo encontré complicado
- Digité palabras claves de lo que buscaba y no me brindo la información que requería
- Otra, por favor, indíquela:_____

8. ¿Por qué medio se enteró usted de la existencia del sitio web de la Municipalidad de Heredia?

- Por medio de funcionarios municipales
- Redes sociales de la Municipalidad
- Por medio de conocidos
- Prensa escrita
- Otros:_____

9. ¿Ha recibido usted alguna información o notificación por parte de la Municipalidad de Heredia de que puede presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web?

- Sí
- No

10. ¿Tiene usted conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un manual tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web?

- Sí
- No

Si su respuesta anterior es Sí. Favor indicar ¿Cuál es su opinión acerca del manual tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

11. ¿Tiene usted conocimiento que la Municipalidad de Heredia, posee un video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web?

- Sí
- No

Si su respuesta anterior es Sí. Favor indicar ¿Cuál es su opinión acerca del video tutorial para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

12. ¿En qué paso se le dificultó para realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web? (Puede seleccionar varias, si fuera el caso)

- Paso 1: Registro
- Paso 2: Activar la Clave Municipal Virtual (CMV)
- Paso 3: Declaración
- Paso 4: Comprobante

13. ¿Por cuál medio de comunicación preferiría usted conocer los pasos para completar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web?

- Manual con el paso a paso
- Video de YouTube
- Capacitación por teams
- Brochure por escrito

14. ¿Cuál es el medio que usted utiliza con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia? (Puede seleccionar varias, si fuera el caso)

- Sitio Web
- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Chat Bot
- E-mail

15. ¿Cuáles son las redes sociales donde usted ha visto publicaciones recientes de la Municipalidad de Heredia?

- Facebook
- Instagram
- Facebook e Instagram
- Youtube y Facebook
- Youtube e Instagram
- Youtube
- Todos los anteriores
- En ningún

16. ¿Sigue usted a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales?

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Youtube y Facebook
- Youtube e Instagram
- Las tres opciones anteriores
- Solo facebook e Instagram
- No utilizo redes sociales
- No sigo a la Municipalidad en ninguna red social

17. ¿Cuál es el medio que usted prefiere para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial?

- Correo electrónico
- WhatsApp
- Llamada telefónica
- Mensaje de texto

18. ¿Utiliza WhatsApp para comunicarse?

- Sí
- No

19. ¿Utiliza la red social Youtube?

- Sí
- No

20. ¿Utiliza la red social Instagram?

- Sí
- No

21. ¿Utiliza la red social Facebook?

- Sí
- No

22. ¿En cuál horario se conecta con mayor frecuencia a las redes sociales?

- Noche (18:00 a 23:59)
- Tarde (12:00 a 17:59)
- Mañana (06 a 11:59)
- Madrugada (00:00 a 05:59)

23. ¿Cuánto tiempo les dedica a las redes sociales?

- De 1 a 2 horas diarias
- De 2 a 3 horas diarias
- De 4 a 5 horas diarias
- Más de 5 horas
- Menos de 1 hora diaria

24. ¿Cuál medio considera usted que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web?

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- WhatsApp
- E-mail

25. ¿Qué recomendaciones le haría usted a la Municipalidad de Heredia, para incentivar y mejorar el Trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el Sitio Web?

Sección 3

Para las personas que no realizan la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web.

Agradecemos completar las siguientes preguntas:

1. ¿Género de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial?

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no contestar

2. ¿Rango de edad de la persona encargada de presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial?

- Entre 18 a 30 años
- Entre 31 a 40 años
- Entre 41 a 50 años
- De 51 años en adelante

3. ¿Figura del patentado?

- Persona Física
- Persona Jurídica

4. ¿Régimen al que pertenece ante el Ministerio de Hacienda?

- Simplificado
- Tradicional

5. ¿Tipo de actividad?

- Comercio
- Industria
- Servicio
- Agrícola y agropecuaria

6. ¿Distrito donde se ubica el patentado?

- Central
- Mercedes
- San Francisco
- Ulloa
- Vara blanca
- Otro

7. ¿Usted ha realizado alguna búsqueda por internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia?

- Sí
- No

Si su respuesta en la pregunta 7. es Sí. Favor de indicar ¿Logró encontrar lo que buscaba en internet, relacionada con el trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia?

- Sí
- No

Si su respuesta anterior es No. Favor de indicar ¿Fue por alguna de las siguientes razones?

- Mi búsqueda no me enlazó con el sitio web de la Municipalidad
- El sitio web de la Municipalidad no se encontraba disponible
- El sitio web de la Municipalidad lo encontré complicado
- Digité palabras claves de lo que buscaba y no me brindo la información que requería
- Otra, por favor, indíquela: _____

08. ¿Estaría usted interesado en realizar el trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial, por medio del sitio web?

- Si
- No

09. ¿Sabe usted que puede presentar la Declaración Jurada de Patente Comercial por medio del sitio web?

- Si
- No

Si su respuesta anterior es No. Favor indicar ¿Por qué razón no utiliza el sitio web? Puede seleccionar hasta dos razones.

- Desconocía que estaba disponible este trámite por medio del sitio
- Lo intenté y no fue satisfactorio porque lo sentí muy lento, y confuso
- Lo encontré complicado de realizar
- No es de mi agrado realizar trámites digitales, prefiero hacerlo personalmente
- Tuve una mala experiencia.
- Me genera inseguridad, que me vayan a sustraer un dato personal
- Otra, por favor, indíquela: _____

10. ¿Cuál es el medio que usted utiliza con mayor frecuencia para buscar información acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial de la Municipalidad de Heredia? (Puede seleccionar varias, si fuera el caso) *

- Sitio Web
- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Chat Bot
- E-mail

11. ¿Sigue usted a la Municipalidad de Heredia por medio de alguna de las siguientes redes sociales?

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Youtube y Facebook
- Youtube e Instagram
- Las tres opciones anteriores
- Solo Facebook e Instagram
- No utilizo redes sociales
- No sigo a la Municipalidad en ninguna red social

12. ¿Cuál es el medio que usted prefiere para recibir comunicados de la Municipalidad acerca de la Declaración Jurada de Patente Comercial?

- Correo electrónico
- WhatsApp
- Llamada telefónica
- Mensaje de texto

13. ¿Utiliza WhatsApp para comunicarse?

- Si
- No

14. ¿Utiliza la red social Youtube?

- Si
- No

15. ¿Utiliza la red social Instagram?

- Si
- No

16. ¿Utiliza la red social Facebook?

- Si
- No

17. ¿En cuál horario se conecta con mayor frecuencia a las redes sociales?

- Noche (18:00 a 23:59)
- Tarde (12:00 a 17:59)
- Mañana (06 a 11:59)
- Madrugada (00:00 a 05:59)

18. ¿Cuánto tiempo les dedica a las redes sociales?

- De 1 a 2 horas diarias
- De 2 a 3 horas diarias
- De 4 a 5 horas diarias
- Más de 5 horas
- Menos de 1 hora diaria

19. ¿Cuál medio considera usted que debería de utilizar la Municipalidad de Heredia, para dar a conocer el servicio del trámite de Declaración Jurada de Patente Comercial en el sitio web?

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- WhatsApp
- E-mail

20. ¿Qué recomendaciones le haría usted a la Municipalidad de Heredia, para incentivar y mejorar el Trámite de la Declaración Jurada de Patente Comercial en el Sitio Web?

ANEXO 3

DECLARACION JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo José Pablo Rodríguez Fernández, mayor de edad, portador de la cédula de Identidad número 1 1130 0980, egresado de la carrera de Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de este acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Master, juro solemnemente que mi trabajo de Investigación titulado: "Análisis Del Trámite De Declaración Jurada De Patente Comercial En El Sitio Web Institucional Que Tienen Disponibles Los Patentados De La Municipalidad Del Cantón Central De Heredia Durante El Primer Semestre del año 2023", es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 27 días del mes de junio del año dos mil veintitrés.

JOSE PABLO
RODRIGUEZ
FERNANDEZ (FIRMA)



Firmado digitalmente por JOSE PABLO RODRIGUEZ FERNANDEZ (FIRMA)
Fecha: 2023.06.27 13:04:48 -0500

Firma del estudiante

Cédula: 1 1130 0980

ANEXO 4

CARTA TUTOR

San José, 27 de junio de 2023.

Señor
Luis Román Vega Morales
Carrera de Administración de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado Señor:

El estudiante José Pablo Rodríguez Fernández, cédula de identidad número 1 1130 0980, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado

"ANALIZAR EL USO DEL TRÁMITE DE DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL EN EL SITIO WEB INSTITUCIONAL QUE TIENEN DISPONIBLES LOS PATENTADOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN CENTRAL DE HEREDIA, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2023" el cual ha elaborado para optar por el grado académico de máster.

En mi calidad de tutora, he verificado que se ha hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración de problema, objetivo, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

Rebeca Livingston Ureña
109940214
Carné Colegio Profesional N033768

REBECA LIVINGSTON UREÑA (FIRMA)
PERSONA FISICA, CPF-01-0994-0214
Fecha declarada: 27/06/2023 02:11:20 PM
Esta es una representación gráfica únicamente,
verifique la validez de la firma.

ANEXO 5

CARTA LECTOR

CARTA DE LECTOR

San José, 15 de agosto de 2023.

Sede Llorente
Universidad Hispanoamericana

Estimados señores

El estudiante Rodríguez Fernández José Pablo, con cédula de identidad número 1-1130-0980 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado:

ANALIZAR EL USO DEL TRÁMITE DE DECLARACIÓN JURADA DE PATENTE COMERCIAL EN EL SITIO WEB INSTITUCIONAL QUE TIENEN DISPONIBLES LOS PATENTADOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN CENTRAL DE HEREDIA, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2023.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.



Firma
Nombre MACG. Christian Laidley Bermúdez Lic.
Cédula 1-1098-0279

ANEXO 6

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLÓGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION

San José, 21 de agosto del 2023

Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) José Pablo Rodríguez Fernández con número de identificación 1-1130-0980 autor (a) del trabajo de graduación titulado Analizar El Uso Del Trámite De Declaración Jurada De Patente Comercial En El Sitio Web Institucional Que Tienen Disponibles Los Patentados De La Municipalidad Del Cantón Central De Heredia Durante El Primer Semestre Del Año 2023 presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar por el título de Maestría Profesional en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo; Si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

JOSE PABLO
RODRIGUEZ
FERNANDEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por
JOSE PABLO RODRIGUEZ
FERNANDEZ (FIRMA)
Fecha: 2023.08.21
15:52:25 -0600

José Pablo Rodríguez Fernández
Céd. 1-1130-0980