

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PÚBLICO EN EL GOBIERNO ELECTRÓNICO PARA FORTALECER LA CONFIANZA PÚBLICA EN LAS MUNICIPALIDADES LOCALES DE AREQUIPA: UN CASO DE ESTUDIO

Bernardo Ramon Dante De la Gala Velasquez

bdelagala@unsa.edu.pe

0000-0002-5327-5134

Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa

Angela Yuliana Arredondo Salas

aarredondos@unsa.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-7096-2932>

Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa

Carmen Julia Chavez Chambi

cchavezcham@unsa.edu.pe

**Katherin Rosaluz Panca
Garnica**

kpancag@unsa.edu.pe

Resumen:

Este caso se centra en la Municipalidad Distrital de Yura, ubicada en la provincia y departamento de Arequipa, y su implementación de estrategias de marketing digital para fortalecer la confianza pública en un contexto de gobierno electrónico. A través de campañas informativas y de participación ciudadana en plataformas digitales, la municipalidad busca mejorar la percepción pública y fomentar una mayor implicación de los ciudadanos en la gestión local. Los objetivos de esta acción incluyen aumentar la transparencia, facilitar el acceso a la información y promover la interacción entre la entidad y la comunidad. Las conclusiones preliminares sugieren que estas estrategias han tenido un impacto positivo en la relación entre la municipalidad y los ciudadanos, contribuyendo a una mayor confianza en la administración local.

Palabras clave: *marketing digital; gobierno electrónico; confianza pública; participación ciudadana.*

Digital Marketing Strategies in E-Government to Enhance Public Trust in Local Municipalities: A Case Study

Abstract:

This case focuses on the District Municipality of Yura, located in the province and department of Arequipa, and its implementation of digital marketing strategies to strengthen public trust within an e-government context. Through informative campaigns and citizen engagement on digital platforms, the municipality aims to improve public perception and encourage greater citizen involvement in local governance. The objectives of this initiative include increasing transparency, facilitating access to information, and promoting interaction between the agency and the community. Preliminary conclusions suggest that these strategies have positively impacted the relationship between the municipality and its citizens, contributing to enhanced trust in local administration.

Keywords: *digital marketing; e-government; public trust; citizen engagement.*

1. Introducción

En el actual contexto de transformación digital, la confianza pública en los gobiernos locales se ha vuelto más crucial que nunca. La implementación de sistemas de gobierno electrónico y como parte de éste el márketing digital, ofrece una oportunidad para mejorar la gobernanza y la relación entre estas instituciones y los ciudadanos. Sin embargo, la confianza no se construye únicamente a través de la tecnología; es esencial que las municipalidades demuestren su compromiso con la transparencia, la eficacia y la participación ciudadana. Este caso de estudio se enfoca en la Municipalidad Distrital de Yura, ubicada en la provincia y departamento de Arequipa, analizando cómo las estrategias de marketing digital pueden fortalecer la confianza pública en este entorno.

La confianza pública es un pilar fundamental para la gobernanza efectiva, especialmente en un contexto donde el gobierno electrónico promete una administración más eficiente y accesible. Sin embargo, muchos gobiernos locales enfrentan desafíos significativos que obstaculizan el desarrollo de esta confianza. La falta de transparencia, la calidad deficiente de la información proporcionada, y la percepción de riesgo son solo algunos de los problemas más comunes. Además, la utilidad percibida y la facilidad de uso de las plataformas digitales son aspectos que influyen en la satisfacción del usuario y en su intención de utilizar servicios electrónicos. Sin una adecuada implementación de tecnología, las municipalidades pueden perder la oportunidad de involucrar a los ciudadanos de manera efectiva, lo que puede resultar en desconfianza y desapego.

En este contexto, las estrategias de marketing digital se presentan como herramientas clave para mejorar la percepción pública y fomentar la participación ciudadana. A través de campañas de comunicación efectivas y la utilización de plataformas digitales, los gobiernos locales pueden no solo informar a los ciudadanos, sino también interactuar con ellos, generando un espacio de confianza y colaboración. Esto es especialmente relevante en el marco del gobierno electrónico, donde la interacción constante y la retroalimentación pueden contribuir a una mejor percepción de las instituciones públicas.

La crisis de confianza que ha afectado a las instituciones públicas en los últimos años hace que el análisis de este tema sea altamente relevante. Las municipalidades, como la de Yura, necesitan explorar nuevas formas de conectar con sus ciudadanos y restaurar la confianza a través de prácticas transparentes y participativas. Este caso se centrará en la realidad geográfica y social de la Municipalidad Distrital de Yura, considerando su contexto específico y los desafíos que enfrenta en la actualidad.

Este caso explora cómo el uso de estrategias de marketing digital en un contexto de gobierno electrónico puede fortalecer la confianza pública en los gobiernos locales. A través del análisis del caso de la Municipalidad Distrital de Yura, se busca identificar prácticas efectivas que puedan ser implementadas para mejorar la percepción y la participación ciudadana, contribuyendo así a una gobernanza más inclusiva y transparente.

Figura 1. Pantalla de inicio de la página web oficial de la Municipalidad Provincial de Arequipa

The screenshot displays the homepage of the official website of the Municipalidad Provincial de Arequipa. At the top, there is a search bar with the text "Buscar en MDY" and a magnifying glass icon. Below the search bar is a navigation menu with the following items: "Inicio", "Trámites y servicios", "Normas y documentos", "Noticias y campañas", "Información Institucional", and "Contacto y Números de emergencia".

The main content area features the logo of the Municipalidad Distrital de Yura and a "Portal de transparencia" button. Below this, the text reads: "Municipalidad Distrital de Yura" and "Promover la adecuada prestación de los servicios públicos locales, el desarrollo integral, el bienestar general y el crecimiento económico del distrito." A link "Conocer más sobre la entidad" is provided.

At the bottom, there are two sections: "Contacto" and "Información institucional". The "Contacto" section includes "Números de emergencia" (Seguridad: 949079445, Ciudadana: 968204309) and "Canales de atención" (Facebook icon). The "Información institucional" section includes links for "Organigrama", "Agenda institucional", and "Directorio de funcionarios".

Fuente: Plataforma del Estado Peruano (2024).

2. Desarrollo del caso (indicando el título correspondiente)

La Municipalidad distrital de Yura, está ubicada en el Centro Cívico: Asociación Ciudad de Dios Zona. 3 Sector B Centro Cívico MDY. Km. 15.5 Pasando Colegio Solaris, Carretera Arequipa - Yura, cuenta con una población aproximada de 25 mil personas. Al ser una municipalidad local que anexa sectores tradicionales pasando por la carretera Arequipa- Puno y siendo algunas zonas de difícil acceso, esto es una barrera al acceso a internet ya que es limitado o inexistente, esto reduce la efectividad de las estrategias de marketing digital y la implementación del gobierno electrónico.

Otro desafío que enfrenta la Municipalidad distrital de Yura, es respecto a las restricciones presupuestarias que limitan la inversión en infraestructura tecnológica, personal capacitado y campañas de marketing digital, debido a que existe resistencia al uso de nuevas tecnologías tanto por parte del personal administrativo como de los ciudadanos.

Los ciudadanos muchas veces desconfían de los servicios electrónicos debido a problemas previos de corrupción, falta de transparencia o seguridad de datos. Las estrategias digitales no siempre están diseñadas para las necesidades específicas de los ciudadanos, lo que reduce su efectividad, ya que muchas de sus plataformas digitales no están interconectadas, lo que dificulta una experiencia fluida para los usuarios.

2.1. La Resistencia contra el cambio

Según Gartner Group (2000), el Gobierno Electrónico se entiende como un proceso de mejora continua en la prestación de servicios gubernamentales, la participación ciudadana y la gestión pública, logrado a través de la transformación de las relaciones internas y externas del gobierno mediante el uso de tecnologías, Internet y medios innovadores.

A diferencia de otras conceptualizaciones centradas exclusivamente en la mejora de la prestación de servicios, la definición de Gobierno Electrónico propuesta por Gartner incluye la transformación institucional y la construcción de consensos entre los actores e intereses clave necesarios para garantizar el éxito del proyecto (Pratchett, 1999; Ferguson, 2000).

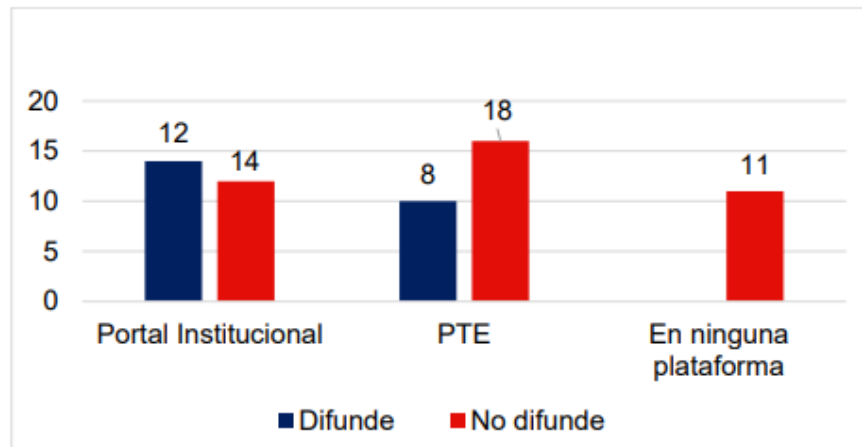
2.2. Las brechas digitales

La diferencia que existe entre los diferentes sectores o grupos de ciudadanos de distintos niveles socio-económicos a la información y el conocimiento, así como al uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones, por restricciones en el acceso o por desconocimiento de la forma de utilizarlos, es denominada Brecha digital.

Por otro lado, la brecha digital influye directamente en el nivel de desarrollo de una Sociedad de la Información y, por ende, en una Sociedad del Conocimiento. Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) actúan como una herramienta con efectos duales: por un lado, facilitan un acceso y una difusión de la información sin precedentes, pero, por otro, los factores socioeconómicos de ciertos grupos ciudadanos pueden hacer que estas tecnologías amplíen aún más la brecha digital.

Figura 1. Gobiernos regionales Directorio

Gráfico N.º 3
Gobiernos regionales
Directorio



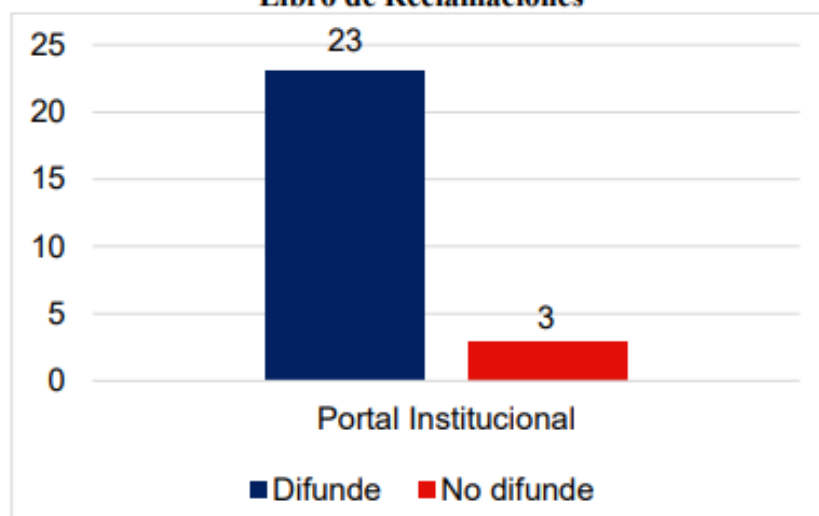
Fuente: Defensoría del Pueblo (2023-2026) - Gobiernos regionales Directorio.

Según la defensoría del pueblo, se advierte que 12 de 26 gobiernos regionales lo difunden. Por otra parte, 14 gobiernos regionales no presentan de manera completa y actualizada los números de contacto y correo electrónico de los funcionarios de la gestión 2023-2026: siendo parte de ello Arequipa.

Del mismo gráfico se aprecia que 8 gobiernos regionales cumplen con difundir el Directorio en los portales de transparencia estándar. Por el contrario, 18 gobiernos regionales no difunden el directorio completo y actualizado en sus portales de transparencia estándar, dentro de ellos Arequipa

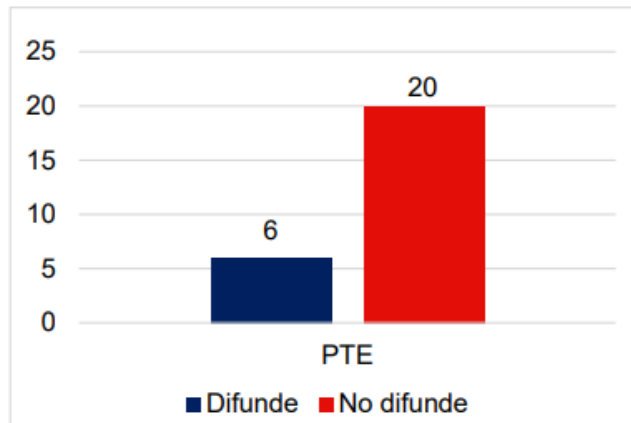
Figura 1. Gobiernos regionales Libro de Reclamaciones

Gráfico N.º 8
Gobiernos regionales
Libro de Reclamaciones



Fuente: Defensoría del Pueblo (2023-2026)

Gráfico N° 10
Gobiernos regionales
Registro de Visitas



Fuente: Defensoría del Pueblo (2023-2026)

Respecto al Registro de Visitas, se aprecia en el Gráfico N° 10 que 6 de 26 gobiernos regionales cumplen con registrar información en el rubro de Registro de Visitas del PTE. Sin embargo, 20 gobiernos regionales no lo hacen: dentro de ellos Arequipa

2.3. Implementación de Estrategias de Marketing Digital en un Contexto de Gobierno Electrónico

El marketing digital en el sector público se refiere al uso de herramientas y técnicas digitales para comunicar, interactuar y desarrollar relaciones con los ciudadanos. En un entorno de gobierno electrónico, estos elementos son esenciales para promover la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana.

La Municipalidad de Yura ha desarrollado una plataforma digital interactiva que permite a los ciudadanos acceder a información sobre servicios, trámites y actividades municipales. Las redes sociales se han utilizado como un canal principal para la difusión de información y la promoción de la participación ciudadana. La municipalidad ha diseñado campañas específicas en plataformas como Facebook, dirigidas a diferentes segmentos de la población. Estas campañas han incluido publicaciones informativas sobre proyectos locales, así como invitaciones a eventos comunitarios. El uso de contenido visual atractivo y mensajes claros ha sido fundamental para captar la atención de los ciudadanos y estimular su participación.

Figura 1. Pantalla de inicio de la página web oficial en Facebook de la Municipalidad Distrital de Yura



Fuente: Página Web de Facebook de la MDY 2024.

2.4. Resultados y Retos

La implementación de estrategias de marketing digital en la Municipalidad Distrital de Yura ha mostrado resultados positivos en varios aspectos clave

El aumento de la Participación Ciudadana, así como las campañas digitales han logrado un incremento notable en la participación de los ciudadanos en encuestas y foros de discusión. Esto se tradujo en una mayor cantidad de feedback sobre los servicios municipales, permitiendo a la administración ajustar sus políticas y programas según las necesidades de la comunidad.

En cuanto a la mejora de la percepción pública se ha observado un cambio en la percepción de los ciudadanos hacia la municipalidad. Encuestas realizadas antes y después de las campañas revelaron un aumento en la confianza en la transparencia y efectividad de la gestión local. La comunicación clara y accesible ha permitido que los ciudadanos se sientan más informados sobre las decisiones y acciones del gobierno local.

Gracias al incremento del uso de las plataformas digitales la utilización de las plataformas digitales para la comunicación y la gestión de servicios ha aumentado. Esto incluye un crecimiento en el número de seguidores en las redes sociales de la municipalidad y un aumento en el uso de su portal web para acceder a servicios y obtener información.

Sin embargo, también se han presentado algunos resultados negativos, como la desigualdad en el acceso a la tecnología, ya que no todos los ciudadanos tienen el mismo acceso a internet o a dispositivos digitales. Esto ha generado una brecha en la participación, donde algunos grupos, especialmente los de mayor edad o con menos recursos, se sienten excluidos de las iniciativas digitales.

En ese mismo sentido, a pesar de los esfuerzos por promover el uso de plataformas digitales, se han encontrado resistencias por parte de ciertos sectores de la población, quienes prefieren métodos tradicionales de comunicación y gestión. Esta resistencia ha limitado, en algunos casos, el impacto de las estrategias implementadas.

Pues la implementación de nuevas tecnologías ha presentado desafíos técnicos tanto para el personal de la municipalidad como para los ciudadanos. Problemas como la usabilidad de las plataformas y la capacitación del personal han obstaculizado la efectividad de algunas iniciativas.

Durante la implementación de las estrategias de marketing digital, la Municipalidad Distrital de Yura ha enfrentado varios retos, pues dentro de los principales se encuentra la capacitación del personal, esta falta de capacitación adecuada para el personal municipal en el uso de herramientas digitales y en estrategias de marketing ha sido un obstáculo importante, por lo que consideramos que es bastante crucial que el personal esté bien preparado para gestionar estas plataformas y responder a las inquietudes de los ciudadanos, de la misma manera cambiar la mentalidad de los ciudadanos hacia el uso del gobierno electrónico ha sido un reto significativo, así mismo muchos ciudadanos están acostumbrados a los métodos tradicionales de interacción con la municipalidad y muestran desconfianza hacia las nuevas plataformas.

A pesar de los avances, mantener un nivel constante de confianza pública es un desafío. La municipalidad debe garantizar que la calidad de la información y los servicios ofrecidos a través de plataformas digitales sea alta y continua, para evitar la desconfianza y el escepticismo.

2.5. Lecciones Aprendidas

La experiencia de la Municipalidad Distrital de Yura en la implementación de estrategias de marketing digital ofrece varias lecciones clave que pueden servir como guía para otras entidades locales, como por ejemplo el de incluir a todos los sectores de la comunidad, pues tenemos bien claro que es fundamental diseñar estrategias que consideren la diversidad de la población, asegurando que todos los grupos demográficos, incluidos los más vulnerables, tengan acceso a los servicios digitales. Esto puede incluir la capacitación en el uso de tecnología para adultos mayores o la creación de puntos de acceso a internet en áreas rurales.

La capacitación del personal y de los ciudadanos debe ser un proceso continuo. Los gobiernos locales deben invertir en programas de formación que no solo aborden el uso de herramientas digitales, sino también la importancia de la comunicación y la transparencia en la gestión pública.

Las estrategias de marketing digital deben centrarse en fomentar una participación activa y no solo informativa. Involucrar a los ciudadanos en la toma de decisiones y en el diseño de políticas fortalece la confianza y la percepción positiva hacia el gobierno local.

Es esencial establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir la efectividad de las estrategias implementadas. Esto permitirá realizar ajustes en tiempo real y asegurará que las acciones sean relevantes y

efectivas.

Somos conscientes que la comunicación debe ser clara, transparente y consistente. Los ciudadanos deben recibir información actualizada sobre los servicios y proyectos municipales, lo que contribuirá a construir y mantener la confianza en la administración local.

3. Preguntas de discusión

Cuestión 1:

¿Qué factores influyen más en la percepción de confianza pública hacia los gobiernos locales?

Para explorar esta cuestión, considere los distintos elementos que afectan la confianza pública, como la transparencia en la gestión, la accesibilidad de la información y la calidad de los servicios. Analice ejemplos de la Municipalidad Distrital de Yura y cómo estos factores han impactado la percepción ciudadana. Discuta la relevancia de la literatura sobre la confianza en instituciones públicas, citando autores que hayan investigado este tema. ¿Qué medidas podrían implementarse para mejorar estos factores en otras municipalidades?

Cuestión 2:

¿Cómo pueden los gobiernos locales garantizar la sostenibilidad de las estrategias de marketing implementadas?

Reflexione sobre las estrategias que las municipalidades pueden adoptar para asegurar que sus iniciativas de marketing digital sean sostenibles a largo plazo. Considere la importancia de la capacitación continua del personal, la inversión en tecnología y la evaluación regular de las estrategias. ¿Qué rol juega la retroalimentación ciudadana en este proceso? Discuta cómo estas prácticas pueden alinearse con teorías de marketing y gestión pública que promuevan la sostenibilidad.

Cuestión 3:

¿Qué papel juegan la transparencia y la participación ciudadana en la eficacia de las estrategias de marketing?

Analice cómo la transparencia en la gestión pública y la participación activa de los ciudadanos pueden potenciar los resultados de las estrategias de marketing digital. Proporcione ejemplos de cómo la Municipalidad de Yura ha logrado fomentar la participación ciudadana a través de sus campañas. ¿Cómo se relacionan estos aspectos con teorías sobre la eficacia del marketing en el sector público? Discuta la importancia de crear un entorno donde los ciudadanos se sientan valorados y escuchados.

Cuestión 4:

Si estuvieras a cargo del diseño de las estrategias de marketing, ¿qué acciones específicas implementarías para mejorar la confianza pública?

Imagina que tienes la responsabilidad de desarrollar nuevas iniciativas de marketing digital. ¿Qué acciones concretas considerarías más efectivas para aumentar la confianza pública? Reflexiona sobre aspectos como la comunicación de resultados, la creación de canales de feedback y el uso de plataformas interactivas. Analice cómo tus propuestas se alinean con las mejores prácticas en marketing público y cómo podrían adaptarse a las características específicas de la Municipalidad de Yura.

Cuestión 5:

¿Qué riesgos o limitaciones podrían surgir al aplicar estrategias de marketing en instituciones públicas?

Identifique los posibles riesgos asociados con la implementación de estrategias de marketing digital en el ámbito gubernamental. ¿Cómo podrían estos riesgos afectar la percepción pública y la efectividad de las iniciativas? Discuta problemas como la gestión de la reputación, la resistencia al cambio y la brecha digital. ¿Qué medidas proactivas se pueden tomar para mitigar estos riesgos y asegurar que las estrategias sean inclusivas y efectivas?

3. Conclusiones

En conclusión se ha puesto de manifiesto la relevancia del marketing digital en el contexto del gobierno electrónico para fortalecer la confianza pública en las municipalidades locales. Por lo que hemos visualizado que a través de la implementación de diversas estrategias de comunicación digital, la municipalidad ha logrado acercar a la ciudadanía a la gestión pública, promoviendo la transparencia y facilitando la participación ciudadana. Estas acciones, a pesar de las limitaciones tecnológicas y sociales existentes, como la brecha digital y la resistencia al cambio, han demostrado que el marketing digital es una herramienta efectiva para mejorar la percepción pública sobre la administración local.

Sin embargo, los resultados obtenidos también revelan desafíos importantes. La desigualdad en el acceso a internet y dispositivos digitales ha creado una barrera significativa para ciertos sectores de la población, especialmente en áreas rurales y entre las personas mayores. Además, la capacitación tanto de los funcionarios municipales como de los ciudadanos en el uso de las plataformas digitales ha sido una de las tareas más complejas. La resistencia cultural a los métodos tradicionales de interacción con el gobierno también ha obstaculizado la implementación plena de las estrategias de marketing digital.

A pesar de estos obstáculos, la Municipalidad Distrital de Yura ha conseguido avances importantes. Las campañas digitales han logrado aumentar la participación ciudadana, generando un canal de retroalimentación valioso para la mejora de los servicios municipales. Asimismo, la percepción de confianza en la gestión local ha mostrado signos de mejora, lo que destaca el impacto positivo de la comunicación clara y la accesibilidad de la información.

Por otro lado, la implementación de estrategias de marketing digital en la Municipalidad de Yura revela que la confianza pública no solo depende de la tecnología utilizada, sino también de la transparencia en la gestión y de la capacitación continua del personal. A pesar de los avances en la comunicación digital, la falta de formación adecuada y la resistencia al cambio entre los empleados y ciudadanos limitan el potencial de estas iniciativas. Es crucial que las municipalidades inviertan en programas de capacitación que no solo enseñen el uso de herramientas digitales, sino que también fomenten una cultura de transparencia y apertura.

El caso también pone de manifiesto una preocupación significativa respecto a la brecha digital existente en la comunidad de Yura. A pesar de los esfuerzos por promover la participación ciudadana a través de plataformas digitales, el acceso limitado a internet y dispositivos tecnológicos crea una exclusión que afecta a los sectores más vulnerables. Esta desigualdad no solo obstaculiza el objetivo de una gestión inclusiva, sino que también la desconfianza en las instituciones. Por lo tanto, es fundamental que las estrategias de marketing digital incluyan medidas que aborden estas disparidades, como la creación de puntos de acceso y programas de alfabetización digital.

Así mismo, las estrategias de marketing digital han mostrado resultados positivos en la participación ciudadana y en la percepción pública, la sostenibilidad de estas iniciativas es un desafío constante, sin embargo, la falta de mecanismos de evaluación y retroalimentación puede llevar a la pérdida de efectividad a largo plazo. Es esencial que las municipalidades establezcan indicadores claros de éxito y realicen evaluaciones periódicas para ajustar sus estrategias en función de las necesidades cambiantes de los ciudadanos, así como la retroalimentación activa de la comunidad no solo fortalece la confianza, sino que también permite a las autoridades adaptarse y mejorar continuamente sus servicios.

4. Recomendaciones

La brecha digital sigue siendo un desafío importante para la Municipalidad Distrital de Yura. Es fundamental que se implementen proyectos para mejorar la infraestructura tecnológica en las zonas más alejadas, donde

el acceso a internet es limitado. Una posible solución sería la instalación de puntos de acceso gratuito a internet en espacios públicos como plazas, centros comunales y bibliotecas. Además, se podrían ofrecer dispositivos tecnológicos a los ciudadanos de sectores vulnerables para reducir la desigualdad en el acceso a los servicios digitales.

La capacitación en el uso de plataformas digitales debe ser un proceso constante y adaptado a las necesidades de la comunidad. Es recomendable organizar talleres de formación para los funcionarios municipales en el uso de herramientas digitales y en la implementación de estrategias de marketing digital, así como para los ciudadanos, especialmente aquellos de la tercera edad o de sectores con bajos recursos. La formación debe abordar no solo el uso de la tecnología, sino también el entendimiento de la importancia de la participación ciudadana y la transparencia en la gestión pública.

Las plataformas digitales no deben limitarse a ser un canal de información, sino que deben incentivar la participación activa de los ciudadanos. Es recomendable que la municipalidad implemente herramientas interactivas en su página web y redes sociales, como encuestas, foros de discusión y espacios para que los ciudadanos puedan dar retroalimentación directa sobre los servicios municipales. De esta manera, no solo se informa a la ciudadanía, sino que se fomenta su implicación en la toma de decisiones locales.

En ese sentido, es fundamental que la municipalidad implemente un programa de capacitación regular tanto para el personal administrativo como para los ciudadanos. Esto debe incluir el uso de herramientas digitales, así como la importancia de la transparencia y la comunicación efectiva, permitiendo empoderar a los funcionarios y a la comunidad con conocimientos adecuados, se puede fomentar una mayor confianza en las plataformas digitales y en la gestión municipal.

Por otro lado, es crucial implementar canales efectivos para la retroalimentación ciudadana, como encuestas digitales, foros de discusión y redes sociales. Estos mecanismos no solo permitirán a la municipalidad evaluar la satisfacción de los ciudadanos con los servicios ofrecidos, sino que también ayudarán a identificar áreas de mejora, permitiendo una retroalimentación activa que pueda contribuir con las estrategias de marketing digital y fortalecer la relación entre la municipalidad y la comunidad.

5. Agradecimientos

Agradecemos sinceramente al Dr. Bernardo de la Gala Velasquez, por su valiosa asesoría y orientación en la elaboración de este caso. Su experiencia ha sido fundamental para enriquecer nuestra investigación y fortalecer nuestras conclusiones. Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento a la organización del XV Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo, cuya dedicación y compromiso con el avance del conocimiento en marketing público es admirable y ha brindado una plataforma invaluable para el intercambio de ideas y experiencias.

Bibliografía

- Aliende, J. M. C., & Tarín, A. R. (2016). Un análisis de la confianza en el sector público a través del elemento de la transparencia. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 4(4), 63-74.
- Cid, M., & Sánchez, R. (2019). La participación ciudadana en la era digital: Nuevas formas de interacción. *Revista de Administración Pública*, 43(2), 147-167.
<https://doi.org/10.1016/j.admpub.2019.01.002>
- Díaz, P. (2021, septiembre 15). Cómo la digitalización está transformando la relación entre los ciudadanos y la administración pública. *El País*. <https://elpais.com/espana/2021-09-15/la-digitalizacion-en-la-administracion-publica.html>
- Güemes, C. (2018). Confianza en la administración pública. *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, (15), 231-238. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2018.4353>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2021). Encuesta sobre el uso de tecnologías de la información en las municipalidades. Recuperado el 15 de octubre de 2023 de <https://www.inei.gob.pe/encuesta-tecnologias>
- Kala, D., Chaubey, D. S., Meet, R. K., & Al-Adwan, A. S. (2024). Impact of user satisfaction with e-government services on continuance use intention and citizen trust using TAM-ISSM framework. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 19, 001.
- Linares-Cabrera VJ, Díaz-Nicho de Linares MA, Neri-Ayala AC, Díaz-Valladares CA, Cadenas-Calderón PC, Aguinaga-Mendoza GM. E-government and administrative management at the Provincial Municipality of Huaura. *Data and Metadata*. 2024; 3:322. <https://doi.org/10.56294/dm2024322>
- López, A. (2019). Marketing digital y participación ciudadana: un análisis crítico. *Revista Internacional de Marketing y Comunicación*, 11(1), 78-92.
- Medina-Quintero, J. M., Ábrego-Almazán, D., & Echeverría-Ríos, O. (2021). Satisfacción, facilidad de uso y confianza del ciudadano en el gobierno electrónico. *Investigación administrativa*, 50(127). <https://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v50n127/2448-7678-ia-50-127-00004.pdf>
- Ocampo, A. (2023). Marketing digital para la inclusión social: Estrategias y buenas prácticas en las administraciones locales. *Revista de Innovación y Gobernanza Digital*, 7(1), 18-33.
<https://revistasdigitalsocial.com/inclusión-marketing-digital-gobernanza-2023>
- Santiago, J. G., López, O. D. V., Tapia, J. F., & Gaeta, R. R. (2021). Gobierno Electrónico y Economía Digital en la Sociedad de la Información y el Conocimiento: una revisión conceptual. *Encrucijada revista electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, (38), 1-17.
- Torres Gonzales, E. E. (2022). Gobierno electrónico y participación ciudadana en la Municipalidad distrital de Mórrope, 2022.
- Yáñez, J. F. R. (2019). El Gobierno electrónico como estrategia para lograr eficiencia en la gestión pública. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.