

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADEMICO
DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN MERCADEO.**

**EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA
VIGILANTES DEL AGUA, DEL INSTITUTO
COSTARRICENSE DE ACUEDUCTOS Y
ALCANTARILLADOS**

Sustentante:

Eduardo Campos Zárate

Tutor:

M.B.A. Alexánder Cordero Céspedes

Enero, 2020

Contenido

Índice de Tablas.....	III
Índice de Figuras	III
DECLARACION JURADA	V
CARTA DEL TUTOR.....	VIII
CARTA DE LECTOR	IX
CARTA DE FILOLOGO(A)	X
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
ABREVIATURAS.....	XI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XII
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	22
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES.....	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	27
2.1 RESEÑA INSTITUCIONAL.....	28
2.2 RESEÑA DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA.....	32
2.3 Componentes del Programa	36
2.4 CONTEXTO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	37
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	60
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO.....	65
Tabla No. 1 Criterios de Inclusión y Exclusión.....	67
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	68
Tabla No. 2 Técnicas e instrumentos	71
3.6 VARIABLES O CATEGORÍAS.....	¡Error! Marcador no definido.
3.7 ANÁLISIS DE DATOS.....	72
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	74
4.1 generalidades	75

Tabla No. 3: Género de los encuestados.....	76
Tabla No. 4: Edad de los encuestados.....	77
Tabla No.5: Antigüedad laboral de los funcionarios	78
Tabla No.6: Programas Educativos.....	79
Tabla No.7: Programa Vigilantes del Agua.....	80
Tabla No.8: Frecuencia de Actividades	81
Tabla No.10: Página web del programa vigilantes del agua	83
Tabla No.11: Conocimiento del programa vigilantes del agua	84
Tabla No.12: Importancia del programa vigilantes del agua a futuro	85
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	86
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91
6.1 CONCLUSIONES	92
6.2 CONCLUSIÓN GENERAL.....	92
6.3 Conclusiones específicas	93
6.2 RECOMENDACIONES	95
CAPÍTULO VII: PROPUESTA.....	98
7.1 PROPUESTA PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA	99
TABLA N°13 PRESUPUESTO N° 1 TALLER DE CAPACITACIÓN	101
TABLA N°14 PRESUPUESTO N° 2 “EXPO AYA”	102
TABLA N°15 PRESUPUESTO N° 3 PROMOCIÓN	103
TABLA N°16 CRONOGRAMA N°1 TALLER DE CAPACITACIÓN.....	105
TABLA N°17 CRONOGRAMA N°2 “EXPO AYA”.	106
TABLA N°18 CRONOGRAMA N°3.....	107
FUENTES DE CONSULTA	118
FUENTES DE INTERNET	119
ANEXOS	122

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN.....	67
TABLA N° 2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	71
TABLA NO. 3: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	76
TABLA NO. 4: EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	77
TABLA NO.5: ANTIGÜEDAD LABORAL DE LOS FUNCIONARIOS	78
TABLA NO.6: PROGRAMAS EDUCATIVOS	79
TABLA NO.7: PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA.....	80
TABLA NO.8: FRECUENCIA DE ACTIVIDADES.....	81
TABLA NO.9: PROMOCIÓN Y PARTICIPACIÓN	82
TABLA NO.10: PÁGINA WEB DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA	83
TABLA NO.11: CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA.....	84
TABLA NO.12: IMPORTANCIA DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA A FUTURO	85
TABLA N°13 PRESUPUESTO N° 1 TALLER DE CAPACITACIÓN.....	101
TABLA N°14 PRESUPUESTO N° 2 “EXPO AYA”	102
TABLA N°15 PRESUPUESTO N° 3 PROMOCIÓN	103
TABLA N°16 CRONOGRAMA N°1 TALLER DE CAPACITACIÓN.	105
TABLA N°17 CRONOGRAMA N°2 “EXPO AYA”.....	106
TABLA N°18 CRONOGRAMA N°3.....	107

ÍNDICE DE FIGURAS

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL AYA	31
FIGURA NO. 1: GÉNERO DE LOS FUNCIONARIOS DEL AYA	76
FIGURA NO. 2: EDAD DE LOS FUNCIONARIOS DEL AYA	77
FIGURA NO. 3: AÑOS LABORADOS EN EL AYA	78
FIGURA NO. 5: CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA	80
FIGURA NO. 6: ACTIVIDADES SOBRE EL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA	81
FIGURA NO. 7: PROMOCIÓN Y PARTICIPACIÓN	82
FIGURA NO. 8: CONOCIMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN PÁGINA WEB	83
FIGURA NO. 9: NECESIDAD DEL CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA	84
FIGURA NO. 10: IMPORTANCIA DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA	85

DECLARACION JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo Eduardo Estiven Campos Zurate, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 4-189-667, egresado de la carrera de Administración de negocios inf. en Mercado de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste 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 licenciatura en Administración, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Diseño de una estrategia nacional de Gerencia Técnica para el desarrollo del programa vigilantes del agua del Instituto Costarricense de Auditoría y Alcantarillados Período 2020-2021.

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 Seiete días del mes de diciembre del año dos mil 2019.


4189667
Firma del estudiante
Cédula

CARTA DEL TUTOR

CARTA DEL TUTOR

San José, 02 de diciembre de 2019

Destinatario
Carrera
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

El estudiante Eduardo Estiven Campos Zárate, cédula de identidad número 4-0189-0667, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA NACIONAL DE MERCADOTECNIA PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE ACUEDUCTOS Y ALCANTARILLADOS PERIODO 2020-2021”**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, 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,


MBA. Alexander Cordero C., Lic.
Cédula identidad N.1-732-096
Carné Colegio Profesional N.5813

CARTA DE LECTOR

CARTA DE LECTOR

San José, 06 de febrero del 2020

Universidad Hispanoamericana
Facultad de Ciencias Económicas

Atención: Oficina de Registro, Recinto Heredia


Estimados señores:

La estudiante Eduardo Campos Zarate, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado " EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA, DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE ACUEDUCTOS Y ALCANTARILLADOS", el cual ha elaborado para obtener el grado de Licenciado en Administración de Negocios, con énfasis en Mercadeo.

He revisado el contenido y analizado particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y el enlace de éstos con los resultados obtenidos. Sobre el particular manifiesto que dicho trabajo, se observa satisfactorio, ya que se realizaron los cambios y observaciones realizadas en la primera lectura.

Por consiguiente, cuenta con mi aval para ser presentado a defensa pública, ya que cumple con los criterios básicos que demanda la Universidad

Atentamente,


MSc. Ronald Ortiz Ramírez
Cédula 105910178

CARTA DE FILÓLOGO

CARTA DE REVISIÓN DEL FILÓLOGO

San José, 15 de febrero del 2020.

SEÑORES
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA DE COSTA RICA
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Estimados señores:

Hago constar que he revisado tesis para optar por el grado académico de LICENCIATURA en ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN MERCADEO, del estudiante EDUARDO CAMPOS ZÁRATE, denominado EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA, DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE ACUEDUCTOS Y ALCANTARILLADOS.

He revisado errores gramaticales, de puntuación, ortográficos y de estilo que se manifiestan en el documento escrito, y verificado que estos fueron corregidos por el autor.

Con base en lo anterior, se considera que dicho trabajo cumple con los requisitos establecidos por la UNIVERSIDAD para ser presentado como requerimiento final de graduación.

Atentamente,


Dr. Bolívar Bolaños Calvo.
Carné: 2 949
Colegio de Licenciados y Profesores

CARTA AUTORIZACIÓN CENIT

BIBLIOTECA UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN

San José, 06 de marzo del 2020

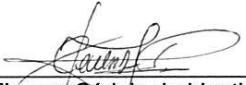
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito Eduardo Campos Zárate con número de identificación 4-0189-0667 autor del trabajo de graduación titulado EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA, DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE ACUEDUCTOS Y ALCANTARILLADOS, como requisito para optar por el grado de Administración de Negocios con énfasis en Mercadeo; *SI* autorizo a la Biblioteca de la Universidad Hispanoamericana 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,


Firma y Cédula de Identidad
4189667

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios, por darme la bendición de llegar hasta acá y darme el regalo de la vida para poder concluir este ciclo en mi vida. Luego a mis padres Eduardo Campos Herrera e Hilda Zárate Oviedo, quienes siempre me han apoyado incondicionalmente en todos los procesos de mi vida. También a mis abuelos Rafael Ángel Zárate León y Cecilia Oviedo Méndez quienes en vida siempre lucharon y soñaron por darme lo mejor.

A mi esposa Kenya Loza Arce y a mi Hijo Saúl Campos Loza, quienes, han sido mi motor y mi inspiración para concluir este ciclo profesional.

Les dedico este trabajo a todas aquellas personas que siempre creyeron en mí y sin importar lo que pasara permanecieron a mi lado.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento es de igual manera para mi Dios y para mi familia por el apoyo mostrado en este tiempo.

Al señor Alexander Cordero Céspedes por toda la ayuda y la guía brindada en la preparación, desarrollo y conclusión de mi trabajo final de graduación.

A la Universidad Hispanoamericana que en su momento apporto gran parte de mi trayectoria estudiantil, cuando labore en esta institución. Agradezco a mis profesores, quienes con esfuerzo y dedicación me enseñaron todo lo que sé hoy en materia de Mercadeo.

ABREVIATURAS

AyA: Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

CCCSS: Caja Costarricense del Seguro Social.

ICE: Instituto Costarricense de Electricidad.

MEP: Ministerio de Educación Pública.

SNE: Servicio Nacional de Electricidad.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación ofrece el contenido inicial de la misma, donde se detallan aspectos de suma importancia para su ejecución, ya que con estos se enmarca la necesidad e importancia de llevarla a cabo.

Dicha investigación se llevará a cabo en el proyecto Vigilantes del Agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, específicamente en el área de Sistemas Periféricos, que se encuentra bajo la directriz y dependencia de la Dirección de Comunicación Institucional, en la provincia de San José, Costa Rica, durante el segundo cuatrimestre del 2019.

Se dan a conocer los antecedentes y planteamiento del problema, donde se enfoca la idea principal de la investigación.

Esta investigación se centra en indagar sobre cada uno de los procesos implementados en el desarrollo del proyecto Vigilantes del Agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

Para el desarrollo del estudio, se realizará un análisis de la situación actual en que se encuentra el proyecto Vigilantes del Agua, con el fin de tener una idea clara y fundamentada basada en los resultados de los estudios. El objetivo del análisis es medir el grado de efectividad del proyecto Vigilantes del Agua.

Importante resaltar, las posibles actividades a desarrollar en este proyecto que permita cambiar la perspectiva del consumidor, y que efectivamente surja el efecto esperado por la Dirección de Comunicación y el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

Por lo que se busca, proponer un diseño de una Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se da a conocer los antecedentes y planteamiento del problema, donde se enfoca la idea principal de la investigación y lo que motivó a investigar sobre la forma en la que el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, a través del Programa educativo Vigilantes del Agua, ha logrado contribuir con la responsabilidad del recurso hídrico, en las escuelas y colegios del país.

Además, las empresas deben mantener reglamentos y políticas definidas en el manejo y administración de los recursos de los cuales dispone para un adecuado funcionamiento de la institución, donde les permitan el logro de objetivos.

1.1.1 Antecedentes

El Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, es conocido como AyA. El Servicio Nacional de Acueductos y Alcantarillados fue creado mediante la Ley N° 2726 emitida por la Asamblea Legislativa el 14 de abril de 1961 bajo la administración de Mario Echandi Jiménez.

Es de suma importante mencionar la Ley Constitutiva del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, creada el 14 de abril de 1961 en donde se destaca lo siguiente:

Ley Constitutiva del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados. Ley No. 2726 de 14 de abril de 1961. Últimas Reformas:

- 1. Ley No. 7 495 de 3 de mayo de 1995**
- 2. Ley No. 7 293 de 31 de marzo de 1992**
- 3. Ley No. 7 088 de 30 de noviembre de 1987**
- 4. Ley No. 6 890 de 14 de setiembre de 1983**

5. Ley No. 6 872 de 17 de junio de 1983
6. Ley No. 6 806 de 26 de agosto de 1982
7. Ley No. 5 915 de 12 de julio de 1976
8. Ley No. 5 870 de 11 de diciembre de 1975
9. Ley No. 5 507 de 19 de abril de 1974
10. Ley No. 5 595 de 17 de octubre de 1974
11. Ley No. 4 513 de 2 de enero de 1970
12. Ley No. 4 646 de 20 de octubre de 1970
13. Ley No. 3
14. 668 de 16 de marzo de 1966

Artículo 1. Con el objeto de dirigir, fijar políticas, establecer y aplicar normas, realizar y promover el planeamiento, financiamiento y desarrollo y de resolver todo lo relacionado con el suministro de agua potable y recolección y evacuación de aguas negras y residuos industriales líquidos, lo mismo que el aspecto normativo de los sistemas de alcantarillado pluvial en áreas urbanas, para todo el territorio nacional se crea el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, como institución autónoma del Estado.

Artículo 2. Corresponde al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados:

a) Dirigir y vigilar todo lo concerniente para proveer a los habitantes de la república de un servicio de agua potable, recolección y evacuación de aguas negras y residuos industriales líquidos y de aguas pluviales en las áreas urbanas;

b) Determinar la prioridad, conveniencia y viabilidad de los diferentes proyectos que se propongan para construir, reformar, ampliar, modificar obras de acueductos y alcantarillados; las cuales no se podrán ejecutar sin su aprobación;

c) Promover la conservación de las cuencas hidrográficas y la protección ecológica, así como el control de la contaminación de las aguas;

d) Asesorar a los demás organismos del Estado y coordinar las actividades públicas y privadas en todos los asuntos relativos al establecimiento de acueductos y alcantarillados y control de la contaminación de los recursos de agua, siendo obligatoria, en todo caso, su consulta, e inexcusable el cumplimiento de sus recomendaciones;

e) Elaborar todos los planos de las obras públicas relacionadas con los fines de esta ley, así como aprobar todos los de las obras privadas que se relacionen con los sistemas de acueductos y alcantarillados, según lo determinen los reglamentos respectivos;

f) Aprovechar, utilizar, gobernar o vigilar, según sea el caso, todas las aguas de dominio público indispensables para el debido cumplimiento de las disposiciones de esta ley, en ejercicio de los derechos que el Estado tiene sobre ellas, conforme a la ley número 276 de 27 de agosto de 1942, a cuyo efecto el Instituto se considerará el órgano sustitutivo de las potestades atribuidas en esa ley al Estado, ministerios y municipalidades;

g) Administrar y operar directamente los sistemas de acueductos y alcantarillados en todo el país, los cuales se irán asumiendo tomando en cuenta la conveniencia y disponibilidad de recursos. Los sistemas que

actualmente están administrados y operados por las corporaciones municipales podrán seguir a cargo de éstas, mientras suministren un servicio eficiente. Bajo ningún concepto podrá delegar la administración de los sistemas de acueductos y alcantarillado sanitario del Área Metropolitana. Tampoco podrá delegar la administración de los sistemas sobre los cuales exista responsabilidad financiera y mientras ésta corresponda directamente al Instituto. Queda facultada la institución para convenir con organismos locales, la administración de tales servicios o administrarlos a través de juntas administradoras de integración mixta entre el Instituto y las respectivas comunidades, siempre que así conviniere para la mejor prestación de los servicios y de acuerdo con los reglamentos respectivos. Por las mismas razones y con las mismas características, también podrán crearse juntas administradoras regionales que involucren a varias municipalidades; (*)

h) Hacer cumplir la Ley General de Agua Potable, para cuyo efecto el Instituto

Se considerará como el organismo sustituto de los ministerios y municipalidades indicados en dicha ley;

i) Construir, ampliar y reformar los sistemas de acueductos y alcantarillados en aquellos casos en que sea necesario y así lo aconseje la mejor satisfacción de las necesidades nacionales; y

j) Controlar la adecuada inversión de todos los recursos que el Estado asigne para obras de acueductos y alcantarillado sanitario.

Artículo 3. Corresponde al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados elaborar las tasas y tarifas para los servicios públicos a que se refiere esta ley, prestados en el país por empresas públicas o privadas.

Todo proyecto deberá ser presentado al Instituto, el cual podrá modificarlo, unilateralmente, para que se ajuste -jurídica y económicamente- a los principios del servicio al costo y un rédito para desarrollo, que regularán esta materia.

En el caso de acueductos para poblaciones rurales y dispersas, construidos con aportes específicos del Estado, la Junta Directiva del Instituto podrá establecer tarifas especiales, tomando en cuenta los aportes de la comunidad para la construcción, operación y mantenimiento de la obra.

El procedimiento para la aprobación de las tarifas y tasas se regulará por las siguientes normas:

1) El Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados contará con un término improrrogable de tres meses, para modificar o aceptar los proyectos sometidos a su estudio. Transcurrido este término, el trámite se tendrá por concluido y el proyecto será enviado al Servicio Nacional de Electricidad para su aprobación, cualquiera que sea el estado del expediente.

2) Simultáneamente con el envío del proyecto al Servicio Nacional de Electricidad, el Instituto ordenará la publicación del proyecto en el diario oficial La Gaceta, sometiéndolo a consulta popular en el término de un mes.

3) Las oposiciones de los particulares deberán presentarse en memoriales razonados, directamente ante el Servicio Nacional de Electricidad, dentro del término de la consulta popular.

4) El Servicio Nacional de Electricidad examinará las oposiciones, así como el proyecto presentado, y dictará la resolución de fondo, en el plazo de un mes contado a partir de la fecha en que termine la consulta popular.

5) Las tarifas se tendrán por aprobadas definitivamente, si el Servicio Nacional de Electricidad no dicta el acto final en el plazo indicado.

6) Cuando el Servicio Nacional de Electricidad acoja alguna de las oposiciones de los particulares, que a su juicio sea procedente, dictará una resolución en la que expondrá sus razones, y conferirá traslado al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, por el término de ocho días hábiles, para que éste se pronuncie sobre ella, indicando en su respuesta si la admite como pertinente, o si la rechaza por inadmisibile, total o parcialmente.

7) A partir del recibo de la respuesta del Instituto, el Servicio Nacional de Electricidad contará con un nuevo término de quince días hábiles, para dictar la resolución final. En el caso de que el Instituto haya admitido la oposición, el SNE hará las modificaciones que sean compatibles con lo expresado por aquél en su aceptación.

En caso contrario, dictará la resolución tarifaria aprobando o improbando las tarifas.

8) Las tasas y tarifas deberán publicarse en el diario oficial La Gaceta y entrarán en vigencia a partir del día primero del mes inmediato siguiente, a la fecha en que fueron aprobadas por el Servicio Nacional de Electricidad. (*)

Tratándose de acueductos municipales, las tasas y tarifas por concepto del servicio de agua, serán acordadas por el Concejo, previo estudio jurídico y económico que efectuará el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, en

consulta con el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, y las mandará a publicar como proyecto, remitiéndolas para su aprobación al Servicio Nacional de Electricidad, el cual dispondrá de un plazo de treinta días hábiles para aprobarlas o justificar su rechazo.

En caso contrario vencido este plazo, la municipalidad las pondrá en vigencia a partir del mes siguiente a la publicación en el Diario Oficial del aviso correspondiente. (*)

(*) El inciso 8) del presente artículo ha sido reformado mediante Ley No. 6806 de 26 de agosto de 1982

(*) El párrafo sexto del presente artículo ha sido adicionado mediante Ley No. 6890 de 14 de setiembre de 1983.

(*) El presente artículo ha sido derogado tácitamente mediante Ley No. 7593 de 9 de agosto de 1996. (Ley de la Autoridad Reguladora de Servicios Públicos)

Artículo 4. Para la fijación de tarifas se aplicarán criterios de justicia social distributiva, que tomen en cuenta los estratos sociales y la zona a que pertenecen los usuarios, de manera que los que tienen mayor capacidad de pago subvencionen a los de menor capacidad, con el propósito de obtener ingresos tales que respondan a la política financiera que para el Instituto señalan las normas legales correspondientes.

El Estado y sus instituciones de asistencia social podrán subvencionar, total o parcialmente, áreas o grupos de usuarios, que por sus condiciones económicas están incapacitados para pagar las tarifas establecidas.

Artículo 5. Para el mejor cumplimiento de los fines a que se refiere el artículo 2º de la presente ley, el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados tendrá las siguientes atribuciones y prerrogativas, además de aquellas que las leyes generales otorgan a los establecimientos de su naturaleza:

(a) Estará exento de responsabilidad legal en los casos de daños y perjuicios causados por la impureza, irregularidad o insuficiencia, real o alegada, del agua suministrada por este organismo;) (*)

b) Contratar y formalizar todo tipo de documentos, necesarios o convenientes, para el mejor logro de sus fines;

c) Adquirir en propiedad bienes muebles e inmuebles;

d) Contratar empréstitos en el país o en el extranjero, los cuales podrán ser respaldados con la fianza del Estado, debidamente otorgada, previa autorización de la Asamblea Legislativa. Dichos empréstitos no requerirán autorización legislativa, si no exceden de doscientos cincuenta mil colones (¢ 250,000.00), ni su plazo de doce meses, y son contratados con los bancos u otras instituciones públicas nacionales; en este caso bastará la aprobación de la Contraloría General de la República; (*)

e) Tramitar las expropiaciones necesarias para el cumplimiento de sus fines (*). Se declaran de utilidad pública y de interés social, y podrán ser expropiados, los terrenos necesarios para la conservación y protección de los recursos de agua, así como para las construcciones que se hagan necesarias en la captación, conducción, tratamiento y distribución de aguas con el fin de

establecer poblaciones, o relacionadas con la evacuación de las aguas residuales y su tratamiento.

f) Contratar, dar en garantía y comprometer sus rentas propias, así como los muebles o inmuebles de su propiedad, en los empréstitos a que se refiere el inciso d) de este artículo. (*)

g) Aceptar donaciones de cualquier índole; (*) Derogado

h) Elaborar tarifas y tasa, rentas y otros cargos, por el uso de los servicios que fije esta ley;

i) Previa notificación a los dueños, poseedores, usuarios, administradores o sus representantes, realizar los estudios e investigaciones necesarios dentro de sus predios y edificaciones, excepto las domiciliarias, para el logro de los fines que se propone el organismo que esta ley regula;

j) Se dará sus propios reglamentos; y

k) Todas las demás que le señalen las leyes generales en cuanto les sean aplicables. (*)

Artículo 6. El Instituto estará regido por una Junta Directiva de nombramiento del Consejo de Gobierno, de conformidad con la ley número 5507 de 19 de abril de 1974.

Artículo 7. Los nombramientos de los seis directores, no el del Presidente Ejecutivo, se regirán por el artículo 4º de la ley No. 4646 de 20 de octubre de 1970, reformado por el artículo 3º de la ley No. 5507 de 19 de abril de 1974.

Artículo 8. El período de los directores, su remoción y nombramiento se regirán por lo dispuesto en el artículo 5º de la ley No. 4646 de 20 de octubre de 1970.

Artículo 9. La Junta Directiva se reunirá ordinariamente una vez por semana y extraordinariamente cada vez que sea convocada por el Presidente Ejecutivo, por tres directores o por el Gerente. Para estas sesiones extraordinarias, la convocatoria deberá hacerse por vía telegráfica o epistolar, con veinticuatro horas de anticipación, por lo menos, e indicarse el objetivo de la reunión, en la cual se conocerá únicamente los asuntos contenidos en la convocatoria.

En cada sesión ordinaria la Junta Directiva podrá acordar la celebración de una extraordinaria, fijando los asuntos para tratar. En este caso no se hará necesaria la convocatoria.

Los acuerdos de la Junta Directiva se tomarán por simple mayoría de votos. Se requerirá la presencia de cinco miembros para poder celebrar sesiones válidamente, éstas se efectuarán en las oficinas de la Junta Directiva, salvo que, para casos especiales, se acuerde lo contrario.

Artículo 10. Los directores devengarán, por cada sesión ordinaria o extraordinaria a que asistan, una dieta que no podrá ser superior a las que devenguen los directores de Instituciones Autónomas, en su monto y en su número mensual, y deberán figurar, en cuanto a valor y monto probable, en su Presupuesto Ordinario Anual.

Artículo 11. Corresponde a la Junta Directiva:

a) Dirigir la política de la Institución, fiscalizar sus operaciones y acordar las inversiones de los recursos de la misma;

b) Acordar el Presupuesto Ordinario Anual y los Extraordinarios para someterlos a la aprobación de la Contraloría General de la República;

c) Aprobar la Memoria Anual y los Balances Generales del Instituto;

d) Adjudicar las licitaciones públicas que se realicen conforme a la Ley de la Administración Financiera de la República;

e) Transigir judicial o extrajudicialmente en asuntos que no excedan de ¢ 200,000.00, por acuerdo que tenga el voto favorable de no menos de cuatro de sus miembros; no estarán afectos a esta limitación los compromisos arbitrales; (*)

f) Autorizar la adquisición, hipoteca, gravámenes y enajenación de bienes, hasta por la suma de ¢ 200.000,00 para lo cual será necesario el voto favorable de no menos de cuatro de sus miembros. Si la operación excede de ¢ 200.000, 00 requerirá autorización legislativa.

Lo anterior no rige, en cuanto a limitaciones se refiere, en los casos de expropiación o licitación. (*)

g) Derogado (*)

h) Determinar, previos los estudios del caso, las tarifas de abastecimiento de agua potable y disposición de aguas residuales y pluviales;

i) Dictar, reformar e interpretar los reglamentos internos necesarios para el mejor desarrollo de los fines del Instituto;

j) Nombrar y remover al Gerente, al Subgerente y al Auditor, para lo cual necesita por lo menos cuatro votos de la totalidad de sus miembros. Estos funcionarios no podrán estar ligados entre sí, o con los directores, por parentesco de consanguinidad o afinidad hasta el tercer grado inclusive; (*)

k) Asignar, dentro de los preceptos legales, las atribuciones y deberes de los funcionarios anteriormente citados;

l) Conocer en alzada de las apelaciones interpuestas contra resoluciones del Gerente, del Subgerente y del Auditor, así como concederles licencias y designar a sus sustitutos interinos.

Artículo 12. El Gerente será responsable ante la Junta Directiva del eficiente y correcto funcionamiento administrativo del Instituto y tendrá las siguientes atribuciones:

a) Formular el plan de organización interna y funcional del Instituto, lo mismo que los programas de trabajo, para presentarlos a la consideración de la Junta, y dirigir la ejecución de los mismos;

b) Acordar la creación de nuevas plazas y designar el personal y su remoción, el cual se regirá por un escalafón, que deberá ser aprobado por la Junta Directiva;

Nota: Por Ley No. 7418 se dispone: Artículo 5.- Personal y Equipo. Se autoriza al A y A para contratar el personal y adquirir el equipo que considere necesario para la ejecución del proyecto.

Por Ley 7296 del 11 de abril de 1972 se aclara por Fe de Erratas el artículo 4 el cual dispone: Artículo 4.- Para integrar la Unidad Ejecutora y ADMINISTRAR operar y mantener los acueductos que le sean traspasados de las

Municipalidades o cualquier institución con motivo de la realización de los proyectos señalados en el artículo 1 de la presente ley. SE AUTORIZA AL A Y A para contratar al personal que considere necesario sin que requiera autorización previa de otras entidades.

c) Tratándose del nombramiento o remoción de los jefes de los departamentos generales del Instituto, según la organización que se apruebe, el Gerente someterá sus actuaciones a la consideración de la Junta Directiva;

d) Formular los presupuestos anuales de sueldos y gastos de funcionamiento, los cuales necesitarán la aprobación de la Junta Directiva; y

e) Autorizar, conjuntamente con el Presidente de la Directiva, los valores mobiliarios que emita el Instituto, lo mismo que la Memoria Anual y los otros documentos que determinen las leyes, los reglamentos del Instituto y los acuerdos de la Junta Directiva.

Artículo 13. Además de las que fije la Junta Directiva, el Auditor tendrá las siguientes atribuciones:

a) Fiscalizar, en cuanto tenga relación con su cargo y sin menoscabo de la eficiencia y técnica provisión de los servicios a cargo de la Institución que se crea por esta ley, todos los actos, operaciones y actividades de ésta, verificando la contabilidad y los inventarios; realizar arqueos y otras comprobaciones y estados de cuenta; comprobarlos con los libros o documentos correspondientes y certificarlos o refrendarlos cuando los encontrare correctos. Realizará los arqueos y demás verificaciones que considere convenientes por lo menos dos veces al año, a intervalos regulares y sin previo aviso; y

b) Comunicar al Gerente las irregularidades o infracciones que observare en las operaciones y funcionamiento del Instituto, y, en caso de que dicho funcionario no dictare en un plazo prudencial las medidas que fueren indicadas, exponer la situación a la Junta Directiva, proponiendo tales medidas.

Artículo 14. La Auditoría funcionará bajo la responsabilidad y dirección del Auditor, quien será nombrado por la Junta Directiva con el voto favorable de no menos de cinco de sus miembros. El auditor deberá ser Licenciado en Ciencias Económicas y Sociales, debidamente autorizado para ejercer la profesión en Costa Rica, y reunir, además, las mismas condiciones exigidas para el cargo de Gerente. Será inamovible salvo que, a juicio de la Junta Directiva y previa información, se demuestre que no cumple debidamente las funciones y deberes inherentes a su cargo y quedará, en todo caso, sujeto a las disposiciones que para los miembros de la Junta Directiva establece la presente ley, en cuanto le fueren aplicables, dada la naturaleza de su cargo y el origen de su nombramiento.

Artículo 15. El Auditor dependerá directamente de la Junta Directiva, ante la cual serán apeladas sus decisiones.

Artículo 16 Las funciones específicas que corresponden a la Junta Directiva, así como a los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, serán determinadas por el reglamento respectivo.

Artículo 17. El Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados no podrá hacer donaciones sin la aprobación de la Asamblea Legislativa. En

cuanto a tarifas o tasas podrá contratar con las instituciones de beneficencia, educación y similares, en el sentido de concederles rebajas especiales.

Estará exento de todo pago de tasas, impuestos y derechos fiscales, nacionales o municipales; gozará de franquicia telegráfica y postal; litigará en papel de oficio y no pagará derechos de Registro.

Artículo 18. Todas las propiedades e instalaciones de los organismos del Estado que estén destinadas a la prestación de servicios relativos a la captación, tratamiento y distribución de aguas potables y evacuación de aguas servidas o pluviales en el país, son patrimonio nacional.

Para los efectos jurídicos, administrativos, financieros y de tarifas se considerarán parte del capital del ente bajo cuya administración se encuentren.

Artículo 19. La política financiera del Instituto será la de capitalizar los ingresos netos, que obtenga de la venta de servicios y de cualquier otra fuente, para realizar planes nacionales de abastecimiento de agua potable y disposición de aguas residuales y pluviales.

Para ese efecto, se calcularán las tasas de venta de agua potable y disposiciones de aguas residuales de manera que en todo tiempo se provean fondos suficientes para lo siguiente:

a) Pagar el costo de conservar, reparar y explotar los sistemas de acueductos y alcantarillados; y

b) Pagar intereses sobre las deudas que contraiga y un porcentaje para capitalización y desarrollo.

El Gobierno no derivará ninguna parte de las utilidades netas del Instituto, pues éste no se considerará como fuente productora de ingresos para el Fisco. El Estado, municipalidades y cualesquiera personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, podrán hacer donaciones de cualquier índole al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, sin necesidad de ley ni aceptación expresa.

Artículo 20. El Instituto queda autorizado para contratar con las municipalidades de la República el cobro de las tasas, cánones, arriendos, derechos o tarifas, de cualquier naturaleza que sean, originados en los servicios que presta. Asimismo, queda autorizado para contratar con las municipalidades o empresas municipales la venta de agua potable en la entrada de las poblaciones, si así conviniere a la prestación del servicio.

Artículo 21. Todo proyecto de construcción, ampliación o modificación de sistemas de abastecimiento de agua potable y disposición de aguas servidas y pluviales, público o privado, deberá ser aprobado previamente por el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, el que podrá realizar la inspección que estime conveniente para comprobar que las obras se realizan de acuerdo con los planes aprobados.

Dicha aprobación previa será obligatoria en todos los casos de construcción de fraccionamientos, urbanizaciones o lotificaciones en cualquier parte del país y ningún otro organismo estatal otorgará permisos o aprobaciones de construcción sin tal aprobación por parte del Instituto. La infracción de este mandato ocasionará la nulidad de cualquier permiso de construcción otorgado en contravención de esta prohibición teniéndose por legalmente inexistente la

parcelación o el proyecto en su caso, con las consecuencias, en cuanto a terceros, que prevé el artículo 35 de la Ley de Planificación Urbana, No. 4240 de 15 de noviembre de 1968.

Artículo 22. Es obligación del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillado sufragar los gastos que demanden la conservación, ampliación y seguridad de los bosques que sirvan para mantener las fuentes de aguas, en las propiedades de aquellas Municipalidades donde asuma los servicios de aguas y alcantarillado.

(*) El presente artículo ha sido reformado mediante Ley No. 5915 de 12 de julio de 1976

Artículo 23. Los planos para la construcción o reconstrucción parcial o total de una casa o edificio en las ciudades cabeceras de provincia o de cantón cuyas Municipalidades tengan Departamento de Ingeniería, serán sometidas para su aprobación previa a dicho Departamento y una vez aprobados por éste, al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, para su revisión, en cuanto a lo que a sus atribuciones se refiere. Ambos organismos deberán resolver lo conducente en un plazo no mayor de ocho días hábiles, contados desde el día de la presentación de los planos. Vencido el plazo sin que hubiere resolución, el interesado obtendrá constancia de ese hecho y se tendrán los mismos como definitivamente aprobados.

Artículo 24. El Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados queda bajo la fiscalización de la Contraloría General de la República en el aspecto económico-financiero.

Artículo 25. El Instituto tendrá personería jurídica propia; el Gerente y el Subgerente tendrán, indistintamente, la representación judicial y extrajudicial de esta Institución, con las facultades que para los apoderados generalísimos determina el artículo 1253 del Código Civil.

Artículo 26. Fuera de las responsabilidades civiles que podrían derivarse del incumplimiento de esta ley, las transgresiones a la misma serán penadas con multa de ₡ 500,00 a ₡ 5 000,00 o pena de prisión en el grado correspondiente.

En las áreas en las que el Instituto haya asumido la administración de los sistemas de agua potable o de disposición de aguas residuales, la transgresión al artículo 21 podrá subsanarse mediante la presentación de los respectivos planos ajustados a las normas técnicas y legales para la aprobación por parte del Instituto, las modificaciones en las obras que sean necesarias, más el pago de un recargo de hasta un 25% en las tasas correspondientes o en los derechos de conexión o en ambos, que el constructor, contratista o propietario deberá pagar al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados conforme a sus reglamentos; en las zonas que no estén bajo su administración deberá pagar al máximo la multa señalada en el párrafo primero de este artículo, a favor de la municipalidad respectiva. En los casos de transgresiones al artículo 23 en áreas bajo la administración del Instituto, la única sanción que se aplicará será el recargo de hasta un 25% en la tasa o en los derechos de conexión o en ambos, también de acuerdo con los reglamentos.

Artículo 27. Créase como Distrito Especial para los efectos de esta ley, el Área Metropolitana a que se refiere la ley No. 2511 de 11 de febrero de 1960.

Artículo 28. Deróganse los artículos 276, 277 y 280 de la ley No. 809 de 2 de noviembre de 1949 (Código Sanitario).

Artículo 29. Esta ley es de orden público y rige a partir de su publicación.

Disposiciones Transitorias. (<http://intranet-aya/sitios/docs/Legislacion/Ley%20constitutiva%20del%20AyA.pdf#search=2726>). (Ley Constitutiva de AyA, 14 de abril de 1961, págs.. 2 a la 19)

1.1.2 Delimitación del problema

Las delimitaciones del problema para el trabajo de la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

1. Se consideran de la siguiente forma; Demográficas: Según las características de las personas con que se trabajar para dicho proyecto según el género mujeres y hombres, edad desde los 25 a los 45 años, escolaridad universitaria, grado académico bachillerato y Licenciatura, todos pertenecientes a la Subgerencia de Periféricos y Dirección de Comunicación Institucional. Temporal: el proyecto tiene como tiempo estimado a realizar en el segundo cuatrimestre del 2019. Geográfica: Todas las actividades están enfocadas en las instalaciones del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, sede central en el distrito de Pavas, San José, Costa Rica.

1.1.3 Justificación

El proyecto nace ante la inquietud generada por la población y medios de comunicación, donde se han desarrollado diferentes criterios en contra, a partir de una mala experiencia o información errónea sobre Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

El objetivo principal es cambiar la percepción del consumidor final, con experiencias reales y tangibles, sobre la responsabilidad que tiene el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados con el país, para poder suministrar el recurso de agua potable.

La dirección del proyecto va enfatizada según los requerimientos de la Escuela de Administración de Negocios de la Universidad Hispanoamericana, para llevar a cabo en el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

La conveniencia del desarrollo del proyecto ayudará al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados tener una idea clara y fundamentada basada en resultados de los estudios y análisis realizados a través la investigación. Con el fin de aportar nuevas técnicas de mercadeo y ampliar el conocimiento ya suministrado al proyecto actual de Vigilantes del Agua. Además, el poder aportar a la institución un valor teórico a las prácticas cotidianas, en los procesos de inducción y formación a los nuevos futuros clientes.

La relevancia del proyecto es poder brindar información de primera mano, vital y exacta de parte del AyA a los futuros clientes, con la finalidad de que puedan desarrollar un criterio diferente sobre la imagen del AyA.

El resultado final de proyecto brindará como resultado aspectos que no se conocían antes y facilitará la toma de decisiones en los diferentes procesos del proyecto en vigencia como lo es Vigilantes del Agua.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

El problema que se presenta en esta investigación es la necesidad de verificar los procedimientos de la mercadotecnia que el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados por medio de la subgerencia de Periféricos, que han llevado a cabo por medio del proyecto Vigilantes del Agua para hacer frente a las nuevas demandas que requiere el mercado actual.

La investigación se realiza para poder constatar si realmente los procesos y herramientas implementadas de ayuda está siendo realmente efectivos en el proyecto Vigilantes del Agua.

Por lo tanto, la pregunta del problema es la siguiente:

¿El proyecto Vigilante del Agua cuenta con un estudio actual de mercadeo, donde los procesos utilizados para desarrollar en el proyecto han surgido el efecto esperado por parte de la Dirección de Comunicación Institucional y la subgerencia de Periféricos, así como, para el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se detallan el objetivo general y objetivos específicos para el desarrollo de la investigación. Según los destaca Hernández Sampieri en su libro *Métodos de Investigación 6ta Edición* (2014), define objetivo como: “Los objetivos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas —es decir, susceptibles de alcanzarse (Tucker, 2004) —. Son las guías del estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo. Al redactarlos, es habitual utilizar verbos y derivados del tipo: “describir”, “determinar”, “demostrar”, “examinar”, “especificar”, “indicar”, “analizar”, “estimar”, “comparar”, “valorar” y “relacionar” respecto de los conceptos o variables incluidas”.

1.3.1 Objetivo general

Según Carlos Muñoz Razo (2015), el objetivo general se define como “El propósito fundamental que guía el desarrollo de la investigación. Su redacción se inicia con un verbo en infinitivo y su construcción seguirá el formato: lo que se quiere hacer, para qué y por qué “. (P. 170)

Actualmente el instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados a desarrollo dentro de sus servicios, programas educativos con el fin de sensibilizar y concientizara la población sobre el uso adecuado y responsable del recurso hídrico. Donde se ha visto un gran avance en el mercado costarricense generando mayor concientización por parte de la población y despertando el interés por salvaguardar el recurso hídrico, enfocados en estudiantes de escuelas primarias y colegios, con avances positivos. Además, brindando apertura a nuevos proyectos en el mercado

que complementen mejores avances y enriquecimiento empresarial en materia del Agua.

Por esta razón es importante analizar los procesos que utiliza el proyecto vigilante del agua con parte de los programas educativos del instituto Costarricense de Acueductos y alcantarillados.

A partir de la anterior información se plantea el siguiente objetivo:

-Evaluar la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

1.3.2 Objetivos específicos

Según Carlos Muñoz Razo (2015), los objetivos específicos son aquellos propósitos particulares que, en su conjunto, contribuyen al logro del objetivo general. (P.170)

Mencionado lo anterior, se define los objetivos específicos para de la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, de la siguiente forma:

- 1. Analizar el procedimiento actual que se utiliza en las estrategias del proyecto Vigilantes del Agua, AyA.**
- 2. Evaluar los resultados y la efectividad de los procesos utilizados en el actual Proyecto Vigilantes del Agua, AyA.**
- 3. Desarrollar un plan estratégico de mercadotecnia, para el modelo del Proyecto Vigilantes del Agua, AyA.**

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1 Alcances

La trascendencia de esta investigación radica en mostrar de qué forma las acciones ejecutadas por el proyecto vigilantes del agua, han impactado el desarrollo nuevos valores para el resguardo del recurso hídrico.

Realizar un análisis de cómo se gestiona y se realiza la logística de forma interna (A y A) del programa educativo vigilantes del Agua.

Por otra parte, se permite mostrar a la población en general, las diferentes opciones que se encuentran a disposición por medio de este programa educativo, el poder innovar y desarrollar el interés a las futuras generaciones del uso responsable del recurso hídrico.

Además, la determinación de la investigación permite que funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados enfocados en los programas educativos logren detectar puntos fuertes y débiles de su gestión, de acuerdo con las investigaciones realizadas tanto a nivel de institución como de usuarios. De esta manera, se vuelve útil para la correcta ejecución de las acciones llevadas a cabo.

En términos generales, se busca el beneficio de todos y cada uno de los miembros involucrados en el proceso del proyecto, donde se logre la correcta divulgación y aprovechamiento de las alternativas que se proporcionan a través de la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

1.4.2 Limitaciones

La investigación se fundamentará en la información transmitida por parte de las Direcciones de Comunicación Institucional y de la Subgerencia de Sistemas Periférico, por lo que la principal limitación de esta investigación recae sobre el tema de la confidencialidad de información, detallada y amplia del proyecto Vigilantes del Agua del A y A, debido a esta disposición restringe e interrumpe la investigación esperada a desarrollar.

Otro aspecto para considerar que limita la investigación, es la percepción sobre el manejo de información, desarrollo de los procesos y aplicación de conocimiento del proyecto Vigilantes del Agua del A y A, por parte de los estudiantes escolares de primer y segundo ciclo, de los estudiantes colegiales de tercer ciclo y personal docente y administrativo, ya que se torna muy complejo poder abarcar en su totalidad las entidades educativas por diversas razones, entre ellas: solicitud permiso de ingreso a la institución, nuevas normativas por parte del Ministerio de Educación Pública (MEP) sobre la restricción a centro educativos, amenazas de huelgas, falta de colaboración por parte de directores y personal docente. Además, factores como: Tiempo, distancia y recurso financiero. Por lo que las muestras se adecuaran a la institución que si permitan ingresar y estén anuentes a colaborar.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 RESEÑA INSTITUCIONAL

El Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados es una institución autónoma del Estado Costarricense, que vela por el acceso del agua potable de la población y la gestión de la infraestructura.

La primera ley tuvo como objetivo nacionalizar el tema del aguas en el país, la cual fue la llamada “ Ley de Aguas” en el 1944 que, estableció como patrimonio del Estado a todos los acueductos del país costarricense, colocándolos bajo la administración y la dirección del Ministerio de Salud Pública.

En el año 1953 se emite la Ley General de Agua Potable para regular el cobro del servicio tarifario.

En vista de que el Estado no pudo asumir directamente la operación que se preveía, y que el problema continuaba agravándose, se emitió en 1953 la Ley General de Agua Potable, imponiendo regulaciones a los organismos administradores, para que estos fijaran tarifas adecuadas, que permitieran la correcta operación de los sistemas, con el fin de garantizar la potabilidad del agua en resguardo de la salud pública. Además, los obligaba a llevar contabilidad separada, para garantizar que los fondos se dedicaran a su cometido. (<https://www.aya.go.cr/SitePages/Principal.aspx>)

El Servicio Nacional de Acueductos y Alcantarillados fue creado mediante la Ley N° 2726 emitida por la Asamblea Legislativa el 14 de abril de 1961 bajo la administración de Mario Echandi Jiménez.

2.1.1 Visión de la Institución

Ser la institución pública de excelencia en rectoría y gestión de los servicios de agua potable y saneamiento para toda la población del país. (<https://www.aya.go.cr/SitePages/Principal.aspx>).

2.1.2 Misión de la Institución

Asegurar el acceso universal al agua potable y al saneamiento de forma comprometida con la salud, la sostenibilidad del recurso hídrico y el desarrollo económico y social del país. (<https://www.aya.go.cr/SitePages/Principal.aspx>).

2.1.3 Estructura organizativa

De acuerdo con el organigrama del Instituto Costarricense de Acueducto y alcantarillados, estructuralmente cuenta con un nivel Político, el cual está constituido por : Junta Directiva que es el órgano de mayor jerarquía, Presidencia Ejecutiva, su función central es: “El objetivo principal de esta dependencia es orientar el quehacer de la Institución en concordancia con las políticas generales definidas por el Poder Ejecutivo y con las estrategias y políticas que por su propia iniciativa considere convenientes, así como ejercer las funciones administrativas que le sean complementarias”.

(<https://www.aya.go.cr/conozcanos/SitePages/Presidencia%20Ejecutiva.aspx>),

Gerencia General y Subgerencia General.

La presidencia Ejecutiva tiene a su cargo seis Instancias Asesoras, de las cuales se encuentra la Dirección de Comunicación Institucional la cual se encarga de: Diseñar la estrategia general de la comunicación, Controlar el posicionamiento,

la marca y la percepción, Gestionar las distintas áreas que dependen de la dirección, Coordinar las relaciones Públicas de la Institución.

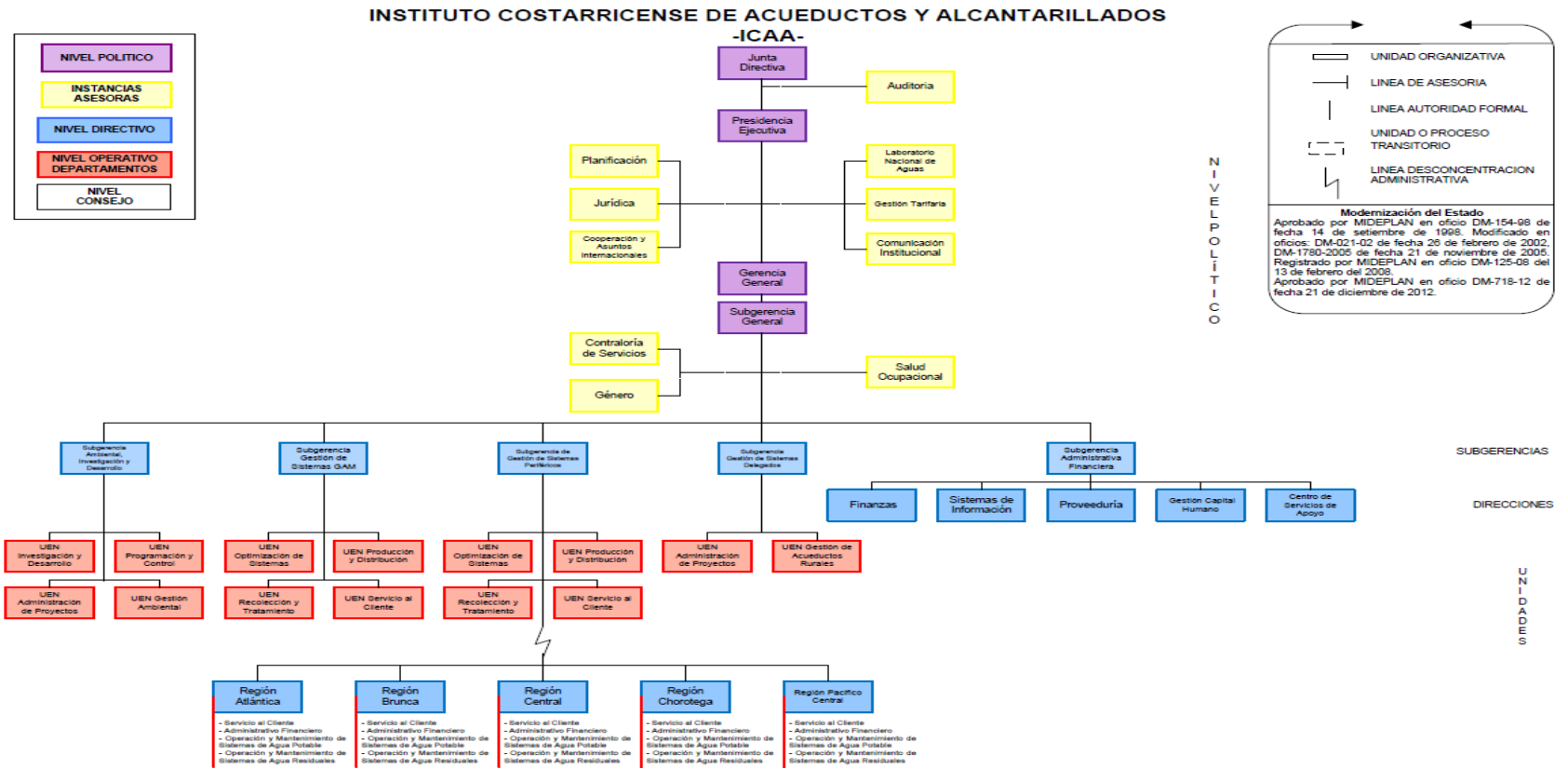
La Subgerencia General tiene a su cargo cinco niveles Directivos, donde se encuentra la Subgerencia de Gestión de Sistemas Periféricos, que tiene cuatro niveles operativos departamentos.

La Dirección de Comunicación Institucional en conjunto con la Subgerencia de Sistemas Periféricos, han desarrollado seis programas educativos, de donde se encuentra el Proyecto Vigilantes del Agua.

En conformidad con lo citado, a continuación, se muestra la estructura orgánica vigente del Instituto de Acueductos y Alcantarillados, tal y como lo muestra la figura número 1.

Estructura Organizacional AYA

Figura N° 1 Estructura organizativa



Fuente: Intranet Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

2.2 RESEÑA DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA

2.2.1 Antecedentes

En el 2003 surge la necesidad de desarrollar un Plan Piloto denominado "Asesorías técnicas en las Instalaciones mecánicas en la red interna de agua Potable", con esto el Departamento de Medición pretendía evaluar y mejorar los índices elevados de morosidad, poca conciencia del uso racional del agua y los altos consumos en los Centros Educativos Públicos a nivel nacional.

Con base en lo anterior y con el propósito de formular el respectivo proyecto, se hizo una selección de cinco Centros Educativos en los cuales se consideraron factores de consumo y cantidad de estudiantes para empezar a implementar un programa de consumo y cantidad, valorando factores como desperdicio de agua por fugas internas y el uso irracional del agua por partes de estudiantes y trabajadores de los Centros Educativos.

En coordinación con los directores y Miembros de las Juntas de Educación de cada Centro Educativo, se realizaron diagnósticos preliminares en las redes internas de agua potable, para lo que se recomendó instalar dispositivos de cierre automático ahorradores de agua, aplicando mejoras en las instalaciones mecánicas, con lo cual se logró obtener ahorros significativos y por ende la reducción de consumos de agua potable.

2.2.2 Origen del Programa

El 28 de julio de 2006 AyA firma un convenio con el MEP, mediante el cual se crea un compromiso de ambas instituciones en pro del uso óptimo del agua potable en todos los Centros Educativos del país.

El Programa Vigilantes del Agua nace en cumplimiento de la cláusula sexta del convenio AyA-MEP.

Dicho convenio le ha permitido recuperar al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados seiscientos millones de colones de cuentas pendientes, de alrededor de 990 Centros Educativos a nivel nacional, y mantener al día las facturaciones mensuales de los mismos, desde la firma de este convenio hasta el día de hoy.

2.2.3 Objetivo general del Programa

Promocionar una nueva cultura del valor del agua en las nuevas generaciones de costarricenses.

2.2.4 Objetivos específicos

1. Lograr la reducción de los consumos en los Centros Educativos
2. Promover el aprendizaje técnico en detección y reparación de fugas
3. Sensibilizar hacia un cambio de cultura del valor del agua en los niños, haciendo un uso óptimo y racional del recurso hídrico.

2.2.5 Objetivos estratégicos

1. Promover alianzas público-privadas que permitan00 mejorar las condiciones de abastecimiento de agua potable y el ahorro de la misma en Centros Educativos
2. Desarrollar herramientas educativas e innovadoras que fomenten el cambio de cultura del valor del agua
3. Educar a los estudiantes con el fin de sensibilizarlos hacia la priorización del servicio de abastecimiento de agua potable y alcantarillado sanitario, formando así a los futuros clientes de nuestra Institución.

2.2.6 Convenio AyA-MEP. Aseguramiento y Respaldo

En la cláusula sexta de dicho convenio se establece que AyA impartirá un programa de capacitación y concientización de la necesidad del uso racional y eficiente del recurso hídrico, es de aquí de donde nace el Programa Técnico Educativo Vigilantes del Agua.

2.2.7 Misión del Proyecto Vigilantes del Agua

Capacitar a las nuevas generaciones de costarricenses en el uso óptimo del agua potable.

2.2.8 Visión del Proyecto Vigilantes del Agua

El Programa Vigilantes del Agua busca crear y fomentar una nueva cultura del valor del agua en las futuras generaciones de costarricenses.

2.2.9 PERSPECTIVA de Futuro

Como corolario de este sucinto informe deseamos compartir una nueva visión del programa de Vigilantes del Agua, que paralelamente llevaremos a cabo con la dinámica y esquema habitual del programa en los Centros Educativos.

En vista del éxito comprobado del programa queremos y debemos ser más proactivos, visionarios e innovadores a los efectos de orientar nuestro rumbo hacia nuevas metas. Y sobre todo hacia nuevos retos. Como le hemos experimentado en nuestro diario devenir institucional, existe una realidad cultural en nuestro país y una prevalencia en cuanto a la valoración que tiene nuestra sociedad sobre el agua, el cual generalmente se enfoca dentro de un arraigo generacional donde el concepto del agua se circunscribe a una retórica de que “el agua es un bien inagotable y que nunca faltaría en razón de que provenía de la naturaleza a través de la lluvia que siempre iba a estar disponible”.

Ante esta realidad las generaciones adultas tienen poco convencimiento del valor que significa el ahorro de este líquido vital, y que debemos preservarlo, pues cada día que pasa este bien es más escaso en nuestro planeta, Esta actitud cultural del valor de agua tan lamentable, nos ha generado un problema institucional el cual se refleja en la resistencia al pago puntual de los servicios de agua. En razón de estas circunstancias que vive la institución, hemos pensado que valiéndonos de las herramientas del Programa Vigilantes del Agua y de los resultados positivos, utilizar la metodología y los agentes proactivos como son los niños, para que incursionemos en las comunidades a través de organizaciones formales como asociaciones de desarrollo y otras de orden comunal para permear a la sociedad civil buscando una

sensibilización mediante el esquema de Vigilantes del Agua y lograr una empatía y una congruencia con el valor del agua y un efecto multiplicador en las comunidades, con la esperanza de consolidar una alianza con los consumidores y se conviertan en protectores del agua.

La expectativa de esta nueva incursión del programa Vigilantes del Agua es de poder cambiar la concepción que tiene nuestra sociedad sobre el valor del agua y que se conviertan en fuerzas potenciales en defensa de los intereses de la conservación de este bien vital para la vida, se constituyan en amigos de la institución y que dada la conciencia que esperamos despertar en los ciudadanos honren sus cuentas con la institución para lograr una mejor y eficiente gestión de los ingresos institucionales y por ende un mejor servicio.

2.3 COMPONENTES DEL PROGRAMA

El proyecto Vigilantes del Agua está compuesto por dos tipos de componentes, el componente técnico y el componente educativo. Que se desarrolla de la siguiente manera:

2.3.1 COMPONENTE TÉCNICO

Se realiza un asesoramiento técnico dirigido a las Juntas de Administrativas de cada centro educativo, con el fin de que se realicen las mejoras necesarias en cada escuela o colegio para evitar los desperdicios de tan preciado líquido, dentro de las recomendaciones técnicas se encuentran: reparación de fugas, uso de lozas sanitarias de bajo consumo, eliminación de orinales cascada, independización de sodas, cambio de tubería y uso de llaves temporizadas de alto tránsito y

antivandálicas, todo lo anterior con el fin de que el Centro Educativo haga un uso óptimo del agua potable.

2.3.2 COMPONENTE EDUCATIVO

El Programa consiste en una serie de talleres y giras técnicas que son coordinadas en primera instancia con el director (a) del Centro Educativo, el cual designa un educador encargado del programa y un grupo de 25 niños que trabajarán con el programa en su Centro Educativo; su misión es ser agentes multiplicadores en sus respectivas escuelas o colegios para así traspasar los conocimientos adquiridos en los talleres y giras técnicas a sus compañeros, logrando así, que el uso óptimo del agua potable en los Centros Educativos sea una disciplina en todos los estudiantes, logrando de esta manera una reducción en los consumos de agua potable mediante el mejoramiento de los hábitos de consumo, educando hacia una nueva cultura del valor del agua. Con el objetivo de fortalecer e innovar se han desarrollado varias herramientas educativas que alimenten al desarrollo de las capacitaciones.

2.4 CONTEXTO TEÓRICO CONCEPTUAL

A continuación, se definen conceptos que sustentan y fortalecen los diversos tópicos tratados en el estudio. La teoría desarrollada en este capítulo resulta fundamental para el desarrollo y la comprensión plena de la presente investigación, abarcando los conceptos desde las perspectivas más amplias del tema del estudio, hasta los términos más específicos que incumben en el mismo.

De esta manera se intentará proporcionar el respaldo teórico de lo que en adelante se desarrollará, para lo cual, el autor del presente documento sustentará todos y cada uno de los conceptos relacionados al tema principal.

Se espera generar una visión técnica y profesional del contenido de la investigación, para lograr un mayor interés a los lectores del documento, en función del argumento teórico.

2.4.1 ADMINISTRACIÓN

Administrar, como todas las demás prácticas, sin lugar a dudas es un arte, es saber cómo hacer las cosas a la luz de la realidad de una situación. No obstante, en el tanto se aplique el conocimiento de una manera organizada, se lograrán más y mejores resultados. Por lo anterior se puede deducir que ciencia y arte en cuanto a la administración se refiere, no son excluyentes entre sí, sino más bien complementarios.

Según lo mencionado Harold Koontz, Weihrich y Cannice en su libro Administración, una perspectiva global y empresarial en 14 edición, indica que la administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz. Esta definición básica necesita ampliarse:

1. Como gerentes, las personas realizan las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.

2. La administración se aplica a cualquier tipo de organización.

3. También se adjudica a los gerentes de todos los niveles organizacionales.

4. La meta de todos los gerentes es la misma: crear valor agregado.

5. La administración se ocupa de la productividad, lo que supone efectividad y eficiencia, y la suma de los dos para lograr la eficacia. (https://www.academia.edu/15364931/Administración_14_ed_Harold_Koontz_Weirich_y_Cannice)

La administración, por tanto, se aplica en cualquier tipo de organización y se ocupa de la productividad, lo que implica efectividad y eficiencia de parte de todos los niveles de la misma. Se puede entender la productividad como la relación de salidas – insumos, considerando la calidad. (Administración en red www.administracionenredpop.blogspot.com)

2.4.2 UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS

Una UEN o unidad estratégica de negocio es un grupo de servicios o productos que comparten un conjunto común de clientes, un conjunto común de competidores, una tecnología o enfoque común, así como factores claves comunes para el éxito.

El concepto de UEN se origina en 1973. Durante este año la General Electric implementa este tipo de organización para facilitar el proceso de planificación estratégica, debido a su alto grado de complejidad y diversidad de productos.

Podemos decir que una unidad estratégica de negocio (UEN) es un conjunto homogéneo negocios desde el punto de vista estratégico para los que es posible formular una estrategia común y al mismo tiempo diferente a la estrategia adecuada para otras actividades. (<https://aulamarketing.net/concepto-de-uen-unidad-estrategica-de-negocio>)

El concepto de la unidad estratégica de negocios permite establecer una razón y una justificación para combinar estos negocios claramente relacionados. Esto ha permitido ver a cada uno de estos negocios con el suficiente detalle, como una sola entidad, para desarrollar estrategias coherentes y para asignar recursos de manera inteligente.

2.4.3 MERCADOTECNIA

Se define mercadotecnia como una actividad fundamental de las empresas que trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales. La American Marketing Association ofrece una definición más formal: “La mercadotecnia es la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes/pacientes, socios y la sociedad en general. (<http://eds.b.ebscohost.com.uh.remotexs.xyz/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=7bfa11ee-8eec-4263-a9c0-d8a2c3ed034f%40pdc-v-sessmgr04>)

Este enfoque de mercadeo se basa en la importancia de determinar las necesidades y deseos de los mercados meta y potenciales y que, solo al lograr entregar productos y servicios que satisfagan plenamente las necesidades de estos de manera más eficaz y eficiente que los competidores, la empresa logrará cumplir con los objetivos planteados.

Los principios básicos del mercadeo están fundamentados en el buen conocimiento del consumidor, definir claramente los mercados o segmentos a los

que se dirigiera la empresa y tratar de coordinar eficazmente todos los departamentos empresariales, de tal forma que se enfoquen al cumplimiento de los mismos objetivos.

Es evidente la relación teórica del mercadeo con el propósito real de la marca objeto de la presente investigación, misma que también predica en su misión y con sus valores, la importancia de satisfacer las necesidades de sus clientes, creando e innovando continuamente, dando gusto a lo que su público necesita.

Se torna imprescindible, para el logro del cumplimiento de lo que la marca pretende, tener plenamente identificadas las características, tanto de sus clientes reales como electrónicos, información que será clave para analizar e implementar las estrategias y tácticas a seguir en función de los perfiles identificados.

El mercadeo o marketing, como también es conocido responde fielmente a la relación que tienen las empresas con sus clientes; es una actividad con propósitos que busca involucrar a clientes y mantener relaciones estrechas con ellos a lo largo del tiempo (Kotler y Armstrong, 2017).

2.4.4 NECESIDADES Y DESEOS

Las necesidades son carencias o requerimientos humanos básicos tales como: aire, alimento, salud, educación, agua, vestido, refugio, etcétera. Esta necesidad se convierte en un deseo cuando se dirige a objetos específicos que podrían satisfacer la necesidad, pero no siempre se puede cumplir. La demanda en cambio son los deseos de un producto específico respaldada por la capacidad de pago. Es el momento de influir en la elección, a la hora

de tomar la decisión del cliente/paciente a qué servicio acudir.
(<http://eds.b.ebscohost.com.uh.remotexs.xyz/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=7bfa11ee-8eec-4263-a9c0-d8a2c3ed034f%40pdc-v-sessmgr04>)

2.4.5 SEGMENTACIÓN

En la práctica se puede entender la segmentación como la división de un mercado distinto de compradores con diferentes necesidades, características y conductas que requieren mezclas separadas de productos y de mercadeo para motivar su consumo y teóricamente se dice que la segmentación.

No a todos les agrada el mismo restaurante, cereal, universidad, hospital, etcétera. Por lo que los especialistas han dividido el mercado en segmentos; es decir, identifican y perfilan a grupos distintos que prefieren o requieren de un producto o servicio, después el profesional de mercadotecnia decide cuál de ellos representa la oportunidad más grande y estos segmentos serán sus mercados de metas. Todas las personas deben de tener acceso igualitario a las instalaciones y servicios, sin considerar las características personales como edad, ascendencia, color, discapacidad o minusvalía, nacionalidad, raza, religión, orientación sexual.
(<http://eds.b.ebscohost.com.uh.remotexs.xyz/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=7bfa11ee-8eec-4263-a9c0-d8a2c3ed034f%40pdc-v-sessmgr04>).

2.4.5.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Según el autor Rafael Ángel Becerra menciona la segmentación de mercado, también conocida como :

La segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación como término general puede dividirse en otras grandes categorías como segmentación por ubicación, u otras categorías más precisas como segmentación por edad. Al usar este tipo de técnicas, las campañas de marketing son más efectivas debido a que impactan a las personas correctas con contenido adaptado a cada una de ellas. (<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>)

2.4.6 POSICIONAMIENTO

Se puede entender como posicionamiento como el espacio que la imagen de determinado producto ocupa en la mente de los consumidores, de la manera en la que estos definen al bien o servicio en lo concerniente a sus atributos más importantes, en comparación con los de la competencia existente y disponible en el mercado.

Se define posicionamiento de mercado se refiere a la percepción que los consumidores poseen sobre determinadas marcas, nombres comerciales o empresas en relación con sus competidores. (<https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/>)

2.4.7 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Se define como “aquella parte del comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades”. (Conceptos de Mercadeo, www.gestiopolis.com)

2.4.8 PERFIL DEL CLIENTE

El perfil del cliente real o electrónico es persona quien decidirá la compra o adquisición del producto. En las grandes industrias estos individuos suelen ser personas de gran conocimiento del proceso industrial, así como de las nuevas tendencias y tecnologías que surgen en el mercado. Este será el que prescribe la compra.

El perfil del cliente contiene la información, Es donde cliente brinda la información desde el proveedor de larga distancia de su preferencia hasta el método de comunicación. También se mantiene en archivo con la información más importante como: teléfono, dirección, genero etc.

Se entiende por perfil del cliente: “Representación numérica y/o porcentual de las características más importantes de los clientes de un programa”. (El centro de recursos electrónicos de actualidad gerencial, www.erc.msh.org). El perfil de un cliente permite que los administradores conozcan mejor los diversos tipos de

clientes a los que presta servicios, las necesidades prioritarias de dichos clientes, para que el programa pueda prestarles mejores servicios y atraer nuevos clientes con necesidades similares.

2.4.9 COMUNICACIÓN

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación, esta consiste en el intercambio de mensajes entre individuos, desde el punto de vista técnico es el hecho que un determinado mensaje viaje desde un punto A hasta un punto B, implica la transmisión de una determinada información.

La comunicación constituye una de las formas en que las personas interactúan entre sí, estableciendo lazos; existen muchas formas de comunicación dentro de las cuales podemos citar la gestual, a través de los signos, verbal, escrito.

Se puede definir la comunicación es un proceso de interrelación entre dos (o más) personas donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir el mensaje, con un código en convención entre emisor y receptor, y en un contexto determinado.

(<https://campus.usal.edu.ar/mod/book/view.php?id=25464>)

2.4.10 PRODUCTO

Se define como conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo. (<https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>)

2.4.11 MERCADEO DIGITAL

El mercadeo digital es mercadeo que utiliza dispositivos electrónicos, tales como computadoras personales, teléfonos inteligentes, teléfonos móviles, tabletas y consolas de juegos, para conectarse e interactuar con las partes interesadas. También se aplica a los conceptos y herramientas de mercadeo gracias a la utilización de otros tipos de canales y tecnologías como sitios de internet, correo electrónico, aplicaciones clásicas o móviles, y redes sociales.

García Marín, I. (2015) Pag 190

2.4.12 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Conjunto de características o rasgos de un producto que contribuyen a satisfacer las necesidades de los clientes. Es decir que un producto se encuentra apto para su consumo. Romero Fernández, A. J., Álvarez Gómez, G. A., & Álvarez Gómez, S. (2018)

2.4.13 MERCADO META

Kotler y Armstrong Consideran que un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"

En el ámbito de la publicidad, los términos mercado objetivo, público objetivo, grupo objetivo y mercado meta, así como los anglicismos target, target group y target market, se utilizan como sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

Sin embargo, en el entorno de la mercadotecnia, el mercado objetivo, designa la totalidad de un espacio preferente donde confluyen la oferta y la demanda para el intercambio de bienes y servicios. Comprende entre sus elementos más importantes el alcance geográfico, los canales de distribución, las categorías de productos comerciados, el repertorio de competidores directos e indirectos, los términos de intercambio, y a los representantes de la demanda entre los que se encuentran influenciadores, prospectos compradores y también el grupo meta. De modo que la acepción de mercadotecnia para el término es sustancialmente más amplia y no debe confundirse con la utilizada para fines publicitarios.

El target grupo o grupo meta es el segmento de la demanda al que está dirigido un producto, ya sea un bien o un servicio. Inicialmente, se define a partir de criterios demográficos como edad, género y variables socioeconómicas. Según Romero Fernández, A. J., Álvarez Gómez, G. A., & Álvarez Gómez, S. (2018)

2.4.14 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Se entiende por estrategia de mercadeo es la creación de acciones o tácticas que lleven al objetivo fundamental de incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible.

La estrategia incluye todo tipo de actividades básicas, de largo como de corto plazo, así como actividades que tienen que ver con el análisis de la situación estratégica inicial de una compañía.

El proceso de desarrollo de una estrategia de mercadeo inicia con el análisis del entorno de negocios, tanto interna como externamente. Se busca con esto entender los diferentes aspectos del ambiente que rodea a un negocio, incluyendo la tecnología, economía, cultura, política y leyes.
(<https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo/>)

Y se define como la comercialización como:

Es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor. Siendo el intercambio comercial, la actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes, este acto es fundamental en el comercio y tiene un impacto en el mercado de bienes, servicios y la propiedad intelectual.
(<https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>)

En el campo del mercadeo y específicamente las ventas, el tiempo es dinero, por lo tanto, se debe tomar con toda la seriedad del caso. Parte del día a día, es

hacer lo posible para identificar herramientas que ahorren gastos, minimicen costos y aumenten las ganancias

2.4.15 PROGRAMAS DE SERVICIO AL CLIENTE

Es un proceso constante de parte de la empresa, de contacto directo con sus clientes, actualizando la información de estos en todo momento y manteniéndolos informados sobre actividades de la empresa, promociones vigentes, concursos, productos innovadores, o comunicados importantes.

Por medio de la página web, cualquier empresa puede brindar a sus clientes un servicio personalizado, atender sus quejas o dudas acerca de los productos que ofrece, se puede contar con información en línea que aclare cualquier inquietud del cliente. La empresa, a través de sus colaboradores atendiendo estas consultas, pueden recomendarles a los clientes las mejores formas de maximizar el uso de sus productos y, además sugerirle el uso de otros productos disponibles, aumentando así la posibilidad de aumentar las ventas.

Otras características del comercio electrónico que ayudan a mejorar el servicio al cliente son por ejemplo el hecho de que es una herramienta que está disponible 24 horas, los 365 días del año, lo que evidencia una mejor y mayor disponibilidad de atención e información de la que se brinda en términos físicos reales.

Cabe destacar para esta investigación cinco puntos clave de un programa de servicio al cliente, los cuales se detallan:

1. Identifica las necesidades de tus clientes

Saber con exactitud qué es lo que quiere y necesita el cliente es el primer paso para lograr su satisfacción. Por lo tanto, perfecciona tu servicio identificando con anticipación las posibles necesidades que pueden tener tus clientes y para ello podrás contar con el apoyo de la tecnología.

A su vez, asegúrate de monitorear su nivel de satisfacción, ofreciéndoles apoyo de manera constante mediante la comunicación periódica.

2. Contrata a personal capacitado y continúa entrenándolos

Para lograr el éxito de un programa de servicio al cliente es imprescindible que tengas personal experimentado en el área. Entendamos que no todos sabemos cómo interactuar con el público y mucho menos cómo reaccionar ante posibles escenarios de crisis.

En este sentido, es importante que contrates a personal capacitado y realices continuamente el debido entrenamiento en atención al cliente con tu equipo.

3. Trabaja en función de objetivos específicos

Establecer metas ayuda a que tus empleados estén más enfocados y aumenta el nivel de compromiso con el servicio al cliente. De esta forma, también aseguras que todo el equipo tenga el mismo norte.

Una meta puede ser resolver un determinado número de problemas, adquirir un determinado número de suscripciones, etc.

4. Crea una visión dentro de tu equipo y reconoce el buen servicio al cliente

Tus empleados deben estar al tanto del progreso de la empresa y el logro de los objetivos que se vayan planteando. A su vez, cada empleado debe conocer su rendimiento, y como este ha afectado al programa de servicio al cliente.

Por eso, hazles saber a tus empleados que son parte importante de un objetivo. Verás, un equipo que trabaja con una misma visión es mucho más efectivo y capaz de ofrecer la mejor de las atenciones.

Además, asegúrate de reconocer y recompensar a tus empleados. Ya que esto siempre termina siendo un empuje positivo para tu equipo.

5. Por último, no te olvides de medir la satisfacción del cliente

Una parte fundamental para el éxito de tu programa de servicio al cliente es monitorear su grado de satisfacción. Esta es la mejor manera para identificar las fortalezas del negocio y aquellas oportunidades de mejora que podrán generar un real impacto en la satisfacción del cliente.(
<https://blog.comparasoftware.com/programa-de-servicio-al-cliente/>)

2.4.17 MERCADEO ELECTRÓNICO

El mercadeo electrónico es una herramienta que permite a consumidores y proveedores de bienes y servicios tener acceso a información comercial y realizar transacciones en forma sencilla y económica. Los consumidores finales pueden consultar virtualmente y de una manera muy fácil los productos de miles de compañías.

La mayor parte de las empresas cuentan con programas amplios y bien estructurados de mercadeo electrónico, donde se puede encontrar programas de marketing relacional, bases de datos con los clientes existentes y potenciales, servicio al cliente y programas de mercadeo.

El mercadeo electrónico ha logrado una apertura de fronteras que permiten que el cliente pueda obtener productos que algunas veces no se encuentran en el país que el consumidor reside, permitiendo así que las empresas incrementen sus ventas.

Con esta herramienta se ha logrado obtener un servicio personalizado antes de la compra, lo cual permite que el consumidor se convierta en un cliente real donde quedará registrado en una base de datos dándole a la empresa la oportunidad de contactar y localizar a nuevos clientes potenciales.

El marketing en Internet, también conocido como marketing web, marketing online o e-Marketing, es la comercialización de productos o servicios a través de Internet. (Eduardo García, ¿Qué es el marketing on line? Definición y concepto, www.eduardogarcia.org)

En los últimos años el mercadeo electrónico ha experimentado un crecimiento gracias a la Internet, se ha dado un aumento y un auge en las transacciones electrónicas que las empresas realizan, muchas empresas cuentan con amplios programas dentro de los cuales pueden encontrarse los programas de mercadeo, servicio al cliente, marketing relacional, bases de datos.

Los medios digitales ofrecen un ecosistema único, donde los usuarios reciben mensajes y los pueden responder, compartir, aportar, clickear, realizar transacciones, solicitar información, entre otros, permitiendo a las marcas responder de vuelta y entablar conversaciones, lo que convierte a las instituciones que tienen estrategias digitales en medios modernos y ágiles, atractivos para los usuarios. (Cordero, 2015, pag 231)

2.4.18 VENTAJAS DEL MERCADEO ELECTRÓNICO

Existen ventajas en la utilización del mercadeo electrónico de las cuales podemos mencionar:

AHORRO EN TIEMPOS: Al realizar transacciones electrónicas se minimizan los tiempos en los negocios porque los contactos son más directos, además del envío de información se realiza con mayor agilidad. En algunos negocios las transacciones de dinero son mucho más rápidas que realizándolas de manera personal.

DISMINUCIÓN EN COSTOS: Reducen los costos de una empresa tanto así en papelería como en publicidad y promoción, llamadas telefónicas, contacto con clientes y adaptación de un producto al cliente.

MAYOR CAPACIDAD DE ABARCAR Y CONTACTAR CLIENTES: Esto permite que una empresa logre localizar y atraer más clientes que con una campaña televisiva o inclusive radial. Con este sistema electrónico se contactan exclusivamente a las personas o empresas que en realidad son potenciales y que en algún momento se logran convertir en clientes fijos; fuera de este medio se pierde

tiempo. Por esta vía se logra abarcar lugares más allá de nuestras fronteras y en las otras se pueden encontrar con diferentes limitaciones.

FIDELIDAD DE LOS CLIENTES: Manteniendo una base de datos actualizada donde se pueda obtener cualquier dato importante el cliente y de igual manera mantener actualizada la información de la empresa en la página web se puede obtener una fidelidad con el cliente. Dentro de la información que deben mantenerse en la base de datos, se debe tomar en cuenta características como el nombre, la edad, el domicilio, fechas especiales, para así tenerlos presente y enviar un detalle que vaya logrando esa fidelidad que se desea. Cuando la empresa logra convertir a un cliente común en uno fiel los costos por concepto de mercadeo dirigido disminuye, los consumidores no ven tanto la parte del precio del producto sino la calidad del servicio brindado.

2.4.19 HERRAMIENTAS DEL MERCADEO

Según el libro fundamentos de marketing en su última edición (ed N°14) los autores definen mezcla de marketing: la combinación de un producto, cómo y cuándo se distribuye, cómo se promueve y su precio. Juntos, estos cuatro componentes de la estrategia deben satisfacer las necesidades del mercado o mercados meta y, al propio tiempo, lograr los objetivos de la organización. Algunos de los desafíos que encaran los gerentes en el desarrollo de una mezcla de marketing son:

- **Producto.** Se requieren estrategias para decidir qué productos hay que introducir, para administrar los productos existentes en el tiempo y para

desechar los productos que no son viables. También hay que tomar decisiones estratégicas en lo relativo al manejo de marca, el empaque y otras características del producto, como las garantías.

- Precio. Poner el precio base para un producto es una decisión de marketing. Otras estrategias necesarias corresponden al cambio de precios, a asignar precios a artículos relacionados entre sí dentro de una línea de producto, a los términos de la venta y a los posibles descuentos. Una decisión especialmente difícil es la de elegir el precio de un producto nuevo.

- Distribución. Las estrategias de distribución se relacionan con el o los canales por los cuales se transfiere la propiedad de los productos del productor al cliente y, en muchos casos, los medios por los que los bienes se mueven de donde se producen al lugar donde los compra el usuario final. Además, se debe seleccionar a los intermediarios, como mayoristas y detallistas, y designarle a cada uno sus roles.

- Promoción. Se necesitan estrategias para combinar los métodos individuales, como la publicidad, las ventas personales y la promoción de ventas en una campaña de comunicaciones integrada. Además, hay que ajustar las estrategias de presupuestos de promoción, mensajes y medios a medida que un producto rebasa sus primeras etapas de vida. (<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>)

2.4.20 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, este acróstico es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio. Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro, además, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

Fortalezas: los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.

Debilidades: lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.

Oportunidades: las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo

Amenazas: lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo. (<https://www.analisisfoda.com/>)

A continuación se desarrolla el análisis **FODA** realizado en esta investigación en el programa vigilantes del agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados. Mencionado lo anterior se destaca lo siguiente:

Fortalezas:

1. Única organización a nivel empresarial pública y privada, enfatizada en el enfoque de los valores de preservación del recurso hídrico.
2. Única empresa con un plan de desarrollo continuo para la preservación del recurso hídrico.
3. Cuenta con un departamento enfatizada en la planeación, desarrollo y control de todo el proceso del proyecto vigilantes del agua.
4. Programa respaldado por varias direcciones dentro de la organización.
5. Única organización con la apertura de ingreso dentro de la escuela y colegios con fines de poder desarrollar el programa vigilante del agua.
6. Programa comprometido a la realización del bien social a nivel social.

Debilidades:

1. Poco conocimiento del programa a nivel institucional (AyA).
2. Poco conocimiento del programa en las instituciones públicas y privadas a nivel de primaria y secundaria.

3. Adolece de recurso humano para llevar a cabo el desarrollo del programa vigilantes del agua.
4. Falta de promoción del programa vigilantes del agua, dentro y fuera del Instituto Costarricense de acueductos y alcantarillados.
5. Escasa penetración dentro del mercado.
6. Dificulta para suplir la demanda del mercado.

Oportunidades:

1. Generar interés por parte del Gobierno de Costa Rica y del Ministerio de Ambiente y Energía con valores de preservación del recurso Hídrico, con el fin de poder desarrollar interés público y tener más apertura en el mercado.
2. Creación de convenios y alianzas estratégicas que permitan el desarrollo del programa vigilantes del agua y poder extender su alcance.
3. Generar interés dentro del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados. con el fin de poder aprovechar el conocimiento y la experiencia de las unidades de trabajo del AyA, para realizar mejoras al programa.
4. Participación y promover todo tipo de actividades relacionadas a la conservación del medio Ambiente, preservación de la naturaleza y actividades que competan con los trabajos que desarrolla el AyA.
5. Explotar el recurso en cuanto a infraestructura donde se llevan a cabo todos los procesos que competen al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, con el fin de darse a conocer y crear una percepción diferente de la organización.

6. Creación de capacitaciones y talleres, relacionados a la mejora de manejo del recurso hídrico, innovación y tecnología.

Amenazas:

1. La crisis económica que enfrenta el país juega un papel que puede generar resultados desfavorables con el desarrollo del programa vigilantes del agua.
2. La falta de interés a nivel externo puede limitar el crecimiento del proyecto y produzca bajas significativas en cuanto a metas y cumplimientos.
3. La falta de interés a nivel interno puede llegar a limitar la ayuda esperada en cuanto a conociendo y experiencia sobre el recurso humano del AyA.
4. La falta de proyección a nivel de departamento o departamentos que competen pone en riesgo el crecimiento del proyecto.
5. La falta de innovación y nuevas ideas puede llegar a crear empatía por parte de los centros educativos.
6. La implementación de nuevos proyectos de conservación y cuidado del medio ambiente por otras empresas (empresas privadas), puede llegar a desfavorecer y poner en riesgo todo el proyecto vigilante del agua del Instituto Costarricense de acueductos y Alcantarillados.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El marco metodológico es el apartado del trabajo que dará el giro a la investigación, es donde se expone la manera como se va a realizar el estudio, los pasos para realizarlo, su método.

En el marco metodológico se señala el cómo de la investigación desde la perspectiva teórica y conceptual; se precisan los métodos y los procedimientos que se utilizarán durante el desarrollo de la investigación, (por ejemplo: métodos, o enfoques educativos, inductivos, históricos, sociológico y culturales – antropológicos. (www.es.answers.yahoo.com)).

En este capítulo se expondrá lo relacionado a la metodología de investigación que se va a aplicar en este estudio. Se definirá el enfoque y el tipo de investigación, así como las fuentes de información, los métodos y las variables utilizadas.

De esta manera, los lectores del documento tendrán la posibilidad de conocer la forma en la que se logró la obtención de los resultados finales de la investigación.

3.1.1 Enfoque de la investigación

Bernal, C. (2016) indica que la elección del tipo de investigación por parte del investigador depende del objeto del estudio por realizar, el problema de investigación, los objetivos y el tipo de hipótesis, si es que se plantea por parte del investigador. Por ello se deben tener muy claros tales aspectos o factores del proceso investigativo. (p.155)

Esta investigación tendrá un enfoque *cuantitativo*, ya que se procederá a medir las variables, lo que permitirá medir numéricamente los datos, además de la posibilidad de establecer con claridad los elementos de la investigación que conforman el problema, para definirlo, limitarlo y saber exactamente donde inicia el mismo, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos. Se ha elegido este enfoque ya que se tiene la convicción de que se requiere resultados lo más certeros posibles y la objetividad es la única manera de alcanzar información precisa, por lo que se utilizará la medición exhaustiva y controlada, intentando lograr la certeza del mismo.

La finalidad es buscar soluciones a problemas prácticos, con base a recolección y el análisis de datos, que pueda generar conocimiento aportando enriquecimiento al proyecto. Dicha investigación se da a la medición, análisis y desarrollo de la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

3.1.2 Tipo de investigación

La investigación puede ser de varios tipos, y en tal sentido se puede clasificar de distintas maneras, sin embargo, es común hacerlo en función de su nivel, su diseño y su propósito. Sin embargo, dada la naturaleza compleja de los fenómenos estudiados, por lo general, para abordarlos es necesario aplicar no uno sino una mezcla de diferentes tipos de investigación. De hecho, es común que hallar investigaciones que son simultáneamente descriptivas y transversales, por solo mencionar un caso.

El nivel de investigación: Este se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio. Así, en función de su nivel el tipo de investigación puede ser Descriptiva, Exploratoria o Explicativa.

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

Por tal razón, la investigación *descriptiva* es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar (https://selinea.unidep.edu.mx/files/528to832_r649220160427120000289061.pdf)

En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta.

3.1.3 Diseño no experimental

Como su nombre lo indica, una investigación no experimental es un tipo de pesquisa que no extrae sus conclusiones definitivas o sus datos de trabajo a través de una serie de acciones y reacciones reproducibles en un ambiente controlado para obtener resultados interpretables, es decir: a través de experimentos. No por ello, claro está, deja de ser una investigación seria, documentada y rigurosa en sus métodos. (<https://concepto.de/investigacion-no-experimental/#ixzz6CTr107vE>)

Lo anterior se denota, en relación con este estudio no se va a manipular deliberadamente las variables. En este respecto el diseño *no experimental* nos lleva a un análisis descriptivo básico que no implica las manipulaciones, ni creación de grupos de control para el estudio.

3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El alcance de esta investigación se considera de carácter descriptiva, ya que es indispensable la recolección de datos que den a conocer la manera en la que se aplican los procesos en el proyecto educativo vigilantes del agua.

Por otra parte, debe tomarse en cuenta que esta investigación también se considera *correlacional*, ya que se aplican en estudios cuantitativos, con el fin de analizar las relaciones entre las variables involucradas en el fenómeno de interés.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene un alcance *transversal* al ser su propósito el análisis y recomendación de herramientas para la implementación de un mejor control en los procesos implementados en el proyecto vigilantes del agua, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

Al ser una investigación transversal la información se recolecta en un único momento, es decir, no se regresa semanas, meses u años después para volver a recolectar datos de los mismos sujetos.

La investigación transversal en ocasiones se da a conocer como una experiencia instantánea, y que capta los detalles de un momento determinado, que no se va a volver a repetir y es único. Tomando una

muestra de la población y estudié la variable a través de un único contacto, cuestionario, opinión o encuesta.

El diseño transversal es ideal para cuando el estudio se centra en el análisis de la variable o de las variables en un momento determinado. También se puede establecer la relación de varias variables en un momento dado. Este estudio puede abarcar un grupo, varios grupos o subgrupos, ya sean personas, objetos o indicadores.
(<https://tiposdeinvestigacion.org/transversal/>)

3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO

Esta unidad de análisis está constituida por elementos del universo o conjunto de individuos o elementos objeto de estudio. Los instrumentos utilizados para la recopilación de la información necesaria, proveniente de las fuentes primarias o directas, secundarias y terciarias. Esto con el afán de lograr los objetivos planteados en el proyecto vigilantes del agua, del tercer cuatrimestre del 2019.

3.4.1 Población

La población se puede definir como:

Teóricamente, población se define como el conjunto total de individuos que poseen algunas características comunes, observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo una investigación se debe tener en cuenta características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio (Conceptos Básicos de Investigación y Estadística, www.ponce.inter.edu)

El universo o población de la investigación es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones, o en sí, la serie de unidades o fuentes de datos que conforman un todo.

En el caso particular de la presente investigación, la población son funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, Sede Central Pavas.

3.4.2 Tipo de muestra

Hernández, R., Mendoza, C. (2016), explica la selección de muestreo en una investigación, de la siguiente manera:

En las Muestras probabilísticas, todas las unidades, casos o elementos de población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo. En las Muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, si no de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. (P. 200)

Bernal, C. (2016) las define como “Probabilístico aleatorio simple, sistemático, estratificado, por conglomerados etcétera. No Probabilístico por conglomerados con fines especiales, por cuotas, de juicio etcétera”

Dado a que la información que se obtenga de las diferentes fuentes de información que se van a utilizar en esta investigación y que será a juicio la muestra

a considerar, la selección de muestreo que se razonará será la de *muestreo no probabilístico*.

3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión

Tabla No. 1 criterios de Inclusión y Exclusión

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos de Alcantarillados	Funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos de Alcantarillados con menos de tres años en su puesto
Gerentes de la dirección de comunicación y sistemas periféricos.	Gerentes de las diferentes áreas administrativas ajenas a la dirección de comunicación y sistemas periféricos.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con los participantes

Es indispensable accederá a información de carácter público, ubicada en la página web oficial de Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, sobre los programas educativos implementados al sector educativo del país.

Cabe destacar que para desarrollar de manera satisfactoria dicha investigación, es requerida información de sustentada de las direcciones de comunicación institucional, así como, de la dirección de periféricos para la elaboración de la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

Es importante mencionar que, para el éxito de dicha investigación, se realizarán encuestas a funcionarios de la sede central en Pavas. Se realizarán

reuniones con las direcciones involucradas con el objetivo de dar a conocer los resultados de la investigación y conocer su opinión acerca de los procedimientos implementados en el proyecto vigilantes de agua, lo cual permitirá identificar las principales debilidades y fortalezas de estos.

3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En una investigación, hablamos de fuentes de información o fuentes documentales para referirnos al origen de una información determinada, es decir, el soporte en el cual encontramos información y el cual podemos referir a terceros para que, a su vez, la recuperen para sí mismos.

Las fuentes de información pueden ser de muy diverso tipo y pueden brindar datos más o menos fidedignos, lo cual influirá de manera decisiva y determinante en los resultados que vayamos a obtener. Investigar es obtener información, y saber investigar es, por ende, saber cómo recoger la información del modo más confiable posible. (<https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>)

3.5.1 Fuente de información primaria

Las fuentes primarias son aquellas más cercanas posible al evento que se investiga, es decir, con la menor cantidad posible de intermediaciones. Por ejemplo, si se investiga un accidente automovilístico, las fuentes primarias serían los testigos directos, que

observaron la acción ocurrir. En cambio, si se investiga un evento histórico, la recopilación de testimonios directos sería una fuente primaria posible. (<https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>)

3.5.2 Fuente de información secundaria

Se define las fuentes secundarias como:

Las fuentes secundarias, en cambio, se basan en las primarias y les dan algún tipo de tratamiento, ya sea sintético, analítico, interpretativo o evaluativo, para proponer a su vez nuevas formas de información. Por ejemplo, si se investiga un evento histórico, las fuentes secundarias serían aquellos libros escritos al respecto tiempo después de ocurrido lo ocurrido, basándose en fuentes primarias o directas. Si lo que se investiga, como en el ejemplo anterior, es un accidente, entonces un resumen de los testimonios de los testigos, escritos por la policía, constituye una fuente secundaria. (<https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>)

Es la información que ya existe o está documentada, misma que los investigadores utilizan como apoyo para realizar la investigación. Estas fuentes brindan información relevante sobre el tema del estudio, ya se encuentran documentadas y en algunos de los casos son resultado de otras investigaciones llevadas a cabo previamente a la realización de la presente.

Toda fuente secundaria, cumple la función de dar una referencia acerca de la situación actual e histórica acerca del tema de estudio, lo que ayuda a ampliar y tener mayor conocimiento de los tópicos del análisis.

Como fuentes secundarias de información para la elaboración del presente documento, se puede mencionar los libros de texto, documentos, revistas, páginas electrónicas, información brindada por el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

A su vez, Pimienta, J. (2018) afirma lo siguiente:

Tanto el método como el diseño sobre los cuales se guía la investigación determinarán el tipo de técnicas que serán aplicadas. Es decir, si bien algunas se aplican en todas las modalidades de investigación, existen otras más apropiadas para la investigación de campo o más recomendables para el trabajo. Entre las técnicas más utilizadas para recolectar información destacan:

Observación: consiste en recabar información mediante el análisis a detalle y con detenimiento del objeto, fenómeno o hecho a estudiar. Los tipos de observación son: Directa, indirecta, participante y no participante.

Entrevista: Basada en una serie de preguntas que el investigador formula de manera directa a una o varias personas o bien, conversa con ellas, con la finalidad de conocer su opinión y experiencia acerca del tema o problema estudiado.

Encuesta: Consiste en la elaboración de un cuestionario compuesto por un conjunto de preguntas estandarizadas, es decir, ajustadas a un modelo o norma común, para conocer la opinión de un grupo amplio de personas. Las encuestas pueden clasificarse en: descriptivas – analíticas – de preguntas abiertas – de preguntas cerradas – por correo – por teléfono y personal.

Cuestionarios: Son un conjunto de preguntas organizadas con la finalidad de obtener información acerca del tema o fenómeno de estudio. En ocasiones, es el elemento base para la realización de entrevistas y de encuestas. (P. 61)

A continuación, se muestran las técnicas e instrumentos que se utilizan para la investigación:

Tabla No. 2 técnicas e instrumentos

TÉCNICA	Instrumento de Campo
Entrevista	Cuestionario
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la presente investigación la encuesta será aplicada por medio del cuestionario, aplicado a una muestra de la población de total de funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados. Este cuestionario será el utilizado para realizar los gráficos del análisis de los resultados. Se aplicará una encuesta cerrada para considerar aspectos importantes que funcione para contextualizar las respuestas de los entrevistados.

Una entrevista consiste en una relación directa entre dos personas generalmente, es un acercamiento personal del investigador con o las personas que representan las fuentes de información primarias, lo que genera la posibilidad de conseguir información muy valiosa para efectos de lograr los objetivos planteados en la investigación. Se realizará a las direcciones involucradas con el proyecto vigilante del agua.

La entrevista “es una técnica orientada a establecer contacto con las personas que se consideren fuente de información” (Bernal, 2016, pág. 173).

Luego de captar la información, esta se procesará y analizará para tomar las consideraciones importantes.

3.6 ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de datos se puede definir como: análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. Todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida. La recolección de datos y ciertos análisis preliminares pueden revelar problemas y dificultades que desactualizarán la planificación inicial del análisis de los datos. Sin embargo, es importante planificar los principales aspectos del plan de análisis en función de la verificación de cada una de las hipótesis formuladas ya que estas definiciones condicionarán a su vez la fase de recolección de datos.

(<https://sites.google.com/site/tecnicasdeinvestigaciond38/metodos-estadisticos/1-1-analisis-de-datos>)

Parte del análisis de datos de esta investigación, es importante destacar que, una vez aplicada la encuesta a los funcionarios del AyA seleccionados como parte de la muestra, se interpretará cada uno de los resultados de esta para identificar si se cumple con el procedimiento actual que se utiliza en las estrategias del proyecto Vigilantes del Agua. Además, verificar la situación actual y medir la efectividad de los procesos utilizados en el proyecto Vigilantes del Agua, desde un punto de vista interno departamental, lo cual permite ampliar el conocimiento sobre el tema de investigación gracias a la experiencia vivida por los funcionarios. Con el objetivo de poder desarrollar un plan estratégico de mercadotecnia, para el modelo del proyecto Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, correspondiente al tercer cuatrimestre del 2019.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

4.1 GENERALIDADES

En este capítulo se resalta el análisis realizado en cuanto el programa vigilante del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, destacando los resultados que se obtienen en la investigación. También se exponen los resultados de las encuestas hechas a diferentes personas, en los diferentes departamentos que componen el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

Es importante recalcar que el tipo de investigación es no probabilístico dirigido, ya que el cuestionario fue aplicado a funcionarios que se ven involucrados con el proceso realizado por el programa vigilantes del agua.

Objetivo específico No. 1

En esta investigación y con base a la encuesta realizada, se analizará el procedimiento actual que se utiliza en la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

Objetivo específico No. 2

La encuesta busca la forma de poder identificar la situación actual y medir la efectividad de los procesos utilizados en el proyecto Vigilantes del Agua.

Para así, poder desarrollar un plan estratégico de mercadotecnia, para el modelo del proyecto Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, al tercer cuatrimestre del 2019.

Pregunta No. 1: ¿Cuál es su género?

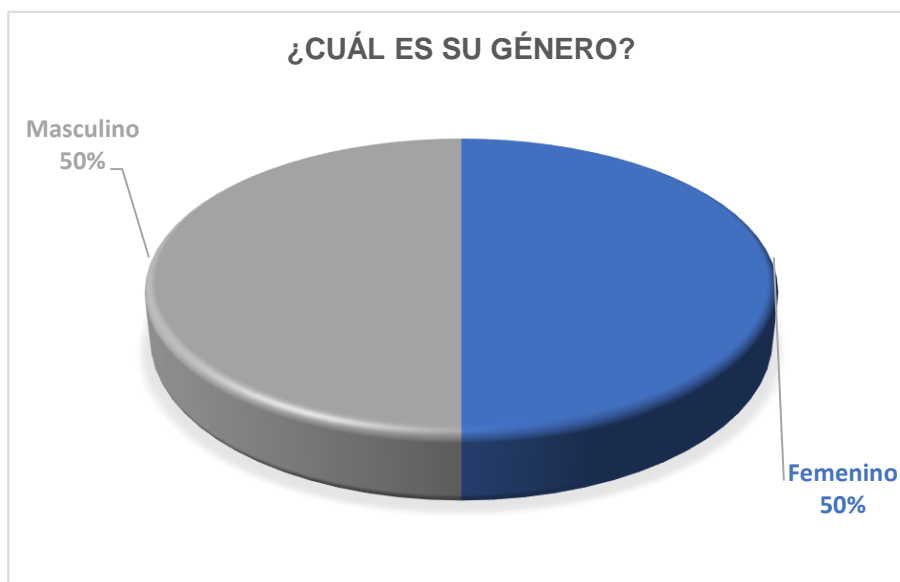
Tabla No. 3: Género de los encuestados

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Cuál es su género?	Femenino	5
	Masculino	5
	Total	10

Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

En la figura No. 1 se evidencia la población representada en el estudio, donde el 50% de los entrevistados son hombres y el otro 50% de los entrevistados son mujeres, esto con el fin de poder tener diferentes criterios en cuanto al género.

Figura No. 1: Género de los funcionarios del AyA



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 2: ¿Cuál es su edad?

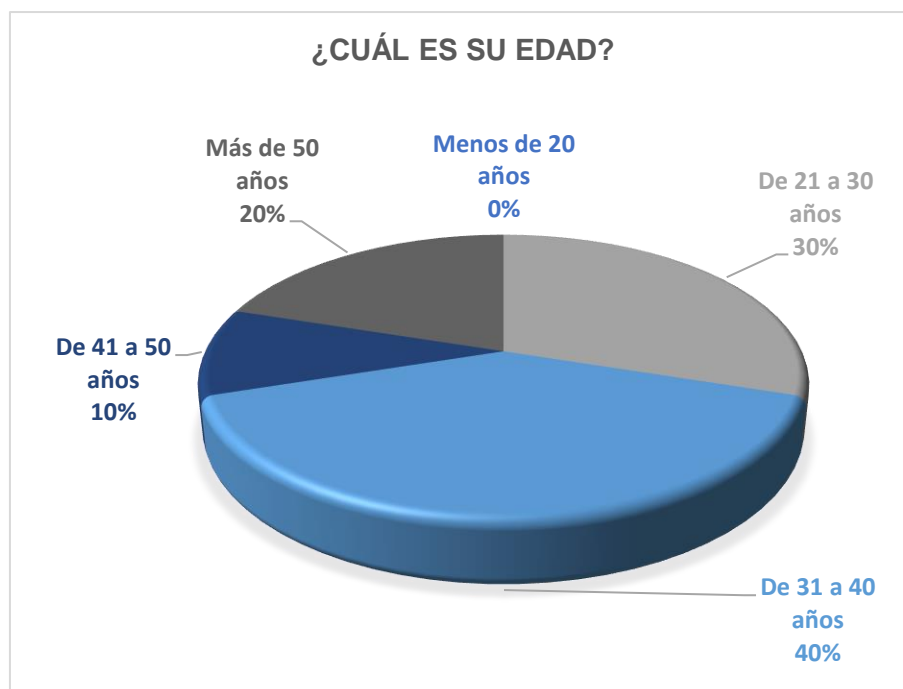
Tabla No. 4: Edad de los encuestados

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Cuál es su edad?	Menos de 20 años	0
	De 21 a 30 años	3
	De 31 a 40 años	4
	De 41 a 50 años	1
	Más de 50 años	2
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No. 2 muestra las edades de los funcionarios, indicando que la mayoría ronda entre los 31 a los 40 años, lo cual evidencia una población madura, responsable y estable, dentro de la sociedad.

Figura No. 2: Edad de los funcionarios del AyA



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 3: ¿Hace cuántos años es funcionario del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

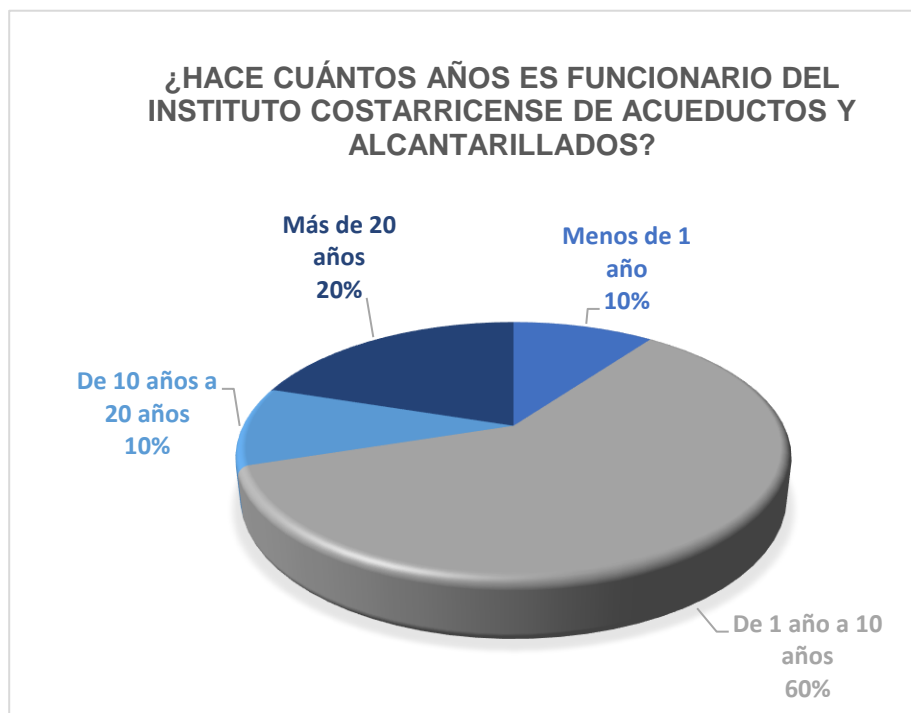
Tabla No.5: Antigüedad laboral de los funcionarios

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Hace cuántos años es funcionario del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?	Menos de 1 año	1
	De 1 año a 10 años	6
	De 10 años a 20 años	1
	Más de 20 años	2
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La pregunta No.3 muestra la cantidad de años que poseen los encuestados laborando para el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, lo cual les permite conocer la experiencia laboral que aporta cada uno de los encuestados.

Figura No. 3: Años laborados en el AyA



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 4: ¿Conoce los programas educativos del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

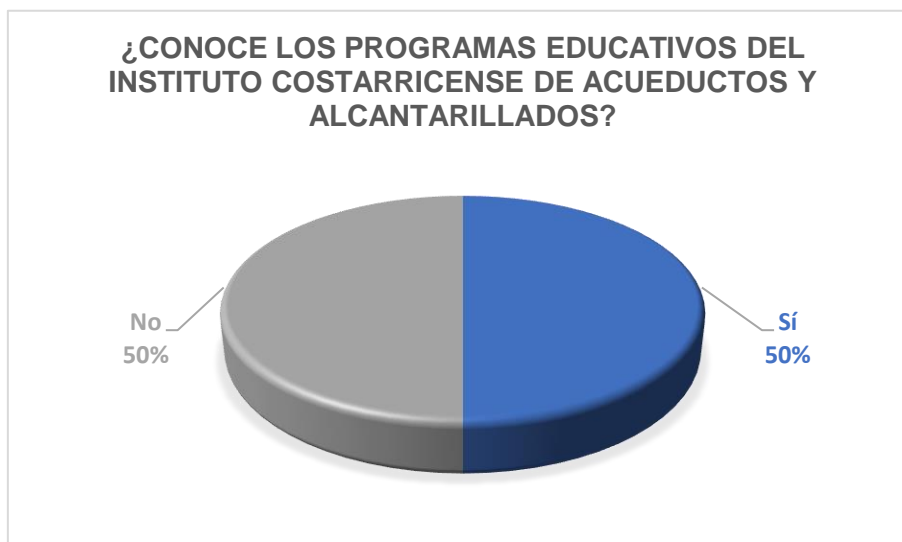
Tabla No.6: Programas Educativos

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Conoce los programas educativos del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?	Sí	5
	No	5
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No. 4 revela un dato considerable para el desarrollo de la investigación, ya que el 50% de los funcionarios encuestados indican no conocer los programas educativos del Instituto Costarricense de acueductos y alcantarillados.

Figura No. 4: Conocimiento de los programas educativos.



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No.5: ¿Conoce el programa vigilante del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

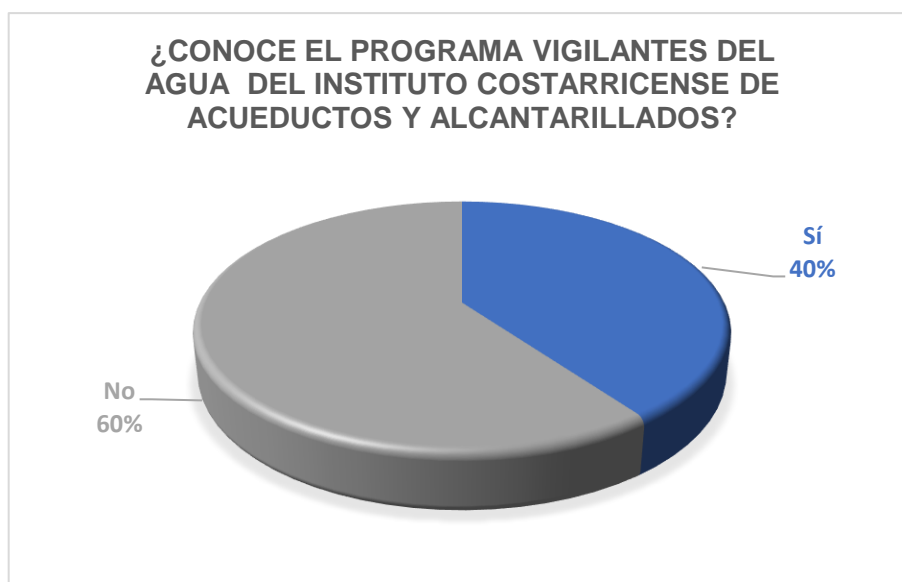
Tabla No.7: Programa Vigilantes del Agua

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Conoce el programa vigilante del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?	Sí	4
	No	6
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No. 5 refleja un dato muy alarmante sobre el programa vigilante del agua dentro de la institución, ya que el 60 % de los funcionarios encuestados no conocen acerca del programa vigilante del agua.

Figura No. 5: Conocimiento del Programa vigilantes del agua.



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 6: ¿Con que frecuencia se ha enterado usted sobre las actividades realizadas por el programa vigilantes del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

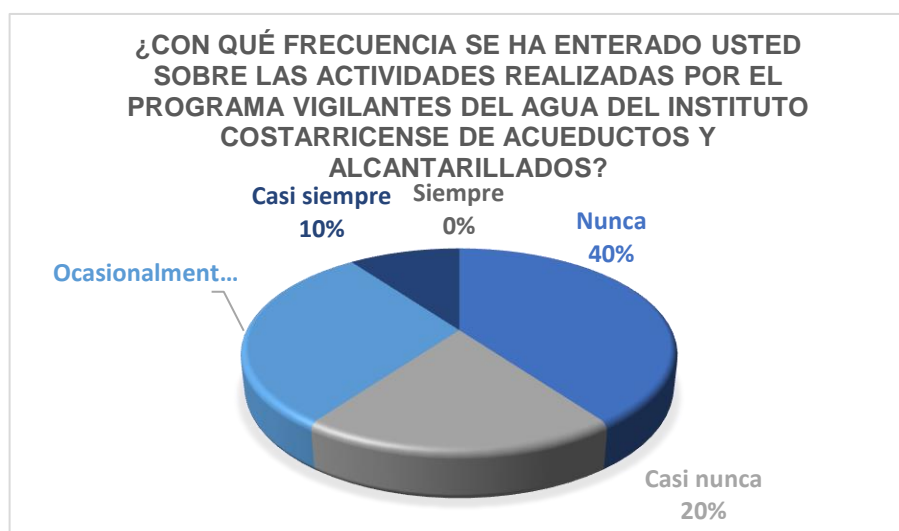
Tabla No.8: Frecuencia de Actividades

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Con qué frecuencia se ha enterado usted sobre las actividades realizadas por el programa vigilantes del agua del AyA?	Nunca	4
	Casi nunca	2
	Ocasionalmente	3
	Casi siempre	1
	Siempre	0
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No. 6 refleja que el 40% de los funcionarios encuestados indicaron que nunca se han enterado de las actividades realizadas, seguidamente un 20% indicó que casi nunca, por lo que es alarmante que la gran mayoría de la población del AyA desconoce del desarrollo de las actividades del programa vigilantes del agua.

Figura No. 6: Actividades sobre el programa vigilantes del agua.



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No.7: ¿Conoce usted si en el departamento donde labora se han involucrado en la promoción o participación del programa vigilantes del agua?

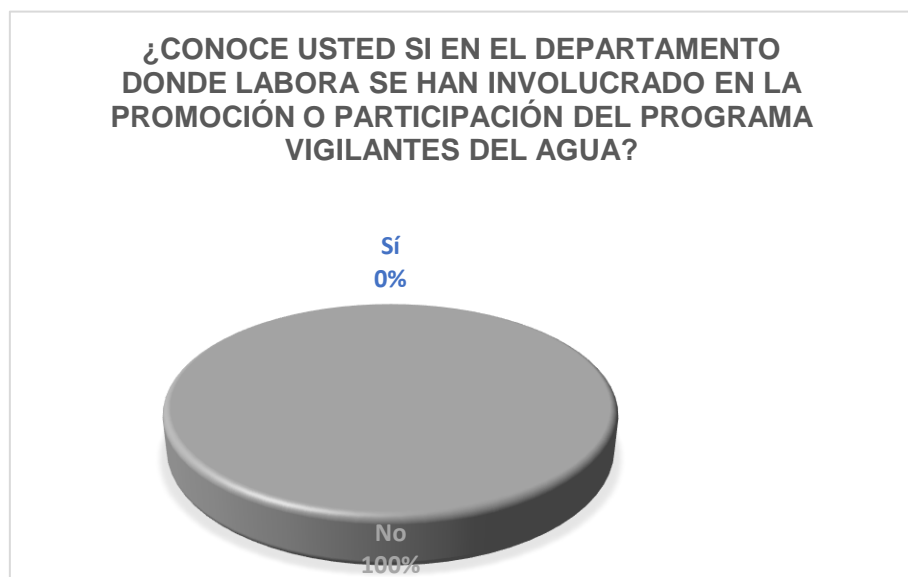
Tabla No.9: Promoción y Participación

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Conoce usted si en el departamento donde labora se han involucrado en la promoción o participación del programa vigilantes del agua?	Sí	0
	No	10
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No.7 muestra que el 100% de los funcionarios indican que en sus departamentos nunca se han involucrado, ni en promoción ni en participación en cuanto actividades relacionadas en el programa vigilantes del agua.

Figura No. 7: Promoción y Participación



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 8: ¿Tiene conocimiento sobre la información brindada del programa vigilantes del agua en la página web del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

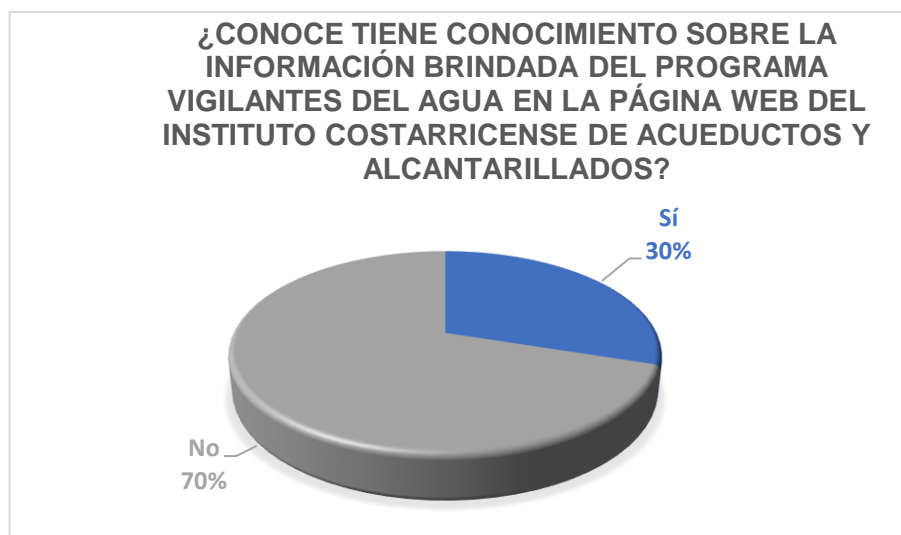
Tabla No.10: Página web del programa vigilantes del agua

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Conoce Tiene conocimiento sobre la información brindada del programa vigilantes del agua en la página web del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?	Sí	3
	No	7
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

En la figura No.8 se puede observar que el 70% de la población encuestada desconoce de la información del programa vigilantes del agua dentro de la página web. Lo cual indica que se está desaprovechando una herramienta muy valiosa en estos tiempos para darse a conocer.

Figura No. 8: Conocimiento de la información en página web.



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 9: ¿Considera usted necesario que la mayoría de población de funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados debería tener conocimiento sobre el programa vigilantes del agua?

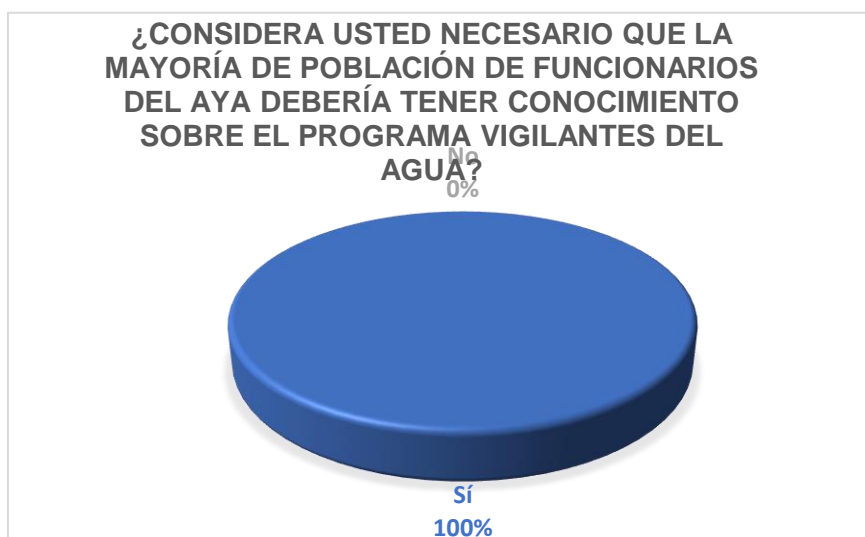
Tabla No.11: Conocimiento del programa vigilantes del agua

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Considera usted necesario que la mayoría de población de funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados debería tener conocimiento sobre el programa vigilantes del agua?	Sí	10
	No	0
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No.9 indica que el 100% de la población encuestada reconocen que es necesario que los funcionarios tengan conocimiento sobre el programa vigilantes del agua. Ya que es de suma importancia que el funcionario este informado de los servicios externos que ofrece este programa.

Figura No. 9: Necesidad del conocimiento del Programa vigilantes del agua .



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

Pregunta No. 10: ¿Cree usted que el programa vigilante de agua es de suma importancia para las futuras generaciones?

Tabla No.12: Importancia del programa vigilantes del agua a futuro

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Cree usted que el programa vigilante de agua es de suma importancia para las futuras generaciones?	Sí	10
	No	0
Total		10

Fuente: Datos tomados de los resultados de la encuesta aplicada. Elaboración Propia, 2019.

La figura No.10 se observa que el 100% de los funcionarios encuestados del AyA consideran necesario el programa vigilante del agua para las futuras generaciones y la preservación del recurso hídrico.

Figura No. 10: Importancia del Programa vigilantes del agua



Fuente: Cuestionario del Programa Vigilantes del Agua por parte de los funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Elaboración Propia, 2019.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Al diagnosticar la situación actual y medir la percepción de los funcionarios sobre la eficiencia, desarrollo y promoción del programa vigilantes del agua, podemos indicar que se obtienen los siguientes hallazgos resultado de la encuesta aplicada y su análisis.

Hallazgo No. 1: Desconocimiento de los programas educativos del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

En este primer hallazgo podemos determinar que la actual población de Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, el 50% desconoce totalmente de los programas educativos, estos programas son estrategias fundamentales para la conservación del recurso hídrico, combatir los problemas del uso inadecuado del recurso hídrico y la incrementación sobre los valores de concientización a las presentes y futuras generaciones.

Es preocupante que este sector de la población desconozca de los servicios que ofrece la institución, ya que, en una organización pública, es de suma importancia como ente rector de los servicios de agua potable. Además, hay una carencia de conocimiento de los productos y servicios que se ofrecen, y con mucha razón cuando se trata de servicio que no solo beneficia por la captación de clientes, sino porque es una herramienta de suma importancia para combatir los impactos climáticos que afronta el país a nivel general.

Hallazgo No. 2: Desconocimiento del programa vigilantes del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

Tal y como se puede apreciar en la figura No. 5 del capítulo anterior, el 60 % de la población desconoce del programa vigilantes de agua, porcentaje muy alarmante al tratarse de un servicio que ofrece el AyA.

Podemos indicar que todo el trabajo realizado por el departamento de periféricos y de comunicación institucional pasa desapercibido, por el cliente interno los funcionarios propios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, los cuales deben que ser los primeros en estar informados sobre los procedimientos, proyecciones, estrategias y plan de trabajo que está implementando el programa vigilante del agua.

Este hallazgo puede ser preocupante, ya que si el 60% de la población del AyA, que vive el día al día con los procedimientos, planes de trabajo y estrategias institucionales, cuanto aún más la población ajena a la institución, es decir, el mercado meta.

Hallazgo No. 3: Frecuencia de actividades del programa vigilantes del agua es casi nula.

Según lo comentado en los dos puntos anteriores, al existir una falta de conocimiento del programa vigilantes del agua, da como resultado que el 40% de los funcionarios encuestados indicaron que nunca se han enterado de las actividades realizadas, seguidamente un 20% indicó casi nunca y un 30% de forma ocasionalmente.

Se puede reflejar que no existe una comunicación interna fluida, ni mucho menos un programa informativo del mismo. Por lo que la mayoría de la población pasa desapercibida de todas las actividades realizadas.

Esto puede generar un desinterés por parte de la población del AyA ante las posibles actividades del programa vigilantes del agua.

Hallazgo No. 4: No hay una incorporación de los demás departamentos en el programa vigilantes del agua.

Siguiendo con la línea de los puntos anteriores, se puede indicar que toda esta falta de conocimiento y de información, genera una reacción en cadena la cual llega al desinterés. Ya que da como resultado que no existe o carezca un sentido de pertenencia ante el programa vigilantes del agua. Los departamentos no tienen esa empatía sobre este programa y simplemente se ve como un proyecto ajeno a sus responsabilidades.

Es de suma importancia tener alianzas entre departamentos, ya que no es por el beneficio de un departamento en sí, sino, de toda una organización.

El solo hecho de generar alianzas departamentales ayuda y fortalece los proyectos que puedan llegar a implementar el programa vigilante del agua. Además, nuevas ideas, aportes y recurso humano del que tanto hace falta.

Hallazgo No. 5: Desconocimiento de la información existente en la página web sobre el programa vigilantes del agua.

Según la figura No. 8: Conocimiento de la información en página web, el 70% de la población no conoce el contenido que existe en la página oficial del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados acerca del programa vigilantes del agua. Esta información que se encuentra en la página web es 100% informativa acerca de los programas educativos, y que en esta investigación da como resultado información de poco interés o de poco aporte, por parte de la población del AyA.

Hallazgo No. 6: Se considera de suma importancia que se dé a conocer el programa vigilante del agua. Tal y como se muestra en la figura No. 8 del capítulo anterior, el 100% de la población encuestada indica que el 100% está seguro de que es de suma importancia que todos los funcionarios tengan conocimiento del programa vigilantes del agua, esto gracias a que la gran mayoría de la población que labora en el instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, como lo refleja la figura No. 1, es una población responsable, estable y consciente sobre los problemas que enfrenta el país, sobre el cambio climático, así como, el uso adecuado por el recurso hídrico.

De esta manera el programa toda fuerza a lo interno de la institución, porque si bien es cierto existe una carencia de información sobre el programa, también el 100% considera importante sobre el conocimiento de mismo.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

En este capítulo se desarrollan las conclusiones y recomendaciones que se determinan a raíz de los datos obtenidos a lo largo de la investigación.

6.2 CONCLUSIÓN GENERAL

Se establece que el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados cuenta con programas de beneficio social, en los cuales ya antes mencionados en capítulos anteriores son programas que ayudan a concientizar a la población costarricense del uso adecuado del recurso hídrico, así como la forma de crear un sentido de pertenencia con la institución y de responsabilidad social, tal y como lo es el programa vigilante del agua.

Sin embargo, el programa vigilante del agua como tal no se está desarrollando al máximo, ni se maneja de la manera deseada, ya que con relación a la indagación efectuada en esta investigación y por medio de la utilización de los instrumentos de la entrevista y las encuestas se concluye que, por medio de los resultados obtenidos por medio de los hallazgos, se determinó que existen varios puntos que requieren mejora en el desarrollo estratégico.

Por lo tanto, de la Evaluación de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, es lo que se requiere para poder desarrollar de forma adecuada el Programa Vigilante del agua, como pilar principal en los programas educativos del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.

6.3 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS

De acuerdo con el primer objetivo específico, se concluye:

Se analiza el procedimiento actual que se utiliza en las estrategias del proyecto Vigilantes del Agua del instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, se puede concluir que existe una programación establecida para la realización de actividades y todo lo necesario para llevarlo a cabo, sin embargo, no existe ningún tipo de divulgación en ningún medio de comunicación, correo electrónico, pizarras informativas, boletines mensuales informativos, página web oficial, entre otros, empleado por la Dirección de Comunicación Institucional. Ya que, según la información suministrada por los colaboradores del AyA en las encuestas, la población interna del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados desconoce del Programa Vigilante del Agua.

Por otro lado, la encuesta demostró que la mayoría de la población desconoce de todas las actividades relacionadas con el Programa Vigilantes del Agua, por lo que se han sufrido las consecuencias de dicho desconocimiento, en el logro de los objetivos del mismo.

En cuanto al segundo objetivo específico, se establece:

Se logra medir la situación actual y medir la efectividad de los procesos utilizados en relación al proyecto Vigilantes del Agua del Acueductos y Alcantarillarlos, se concluye que la situación actual de los procesos es poco agresiva no solo a nivel externo sino también a nivel interno, por la poca divulgación que existe. Incluso una de sus grandes limitantes es la capacidad de abarcar otros centros educativos ya que cuenta con poco personal para poder extender más este programa, y por eso solo una pequeña parte del GAM tiene conocimiento. Por lo que su crecimiento y posicionamiento en la mente del consumidor final es lenta y poco efectiva.

Además, se logra identificar la poca o nula participación de los colaboradores del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, ya que, si no existe una alianza interna entre departamentos y aun no se ha generado un sentido de pertenencia sobre el programa Vigilantes del Agua, la ayuda seguirá siendo la misma, es decir, solo con el departamento involucrado, con sus limitaciones de recurso humano y la faltante de nuevas ideas.

De acuerdo con el tercer objetivo específico, se concluye:

La herramienta de investigación aplicada a los funcionarios seleccionados como muestra de estudio permite identificar los principales problemas o situaciones, las cuales afectan directamente al desarrollo de un plan estratégico de mercadotécnica, para el modelo del proyecto Vigilantes del Agua, por ello, se puede

concluir que a través de esta herramienta se determinaron diferentes hallazgos expuestos en el capítulo No. 5 de esta investigación, los cuales son informados a los encargados de este proceso.

6.2 RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones generadas gracias a los objetivos planteados, a continuación, se citan las recomendaciones correspondientes a cada escenario encontrado, como una medida de fortalecimiento.

RECOMENDACIÓN GENERAL

Según el objetivo general, se recomienda mantener una Evaluación permanente de la ejecución del Programa Vigilantes del Agua, del Instituto Costarricense en el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, en la sede central, con el fin de poder desarrollar y explotar todos objetivos del programa, así como, implementar una estrategia de mercadotecnia que genere mayor alcance en el mercado.

RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS

De acuerdo con el primer objetivo específico, se sugiere:

Realizar sesiones de trabajo con todas las partes involucradas tales como: mesas de trabajo, lluvias de ideas, focus group, que venga a renovar los procedimientos actuales del programa Vigilantes del Agua.

Establecer medidas para darle mayor fortalecimiento en cuanto a la comunicación interna sobre todas las actividades a realizar por parte del programa vigilantes del Agua. Esto con el fin de poder tener a toda la comunidad de funcionarios del AyA información actualizada, así como, poder generar interés sobre el programa y su desarrollo.

Realizar acciones reales que involucren a todo el personal del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados que está interesado en formar parte del grupo de apoyo del programa Vigilantes del Agua.

En relación con el segundo objetivo específico, se recomienda:

Instituir metas para obtener mejores resultados en cuanto al desarrollo de cada procedimiento, lo cual vendrá a medir el grado de alcance con cada estrategia que se implemente.

Demostrar que el programa Vigilantes del Agua es una herramienta fundamental que sirve para alcanzar las metas propuestas por el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados a los programas educativos que se han implementado.

Velar porque cada uno de los objetivos planteados en el programa Vigentes del Agua, se cumpla en cuanto a tiempo, espacio y alcance. Con el fin de poder llegar un control que nos permita verificar que se cumpla con cada objetivo y poder tomar decisiones certeras en cuanto los diferentes escenarios que se presenten.

De acuerdo con el tercer objetivo específico, se concluye:

Involucrar dentro de los talleres de inducción de nuevos funcionarios al AyA, el programa vigilante del Agua, con el fin de poder ganar y reforzar más el recurso humano en el grupo de apoyo de vigilantes.

Se recomienda a las direcciones involucradas, crear nuevas alianzas internas que aporte una nueva fuerza de trabajo al programa Vigilantes del Agua.

Realizar eventos en redes sociales que ayuden a tener más presencia a nivel país, que incentive y despierte el interés por el programa Vigilantes del Agua.

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

7.1 PROPUESTA PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA

La propuesta desarrollada en este capítulo es en dos partes, ya que se desea proyectar tanto a nivel interno, como a nivel externo, con el fin de poder contrarrestar las carencias en ambas partes.

Dicha propuesta está alineada con la misión y visión del programa vigilantes del Agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, ya que se pretende seguir con la línea de trabajo ya antes realizada en años anteriores, pero con un enfoque nuevo y diferente.

Esta propuesta responde a las necesidades que afronta actualmente el programa vigilante del agua, con soluciones de mejoras tangibles en todos los procesos que conlleva dicho programa.

7.1.1 Justificación

Conforme a los datos encontrados en el cuestionario aplicado, los hallazgos descubiertos en la investigación y el resultado de la entrevista, se determina que el programa vigilante del agua cuenta con una planificación y procesos buenos; sin embargo, los mismos no están siendo ejecutados de forma correcta, no existe un plan de capacitación continua y retroalimentación.

Así como, una estrategia de mercadotecnia adecuada a las necesidades actuales que demanda el mercado. Sin poder generar un impacto profundo y agresivo en el posicionamiento de marca.

7.1.2 Objetivo general

Implementar un plan estratégico de mercadotecnia para desarrollar en el programa vigilantes del agua en un entorno interno y externo.

7.1.3 Objetivos específicos

1. Revalidar y actualizar los controles internos en el programa vigilantes del agua.
2. Establecer parámetros de cumplimiento y crecimiento que permitan alcanzar las metas establecidas.
3. Validar que las tareas realizadas hayan atacado los hallazgos encontrados y los puntos de mejora se corrijan y sean soportados por los documentos de la empresa.

7.1.4 Lugar de implementación

El lugar de implementación es el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados sede central, Pavas, San José. También se valora el tema del expo AyA para llevarse a cabo en la Planta de Tratamiento de Aguas residuales Los Atajos., La Uruca, San José.

7.1.5 Presupuesto para la implementación

Acercas del presupuesto para la implementación del proceso, se anexan las tablas con el análisis:

TABLA N°13 PRESUPUESTO N° 1 TALLER DE CAPACITACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1 SRV	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN DESAYUNO 100 PERONAS	₪ 3,500.00	₪ 350,000.00
1 SRV	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN ALMUERZO 100 PERONAS	₪ 5,000.00	₪ 500,000.00
	SubTotal		₪ 850,000.00
	IVA		₪ 110,500.00
	TOTAL		₪ 960,500.00

Fuente: Tomado del historial de licitaciones de actividades semejantes. Elaboración propia, 2019.

TABLA N°14 PRESUPUESTO N° 2 “EXPO AYA”

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1 SRV	SERVICIO DE ALQUILER DE AUTOBUS	₺ 23,000,000.00	₺ 23,000,000.00
2,300	SILLAS PLEGABLES BLANCAS	₺ 550.00	₺ 1,265,000.00
1 SRV.	SERVICIO DE EQUIPO DE SONIDO	₺ 1,940,000.00	₺ 1,940,000.00
1 SRV.	TARIMA	₺ 943,000.00	₺ 943,000.00
1 SRV.	SERVICIO DE DECORACIÓN Y ENTRETENIMIENTO	₺ 8,696,000.00	₺ 8,696,000.00
1 SRV.	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y SONIDO	₺ 170,000,000.00	₺ 170,000,000.00
1 SRV.	INFLABLES Y PLANTA ELÉCTRICA	₺ 6,663,000.00	₺ 6,663,000.00
2,300	CAMISETA PROMOCIONAL	₺ 3,850,000.00	₺ 3,850,000.00
1,400	IMPRESIÓN Y SUMINISTRO DE LOMAS	₺ 7,308.15	₺ 10,231,420.00
100	CONFECCIÓN DE PLUMAS PUBLICITARIAS	₺ 5,000.00	₺ 500,000.00
SubTotal			₺ 227,088,420.00
IVA			₺ 29,521,494.60
TOTAL			₺ 256,609,914.60

Fuente: Tomado del historial de licitaciones de actividades semejantes. Elaboración propia, 2019

TABLA N°15 PRESUPUESTO N° 3 PROMOCIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10,000	BOLETÍN INFORMATIVOS- ACTIVIDADES FULL COLOR	₡ 2,300.00	₡ 2,300,000.00
10,000	BROCHURE INFORMACIÓN GENERAL VIGILANTES DEL AGUA	₡ 2,000.00	₡ 2,000,000.00
10,000	CONFECCIÓN DE PLUMAS PUBLICITARIAS	₡ 5,000.00	₡ 50,000,000.00
1 TRIMESTE	PROMOSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN (RADIO, PRENSA ESCRITA Y TELEVISIÓN NACIONAL	₡ 223,800,644.96	₡ 223,800,644.96
SubTotal			₡ 278,100,644.96
IVA			₡ 36,153,083.84
TOTAL			₡ 314,253,728.80

Fuente: Tomado del historial de licitaciones de actividades semejantes. Elaboración propia, 2019.

De acuerdo con la información señalada en la parte superior, se pueden establecer los siguientes puntos:

1. Se debe considerar el trabajo laboral del departamento de la Dirección de Comunicación Institucional, Sub Gerencia Periféricos y Dirección de Capital Humano en la mayoría de las tareas.
2. Se plantea la contratación de empresas que brinde los diferentes servicios para desarrollar la propuesta.
3. El control y seguimiento de cada una de las tareas es indispensable para la toma de decisiones y retroalimentación de cada uno de los procesos en ejecución.

Los días colocados son días hábiles de trabajo, pero puede ser que en algún escenario sea necesario adquirir un horario extraordinario para terminar con las tareas en el calendario estipulado.

7.1.6 Cronograma de actividades de trabajo

A partir de las tareas indicadas en los párrafos anteriores, se generan cronogramas más detallados por procedimiento, así como, el encargado responsable de cada una de las tareas asignadas.

TABLA N°16 CRONOGRAMA N°1 TALLER DE CAPACITACIÓN.

HORA	FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
7:00 a. m.	09/03/2020	Registro de Asistentes	Capital Humano
7:15 a. m.	09/03/2020	Palabras de Bienvenida	Dirección de Comunicación Institucional / Dirección de Periféricos
7:30 a. m.	09/03/2020	Ética en la función Pública	Dirección de Comunicación Institucional
8:30 a. m.	09/03/2020	Elaboración de Proyectos en función del Programa vigilantes del Agua	UEN Programación y Control
9:30 a. m.	09/03/2020	Refrigerio	
10:00 a. m.	09/03/2020	Técnicas de Mercadotecnia	Dirección de Comunicación Institucional
11:00 a. m.	09/03/2020	Comunicación Efectiva	Capital Humano
12:00 p. m.	09/03/2020	Almuerzo	
1:00 p. m.	09/03/2020	Nuevas tendencias en Redes Sociales	Dirección de Comunicación Institucional
2:00 p. m.	09/03/2020	Trabajo en Equipo	Capital Humano

Fuente: Elaboración propia,2019

TABLA N°17 CRONOGRAMA N°2 “EXPO AYA”.

HORA	FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
8:00 a. m.	22 de mayo 2020	Registro de Asistentes, entrega de Ticket y Material Promocional	Dirección de Comunicación Institucional / Dirección de Periféricos
8:30 a. m.	22 de mayo 2020	Palabras de Bienvenida	Gobierno de la Republica, Ministerio de Educación y el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.
9:00 a. m.	22 de mayo 2020	Descripción de Actividades según cronograma	Dirección de Comunicación Institucional
9:20 a. m.	22 de mayo 2020	Presentaciones Musicales y Artísticos	Dirección de Comunicación Institucional
10:00 a. m.	22 de mayo 2020	Refrigerio	
10:15 a. m.	22 de mayo 2020	Inicio del recorrido por diferentes estaciones	Todas las direcciones Involucradas del AyA
12:00 p. m.	22 de mayo 2020	Almuerzo	
1:00 p. m.	22 de mayo 2020	Concurso al mejor Proyecto Vigilante del Agua por categorías	Dirección de Comunicación Institucional
2:00 p. m.	22 de mayo 2020	Premiación Vigilante del Agua por Categorías	Dirección de Comunicación Institucional
2:30 p. m.	22 de mayo 2020	Animación y Concierto musical grupos costarricenses	Dirección de Comunicación Institucional
3:30 p. m.	22 de mayo 2020	Cierre	Dirección de Comunicación Institucional

Fuente: Elaboración propia, 2019.

7.1.7 Detalles de actividades

Este apartado detalla cada una de las actividades que se formulan en la propuesta, estableciendo un plan de acción de acuerdo a las tareas por implementar para que cada una de las actividades.

Además, se detalla el tiempo de ejecución y el responsable de llevar a cabo la tarea, con la finalidad de brindar una solución a los hallazgos y conclusiones encontrados en la investigación. Para un mayor seguimiento a lo largo del plazo de ejecución con el equipo.

Las actividades se definen en tres grupos, ya que el objetivo es reforzar los entornos antes mencionados con una estrategia funcional y unificada, que responsada a las carencias encontradas e n esta investigación.

7.1.7.1 Actividad N° 1. Revalidar los controles actuales del programa vigilantes del agua

Descripción de la actividad de control:

Se deben revalidar los controles que se encuentran actualmente en ejecución para el desarrollo del programa, con el objetivo de tener un panorama de lo que se realizado a lo largo del programa vigilantes del agua.

Plan de acción:

El equipo de trabajo involucrado deberá validar los controles, por medio de sesiones de trabajo grupal con el fin de poder dar un diagnóstico de los controles implementados hasta la fecha. Además, se deberá tomar en cuenta:

1. Revisión de los controles existentes e identificarlos como sustanciales o no sustanciales.
2. Tomar los controles sustanciales y verificar si han cumplido con lo requerido en los objetivos establecidos.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional y la subgerencia de Periféricos y la tarea está planteada para realizarse en el lapso de dos semanas, divididas en dos sesiones de trabajo semanal.

7.1.7.2 Actividad N.º 2. Actualización los controles actuales de los programas vigilantes del agua

Esta es una actividad que va de la mano con la primera, ya que, una vez revalidado los controles de los procesos, debe tomar una decisión con base a los resultados de la primera actividad.

Por lo que se busca tener una actualización de mejoras en todas las áreas del proceso. Se debe llevar a cabo un plan de acción para proponer sus

Plan de acción:

El equipo de trabajo involucrado deberá tomar dediciones sobre los resultados obtenidos en las sesiones de trabajo de la primera actividad, con base a lo anterior se deberá crear una propuesta con las nuevas actualizaciones, que permitan el

crecimiento y buen funcionamiento estructural de los controles a desarrollar en la nueva etapa.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional y la subgerencia de Periféricos y la tarea está planteada para realizarse en el lapso de dos semanas, divididas en dos sesiones de trabajo semanal.

7.1.7.3 Actividad N.º 3. Establecer parámetros de cumplimiento.

Se deben establecer parámetros que regulen el comportamiento de todas las actividades, con el fin de llevar un pulso real de cada acción ejecutable y poder tomar medidas de acción en tiempo y espacio.

Esta herramienta ayuda a tener un seguimiento real del proceso, donde se puede identificar de forma inmediata los problemas presentados y contrarrestar con nuevas acciones.

Además de la creación de parámetros en cada uno de los procesos para medir el grado de cumplimiento.

Plan de acción:

1. Creación documentos y herramientas de cumplimiento con parámetros ya antes establecidos.
2. Ejercer un plan de control para el seguimiento de cada actividad, proceso y estrategia a realizar.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional y la subgerencia de Periféricos y la tarea está planteada para realizarse en el lapso de dos semanas, divididas en dos sesiones de trabajo semanal.

7.1.7.4 Actividad N.º 4. Establecer las metas de crecimiento y cumplimiento.

Se debe implementar las metas a cumplir en cada una de las actividades a desarrollar, dichas metas deben responder a cada una de las carencias que afronta el programa de vigilantes del agua.

Estas metas deben ser medibles y con plazos de cumplimiento por objetivo o por esta estrategia de mercadeo.

Plan de acción:

1. Creación de metas por objetivo o plan a desarrollar.
2. Aprobación de metas por parte de la dirección de Comunicación Institucional y subgerencia de Periféricos.
3. Informar de las nuevas metas a cumplir a todas las partes interesadas.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional y la subgerencia de Periféricos y la tarea está planteada para realizarse en el lapso de dos semanas, divididas en dos sesiones de trabajo semanal.

7.1.7.5 Actividad N.º 5. Taller de capacitación.

Desarrollar un taller de capacitación para todas las partes involucradas, con el fin de poder brindar las herramientas necesarias en cada una de las áreas a reforzar. Esta iniciativa de capacitación aportará conocimiento al recurso humano que estará en el día a día en la ejecución, toma de secciones, control y seguimiento.

Es indispensable el manejo de conocimientos para poder afrontar las demandas del mercado actual y el comportamiento del consumidor, con el fin de poder tener un mejor posicionamiento de marca.

Plan de acción:

Realizar un taller de capacitación con temas que competen para el desarrollo de todo el planeamiento anual del programa vigilantes del agua.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional y la subgerencia de Periféricos, con la ayuda de la dirección de Capital Humano, esta actividad está planteada para realizarse en un solo día.

7.1.7.6 Actividad N.º 6. Participación en medios de comunicación

Desarrollar un plan de participación de mercado por medios de comunicación masivos en nuestro país, por el fin poder dar a conocer el programa vigilante del agua y abarcar sectores de la población antes no trabajados.

Dar a conocer el programa vigilante del agua, beneficiará al crecimiento de nuevos proyectos. Además, despertar el interés de la población que aún no se ha abarcado.

Plan de acción:

Esta actividad se llevará a cabo por medio de pautas publicitarias en radio y televisión nacional, así como, insertos en periódicos, cintillos y página completa.

Se coordinará con los centros educativos seleccionados, para la colocación de mantas promocionales alusivas al programa vigilantes del agua.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional con apoyo de la subgerencia de Periféricos y la tarea está planteada para realizarse de forma trimestral.

7.1.7.7 Actividad N.º 7. Participación en diversas actividades externas

Descripción de la actividad de control:

Participar en actividades masivas que competen con el programa vigilantes del agua a nivel externo.

La finalidad de esta actividad es tener presencia de marca en actividades diversas con el fin de poder dar a conocer el programa.

Plan de acción:

Participar en actividades educativas como: ferias científicas y ferias regionales vocacionales, carreras de atletismo y ciclismo, actividades de sostenibilidad, reciclaje y salud.

Responsabilidades y tiempo

El responsable de esta actividad es la dirección de Comunidad Institucional con apoyo de la subgerencia de Periféricos y la tarea está planteada para realizarse según demanda.

7.1.7.8 Actividad N.º 8. Creación de alianzas estratégicas

Descripción de la actividad de control:

Creación de alianzas estratégicas en pro del beneficio no solo del programa vigilantes del agua, sino también al Instituto Costarricense de Acueductos y alcantarillados. Con el fin de poder tener apertura y patrocinio por parte de estas alianzas, que brinde ayuda al desarrollo del crecimiento del programa.

Plan de acción:

1. Desarrollar un plan estratégico para la creación de nuevas alianzas.
2. Crear una cartera de posibles empresas aliadas.
3. Desarrollar la apertura con las empresas.
4. Creación de alianzas y convenios.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad compete a la dirección de comunicación institucional, y la gerencia que competen con la creación de convenios, el tiempo establecido es de forma anual.

7.1.7.9 Actividad N.º 9. Plan de comunicación interna

Descripción de la actividad de control:

Verificar nuevas tendencias de comunicación interna que permitan mantener a los funcionarios en su totalidad informados en tiempo, sobre todas las actividades a desarrollar a lo largo del periodo.

Así como, la forma de generar interés y expectativas del programa vigilantes del agua. El cual permita a corto plazo buscar el sentido de pertenencia por parte de los funcionarios del AyA.

Plan de acción:

1. Implementar nuevas formas de comunicación interna.
2. Mantener una línea de comunicación fluida y continua entre funcionario-vigilantes del agua.
3. Desarrollar un plan de forma creativa y estratégica de información continua para los funcionarios.

Responsabilidades y tiempo:

El responsable de esta actividad compete a la dirección de comunicación institucional junto a la subgerencia de periféricos. El tiempo para su ejecución es de forma mensual.

6.1.7.10 Actividad N.º 10. Expo AyA

Descripción de la actividad de control:

La creación del expo AyA tiene como fin que las instituciones educativas públicas y privadas, de primaria y secundaria conozcan por completo que es el Instituto costarricense de acueductos y alcantarillados. Conozcan cuales es su razón de ser, proyectos implementados por el AyA, los proyectos que se encuentran a responsabilidad del AyA, todos los procesos captación del recurso hídrico, los procesos sobre la potabilización del Agua, planta de tratamiento de agua residuales, proyecto del emisario, entre otros.

La idea es que se puedan abrir las puertas y conozcan la institución como tal, como lo hacen otras instituciones reconocidas con los llamados "Open House"

Con el objetivo de generar interés y sentido de pertenencia en este sector de la población, que en el lapso muy corto se convertirán en futuros clientes.

Plan de acción:

1. Planificación estratégica del Expo AyA.
2. Elaboración logística de todas las actividades a realizar.
3. Creación de invitaciones con el aval del Ministerio de Educación y el Gobierno de la República.
4. Poner en funcionamiento las alianzas estratégicas.
5. Realización del expo AyA 2020.

Responsabilidades y tiempo:

Los responsables de esta actividad competen a la dirección de Comunicación Institucional, la Subgerencia de Periféricos, Dirección Capital Humano y todos demás departamentos que competen para la realización del expo AyA, y el tiempo establecido es de forma anual.

FUENTES DE CONSULTA

- Bernal, R Mendoza C (2016) Enfoques de la Investigación
- Cordero, T. (2015). Elaboración de una Propuesta de Mercadeo en Redes Sociales. financiero, e. (03 de octubre de 2013).
- Garcia Marin, I. (2015). La era del mercadeo digital, Debates IESA.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista Lucio, P.; (2014) Metodología de la Investigación. 6ta ed. México DF: Editorial Mc Graw Hill.
- Kotler y Armstrong. (2017). Fundamentos de Marketing. México. Obtenido de Pearson Educación.
- Muñoz Razo Carlos (2015). Como Elaborar y asesorar una investigación de tesis. 3º Edición. Pearson Educación.
- Pimienta, J. (2018) Métodos de Investigación.
- Romero Fernández, A. J. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 1–19. Retrieved from..

FUENTES DE INTERNET

- Administración
https://www.academia.edu/15364931/Administración_14_ed_Harold_Koontz_Weihrich_y_Cannice
- Administración en red,
<https://www.administracionenredpop.blogspot.com>
- Análisis de datos
<https://sites.google.com/site/tecnicasdeinvestigaciond38/metodos-estadisticos/1-1-analisis-de-datos>
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación. (4a. ed.) Pearson Educación. Página 155. Tomado de
<http://uhcr.basesdedatosezproxy.com:2222>
- Conceptos Básicos de Investigación y Estadística,
<https://www.ponce.inter.edu>
- Comercialización
<https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- Comportamiento del consumidor (Conceptos de Mercadeo,
www.gestiopolis.com
- Comunicación <https://campus.usal.edu.ar/mod/book/view.php?id=25464>
- Diseño no experimental <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/#ixzz6CTr107vE>
- Eduardo García, ¿Qué es el marketing on line? Definición y concepto,
<https://www.eduardogarcía.org>

- El centro de recursos electrónicos de actualidad gerencial, <https://www.erc.msh.org>
- Estrategia <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo>
- Estructura Organizacional <https://www.aya.go.cr/conozcanos/SitePages/Presidencia%20Ejecutiva.aspx>
- FODA <https://www analisisfoda.com/>
- Fuentes de investigación <https://concepto.de/fuentes-de-informacion/#ixzz6CU0RWD2v>
- Herramientas de mercadeo <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Investigación Transversal <https://tiposdeinvestigacion.org/transversal/>
- La misión y la visión (Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados), recuperado de: <https://www.aya.go.cr/SitePages/Principal.aspx>
- Ley Constitutiva (Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados), recuperado de: <http://intranetaya/sitios/docs/Legislacion/Ley%20constitutiva%20del%20AyA.pdf#search=2726>
- Marco Metodológico <https://www.es.answers.yahoo.com>
- Mercadotecnia <http://eds.b.ebscohost.com.uh.remotexs.xyz/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=7bfa11ee-8eec-4263-a9c0-d8a2c3ed034f%40pdc-v-sessmgr04>
- Necesidad y deseo <http://eds.b.ebscohost.com.uh.remotexs.xyz/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=7bfa11ee-8eec-4263-a9c0-d8a2c3ed034f%40pdc-v-sessmgr04>
- Posicionamiento <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/>

- Presidencia Ejecutiva del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, recuperado de: <https://www.aya.go.cr/conozcanos/SitePages/Presidencia%20Ejecutiva.aspx>.
- Producto <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Programa del servicio al cliente <https://blog.comparasoftware.com/programa-de-servicio-al-cliente/>
- Reseña Institucional <https://www.aya.go.cr/SitePages/Principal.aspx>
- Segmentación <http://eds.b.ebscohost.com.uh.remotexs.xyz/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=7bfa11ee-8eec-4263-a9c0-d8a2c3ed034f%40pdc-v-sessmgr04>
- Segmentación de mercados (ttps://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/)
- Tipos de investigación y investigación descriptiva (https://selinea.unidep.edu.mx/files/528to832_r649220160427120000289061.pdf)
- Unidad estrategia de negocios <https://aulamarketing.net/concepto-de-uen-unidad-estrategica-de-negocio>

ANEXOS

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

“EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA VIGILANTES DEL AGUA, DEL INSTITUTO COSTARRICENSE de ACUEDUCTOS Y ALCANTARILLADOS”

Encuesta programa vigilantes del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y alcantarillados.

1 ¿Cuál es su género?

2 ¿Cuál es su edad?

3 ¿Hace cuántos años es funcionario del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

4 ¿Conoce los programas educativos del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

5 ¿Conoce el programa vigilante del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

6 ¿Con qué frecuencia se ha enterado usted sobre las actividades realizadas por el programa vigilantes del agua del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

7 ¿Conoce usted si en el departamento donde labora se han involucrado en la promoción o participación del programa vigilantes del agua?

8 ¿Tiene conocimiento sobre la información brindada del programa vigilantes del agua en la página web del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados?

9 ¿Considera usted necesario que la mayoría de población de funcionarios del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados debería tener conocimiento sobre el programa vigilantes del agua?

10 ¿Cree usted que el programa vigilante de agua es de suma importancia para las futuras generaciones?