

# UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

## ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis para optar para el grado académico de  
Licenciatura en  
Administración de Empresas con énfasis en mercadeo

***PLAN DE MERCADEO PARA EL DESARROLLO HUMANO  
CANTONAL, PARA SER RECOMENDADO A LA MUNICIPALIDAD  
DE ALAJUELITA EN EL AÑO 2017.***

Autora:  
Angélica Vega Abarca

Abril 2017

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Angélica Vega Abarca, cedula de identidad número 1 1589 0867, en condición de egresado de la carrera de Administración de empresas énfasis mercadeo, de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación , para optar por el título de Licenciatura titulado "Plan de mercadeo para el desarrollo humano cantonal, para ser recomendado a la Municipalidad de Alajuelita en el año 2017" es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos ,número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982;especialmente el numeral 70 de dicha ley en el que se establece: "Es permitido citar a un autor transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que estos 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, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de Tibás, el día viernes 20 de enero de 2017.

Firma



ANGELICA VEGA ABARCA.

# CARTA DEL TUTOR

San José, 20 de Enero 2017.

Señores: **FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

Carrera: **MERCADEO**

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICA

Estimados señores:

El estudiante **ANGELICA VEGA ABARCA**, con cedula de identidad numero: 1-1589-0867 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"PLAN DE MERCADEO PARA EL DESARROLLO HUMANO CANTONAL, PARA SER RECOMENDADO A LA MUNICIPALIDAD DE ALAJUELITA EN EL AÑO 2017 "**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Mercadeo.

En mi calidad de tutor, he verificado que se ha 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 y análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por la postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a) Originalidad del tema	10 %
b) Cumplimiento de entrega de avances	18 %
c) Coherencia entre los objetivos, los instrumentos aplicados y los resultados de la investigación.	30 %
d) Relevancia de las conclusiones y recomendaciones	20 %
e) Calidad, detalle del marco teórico	18 %
<b>TOTAL</b>	<b>96 %</b>

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente:

  
\_\_\_\_\_

LIC. SALOMON LEIVA HERNANDEZ.

Cedula numero 3-0256-0583

# CARTA DEL LECTOR

06 de abril del 2017

**Universidad Hispanoamericana**  
**Sede Llorente**  
**Administración de Negocios**


**Estimado señor**

La estudiante Angélica Vega Abarca cedula 1-1589-0867 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"PLAN DE MERCADEO PARA EL DESARROLLO HUMANO CANTONAL, PARA SER RECOMENDADO A LA MUNICIPALIDAD DE ALAJUELITA EN EL AÑO 2017..."**, el cual han elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Mercadeo

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones. en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.

  
Licda. **Jessica Mayers Marin**  
Ced 9-0106-0748

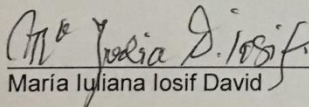
## CARTA DE REVISIÓN FILOLÓGICA

12 de abril 2017

Señores  
Universidad Hispanoamericana  
Administración de Empresas

Estimado señor Director:

Sirva la presente para saludarle y confirmar que en mi calidad de Licenciada en filología he realizado la revisión de la redacción, ortografía, estilo y presentación de la tesis **PLAN DE MERCADEO PARA EL DESARROLLO HUMANO CANTONAL, PARA SER RECOMENDADO A LA MUNICIPALIDAD DE ALAJUELITA EN EL AÑO 2017** elaborada por la estudiante Angélica Vega Abarca para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en mercadeo y puedo dar fe del correcto español que contiene.

  
María Juliana Losif David

Carné 2208

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a Dios por ser guía en mi camino, porque sin la ayuda de Él, esta etapa universitaria no hubiera sido posible.

Gracias a toda mi familia y a mi novio, en especial a mis padres Patricia Abarca y Martin Vega, por apoyarme todos estos años de universidad, años en los que nunca me dejaron sola, siempre estuvieron conmigo apoyándome, orientándome y alentándome. Gracias por inculcarme desde niña los buenos valores y motivarme a ser una persona de metas en la vida.

También agradezco a la Municipalidad de Alajuelita y a su personal, por la ayuda brindada en el desarrollo de la tesis, por aceptar y tener en consideración mi plan de mercadeo para planes a futuro.

Gracias a todos.

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, por brindarme la vida, porque siempre me ha tendido de su mano.

A mis padres, Patricia Abarca y Martín Vega, a mis hermanas, Carolina Vega y Sofía Vega, a mi tía y abuelos, Roxana Abarca, Odilie Cubillo, Delio Abarca y a mi novio Berny Vásquez.

A todos ellos porque son las personas más importantes en mi vida. Gracias por ser mi familia y poder compartir conmigo este momento.

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	i
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	ii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	1
<b>1.1 Planteamiento del problema</b> .....	2
<b>1.1.1 Antecedentes del problema</b> .....	2
<b>1.1.2 Justificación</b> .....	3
<b>1.1.3 Descripción del problema</b> .....	3
<b>1.1.4 Problematización del problema</b> .....	4
<b>1.3.1 Objetivo general</b> .....	6
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b> .....	6
<b>1.4 Alcances y limitaciones</b> .....	6
<b>1.4.1 Alcances</b> .....	6
<b>1.4.2 Limitaciones</b> .....	7
<b>CAPITULO II</b> .....	8
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	8
<b>2.1 Contexto histórico del cantón de Alajuelita</b> .....	9

2.1.1 Aspectos culturales.....	10
2.2.1 El desarrollo humano y su importancia.....	18
2.2.2 Condiciones que ayudan a lograr el desarrollo humano.....	19
2.2.3 Factores que afectan el desarrollo humano cantonal.....	20
2.2.4 Administración.....	27
➤ Marketing.....	27
➤ Marketing social.....	29
➤ Población objetivo o mercado meta.....	29
➤ Comportamiento de la población objetivo.....	30
➤ Mezcla de marketing.....	33
➤ Marketing de servicios.....	35
➤ Segmentación de mercado.....	36
➤ Canales de marketing.....	36
➤ Análisis FODA.....	37
➤ Redes sociales.....	39
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>40</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1 Tipo de investigación.....</b>	<b>41</b>
3.1.1 Finalidad.....	41
3.1.2 Dimensión temporal.....	42

3.1.3 Marco.....	42
3.1.4 Naturaleza.....	43
3.1.5 Carácter.....	43
3.2 Sujetos y fuentes de investigación.....	44
3.2.1 Primarias.....	44
3.2.2 Secundarias.....	45
3.3 Selección de muestreo.....	46
3.4 Técnicas e instrumentos para recolectar la información.....	47
3.4.1. Instrumentos para recolectar información en el enfoque cuantitativo.....	50
3.4.2 Instrumentos para recolectar información en el enfoque cualitativo.....	54
3.5. Definición conceptual, operativa e instrumental de las variables.....	60
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....</b>	<b>61</b>
4. Análisis e interpretación de resultados.....	62
4.3. Entrevista al experto.....	79
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>84</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>84</b>
5.1Conclusiones.....	85
5.2 Recomendaciones.....	91
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>95</b>
<b>PROPUESTA DE MERCADEO.....</b>	<b>95</b>

<b>6.1 Plan para el desarrollo humano cantonal</b> .....	96
<b>6.1.1 Diseño y ejecución del producto a patentizar, “Nuestro Chinchiví”</b> .....	105
<b>6.2 Plan de Mercadeo</b> .....	110
<b>6.4. Presupuesto</b> .....	129
<b>6.4.1 Nuevos ingresos</b> .....	129
<b>6.4.2 Ingresos fijos</b> .....	130
<b>6.4.3 Presupuesto para implementar el Plan de mercadeo para el desarrollo humano cantonal</b> .....	131
<b>6.4.4 Presupuesto para el producto “Chinchiví”</b> .....	132
<b>6.4.5 Cotización de publicidad</b> .....	133
<b>6.4.6 Cronograma para el plan de mercadeo</b> .....	134
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	136
<b>Anexo 1. Entrevista al experto</b> .....	145
<b>ANEXO 2. CUESTIONARIO</b> .....	150

## Tabla de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1. CRUZ DE ALAJUELITA .....	12
ILUSTRACIÓN 2. ESCUDO DEL CANTÓN .....	13
ILUSTRACIÓN 3. PATRÓN DE ALAJUELITA .....	15
ILUSTRACIÓN 4. PERIÓDICO ALAJUELITA HOY .....	16
ILUSTRACIÓN 5. FABRICANTE DEL TÍPICO CHINCHIVI .....	17
ILUSTRACIÓN 6. DON TOÑO Y DOÑA BLANCA .....	18
ILUSTRACIÓN 7. PRECARIOS DE ALAJUELITA .....	21
ILUSTRACIÓN 8. PIRÁMIDE DE MASLOW .....	31
ILUSTRACIÓN 9. SELECCIÓN DEL MUESTREO .....	46
ILUSTRACIÓN 10. ENFOQUE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO .....	49
ILUSTRACIÓN 11. EJEMPLO DE ESCALAS .....	51
ILUSTRACIÓN 12. INSTRUMENTOS ENFOQUE CUANTITATIVO .....	54
ILUSTRACIÓN 13. EJEMPLO DE ENTREVISTA .....	56
ILUSTRACIÓN 14. INSTRUMENTOS ENFOQUE CUALITATIVO .....	58
ILUSTRACIÓN 15. EDADES DE POBLACIÓN .....	85
ILUSTRACIÓN 16. DECRECIMIENTO DESARROLLO HUMANO .....	87
ILUSTRACIÓN 17. BONOS FAMILIARES .....	88
ILUSTRACIÓN 18. ETIQUETA CHINCHIVÍ .....	106
ILUSTRACIÓN 19 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO .....	108
ILUSTRACIÓN 20. PLAN PROAMBIENTE .....	109
ILUSTRACIÓN 21. AMBIENTADOS .....	125
ILUSTRACIÓN 22. RECICLAJE .....	126
ILUSTRACIÓN 23. ECOPLANET CR .....	128

## Tablas

TABLA 1 INDICADOR DE DISCAPACIDAD SEGÚN CANTÓN.....	23
TABLA 2 CALIDAD DE VIDA ALAJUELITA .....	24
TABLA 3 ESCOLARIDAD ALAJUELITA.....	25
TABLA 4 DESEMPLEO ALAJUELITA.....	26
TABLA 5. NUEVOS INGRESOS.....	129
TABLA 6. INGRESOS FIJOS .....	130
TABLA 7. PRESUPUESTO PARA EL PLAN DE MERCADEO.....	131
TABLA 8. PRESUPUESTO "NUESTRO CHINCHIVI" .....	132
TABLA 9. COTIZACIÓN DE PUBLICIDAD.....	133
TABLA 10. CRONOGRAMA .....	134

## **CAPÍTULO I.**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Planteamiento del problema**

### **1.1.1 Antecedentes del problema**

Alajuelita se encuentra reconocido a nivel nacional como uno de los peores cantones en cuanto a desarrollo humano, siendo el cantón con el más bajo índice en desarrollo.

Pese a que se encuentra a pocos minutos de la capital y existen posibilidades de desarrollo cantonal, parece ser que en realidad esto no es así para las personas que conforman esta zona.

Entre ellos destaca el cantón de Alajuelita que conserva bajos logros en desarrollo humano y privaciones sociales en la categoría de «medio bajas» lo que pone de manifiesto un desarrollo humano muy debilitado.

Para el desarrollo, se cita el deterioro tan importante y significativo a nivel educativo, bienestar material y expectativa de vida al que se enfrenta esta comunidad. (Atlas del Desarrollo Humano Cantonal de Costa Rica, 2011, p.29).

Por esta razón es importante que para el cantón se aumenten las posibilidades de desarrollo humano. Esto por medio de estrategias de marketing y acciones que ayuden a incentivar, promocionar y aprovechar los recursos disponibles con los que se cuenta en el cantón y buscar las alternativas necesarias, permitirá la búsqueda de nuevas formas de desarrollarse como seres humanos.

### **1.1.2 Justificación**

La propuesta que se plantea en esta investigación busca proponer algunas medidas estratégicas que permitan mejorar el estado actual que enfrenta el cantón de Alajuelita en cuanto al desarrollo humano, por medio de un plan de mercadeo.

Según Venegas-Matarrita (2011) en el decimoctavo informe del estado de la nación en desarrollo humano sostenible, se cita textualmente lo siguiente:

Destaca por ejemplo un cantón como Alajuelita, con una alta población residente, pero con el más bajo nivel de desarrollo humano y con una base de recaudación municipal paupérrima. Es la típica localidad “dormitorio” con una débil actividad productiva y con residentes que tienen una vinculación limitada con la actividad del territorio, por demás escasa ya que el número de empresas y empleos son reducidos. (p.24).

En este caso tratándose del área de Alajuelita, está demostrado que esta zona se encuentra a nivel nacional como uno de los peores cantones en desarrollo humano, por lo que es un factor importante que determina la dirección y el motivo por el que se requiere buscar y analizar las medidas necesarias en esta investigación, que logren generar posibles mejoras en la zona.

### **1.1.3 Descripción del problema**

La investigación será aplicada en el cantón de Alajuelita, utilizando a su población como objeto de estudio con el apoyo a la vez de la Municipalidad de Alajuelita, en especial con el departamento de logística y el departamento de cultura y arte. Esta institución posee información que será indispensable y de gran

importancia para el desarrollo de la investigación. A su vez, el trabajo se verá apoyado por información adicional y entrevistas con expertos y propiamente con el pueblo alajueliteño por medio de las encuestas.

El cantón de Alajuelita actualmente tiene uno de los índices más altos en cuanto a pobreza y educación, con respecto a los demás cantones de Costa Rica. Esto es un dato importante registrado que es clave para proceder a realizar la investigación.

Al tratarse de un sector con una mala situación social y económica, se hace más fácil que las personas que habitan esta zona tengan mayores problemas para buscar trabajo o simplemente para lograr superarse en su vida cotidiana.

Alajuelita también se ve caracterizada por su alto incremento en la inseguridad que perjudica altamente a los pobladores de esta zona, porque en muchas circunstancias es muy difícil disfrutar de alguna actividad cultural o sencillamente dirigirse hacia los trabajos, escuelas, colegios, cada día.

Al mismo tiempo, el escaso presupuesto con el que cuenta la Municipalidad de Alajuelita se convierte en la actualidad en el mayor de los enemigos para poder superar todos estos factores que ayudan a incrementar el bajo desarrollo humano que existe hoy en día en esta comunidad.

#### **1.1.4 Problematicación del problema**

El plan de mercadeo propuesto ayudará a la comunidad de Alajuelita a aumentar el desarrollo humano cantonal. Al mismo tiempo, logrará dar posibles opciones de crecimiento e ideas de implementación a la Municipalidad de Alajuelita,

como entidad que es la principal encargada de ejecutar todas las estrategias y actividades necesarias que permitan lograr un mejor desarrollo humano cantonal en la comunidad.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Por medio de cuáles estrategias y acciones mercadológicas se puede ayudar a mejorar el desarrollo humano cantonal de los habitantes de la zona de Alajuelita para el período del año 2017?

La investigación será realizada tomando como objeto de estudio a todas aquellas personas que residen y viven en el cantón de Alajuelita en su actualidad. La mayor parte de la información se verá reforzada por la Municipalidad de Alajuelita, que cuenta con datos estadísticos e información de índole cuantitativa y cualitativa que son de suma importancia para el desarrollo y avance de la investigación.

Este cantón a su vez se extiende en varias zonas importantes que también serán consideradas para obtener los resultados necesarios. Alajuelita, San Josecito, San Antonio, Concepción y San Felipe, son zonas en las que también se tendrá que trabajar para poder recibir datos más exactos y reales.

Alajuelita es caracterizado por su alto índice de pobreza e inseguridad, por lo tanto, las condiciones de las personas y áreas a visitar puede que cause dificultades, porque son zonas bastante inseguras y problemáticas, en su mayoría.

El estudio será abarcado para el año 2017.

### **1.3 Objetivos de investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Diseñar un plan de marketing enfocado en el mercadeo social que permita un mayor desarrollo socioeconómico en el cantón de Alajuelita.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado que muestre los sitios estratégicos ideales, que permita incrementar el desarrollo social y económico del cantón.
- Diseñar y promocionar estrategias y acciones de marketing, que permitan poner en manifiesto los valores que posee el cantón, proyectando a la vez, sus recursos y cualidades.
- Realizar un presupuesto que sea factible para que permita que la propuesta de marketing pueda ser ejecutada bajo los términos económicos prospectados para el plan de mercadeo.

### **1.4 Alcances y limitaciones**

#### **1.4.1 Alcances**

La investigación ayudará a que se pueda crear conciencia por parte de los encargados de la Municipalidad de Alajuelita a que tengan más interés y deseos de ayudar a la comunidad, para que la comunidad pueda progresar de una manera significativa.

Se espera poder contribuir por medio de las ideas propuestas y los planes a ejecutar y que éstos puedan ayudar a mejorar el avance social y económico de los

habitantes de la zona y de esta manera solucionar el problema por el que el cantón se ve afectado hoy en día.

#### **1.4.2 Limitaciones**

Dentro de las principales limitaciones que se pueden observar es que la zona de estudio es peligrosa por la alta criminalidad e inseguridad, lo que dificulta el acceso para recabar la información.

Aunado a esto, la información o datos estadísticos relativos al cantón se encuentran actualmente desactualizados.

Uno de los instrumentos a utilizar será el cuestionario que será mostrado a los pobladores del cantón por lo que la información recolectada podría verse limitada y escasa porque si omiten datos relevantes se podría alterar el resultado de la investigación.

## **CAPITULO II.**

### **MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Contexto histórico del cantón de Alajuelita**

El cantón fue fundado en 1909 y se encuentra ubicado al Suroeste de la provincia de San José, Costa Rica. Tiene una extensión de 21.17 kilómetros cuadrados, limita al norte con San José, al Sur con Acosta, al Este con Aserrí y Desamparado, al Oeste con Escazú a una altitud de 1.130 metros sobre el nivel del mar (Montero-Bonilla, gestor cultural de la Municipalidad de Alajuelita, 13 de Junio de 2016).

La división política de Alajuelita se encuentra comprendida por Alajuelita, San Josecito, San Antonio, Concepción y San Felipe.

Este histórico cantón cuenta con varios ríos: Río Cañas localizado en Concepción, Río Limón localizado en Bella Vista, Quebrada Chinchilla localizada en San Josecito, Río Alajuelita localizado en San Felipe y por último el Río Tiribi localizado en Lagunilla.

En la época precolombina la zona que en la actualidad es conocida como Alajuelita era habitada por indígenas del llamado Reino Huetar de Occidente. Los primeros pobladores que llegaron a habitar en este cantón aparecieron en los años de 1650, donde se dedicaron a comenzar sus vidas en lotes y terrenos baldíos.

El cantón posee una población de 77 603 habitantes en total, entre ellos 37 347 son hombres y 40 256 son mujeres. (INEC, Censo, 2012, p.36).

El nombre actual del cantón ha variado y evolucionado, desde que aparece en los protocolos de San José, en los años de 1799 y 1800, en este tiempo conocido

como Lajuelita. Para el año siguiente y los próximos 4 años, es decir hasta el año 1804, era conocido como La Lajuelita y a partir del año 1806 hasta la actualidad, es llamada como Alajuelita.

### **2.1.1 Aspectos culturales**

Para una explicación más detallada de todos aquellos aspectos que caracterizan el cantón de Alajuelita, se cuenta con el apoyo informativo del experto cultural Montero- Bonilla, gestor cultural de la Municipalidad de Alajuelita, (13 de Junio de 2016): esta zona es caracterizada por sus actividades festivas en fechas especiales, su buen sentido del humor, su espíritu alegre en cada actividad y por poseer como cantón atractivos y lugares para todos aquellos que lo visitan, sitios de interés que muestran los recursos que favorecen a este cantón de San José.

#### **➤ La Cruz de Alajuelita**

Imponente, así luce el monumento de la Santa Cruz situado en el cerro de San Miguel. Este cerro a 2036 metros de altura forma parte del distrito de San Antonio, del cantón de Alajuelita. Su antiguo nombre era El Alto de la Caña, pero su nombre fue cambiado gracias a la visita del sacerdote Rosendo Valenciano Salas y sus feligreses. Él fue el que propuso el nombre de Monte de Cristo y construir una enorme cruz para que pudiera ser observada desde diferentes puntos de la capital.

La Cruz fue construida entre los años 1932 y 1934 en una propiedad donada por el Señor Marcos Salazar Mora. Se construyó con fuertes estructuras de hierro, con 26 metros de altura y 11 metros de ancho, acompañada por una base hecha de concreto, con unos 5.50 metros de lado y 3.50 metros de profundidad.

El monumento fue inaugurado el 8 de julio de 1994, una fecha muy importante para el pueblo, pero más que todo para aquellos que contribuyeron en la construcción. A estas personas se les fue otorgado un reconocimiento por su noble trabajo.

Su construcción tuvo un costo estimado de ¢32.000.00 gracias a las donaciones de muchos fieles y la obtención del hierro fue otorgado por el Presidente Ricardo Jiménez Oreamuno.

El cerro de San Miguel se convirtió en un punto de peregrinación desde el año de 1930, hasta la actualidad. Cada año son cientos de personas que participan de esta actividad en Semana Santa o bien simplemente eligen este recorrido en cualquier otra fecha del año, como una forma de despejarse y relajarse, caminando o cabalgando hasta 1 hora y media o más, por sus montañas empinadas y sus senderos, acompañados también por hermosos ríos de agua helada y cristalina.

Actualmente y debido a la inseguridad que predomina en el cantón, las visitas, caminatas y paseos han disminuido a través de los años muy significativamente, registrando un bajo nivel de visitantes en comparación a años anteriores.

La Cruz también se ha visto afectada en su estructura y mantenimiento, tanto así que la misma ya no estaba iluminada, debido al vandalismo, al mal trato y deterioro de la misma. A pesar de esto, la Municipalidad de Alajuelita junto con la El Santuario Santo Cristo de Esquipulas, pusieron en marcha para el año 2015 un plan que contribuyó con la reparación y mejoramiento de la Cruz de Alajuelita, logrando que esta volviera a brillar una vez más.



### **Ilustración 1. Cruz de Alajuelita**

Fuente: página de Facebook Alajuelita histórica en fotos.

#### **➤ El escudo del cantón**

En el año 1976 la Municipalidad realizó entre los miembros del pueblo un concurso para elegir el que sería el escudo de Alajuelita. Sus características son:

- La producción de pólvora que existió en el cantón, como por ejemplo las fábricas de Luis Calderón, Talí Retana, Israel Cambronero y de Rosquete.

- La alfarería, porque en la actual Calle Cambronero conocida como La Alfarera existían alrededor de 10 fábricas de este tipo.

- El barril de chinchiví, bebida nativa de este cantón, asociada a los Festejos Populares en honor al Santo Cristo de Esquipulas, patrón de Alajuelita.
- La Cruz: cuenta la leyenda que en el Cerro donde está ubicada la cruz los vecinos escuchaban fuertes retumbos, por lo que cundió el temor de que fuera a aflorar un volcán, de ahí que decidieron bendecir el cerro y construir La Cruz de Hierro, con lo que la furia de la naturaleza se aplacó.
- El café, representado en el escudo simboliza la producción más importante que por muchos años mantuvo Alajuelita.



**Ilustración 2. Escudo del cantón**

Fuente: página oficial del Facebook, Municipalidad de Alajuelita.

➤ **Santo Cristo de Esquipulas, Patrón de Alajuelita**

En el Santuario de Alajuelita existen dos efigies del Santo Cristo de Esquipulas. La primera data de 1818 y con ella se inició el culto a Esquipulas en esa comunidad, fue tallada por un escultor cartaginés. Actualmente se encuentra en la sacristía del Santuario.

Primera imagen del Cristo de Ébano que se veneró en Alajuelita es de color claro, tallada en madera, con brazos y piernas flexibles con una altura aproximada de un metro. Sobre su cabeza posee una corona dorada en forma circular y en la cintura una tela blanca a modo de sudario; está colocada sobre una cruz verde de madera de casi metro y medio de alto. Realmente esta imagen es poco conocida por los devotos que frecuentan el templo. La segunda efigie es una escultura guatemalteca traída en 1884 para sustituir a la primera. Es una talla en madera, de aproximadamente dos metros de alto, de color café oscuro con algunas partes de su cuerpo pintadas de rojo imitando sangre.

Actualmente el 15 de enero el templo se ve frecuentado durante todo el día por cantidad de fieles que ingresan a prender sus velas, recorrer el santuario por la parte central de rodillas, tocar la imagen, comprar un amuleto o bien, llevarle un exvoto.

A raíz de su importancia y las celebraciones que se festejan debido al patrono de Alajuelita, el 15 de enero forma parte como un día feriado para todas aquellas personas que laboran en el cantón.



### **Ilustración 3. Patrón de Alajuelita**

Fuente: página oficial de Facebook, Santuario Nacional Santo Cristo de Esquipulas.

#### ➤ **Periódico Alajuelita Hoy**

Nace en el año 1996 un 14 de setiembre como el medio de comunicación más utilizado por los alajueliteños. Presenta todos los hechos importantes que acatan la actualidad y también es utilizado como medio de publicidad. Los negocios más importantes son posteados y además es utilizado por los grupos sociales, políticos, comunales, deportivos, para dar a conocer sus logros. Las personas a las que se encuentra dirigido este periódico son las amas de casa, estudiantes, profesionales, grupos políticos o bien a toda aquella persona que quiera participar del mismo o publicar algún anuncio o reseña histórica, relacionada al cantón.

Es distribuido una vez al mes y es distribuido en todo el territorio de Alajuelita y también puede ser adquirido en puntos estratégicos tales como Supermercado Acapulco, Farmacia Victoria, Tele Cable Desamparados, ubicados en Alajuelita o incluso fuera del cantón.



**Ilustración 4. Periódico Alajuelita Hoy**

Fuente: página oficial de Facebook, Periódico Alajuelita Hoy.

### ➤ **El chinchiví**

Don Toño y Doña Blanca, “los reyes del chinchiví” (él es un campesino oriundo de San Gabriel de Aserrí, quien adoptó Alajuelita al casarse) relatan:

Eran los años 50 y estaba en una situación difícil, entonces un señor que ya murió, me vendió una receta de chinchivi en 50, ¡que era mucha plata en ese momento. Mi señora y yo le fuimos poniendo y quitando a la receta y quedó como a la gente le gusta.

A su lado, un poco más tímida, Doña Blanca recuerda como no se perdían las fiestas patronales para hacer el negocio y si era necesario viajaban hasta Plaza Gonzales Viquez, a ofrecer el chinchivi.



**Ilustración 5. Fabricante del típico chinchivi**

Fuente: página oficial de Facebook, Alajuelita histórica en fotos.



**Ilustración 6. Don Toño y Doña Blanca**

Fuente: Montero Bonilla, gestor cultural Municipalidad de Alajuelita.

## **2.2 Contexto teórico**

### **2.2.1 El desarrollo humano y su importancia**

Es el proceso por el que una determinada sociedad, población o grupo de personas, mejoran sus condiciones de vida desde el aspecto económico.

El desarrollo humano implica que todas aquellas personas involucradas en el proceso tengan acceso a cubrir sus necesidades básicas y al mismo tiempo puedan disfrutar de los sistemas de salud, educación, seguridad, plenas libertades políticas y culturales así como tener el derecho y acceso a desenvolverse en sus intereses y desarrollar sus potenciales productivos y creativos como persona.

Desarrollo humano significa de este modo calidad de vida, participación activa de las decisiones que se tomen en el entorno.

En este caso tratándose del desarrollo humano cantonal, es necesario que el pueblo de Alajuelita se vea desarrollado de forma positiva.

La importancia del cumplimiento del desarrollo humano en el cantón de Alajuelita es que todas las personas que forman parte del pueblo puedan ser capaces de mostrar al máximo sus capacidades. El desarrollo humano cantonal es más allá del nivel de ingresos o riqueza en una economía. Su importancia es enfocarse en la riqueza más importante que tiene un pueblo: el capital humano.

### **2.2.2 Condiciones que ayudan a lograr el desarrollo humano.**

Como primera instancia se encuentran las necesidades básicas que toda persona debería satisfacer en su vida diaria, tales como salud, seguridad, vivienda. Además de estas cuestiones básicas, existen otras más complejas:

1. Una vida larga y saludable.
2. Conocimiento.
3. Recursos para un estándar de vida decente.
4. Libertad: libertad política, libertad de acción, libertad de expresión, libertad social, libertad económica, libertad cultural.
5. Derechos humanos garantizados. Derechos civiles. Derechos políticos.
6. Autoestima
7. Un buen ambiente físico.
8. Participación: participación social, participación política, democracia

9. Seguridad humana.
10. Ser creativo.
11. Ser productivo.
12. Dignidad y respeto de los demás.
13. Empoderamiento.
14. Sentimiento de pertenencia a la comunidad. Participación social y política.  
(Montero-Bonilla, gestor cultural de la Municipalidad de Alajuelita, 13 de junio de 2016).

### **2.2.3 Factores que afectan el desarrollo humano cantonal**

Los factores o características que se nombran a continuación hacen mención, a aquellas situaciones que impiden un buen desarrollo como persona o habitante de un determinado cantón.

#### **➤ Aspectos de pobreza**

La pobreza va más allá de la falta de ingresos y recursos para garantizar unos medios de vida sostenibles. Entre sus manifestaciones se incluyen el hambre y la malnutrición, el acceso limitado a la educación y a otros servicios básicos, la discriminación y la exclusión sociales y la falta de participación en la adopción de decisiones. El crecimiento económico debe ser inclusivo con el fin de crear empleos sostenibles y promover la igualdad. (Naciones Unidas, 2016, parr.1).

#### **➤ Asentamientos humanos**

Los asentamientos humanos son establecimientos de personas con un patrón de relaciones entre sociedad y territorio, cuyas transformaciones se

materializan por la dinámica que la primera ejerce sobre el segundo. (Herrera-Ruiz, 2016, parr.1).

Un asentamiento, por consiguiente, no se desarrolla por sí mismo o crece aisladamente, sino que basa su existencia en las relaciones que guarda con el territorio comprendido dentro de su área de influencia y en las que guarda con otros asentamientos humanos.

En la zona existen varios sectores del cantón que se ven afectados por áreas de extrema pobreza. Estos son: Nuevo Amanece, Nuevo Milenio, Las Gavetas, La Deportiva, Los Pinos, El Jazmín, El Tejar, El Muro, La Chanchera, La Cascabela.



**Ilustración 7. Precarios de Alajuelita**

Fuente: Montero Bonilla, gestor cultural Municipalidad de Alajuelita.

➤ **Personas con algún tipo de discapacidad**

Discapacidad es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales. (Organización mundial de la salud, 2016, parr.2).

En el cantón existen al menos un 11,2% de personas con algún tipo de discapacidad, en el que el 10,4% son hombres y el 12,1% son mujeres. (Instituto nacional de estadística y censo, p.1).

Este es un indicador importante ya que en Alajuelita no hay muchas posibilidades de desarrollo para las personas. No hay muchas opciones en las que se puedan desenvolver ni mostrar sus habilidades, lo que perjudica a nivel general el desarrollo cantonal.

## Indicadores de Discapacidad según Cantón

Cantón	Indicadores de discapacidad					
	Porcentaje de población con al menos una discapacidad	Porcentaje de <u>hombres</u> con al menos una discapacidad	Porcentaje de <u>mujeres</u> con al menos una discapacidad	Porcentaje de personas de 0 a 17 años con al menos una discapacidad	Porcentaje de personas de 18 a 64 años con al menos una discapacidad	Porcentaje de personas de 65 años y más con al menos una discapacidad
Alajuelita	11,2%	10,4%	12,1%	4,8%	11,8%	44,0%

**Tabla 1 Indicador de discapacidad según cantón**

Fuente: Montero Bonilla, gestor cultural Municipalidad de Alajuelita.

### ➤ Calidad de vida.


Calidad de vida general definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella. (Urzúa y Caqueo-Urizar, 2012, p.62).

A continuación se describen los datos más relevantes que determinan la calidad de vida para la población de Alajuelita.

Para el año 2005 la esperanza de vida es de 79 años, para el año 2006 es de 76,9 años, para el año 2007 es de 77,8, para el año 2008 es de 77,3 y para el año 2009 la esperanza de vida es de 77 años.

# Calidad de Vida Alajuelita

**Cantón: 110 Alajuelita**  
 Extensión territorial (Km²): 21,2  
 (Entre paréntesis se indica la posición del cantón con respecto al total de cantones)



Índice ó Indicador	2005	2006	Año 2007	2008	2009
IDHc	0,621 (76)	0,619 (77)	0,617 (78)	0,593 (79)	0,584 (81)
IEVc	0,829 (46)	0,769 (74)	0,794 (62)	0,779 (66)	0,773 (73)
Esperanza de vida (años)	79,0	76,9	77,8	77,3	77,0
ICc	0,621 (79)	0,682 (74)	0,662 (79)	0,635 (81)	0,637 (81)
Tasa de matriculación primaria (%)	78,8	75,8	71,8	68,9	64,0
Tasa de matriculación secundaria (%)	35,5	48,5	45,9	41,3	43,3
Tasa de matriculación global (%)	46,3	55,3	52,3	48,2	48,4
Tasa de alfabetización adulta (%)	96,9	97,0	97,0	97,1	97,1
IBMc	0,413 (65)	0,405 (69)	0,394 (71)	0,365 (77)	0,344 (79)
Consumo per cápita (Kwh / persona)	475,1	465,9	452,9	420,4	395,2
IPHc	12,654 (13)	12,940 (45)	11,063 (39)	11,923 (44)	12,703 (45)
IPGc	0,749 (46)	0,751 (54)	0,726 (69)	0,725 (71)	0,717 (75)
IDGc	0,585 (78)	0,586 (77)	0,582 (79)	0,564 (80)	0,557 (80)
ISCc	0,663 (47)	0,726 (35)	0,592 (55)	0,678 (28)	0,606 (34)
IDHSCc	0,632 (70)	0,646 (66)	0,610 (74)	0,614 (72)	0,590 (76)
Población	96.348	101.819	107.603	113.579	119.616

Tomado de: <http://www.insel.or.cr/mapa-cantonal/atlas.pdf>

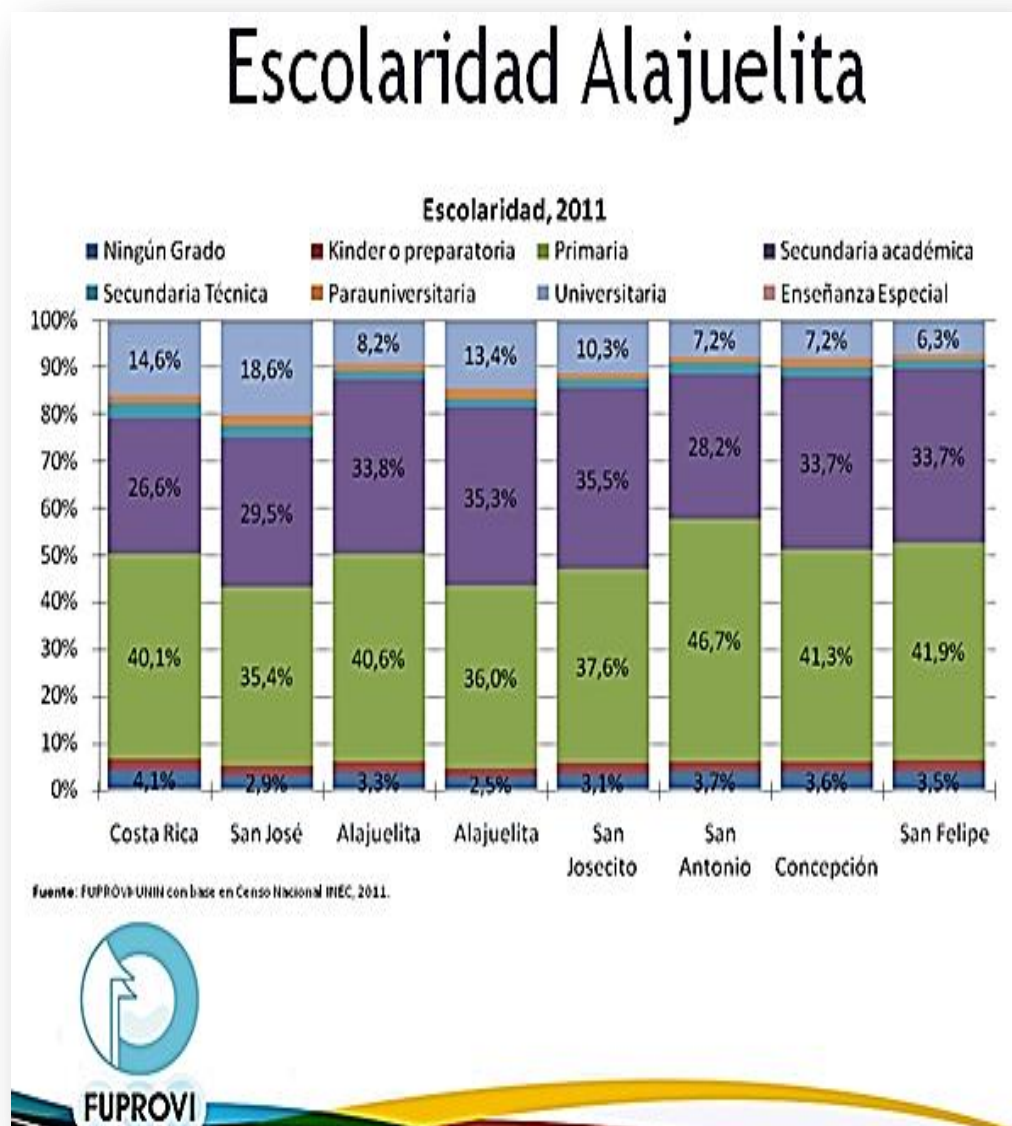


**Tabla 2 Calidad de vida Alajuelita**

Fuente: Montero Bonilla, gestor cultural Municipalidad de Alajuelita.

➤ **Grado de escolaridad.**

Para tomar un pequeño segmento de toda el área que comprende el cantón de Alajuelita, solamente en Alajuelita Centro, según Fuprovi hay un 3,3% sin ningún grado académico, el 40,6% posee la primaria, el 33,8% poseen la secundaria y un 8,2% la universidad.



**Tabla 3 Escolaridad Alajuelita**

Fuente: Montero Bonilla, gestor cultural Municipalidad de Alajuelita.

## ➤ Desempleo

El desempleo es uno de los problemas que más genera preocupación en la sociedad actual. Las personas desempleadas o aquellas que no tienen


empleo u ocupación, deben enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuales sostenerse a sí mismos y a sus familias. Cuando el número de personas desempleadas crece por encima de niveles que se podrían considerar como “normales”, una gran preocupación aparece en toda la sociedad. (Banco de la republica actividad cultural, párr.1).

## Desempleo Alajuelita

Población entre 15 y 65 años (Fuerza de Trabajo)

Territorio Político-Administrativo	Total de la PEA	PEA		Inactivos
		Ocupados	Desocupados	
Costa Rica	84,3%	55,8%	2,0%	42,3%
San José	84,0%	58,8%	2,2%	39,0%
Alajuelita	85,7%	57,2%	2,3%	40,5%
Alajuelita	83,9%	61,2%	2,2%	36,6%
San Josecito	86,0%	59,0%	1,5%	39,5%
San Antonio	85,3%	57,7%	2,1%	40,2%
Concepción	85,9%	56,9%	3,0%	40,2%
San Felipe	86,2%	55,2%	2,2%	42,6%

Fuente: FUPROVI-UNIN con base en Censo Nacional 2011: INEC.



**Tabla 4 Desempleo Alajuelita**

Fuente: Montero Bonilla, gestor cultural Municipalidad de Alajuelita.

Los datos anteriores muestran que el 57,2% se mantienen ocupados desempeñando algún tipo de trabajo, mientras que el 2,3% se encuentran

desocupados y el 40,5% son personas totalmente inactivas, es decir que no se encuentran trabajando ni están en busca de trabajo.

#### **2.2.4 Administración**

De acuerdo con Sánchez Delgado, es un proceso integral para planear, organizar e integrar una actividad o relación de trabajo que se fundamenta en la utilización de recursos para alcanzar un fin determinado.

La administración también se puede definir como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas laboren o trabajen en grupos y alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Con administración, las personas realizan funciones de planeación, organización, integración de personal, dirección y control. (p.44).

La administración en términos empresariales es un factor indispensable para que una organización pueda caminar con sentido correcto hacia las metas y objetivos que se quieran alcanzar según cada situación. La implementación de una buena administración en un plan de mercadeo permite que las estrategias sean impulsadas por la persona capacitada de la mejor manera y de esta forma se puedan ejecutar las acciones propuestas por la persona.

#### ➤ **Marketing.**

Holguín (2012) manifiesta:

El marketing es un proceso donde se planean y ejecutan acciones para lograr satisfacer necesidades a largo plazo, es decir, pretende mantener a sus

clientes satisfechos por mucho tiempo mediante el proceso de creación y entrega de promesas-valor que generen recompensas sucesivas. El marketing es un proceso de transacción o intercambio de bienes o servicios con el objeto de satisfacer necesidades, motivos o gustos de las personas y a su vez generar beneficios económicos y financieros a la empresa. (p.3)

Es importante que los objetivos del marketing se logren, en relación a esto es necesario conocer cuál es el mercado meta al que se quiere persuadir en el estudio. Para el presente caso, el mercado meta es la población de Alajuelita, población a la que se va a dirigir la propuesta de valor planteada en este trabajo.

Tomar en cuenta las necesidades y los deseos del consumidor, en este caso tratándose de un servicio, ayudará a resolver las deficiencias con las que las personas del cantón se ven afectadas actualmente.

La propuesta es importante que logre impactar a las personas de una manera positiva, para que en el cantón se pueda conseguir una mejora significativa en aspectos socioculturales, llámese educación, seguridad, oportunidades laborales, oportunidades de desarrollo, entre otros.

➤ **Plan de marketing**

Hoyos Ballesteros (2013) indica que:

Un plan de marketing es un documento que relaciona los objetivos de una organización en el área comercial con sus recursos, es decir, es la bitácora mediante la cual la empresa establece que objetivos en términos comerciales

quiere alcanzar y que debe hacer para alcanzar dichos objetivos ,es decir, la estrategia de marketing Un plan de marketing generalmente es diseñado para periodos de un año , coincidiendo con la planeación de las organizaciones; para el caso de productos nuevos ,el plan de marketing se puede hacer solo para el periodo que hace falta con respecto a la terminación del año, o para este periodo más el año contable siguiente.( p.3).

➤ **Marketing social**

Schiffman y Wisenblit (2015) indican que:

El concepto de marketing social demanda que los mercadólogos satisfagan las necesidades del público meta en formas que preserven y mejoren el bienestar de la sociedad, al mismo tiempo que cumplen sus objetivos de negocio. (p.6).

Uno de los principales fines que busca este trabajo de investigación se encuentra asociado directamente a este concepto y está enfatizado en buscar mejoras que ayuden a incrementar el desarrollo humano de las personas que habitan en el cantón de Alajuelita.

➤ **Población objetivo o mercado meta**

Según Ortis-Velásquez (2014) se refiere a:

El mercado meta o los mercados meta corresponden al ejercicio de identificar cuáles son los segmentos de mercado que la empresa atenderá. En otras palabras, el mercado meta define las personas o

entidades a las cuales la empresa ofrecerá sus productos o servicios y con los cuales buscará intercambios recíprocos. (p.142).

➤ **Comportamiento de la población objetivo**

Schiffman y Wisenblit (2015) manifiestan lo siguiente

Es el estudio de las acciones de los consumidores durante la búsqueda, adquisición, el uso, la evaluación y el desecho de los productos y servicios que, según sus expectativas, satisfarán sus necesidades. El comportamiento del consumidor explica la manera en que los individuos toman decisiones respecto de cómo gastar sus recursos disponibles (esto es, su tiempo, dinero y esfuerzo) en los bienes que las empresas ponen a la venta.

El estudio del comportamiento del consumidor describe cuáles son los productos y las marcas que compran los consumidores, cuándo los compran, por qué los adquieren, dónde lo hacen, con cuánta frecuencia los compran y con qué asiduidad los utilizan, cómo los evalúan después de la compra y si los adquiere de forma reiterada o no.

➤ **Necesidades, deseos y demandas**

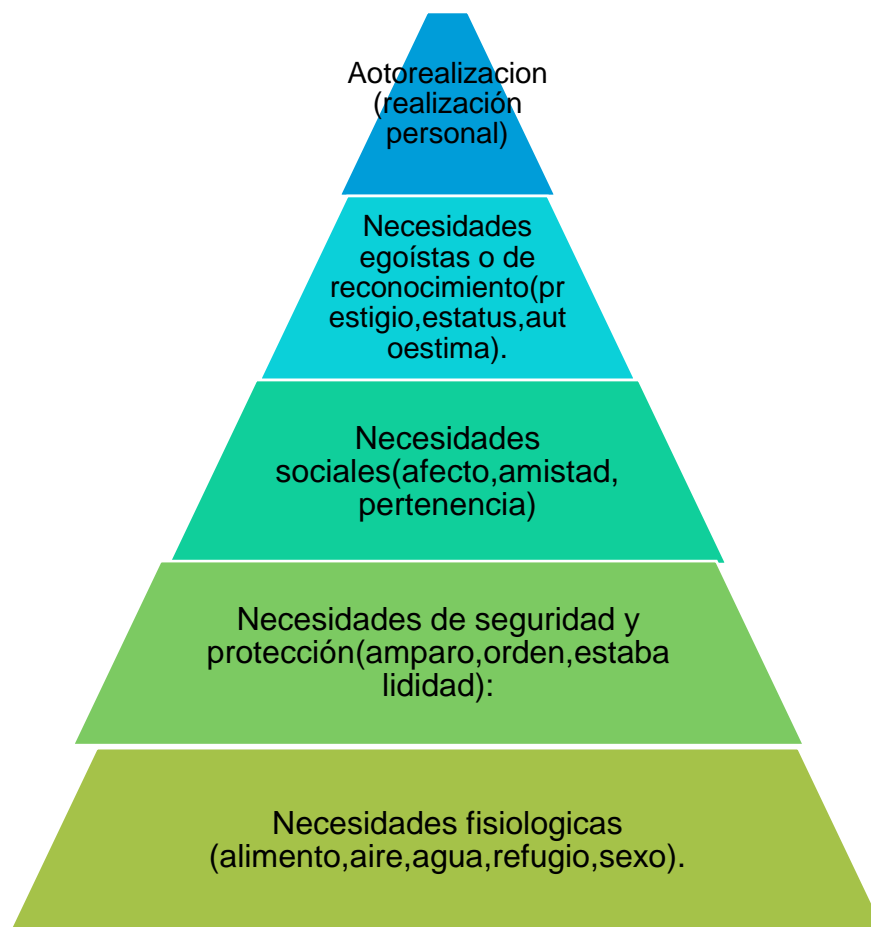
Kotler y Keller (2012) indican que:

Las necesidades son requerimientos humanos básicos tales como: aire, agua, alimento, vestido y refugio. Los humanos también tenemos una fuerte necesidad del ocio, educación y entretenimiento. Estas

necesidades se convierten en deseos cuando se dirigen a objetos específicos que podrían satisfacer la necesidad.

Las demandas son deseos de un producto específico respaldada por la capacidad de pago. (p.10).

➤ **La escala de necesidades según Maslow**



**Ilustración 8. Pirámide de Maslow**

Fuente: elaboración propia

Schiffman y Wisenblit (2015) indican:

### **Necesidades fisiológicas**

Las necesidades fisiológicas constituyen el primer nivel de necesidades humanas y el más básico. Se trata de necesidades primarias, cuya satisfacción es imprescindible para conservar la existencia biológica; entre ellas están el alimento, el agua, el aire, el refugio, la ropa y el sexo, todas son necesidades biogénicas

### **Necesidades de seguridad**

Una vez que cubren las necesidades fisiológicas, las necesidades de seguridad y protección se convierten en la fuerza que impulsa la conducta del individuo. Estas necesidades no solo tienen que ver con la seguridad física, sino también con el orden, la estabilidad, la rutina, la familiaridad y el control sobre la propia vida y el entorno. La salud y disponibilidad de atención médica, por ejemplo, constituyen importantes preocupaciones de seguridad. Las cuentas de ahorro, las pólizas de seguro, la educación y la capacitación para el trabajo son medios a través de los que el individuo satisface la necesidad de seguridad.

### **Necesidades sociales**

El tercer nivel de la jerarquía de Maslow consiste en las necesidades sociales, como el amor, el afecto, la pertenencia y la aceptación.

### **Necesidades egoístas o de reconocimiento**

Cuando las necesidades sociales están más o menos satisfechas, entra en acción el cuarto nivel de la jerarquía de Maslow. En él están incluidas las

necesidades egoístas o de reconocimiento, que pueden tener una orientación interna o externa:

Las necesidades egoístas orientadas al interior: reflejan la necesidad del individuo por gozar de auto aceptación, autoestima, éxito, independencia y satisfacción personal.

Las necesidades egoístas orientadas al exterior: incluyen la necesidad de prestigio, reputación, estatus y reconocimiento por parte de los demás.

### **Necesidades de autorrealización**

Una vez que la gente satisface suficientemente sus necesidades egoístas, se mueve al siguiente nivel. Se refieren al deseo del individuo por explotar todo su potencial, es decir, por convertirse en todo lo que es capaz de llegar a hacer. (p.63).

#### ➤ **Mezcla de marketing**

Mesa-Holguín (2012), menciona que:

El gerente dispone de una herramienta útil para presentar mejor su propuesta al mercado .no con decisiones individuales sino como una combinación que incluye al producto en sí mismo, su precio, el lugar donde estará disponible y las actividades que lo presentan a los consumidores y que crea una respuesta deseada entre un grupo de ellos. A esto se le llama mezcla de marketing o marketing mix y se define como el conjunto de herramientas que utiliza una empresa para conseguir sus objetivos de marketing. (p.4).

➤ **Producto**

Es un bien, servicio, idea, información, lugar, persona, experiencia, organización, es decir, cualquier “cosa” que se ofrezca en venta para el intercambio. Incluye diseño, empaque, marca, etiqueta, y demás características tangibles e intangibles junto con el servicio adicional proporcionado y relacionado con el producto. (p.4).

El producto siempre es aquel objeto tangible que puede servir como medio de intercambio en el proceso de marketing. Un producto es todo aquel objeto que se puede transportar, tocar, intercambiar o vender y por el que se realiza una oferta, publicidad, entre otros.

➤ **Plaza**

Es la disponibilidad del producto para que el cliente lo encuentre en el momento y lugar deseado. Incluye el servicio prestado por los canales de distribución y la logística en la gestión de pedidos, transporte, almacenamiento y manejo de inventarios. (p.5).

La plaza es el lugar de distribución del producto, el punto estratégico en el que los compradores o los clientes pueden llegar a buscar el producto ofertado u ofrecido por la empresa o entidad encargada.

➤ **Promoción**

Son las diferentes actividades que se deben desarrollar en la empresa para informar a un público objetivo sobre el conocimiento del producto, motivarlo a la compra y recompra del mismo. Se puede realizar a través de la publicidad en los medios, marketing directo, promociones en los puntos de ventas, relaciones públicas y venta personal. (p.5).

La promoción es el medio de comunicación por el que se va a lograr transmitir el mensaje, con el fin de cumplir con los objetivos de cada empresa.

Esta P de la mezcla de marketing se vuelve indispensable para lograr la venta o promoción adecuada del producto porque si existe una buena estrategia o forma de dar a conocer los productos, se obtiene el resultado esperado.

➤ **Precio**

Es la asignación de valor o la cantidad expresada en dinero que el consumidor debe intercambiar para recibir el producto. (p.5).

El precio corresponde al valor final por el que se va a ver caracterizado el producto y corresponde al valor que la persona tiene que pagar para obtener el producto deseado.

➤ **Marketing de servicios**

Las características diferenciales de un servicio son:

Intangibilidad: un servicio no se puede tocar, no se puede transmitir su propiedad ni se puede transportar.

Inseparabilidad: la producción y el consumo se producen normalmente de forma simultánea en el tiempo, por lo que no hay posibilidad de separarlos.

Heterogeneidad: es difícil conseguir la estandarización del servicio.

Caducidad: si el servicio no es consumido cuando se oferta, se pierde.

(Martínez- García, Ruiz- Moya y Escriva-Monzó, 2014, p.1)

Es necesario aclarar que el plan de mercadeo propuesto en la investigación cumple la función de servicio, puesto que no se trata de un producto. El plan de mercadeo planteado en el trabajo escrito dirigido hacia los habitantes del cantón de Alajuelita, cumple con las características mencionadas con anterioridad.

➤ **Segmentación de mercado**

Kotler y Keller (2012) manifiestan lo siguiente

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en partes bien homogéneas según sus gustos y necesidades. Un segmento de mercado consiste de un grupo de clientes que comparten un conjunto similar de necesidades y deseos. La tarea del especialista en marketing consiste en identificar el número y naturaleza de los segmentos que conforman el mercado, y en decidir a cuales se dirigirá. (p.214).

Segmentar un mercado permite al investigador enfatizar de una forma más adecuada las estrategias e ideas que se quieran ejecutar, debido que al dividir la población en total, se permite conocer las características, necesidades y demandas, que posee más específicamente el grupo de personas que se quiere estudiar.

➤ **Canales de marketing**

Armstrong y Kotler (2013) indican

Pocos productores venden sus productos de manera directa a los usuarios finales. En cambio, la mayoría utilizan intermediarios para llevar sus productos al mercado. Intentan crear un canal marketing (o canal d distribución): un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio esté disponible para su uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial. (p.293).

Los mercadólogos también utilizan los canales de servicio para efectuar transacciones con compradores potenciales. Los canales de servicio incluyen almacenes, empresas de transporte, bancos y empresas aseguradoras que facilitan las transacciones.

Para el plan de mercadeo se tomaron en cuenta los canales de servicio que permiten que el servicio sea otorgado a la comunidad con mayor satisfacción, mayor seriedad y precisión para lograr con los objetivos propuestos.

Los canales de marketing, son precisamente aquellos medios que permiten que el producto o servicio lleguen a su punto de distribución o bien a su punto de venta final, con el fin de que éstos sean consumidos por su mercado meta.

#### ➤ **Análisis FODA**

La valoración general de las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas se conoce como análisis SWOT (siglas en inglés para *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* y *threats*), y consiste en analizar el ambiente de marketing, tanto el interno como el externo. (Kotler y Keller, 2006, p. 52,).

El análisis FODA, se encarga de analizar todos aquellos factores que hacen que se diferencie de las demás empresas, marcas o entidades.

- **Oportunidades y amenazas**

Las unidades de negocio deben analizar las *fuerzas del macro entorno* (demográfico económico, natural, tecnológico, político legal y sociocultural) y los actores *del micro entorno* significativos (clientes, competidores, proveedores, distribuidores e intermediarios) que influyen en su capacidad de generar utilidades. Las oportunidades toman todos aquellos factores positivos externos los cuales pueden ayudar a surgir o a mejorar, mis fortalezas como empresa. (Kotler y Keller, 2006, p. 52).

Las amenazas por el contrario, son todas aquellas características que amenazan con el buen funcionamiento de una empresa, de tal modo que puede llegar a influenciar de forma desfavorable a la empresa.

- **Fortalezas y debilidades**

Un negocio debe evaluar sus fortalezas y debilidades internas. Para ello se puede utilizar un formulario como el del recuadro titulado *Cuestiones clave: Análisis de fortalezas y debilidades*. Por supuesto, la empresa no tiene que corregir todas sus debilidades, ni tampoco vanagloriarse de todas sus fortalezas. La pregunta clave consiste en saber si la empresa se debería limitar a aprovechar aquellas oportunidades para las que tiene las fortalezas necesarias, o si debería considerar oportunidades que implican la necesidad de adquirir o

desarrollar determinadas fortalezas”. (Kotler, Philip y Lane Keller, 2006, p. 53).

Las fortalezas son lo que diferencia una la empresa de las demás. Se convierten en una táctica totalmente competitiva contra las demás empresas.

Las debilidades son aquellos factores internos en los que la empresa no se encuentra en buen estado, es decir, son aspectos por los que la entidad debe mejorar y preocuparse por cambiar.

➤ **Redes sociales**

Representan una combinación única de tecnología e interacción social con el fin de crear valor personal para los usuarios. Para nuestros propósitos, las redes sociales son medios de comunicación en línea donde los usuarios envían comentarios, fotos y videos, a menudo acompañados de un proceso de retroalimentación para identificar los temas “populares”. Por lo tanto implican una autentica conversación en línea entre las personas sobre un tema de interés mutuo, construido con sus pensamientos y experiencias personales”. (Kerin y Hartley, 2014, p.40).

Las redes más utilizadas y también algunas mencionadas en el presente trabajo de investigación son: facebook, instagram, twitter, whatsapp.

## **CAPITULO III.**

### **MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Tipo de investigación**

De acuerdo con Hernández-Sampieri

La investigación, es un proceso de conjuntos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. (p.4).

Bernal-Torres (2010) menciona los siguientes elementos:

#### **3.1.1 Finalidad**

La finalidad de todo tipo de investigación es orientarse a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación para crear un cuerpo de conocimiento teórico en algún campo de la ciencia

En cuanto a la aplicación, su fin es resolver problemas concretos y cotidianos, que se pueden presentar en un país o empresa en específico.

En otras palabras cuando la investigación es aplicada, lo que se busca es que con la forma recopilada a lo largo de la investigación, pueda servir de apoyo para lograr resolver los problemas, planes, acciones.

Por esta razón, el tipo de investigación asociada al trabajo es la aplicada porque por medio de ésta se puede llevar a cabo el objetivo de investigación con mayor facilidad, objetividad y análisis y lograr con la finalidad de ayudar al cantón alajueliteño.

### **3.1.2 Dimensión temporal**

En cuanto a la dimensión, existen básicamente dos tipos de investigaciones, que pueden ser de tipo transversal o longitudinal.

La transversal “estudia aspectos del desarrollo de los sujetos y de los temas en un momento dado”.

La longitudinal, “analiza un tema o el desarrollo de la conducta de un grupo de sujetos investigados, en diversos momentos y a lo largo del tiempo, con el fin de poder identificar y comparar los diversos comportamientos del tema o del grupo investigado”. (Barrantes-Echavarría, 2002, p.64).

Para este caso, en cuanto a la dimensión temporal, se debe aplicar el tipo de investigación longitudinal debido a que se debe estudiar a la población de Alajuelita en diversos momentos y a lo largo del tiempo, lo que va a permitir que la investigación pueda contar con datos actualizados y reales. Es importante aplicar este tipo de investigación puesto a que se está trabajando con el desarrollo humano, esto implica contar con información y estadísticas, implementadas en diferentes momentos.

### **3.1.3 Marco**

El marco hace referencia al tamaño con el que cumple la investigación en desarrollo, a la magnitud de la investigación en el contexto de un país, una organización o una temática. (Chinchilla-Jiménez, 2016).

Para este caso, debido a que el trabajo es aplicado en una población, es importante distinguir su desarrollo mediante un tipo de investigación macro.

La presente investigación será desarrollada en la provincia de San José, en el cantón de Alajuelita y el estudio se verá reflejado en el desarrollo humano.

### **3.1.4 Naturaleza**

“Su naturaleza, puede ser cuantitativa, cualitativa o mixta”. Para esta investigación la naturaleza es de tipo mixta y se ve reforzada por información de tipo numérico, estadísticas e informes, apoyada por instituciones del gobierno, como por ejemplo se puede mencionar el INEC lo que arroja información de tipo estadístico que permitirá una exactitud en sus datos e información. No obstante, la investigación posee información cualitativa, porque se manejan muchos informes provenientes de noticias, periódicos, opiniones del pueblo, información sobre la Municipalidad y más. (Chinchilla-Jiménez, 2016).

### **3.1.5 Carácter**

El investigador se plantea como objetivos estudiar el porqué de las cosas, los hechos, los fenómenos o las situaciones, se dominan explicativas. También detalla algunos objetivos que se pueden cumplir, en diferentes campos.

Asociado al tipo de investigación se puede presentar la investigación explicativa para el campo económico y empresarial:

- Conocer las pequeñas causas que llevan a la quiebra a las pequeñas y medianas empresas.
- Analizar los factores de competitividad de las empresas en un determinado país o sector económico.

- Analizar las estrategias o los factores de éxito, o el fracaso de una empresa o un sector económico. (Bernal-Torres, 2010, p.115).

Para la investigación en desarrollo se debe aplicar el carácter investigativo explicativo o investigación causal.

Relacionando los conceptos anteriores, se puede fundamentar la importancia de aplicar este tipo de investigación con el fin de lograr un plan de desarrollo humano cantonal para la población de Alajuelita.

Se puede llegar a conocer las razones, circunstancias, factores y estrategias que se pueden implementar para conocer todas aquellas características que permitirán a la población mejorar su desarrollo humano.

### **3.2 Sujetos y fuentes de investigación**

Los sujetos para esta investigación corresponden a la población de Alajuelita. Al ser una población tan numerosa para ser tomada en cuenta para un tema de investigación universitario el procedimiento para poder estudiar un equivalente a la población total de Alajuelita es tomar como objeto de estudio una muestra que sea significativa con el universo.

Sobre las fuentes, Santemas- Mestre (2014) menciona lo siguiente:

#### **3.2.1 Primarias**

Son aquellos datos que se obtienen de modo específico para la investigación a efectuar. Los datos primarios, al ser obtenidos expresamente para la investigación a realizar, son los más idóneos, porque se pueden adaptar a los propósitos del estudio, aunque

lógicamente, tienen un costo de obtención superior a los secundarios.  
(p.143).

Este tipo de fuente de información es clave para lograr el desarrollo de la investigación con temas actualizados e información real. Para la presente investigación se cuenta con el apoyo directo de la Municipalidad de Alajuelita, que brinda por medio de sus funcionarios la información necesaria para hacer posible la propuesta.

Pero la obtención de los datos es indispensable gracias a un sujeto de información clave, en este caso las personas. Las personas que se verán influenciadas en este proyecto arrojan la información más importante, que se maneja directamente con el objeto de estudio, lo que permite que el trabajo sea desarrollado con la materia más eficaz y actualizada.

### **3.2.2 Secundarias**

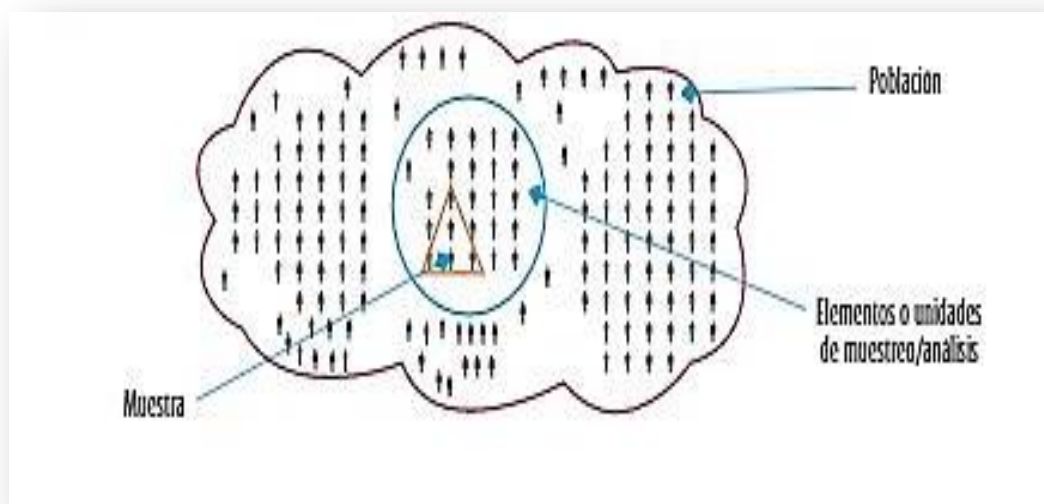
Son los datos que ya están disponibles, es decir, existen estadísticas o datos obtenidos en estudios anteriores que sirven para el propósito de la investigación a realizar. Los datos secundarios tienen como ventaja su menor costo y tiempo necesario para obtenerlos. (p.144).

Para este trabajo de investigación, las fuentes de información secundarias cumplen al igual que las primarias un papel muy importante para la obtención de los datos. Se utiliza mucha cantidad de información de libros, documentos escritos facilitados por medio del internet, también se toma en cuenta información que es publicada por entidades gubernamentales del país, tales como La Nación, el periódico de Alajuelita, estadísticas del INEC, FUPROVI y más.

### 3.3 Selección de muestreo

Hernandez-Sampieri (2014) indica que

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de ante mano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. (p.173).



**Ilustración 9. Selección del muestreo**

Fuente: Hernandez Sampieri

Básicamente la muestra está categorizada en dos tipos:

La muestra probabilística: todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis. (p. 175).

La muestra no probabilística: la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador. (p. 176).

Para el presente trabajo de investigación el tipo de muestreo que se utiliza es el muestreo probabilístico debido a que se conoce la cantidad de habitantes del cantón y todos tienen posibilidad de salir en la muestra. Las personas fueron elegidas al azar, no fueron escogidos a gusto del investigador.

### Calculo de la muestra

$$n = \frac{Z_a^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_a^2 p q}$$

$$n = x = \frac{n = (1.96)^2 \times 77\,603 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{(0.05 \times (77\,603 - 1)) + (1.96)^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}$$

$$n = 382.30$$

### 3.4 Técnicas e instrumentos para recolectar la información

Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Por consiguiente, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

Es importante destacar los dos tipos de técnicas que existen en toda investigación, la técnica cuantitativa y técnica cualitativa.

➤ **Cuantitativa**

Si lo que se desea es presentar resultados numéricos mediante datos y estadísticas, entonces se utiliza un enfoque cuantitativo, que significa cantidad, número. La finalidad de la investigación es la verificación y busca la obtención de datos precisos, sólidos y repetibles.

➤ **Cualitativa**

En los métodos cualitativos se reproducen datos descriptivos e interpretativos. En este caso a los resultados no se les asignan números sino que se interpretan los datos a manera de informe. Estos métodos no buscan datos para un manejo estadístico, lo que se requiere es la calidad y no la cantidad y los objetivos principales se encuentran en describir, comprender, interpretar, y explicar un fenómeno social. (Barceló Méndez y Herrera Garnica, 2012, p.29).

Definiciones (dimensiones)	Enfoque cuantitativo	Enfoque cualitativo
Marcos generales de referencia básicos	Positivismo, neopositivismo y pospositivismo.	Fenomenología, constructivismo, naturalismo, interpretativismo.
Punto de partida <sup>a</sup>	Hay una realidad que conocer. Esto puede hacerse a través de la mente.	Hay una realidad que descubrir, construir e interpretar. La realidad es la mente.
Realidad que se va a estudiar	Existe una realidad objetiva única. El mundo es concebido como externo al investigador.	Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos y culturas. Por ello, el investigador cualitativo parte de la premisa de que el mundo social es "relativo" y sólo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados.

**Ilustración 10. Enfoque cuantitativo y cualitativo**

Fuente: Hernández Sampieri.

Para el presente trabajo de investigación la técnica que se utiliza es la cuantitativa, debido a que el fin de este tipo de técnica no es solo recabar la información necesaria, sino que lo importante también en este caso ,es buscar e interpretar todos aquellos datos numéricos los cuales puedan aportar a la investigación, es importante recalcar que existe información y datos estadísticos y numéricos, los cuales fueron contribución de datos propios de la Municipalidad de Alajuelita .Ambos tipos de información, son elementales para fortalecer el contenido del proyecto.

### 3.4.1. Instrumentos para recolectar información en el enfoque cuantitativo

#### ➤ **Cuestionarios**

Hernandez-Sampieri (2014):

Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas con la inseguridad). Pero también se implementan en otros campos. (p.217).

#### ➤ **Escalas de actitudes**

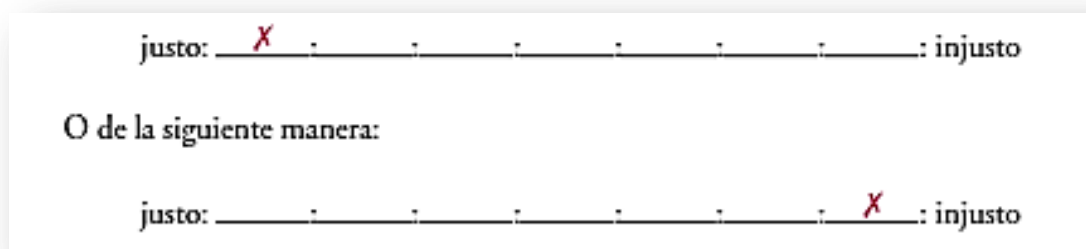
##### **a. Escalamiento de Likert**

Consiste en un conjunto de ítems presentado en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación, y se solicita al sujeto que externe su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (p.238).

##### **a. Diferencial semántico**

Consiste en una serie de adjetivos extremos que califican al objeto de actitud, ante los cuales se solicita la reacción del participante. Es decir, este debe calificar al objeto de actitud a partir de un conjunto de

adjetivos bipolares; entre cada par de estos, se presentan varias opciones y la persona selecciona aquella que en mayor medida refleje su actitud. (p.47).



### Ilustración 11. Ejemplo de escalas

Fuente: Hernández Sampieri.

#### b. Escalograma de Guttman

Técnica para medir las actitudes que al igual que la escala de Likert, se fundamenta en juicios ante los cuales los participantes deben externar su opinión seleccionando uno de los puntos o categorías de la escala respectiva. (p. 51).

#### ➤ Análisis de contenido cuantitativo

Es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías o subcategorías, y los somete a análisis estadístico.

Sus usos son muy variados, por ejemplo: evaluar el grado de carga de contenido sexual de uno o varios programas televisivos; estudiar las apelaciones y características de campañas publicitarias (digamos, de

perfumes femeninos de costo elevado) en los medios de comunicación colectiva (radio, televisión, periódicos y revistas ); comparar estrategias propagandísticas de partidos políticos en internet; conocer discrepancias ideológicas entre varios periódicos al tratar de un tema como el terrorismo internacional; determinar la evolución de cierta clase de pacientes que asisten a psicoterapia al analizar sus escritos y expresiones verbales. (p.252).

➤ **Observación**

Consiste en el registro sistemático, valido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías. Útil por ejemplo, para analizar conflictos familiares, eventos masivos (como la violencia en los estadios de futbol), la aceptación-rechazo de un producto en un supermercado, el comportamiento de personas con capacidades mentales distintas, la adaptación de operarios a una nueva maquinaria, etc. (p. 252).

➤ **Pruebas estandarizadas e inventarios**

Estas pruebas o inventarios miden variables específicas, como la inteligencia, la personalidad en general, la personalidad autoritaria, el razonamiento matemático, el sentido de vida, la satisfacción laboral, el tipo de cultura organizacional, el estrés preoperatorio, la depresión posparto, la adaptación al colegio, interés vocacionales, la jerarquía de valores, el amor romántico, la calidad de vida, la lealtad a una marca de algún producto, etc. (p. 252).

➤ **Datos secundarios (recolectados por otros investigadores)**

Implica la revisión de documentos, registros públicos y archivos físicos o electrónicos. Por ejemplo, si nuestra hipótesis fuera: “la violencia manifiesta en la ciudad de México es mayor que en la ciudad de Caracas; entonces acudiríamos a las alcaldías de las ciudades para solicitar datos relacionados con la violencia, como número de asaltos, violaciones, robos a casa-habitación, asesinatos, etc. (p.252).

➤ **Instrumentos mecánicos o electrónicos**

Sistemas de medición por aparatos, como el detector de mentiras o polígrafo, que considera la respuesta galvánica de la piel ( en investigaciones sobre crímenes); la pistola laser, que mide la velocidad a la que circula un automóvil desde un punto externo al vehículo (en estudios sobre comportamiento de conductores); instrumentos que captan la actividad cerebral (evaluaciones médicas y psicológicas); el escáner, que mide con exactitud el cuerpo de un ser humano y ubica la talla ideal para confeccionar toda su ropa o vestuario (en investigaciones para diseñar los uniformes de los soldados ); la medición electrónica de distancias, etcétera. (p.253).

➤ **Instrumentos y procedimientos propios específicos de cada disciplina**

En todas las áreas de estudio se han generado valiosos métodos para recolectar datos sobre variables específicas. Por ejemplo, en la comunicación organizacional se utilizan formatos para evaluar el uso que hacen los ejecutivos de los medios de comunicación interna (teléfono, reuniones, internet, etc.), así como herramientas para conocer procesos de comunicación

en la empresa (la auditoría en comunicación). Para el análisis de grupos se usan los sistemas socio métrico y el análisis de redes. (p. 253).

Métodos	Propósito general básico	Ventajas	Retos
Cuestionarios/ Escala de actitudes/ Pruebas estandarizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener de manera relativamente rápida datos sobre las variables.</li> <li>• Propios para actitudes, expectativas, opiniones y variables que pueden medirse mediante expresiones escritas o que el mismo participante puede ubicarse en las categorías de las variables (autoubicación).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puede ser anónimo.</li> <li>• Poco costosa su aplicación individual.</li> <li>• Relativamente fácil de responder.</li> <li>• Relativamente fácil de analizar y comparar.</li> <li>• Puede administrarse a un considerable número de personas.</li> <li>• Normalmente disponemos de versiones previas para escoger o basarnos en éstas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regularmente no se obtiene realimentación detallada de parte de los respondientes.</li> <li>• Se evalúan actitudes y proyecciones, no comportamientos (mediciones indirectas).</li> <li>• El manejo del lenguaje puede ser una fuente de sesgos e influir en las respuestas.</li> <li>• Son impersonales.</li> <li>• No nos proporcionan información sobre el individuo, excepto en las variables medidas.</li> </ul>
Observación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolectar información no obstrusiva respecto a conductas y procesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede adaptar a los eventos tal y como ocurren.</li> <li>• Se evalúan hechos, comportamientos y no mediciones indirectas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad para interpretar conductas.</li> <li>• Complejidad al categorizar las conductas observadas.</li> <li>• Puede ser obstrusiva y provocar sesgos si es "participante".</li> <li>• Puede ser costosa.</li> </ul>
Análisis de contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolectar información no obstrusiva respecto de mensajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede adaptar a los eventos tal como ocurren.</li> <li>• Se evalúan mediciones indirectas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad para interpretar mensajes.</li> <li>• Complejidad al categorizar los mensajes.</li> </ul>

### Ilustración 12. Instrumentos enfoque cuantitativo

Fuente: Hernández Sampieri.

#### 3.4.2 Instrumentos para recolectar información en el enfoque cualitativo

Hernández-Sampieri (2014) expresa lo siguiente:

➤ **La observación**

La observación investigativa no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos. Los propósitos esenciales de la observación en la inducción cualitativa son:

- a. Explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan.
- b. Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan.
- c. Identificar problemas sociales.
- d. Generar hipótesis para futuros estudios. (p.399).

➤ **La entrevista**

Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y el (entrevistado) u otras (entrevistados). Las entrevistas se dividen en estructuradas, no estructuradas y no estructuradas o abiertas. En las primeras, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta ( el instrumento prescribe que cuestiones se preguntarán y en qué orden). Las entrevistas semiestructuradas, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas

se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad de manejarla. (p.403).

### Guía de entrevista sobre el clima laboral

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_  
Lugar (ciudad y sitio específico): \_\_\_\_\_

**Entrevistador:**

**Entrevistado (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):**

#### **Introducción**

Descripción general del proyecto (propósito, participantes elegidos, motivo por el cual fueron seleccionados, utilización de los datos).

#### **Características de la entrevista**

Confidencialidad, duración aproximada.

#### **Preguntas**

1. ¿Qué opina de esta empresa?
2. ¿Cómo se siente trabajando en esta empresa?
3. ¿Cómo se siente en cuanto a su motivación en el trabajo?
4. ¿Cómo es la relación que tiene con su superior inmediato o jefe?
5. ¿Qué tan orgulloso se siente de trabajar aquí en esta empresa?
6. ¿Qué tan satisfecho está en esta empresa? ¿Por qué?
7. Si compara el trabajo que realiza en esta empresa con trabajos anteriores, ¿en cuál se sintió mejor? ¿Por qué?
8. Si le ofrecieran empleo en otra empresa, pagándole lo mismo, ¿cambiaría de trabajo?
9. ¿Cómo es la relación que tiene con sus compañeros de trabajo? ¿Podría describirla?
10. ¿Qué le gusta y qué no le gusta de su trabajo en esta empresa?
11. ¿Cómo ve su futuro en esta empresa?
12. Si estuviera frente a los dueños de esta empresa, ¿qué les diría? ¿Qué no funciona bien? ¿Qué se puede mejorar?
13. ¿Qué opinan sus compañeros de trabajo de la empresa? ¿Qué tan motivados están?
14. ¿Qué les gustaría cambiar a ellos?

#### **Observaciones:**

Dé las gracias e insista en la confidencialidad y la posibilidad de participaciones futuras.

### Ilustración 13. Ejemplo de entrevista

Fuente: Hernández Sampieri.

#### ➤ **Sesiones en profundidad o grupos de enfoque**

Una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas) y en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado o informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales.

En esta técnica de recolección de datos, la unidad de análisis es el grupo (lo que expresa y construye) y tiene su origen en las dinámicas grupales, muy socorridas en la psicología. El formato de las sesiones es parecido al de una reunión de alcohólicos y anónimos o a grupos de crecimiento en el desarrollo humano. Se reúne a un grupo de personas para trabajar con los conceptos, las experiencias, emociones, creencias, categorías, sucesos o los temas que interesan en el planteamiento de la investigación. (p.409).

➤ **Documentos, registros, materiales y artefactos**

Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delinear sus historias y estatus actuales. Le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal.

Entre tales elementos podemos mencionar, cartas, diarios personales, fotografías ,grabaciones de audio y video por cualquier medio, objetos como vasijas, armas y prendas de vestir, grafiti y toda clase de expresiones artísticas ,documentos escritos de cualquier tipo, archivos, huellas, medidas de erosión y desgaste, etcétera. (p.415).

➤ **Biografías e historias de vida**

Puede ser individual (un participante o un personaje histórico) o colectiva (una familia, un grupo de personas que vivieron durante un periodo y que compartieron rasgos y vivencias). Para realizarla se suelen utilizar entrevistas en profundidad y revisión de documentos y artefactos personales e históricos. (p.417).

Instrumento	Ventajas	Limitaciones
<i>Observación participante</i>	El investigador mantiene experiencias directas con los participantes y el ambiente.	El investigador puede ser visto como intrusivo.
<i>Observación directa no participante</i>	Es factible observar cuestiones inusuales y el investigador puede captar datos directos de los participantes y el ambiente. Útil para temas que pueden incomodar a los participantes cuando se discuten con el investigador.	Requiere que el investigador posea la habilidad para captar cuestiones "veladas" y signos no verbales. La información personal puede no aflorar o no ser detectada.
<i>Observación mediante equipos</i>	El investigador puede grabar y estudiar el material una y otra vez.	Los participantes pueden sentirse incómodos al saber que se les graba y con algunos (como los niños) puede ser más complicado lograr la empatía.
<i>Entrevistas personales (incluyendo personalizadas por internet)</i>	Los participantes pueden proveer información histórica. El investigador realmente está utilizando dos herramientas: la propia entrevista y la observación. Permite cierto control del entrevistador sobre los temas por incluir y excluir, mediante preguntas.	Los datos están "filtrados" por los puntos de vista de los participantes. A veces el ambiente no es el natural de los participantes. No todos los participantes tienen las mismas habilidades para expresarse verbalmente y por otros medios.
<i>Documentos</i>	Permiten al investigador estudiar el lenguaje escrito y gráfico de los participantes. Es una forma no obtrusiva cuando no se les pide elaborarlos, y en este caso, pueden ser consultados en cualquier momento y ser analizados cuantas veces sea preciso. No es necesario dedicar tiempo a transcribirlos.	No siempre se puede tener acceso a éstos, particularmente los de carácter privado, y a veces es complicado encontrarlos. Debe asegurarse su autenticidad. Frecuentemente es necesario escanearlos. Pueden estar incompletos.
<i>Material audiovisual</i>	Si ya han sido elaborados, no es obtrusivo y puede revisarse cuantas veces resulte necesario. Muchas veces proporciona información del contexto.	No siempre es accesible. Si se graba durante la investigación, el fotógrafo o camarógrafo puede ser obtrusivo.

**Ilustración 14. Instrumentos enfoque cualitativo**

Fuente: Hernández Sampieri.

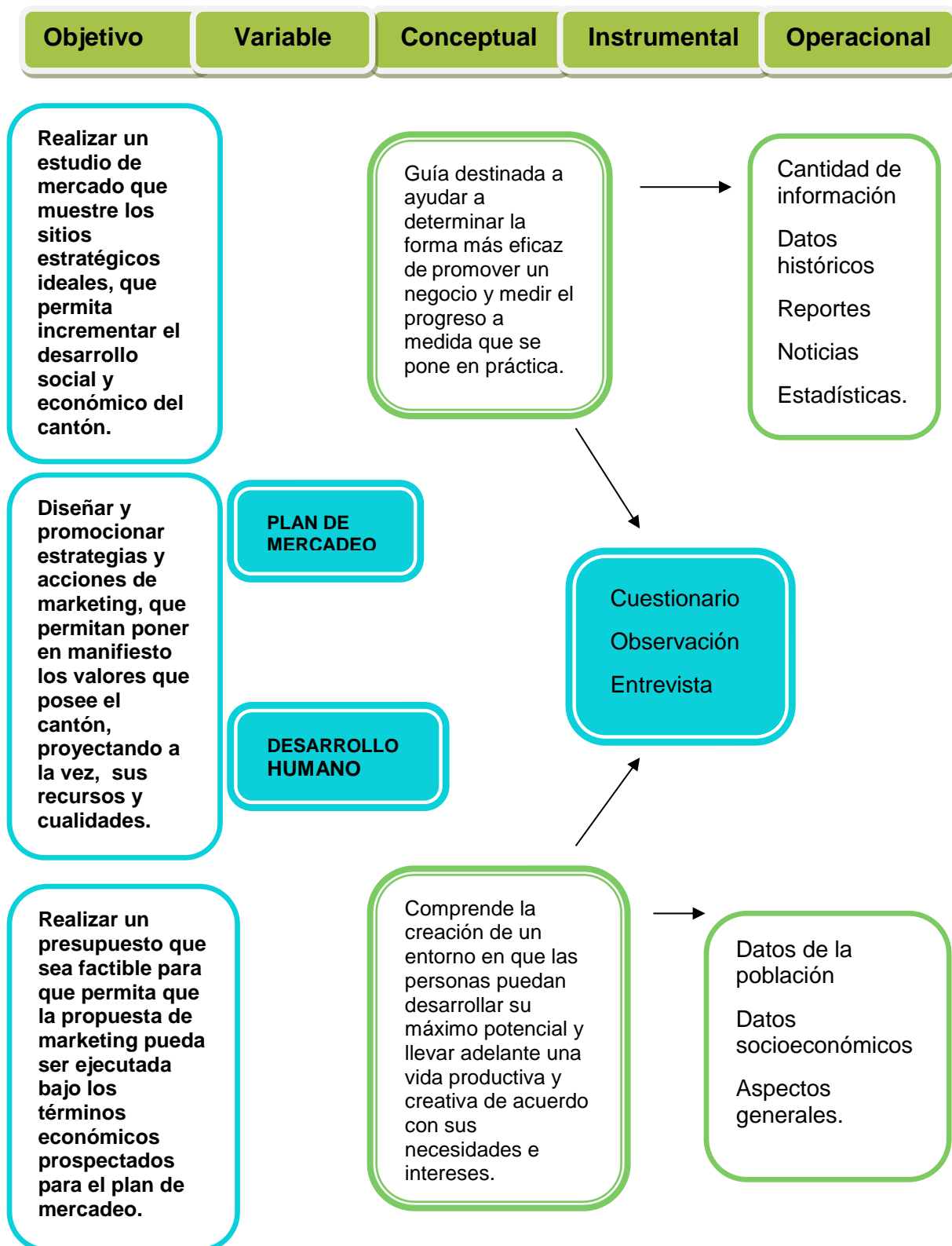
Para el presente trabajo de investigación, los instrumentos de información a utilizar específicamente son: la observación, el cuestionario y la entrevista.

La observación será clave para anotar y recabar características, hechos, situaciones y aspectos importantes, que influyen directamente en la situación actual, con respecto al comportamiento de las personas.

También es importante realizar un cuestionario dirigido al objeto de estudio, es decir la muestra que se utilice para el proyecto. Este tipo de instrumento es necesario que posea la mayor confiabilidad y validez posible para que de esta forma los encuestados sientan la seguridad y al mismo tiempo demuestren validez en responder a las preguntas formuladas por el investigador.

Se realizará una entrevista que ayudará a la recolección de datos de la manera más efectiva, debido a que será realizada a un profesional experto en la materia. La entrevista será una conversación en donde los temas a tratar son de suma importancia para el desarrollo de la investigación. En este caso, la entrevista será de tipo estructurada, guiada y controlada, es decir previamente se realiza la formulación o idea de las preguntas.

### 3.5. Definición conceptual, operativa e instrumental de las variables.



## **CAPITULO IV.**

# **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

#### **4. Análisis e interpretación de resultados**

Para poder determinar cuáles eran las verdaderas opiniones, las posiciones y los comentarios de la población Alajueliteña, se realizó un cuestionario, el cual fue dirigido a todas las personas que viven en el cantón, con el fin de encontrar las debidas soluciones para poder mejorar la condición actual que se vive en la zona.

En el cuestionario que se desarrolló para la investigación, se muestran los comentarios de las personas que viven en Alajuelita. Las personas tuvieron opción de respuesta tanto con preguntas cerradas así también como con preguntas abiertas. Estas personas que tuvieron la posibilidad de responder el cuestionario, fueron elegidas de forma aleatoria y en diferentes áreas del cantón de Alajuelita.

El cuestionario está constituido por preguntas enfocadas en el área social, económico, y cultural. Se pudo recibir y apreciar muchas inquietudes de los pobladores, las cuales servirán de apoyo para la elaboración del plan de mercadeo.

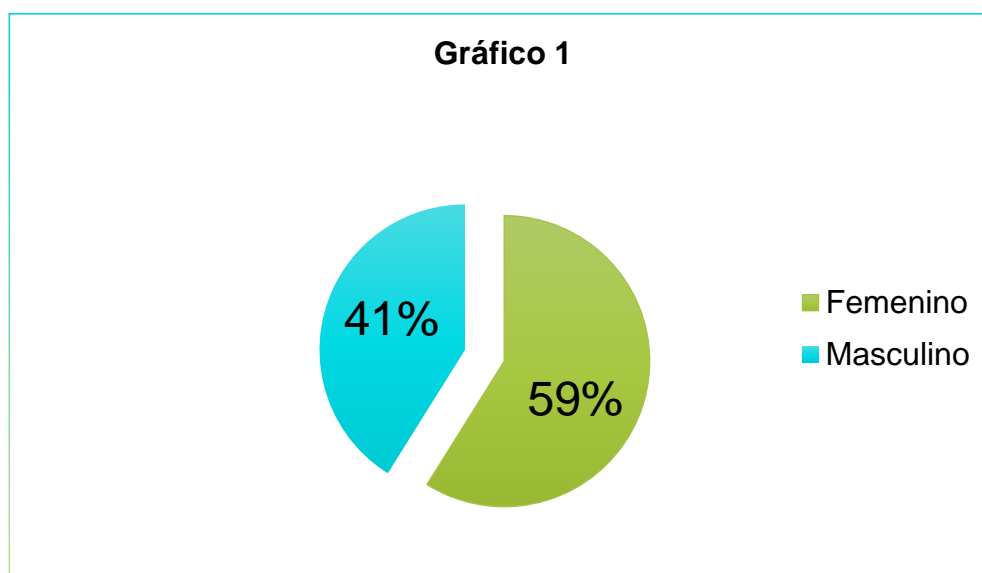
Es por esta razón, que se considera importante, que la Municipalidad de Alajuelita se sienta influenciada por los resultados que este cuestionario arrojó, ya que en él se muestra la voz del pueblo.

Por consiguiente es importante, tomar en consideración los resultados y poner en práctica las posibles estrategias que se desarrollaran en esta investigación.

4.1. A continuación se presentan los resultados del cuestionario aplicado a la muestra de 387 personas. Se encuentran expresados en totales porcentuales y absolutos.

#### Pregunta 1. Género.

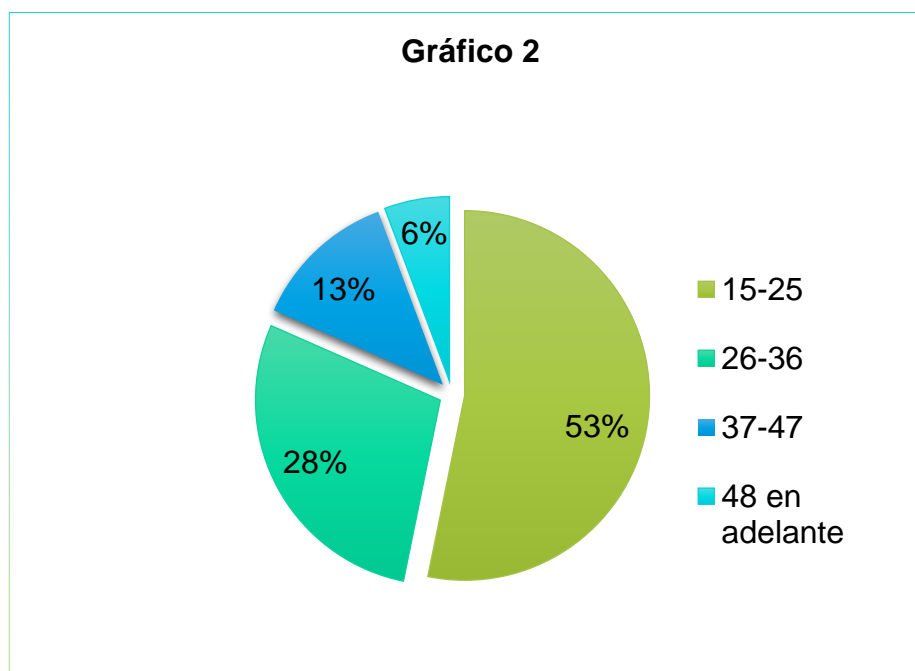
Género	Porcentaje	Absoluto
Femenino	59%	228
Masculino	41%	159



En el gráfico 1 se muestra que el 59% de la población encuestada son mujeres, mientras que el 41% de los encuestados son hombres.

**Pregunta 2. Edad.**

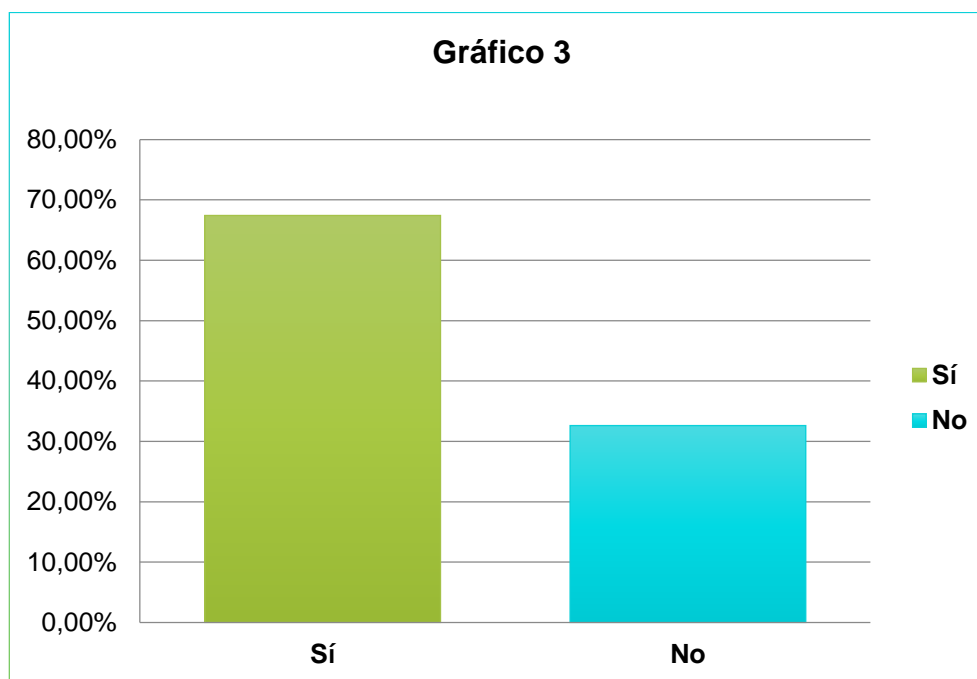
Edades	Porcentaje	Absoluto
15-25	53%	205
26-36	28%	108
37-47	13%	50
48 en adelante	6%	24



El gráfico 2 muestra las edades de los pobladores que realizaron el cuestionario. El porcentaje de las personas con 15 a 25 años es del 53%, de 26 a 36 años es de 28%, de 37 a 47 años es del 13%, mientras que las personas con 47 años en adelante es del 6%.

**Pregunta 3. ¿Trabaja actualmente?**

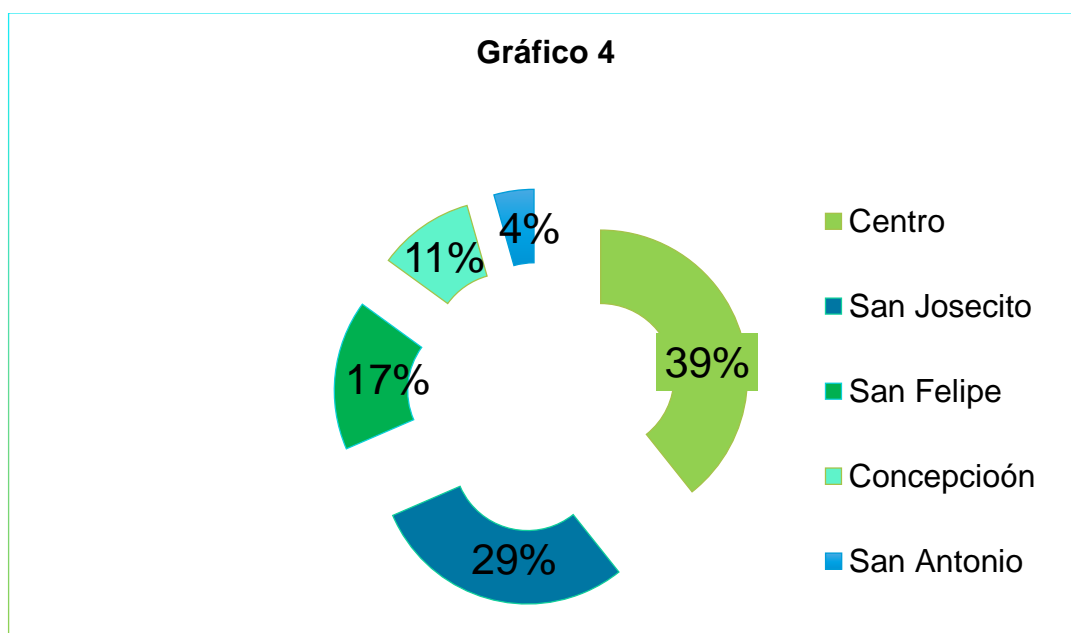
Actualmente trabaja	Porcentual	Absoluto
<b>Sí</b>	68%	263
<b>No</b>	32%	124



El gráfico 3 muestra que poco más del 68% de las personas actualmente si están trabajando mientras que, poco más del 32% de las personas se encuentran desempleadas en este momento.

#### Pregunta 4. Lugar de residencia

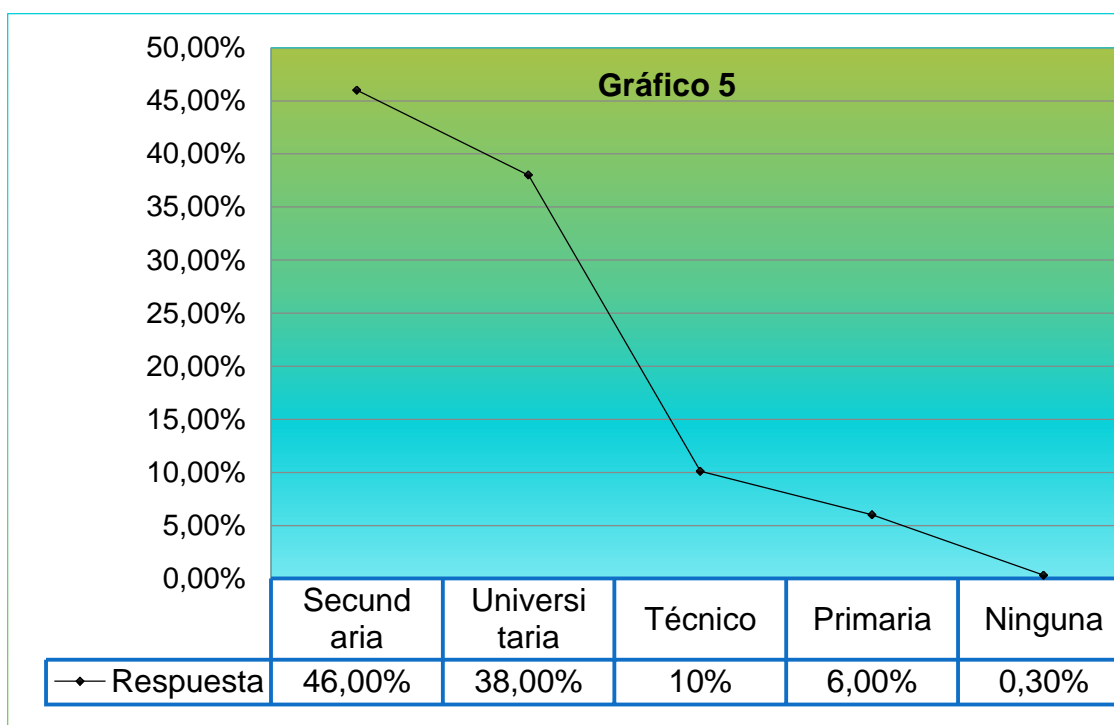
Lugar de residencia	Porcentual	Absoluto
Centro	39%	151
San Josecito	29%	112
San Felipe	17%	66
Concepción	11%	43
San Antonio	4%	15



En el gráfico 4 se aprecia que la mayoría de los encuestados pertenecen al Centro de Alajuelita con un 39%, seguidamente con un 29% San Josecito, la cantidad de personas de San Felipe es del 17%, mientras que el 11% y 4% pertenecen a Concepción y San Antonio respectivamente.

### Pregunta 5. Escolaridad

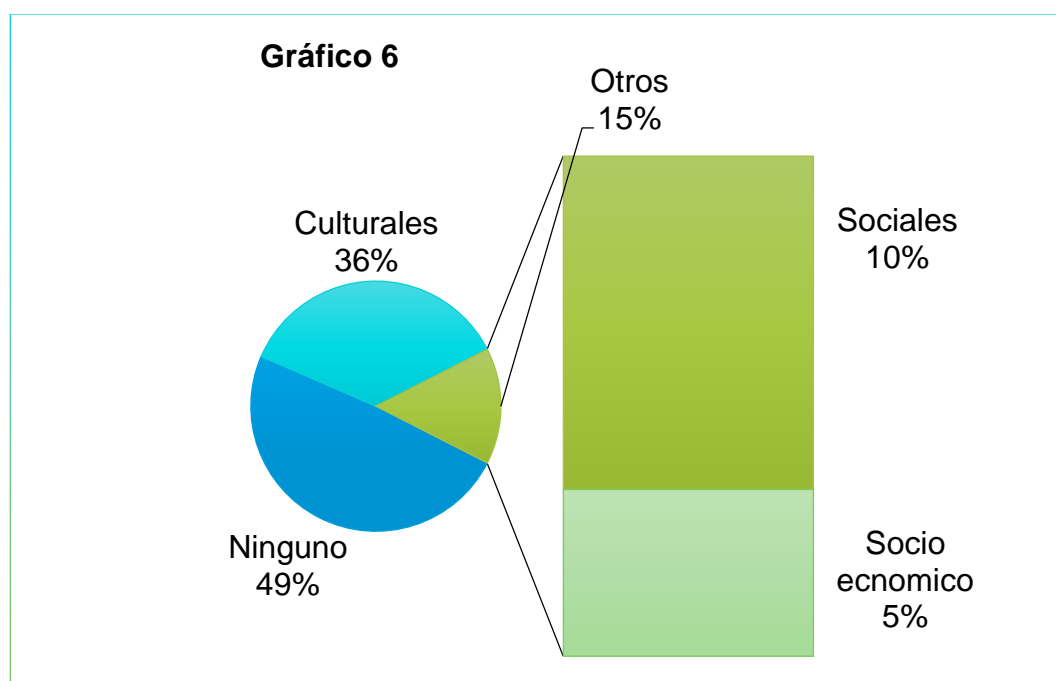
Escolaridad	Porcentual	Absoluto
Universitaria	46%	178
Secundaria	38%	146
Técnico	10%	39
Primaria	6%	23
Ninguna	0.3%	1



El gráfico anterior muestra el tipo de escolaridad al que cada persona pertenece. El 46% cuenta con la secundaria, el 38% con Universidad, un 10% de los encuestados poseen algún técnico, mientras que el 6% y el 0.30% de las personas encuestadas, tienen la primaria o no poseen de ningún tipo de escolaridad, respectivamente.

**Pregunta 6. ¿De los siguientes programas de apoyo a la comunidad, cuáles conoce usted que la Municipalidad tiene?**

Programas de apoyo	Porcentual	Absoluto
Ninguno	49%	190
Culturales	36%	139
Sociales	10%	39
Socioeconómicos	5%	19

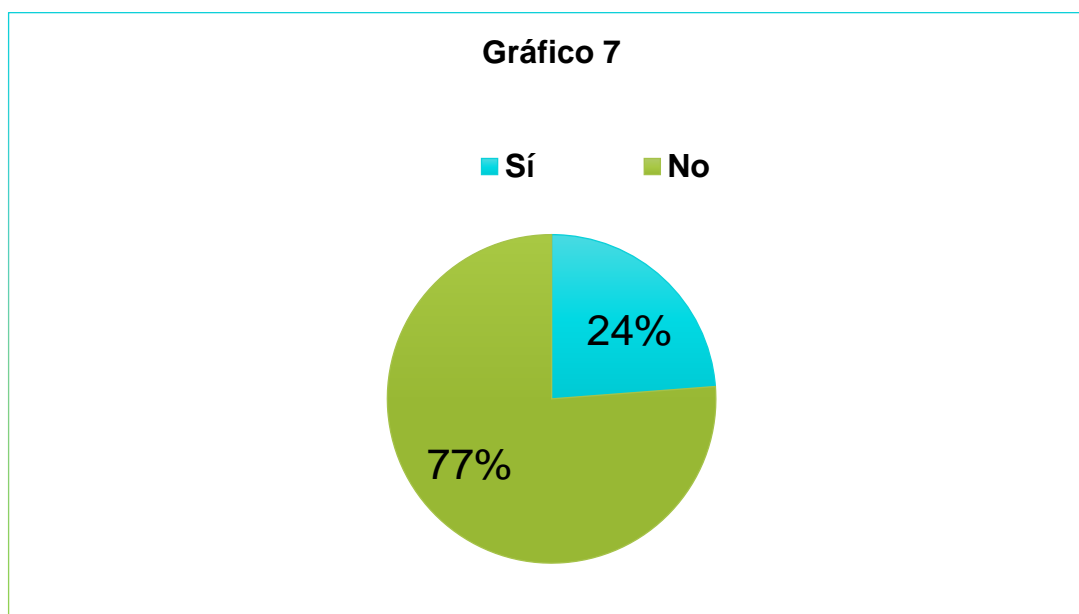


En el gráfico 5 se aprecia el porcentaje de conocimiento que tienen las personas sobre los programas de apoyo que la Municipalidad imparte en el cantón. En su mayoría se aprecia que el 49% de las personas encuestadas no conocen sobre ningún tipo de programa que sea impartido por esta entidad. El 36% de las personas conocen sobre programas culturales, mientras que en “otros”, se toma en

cuenta las personas que conocen programas sociales y socio económicos, siendo 10% y 5% respectivamente.

**Pregunta 7. ¿Conoce los lugares o espacios donde se llevan a cabo esos programas?**

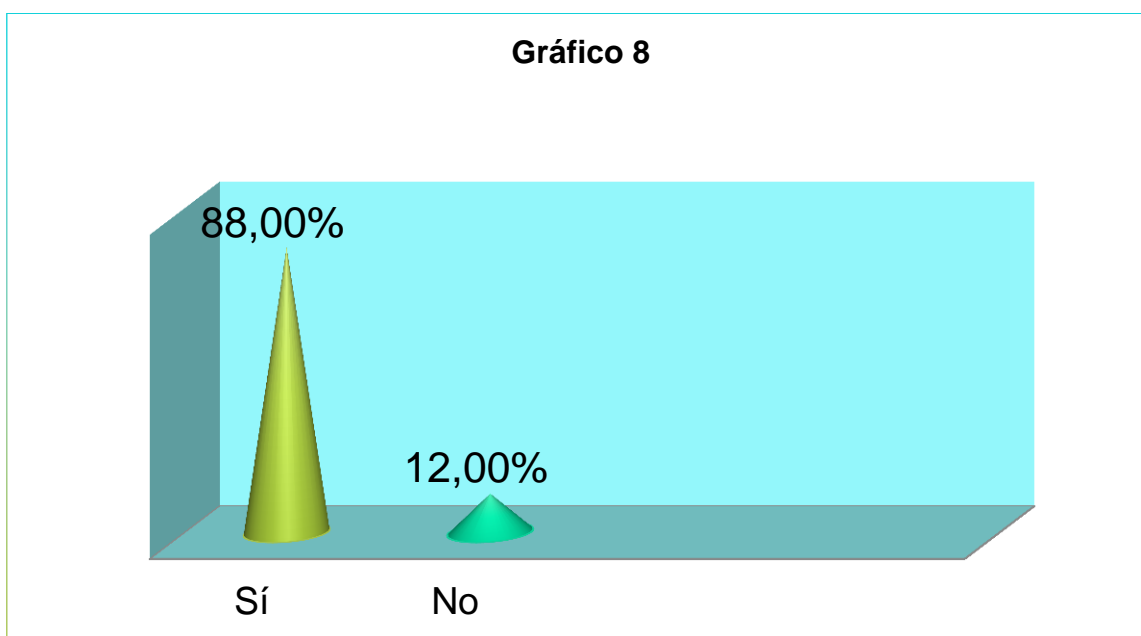
Lugar donde se imparten los programas	Porcentual	Absoluto
No	77%	296
Sí	24%	91



En el gráfico 7 se muestra que 77% de los encuestados dicen no conocer los lugares y el 24% de las personas si conocen de lugares en donde son impartidos los programas de ayuda a la comunidad.

**Pregunta 8. ¿Considera usted importante implementar más espacios públicos en el cantón?**

Espacios Públicos	Porcentual	Absoluto
Sí	88%	341
No	12%	46



En el gráfico anterior se muestra la importancia para las personas en implementar más espacios públicos en la zona. Un 88% considera que si es necesario, mientras que un 12% no lo ve como necesario.

**Pregunta 9. ¿Piensa usted que en Alajuelita existen opciones para encontrar trabajo?**

Opciones para encontrar trabajo	Porcentual	Absoluto
No	88%	341
Sí	12%	46



El gráfico describe el porcentaje de muestra que cree que en Alajuelita existen opciones para poder encontrar trabajo. El 88% de las personas respondieron que no existen opciones para encontrar trabajo, mientras que el 12% creen que si hay opciones de encontrar trabajo en la zona.

**Pregunta 10. ¿Recibe algún tipo de ayuda económica o social por parte de la Municipalidad?**

Ayuda económica o social por parte de la Municipalidad	Porcentual	Absoluto
No	99.70%	386
Sí	0.30%	1



El gráfico 10 indica el porcentaje de que reciben o no reciben ayuda económica social por parte de la Municipalidad de Alajuelita. El 99.70% de las personas dicen no recibir ayuda económica, mientras que tan solo el 0.30% de los encuestados, dicen si recibir ayuda por parte de esta entidad.

**Pregunta 11. ¿Piensa usted que en este cantón existen oportunidades de desarrollo humano?**

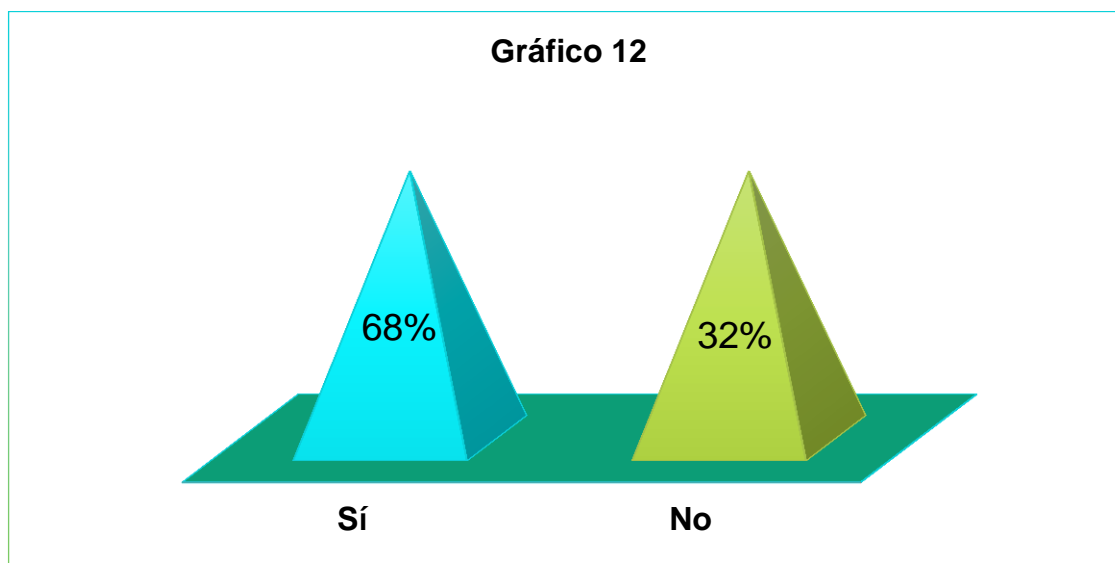
Oportunidades de desarrollo humano	Porcentual	Absoluto
No	56%	217
Sí	44%	170



El gráfico 11 muestra el porcentaje de personas que consideran que existen o no existen oportunidades de desarrollo humano. En su mayoría el 56% de las personas consideran que en Alajuelita no hay oportunidad de desarrollo humano mientras que el 44% de las personas restantes, consideran que si existe ese tipo de oportunidad.

**Pregunta 12. ¿En sistemas de salud, cree usted que en el cantón existe facilidad de acceso a la salud pública?**

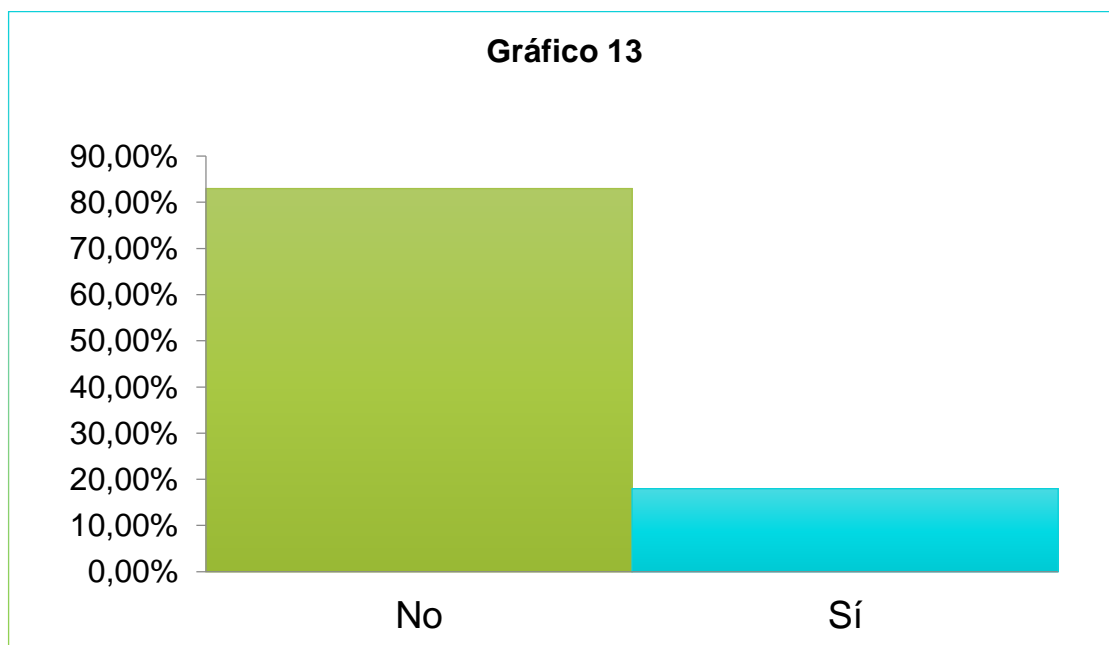
Acceso a la salud pública	Porcentual	Absoluto
<b>Sí</b>	68%	263
<b>No</b>	32%	124



El gráfico 12 señala que el 68% de los encuestados consideran que en Alajuelita si existe el acceso a la salud pública, y el 32% de las personas creen que no existe acceso a la salud pública.

**Pregunta 13. ¿Existe buena información entre Municipalidad y el pueblo?**

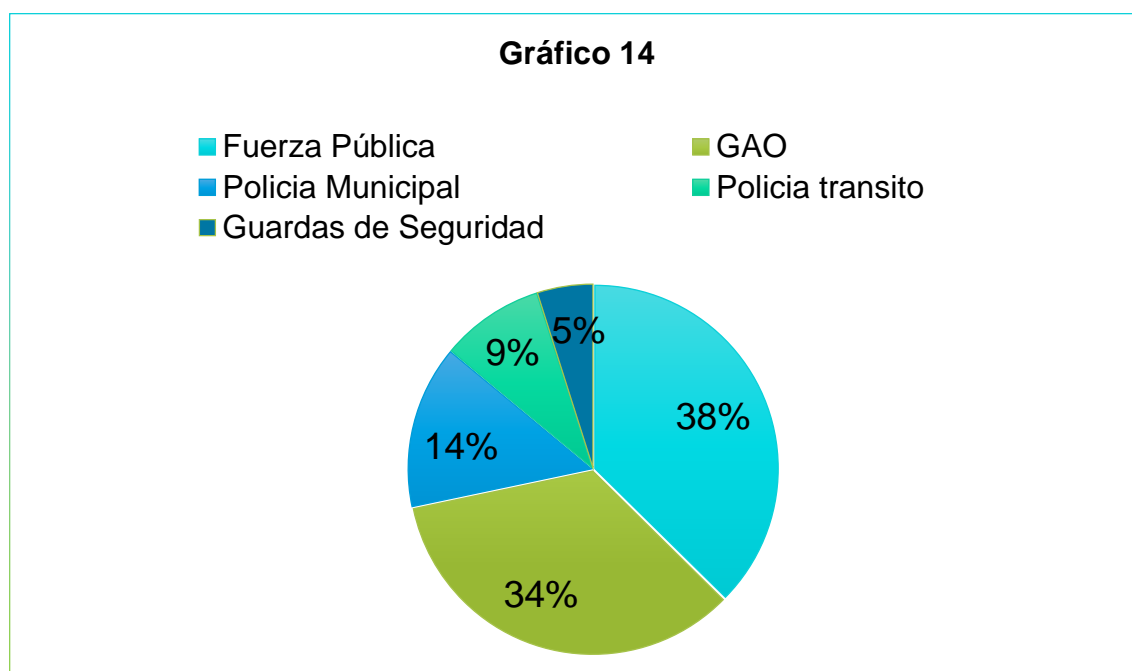
Buena comunicación entre Municipalidad y el pueblo	Porcentual	Absoluto
No	83%	320
Sí	18%	67



El gráfico anterior indica que cerca del 83% de las personas creen que entre la Municipalidad y el pueblo alajueliteño no existe una buena comunicación, mientras que el 18% de las demás personas si creen que exista una buena comunicación.

**Pregunta 14. ¿Qué tipo de seguridad cree usted que le hace falta al cantón?**

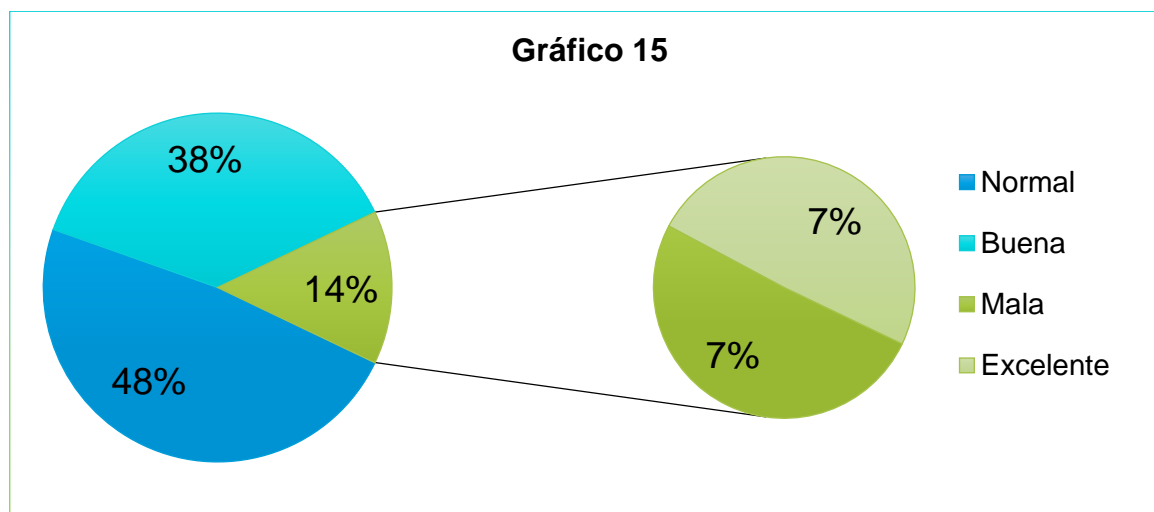
Tipo de seguridad que hace falta	Porcentual	Absoluto
Fuerza pública	38%	147
GAO	34%	132
Policía municipal	14%	54
Policía de tránsito	9%	35
Guardas de seguridad	5%	19



El gráfico muestra el porcentaje de los tipos de seguridad que las personas encuestadas consideran que hacen falta en el cantón de Alajuelita. En su mayoría con un 38% de los encuestados dicen que el tipo de seguridad que necesita el cantón es la Fuerza Pública, el 34% de las personas optan por la GAO, un 14% de los encuestados proponen Policía Municipal, mientras que el resto de personas, con 9% y 5% creen necesario policía de tránsito y guardas de seguridad respectivamente.

**Pregunta 15. En el aspecto de educación pública, cree que esta es**

Educación pública	Porcentual	Absoluto
Normal	48%	186
Buena	38%	147
Mala	7%	27
Excelente	7%	27



El gráfico indica el estado en que las personas consideran la educación pública en la zona de Alajuelita. En su mayoría los encuestados consideran que educación es normal con un 48%, un 38% de la población creen que es buena, mientras que la zona roja comprende el 14% de los encuestados, de los cuales, el 7% y otro 7% también, piensan que es mala y excelente.

**4.2.** Al final de la encuesta se les solicito sugerencias generales a las personas encuestadas, dando como resultado algunas recomendaciones y comentarios como las siguientes:

- Mejorar los espacios públicos ya establecidos en el cantón.
- Contratar Policía Municipal para seguridad.
- Mejorar la comunicación entre Municipalidad y el pueblo.
- Mejorar las oportunidades de desarrollo humano en el cantón por medio de inversionistas.
- Buscas alianzas con otras Municipalidades.
- Gestionar una mejor administración en la Municipalidad.
- Desarrollar programas de capacitación para las pymes en el cantón.

### **4.3. Entrevista al experto**

**Nombre: Marvin Leiva Ureña**

**Puesto: Proceso de planificación de proyectos**

**Fecha: 13 de Octubre de 2016.**

**¿Existen programas de apoyo a la comunidad? (sociales, culturales, socioeconómicos o ninguno).**

Si, se imparten, por ejemplo en materia social, la municipalidad atiende grupos organizados del cantón donde vienen con diferentes necesidades, digamos que becas, trabajo, necesidades de vivienda. El gobierno local, en el artículo 1 del Código municipal, establece que todos los intereses que tenga la gente que vive en ese territorio son competencia del gobierno local. Y propiamente en la parte social hay muchas cosas que se atienden desde aquí o se gestionan ante las instituciones del gobierno, pero en la parte social si se atiende.

En el tema cultural tenemos un gestor cultural que se encarga de tradiciones, festejos del 15 de setiembre, Esquipulas, es una amplia gama de cosas en el tema cultural.

En el tema socioeconómico el aporte no es tan grande pero si lo hay, por ejemplo todas las empresitas pequeñas, medianas y grandes, que van a abrir digamos un negocio en este cantón, vienen aquí y solicitan una patente y la Municipalidad le otorga el permiso. Lo que no hay es un programa como tal que esté

enfocado en capacitar a esas pequeñas y medianas empresas, pero si hay digamos una relación de Municipalidad y aspectos socioeconómicos dentro del territorio.

### **¿Es importante implementar más espacios públicos en el cantón?**

Espacios públicos, digamos están todos los espacios que son plazas, parques, salones comunales, sin embargo no es de implementar más espacios públicos es de recuperar los que ya están. La Ley 4240 establece que cuando hay un desarrollador que va a hacer viviendas en un cantón, el 10% de ese territorio se deja para uso espacio público. Aquí vino el INVU y el IMAS y otras instituciones a desarrollar proyectos y dejaron el 10% y no lo entregaron, tienen que entregarlo. INVU. Entonces ahora hemos estado gestionando ante el INVU y el IMAS, básicamente que nos entreguen ese 10% que ahí está. ¿Por qué? porque si no lo han entregado lo pueden invadir, entonces son terrenos que hay que recuperar, es por eso que en vez de implementar hay que recuperar ese 10%. En todos los distritos hay espacios públicos, en donde si hay menos es en San Antonio.

### **¿Usted cree que en Alajuelita hay opciones de encontrar trabajo?**

Si hay, pero no hay tanto empleo como en otros cantones, por ejemplo usted va a Escazú, ve Multiplaza y otros, aquí no, aquí hay menos, una de las estrategias del gobierno local es impulsar que vengan inversionistas al territorio para decirle a los jóvenes: “vea, aquí hay fuentes de empleo”. Sin embargo tenemos una particularidad, recordemos que nosotros estamos a cinco kilómetros de la capital, por eso es que usted ve en la mañana los buses repletos de muchachos y señores y

todos que van a trabajar, entonces vienen a Alajuelita y lo utilizan como dormitorio, eso no quita de que no hayan fuentes de empleo, digamos que Maxi Pali, Megasuper, Riteve y todo ese tipo de cosas generan empleo, sin embargo la mayor parte, 8 de cada 10 viajan a otros lugares a buscar trabajo. Eso es un tema que sí, por supuesto necesitamos fuentes de empleo.

**¿Cómo cree que es la condición de la salud? (Buena, mala, regular).**

Bueno, yo creo, y voy a hacerle un comentario muy directo en esto. Resulta que el comportamiento de la población de Alajuelita en los últimos 20 años ha sido un crecimiento abrupto, digamos si usted va hace 20 años atrás, Alajuelita tenía 22 000 000 habitantes y 20 años después hoy en el 2016, nos encontramos que el comportamiento de la población de Alajuelita ha aumentado, porque el gobierno central ha empezado a buscar soluciones de vivienda a la gente que lo necesita entonces compran terrenos en Alajuelita y trasladan a esa gente aquí, en eso no hay ningún pecado, pero el pecado está en que si pensó en que esto iba a tener este comportamiento igual debe de crecer en salud y en educación. Si usted se pone a ver, la escuela de San Felipe, de hace 20 años es la misma, pero la población no es la misma, si vamos a la clínica, es la misma y Alajuelita es para que tenga una clínica más grande que la de Hatillo. Yo creo que la condición de Alajuelita no es buena.

**¿Algún tipo de ayuda económico social que de la Municipalidad al pueblo?**

No, la Municipalidad no da dinero a nadie. Económico social es como el IMAS por ejemplo. A personas no, si se da a instituciones como a escuelas básicamente el 10% de impuestos en inmuebles pero nada más, a personas no. Se les da a todas las escuelas del cantón. Está en la ley de Código municipal.

**¿Algún tipo de ayuda o programa que tenga la Municipalidad para poder recaudar más fondos?**

Constantemente estamos en un mejoramiento de la Administración tributaria, somos como un ministerio de hacienda dentro de lo local, entonces si estamos generalmente desarrollando programas, estrategias, digamos por ejemplo el tema de impuestos en inmuebles para poder recaudar más fondos.

**¿Alguna institución del Gobierno o internacional de las que ustedes reciban ayuda económica?**

Hay ayuda del Gobierno Central, el apoyo se da por transferencias eventuales, digamos por ejemplo en caminos y calles, el impuesto a la gasolina que se transfiere a una ley, que se llama la Ley 9329.

**¿Se cuenta con instalaciones para realizar actividades o se alquilan?**

No, no se alquila ni se paga para instalaciones, se utilizan salones, escuelas, salones comunales en diferentes distritos, en la casa de la cultura. Siempre se busca lo público, en el parque, un salón pequeño que se tiene en la Municipalidad, el salón de consejos.

**¿Existe personal para realizar o ejecutar un plan de mercadeo?**

No, lo más cerca que hay aquí es el departamento de planificación de proyectos. No hay ninguna persona, aparte de mí. Todo recaería sobre mí, tampoco hay asistentes.

**¿Qué proyectos tienen en mente?**

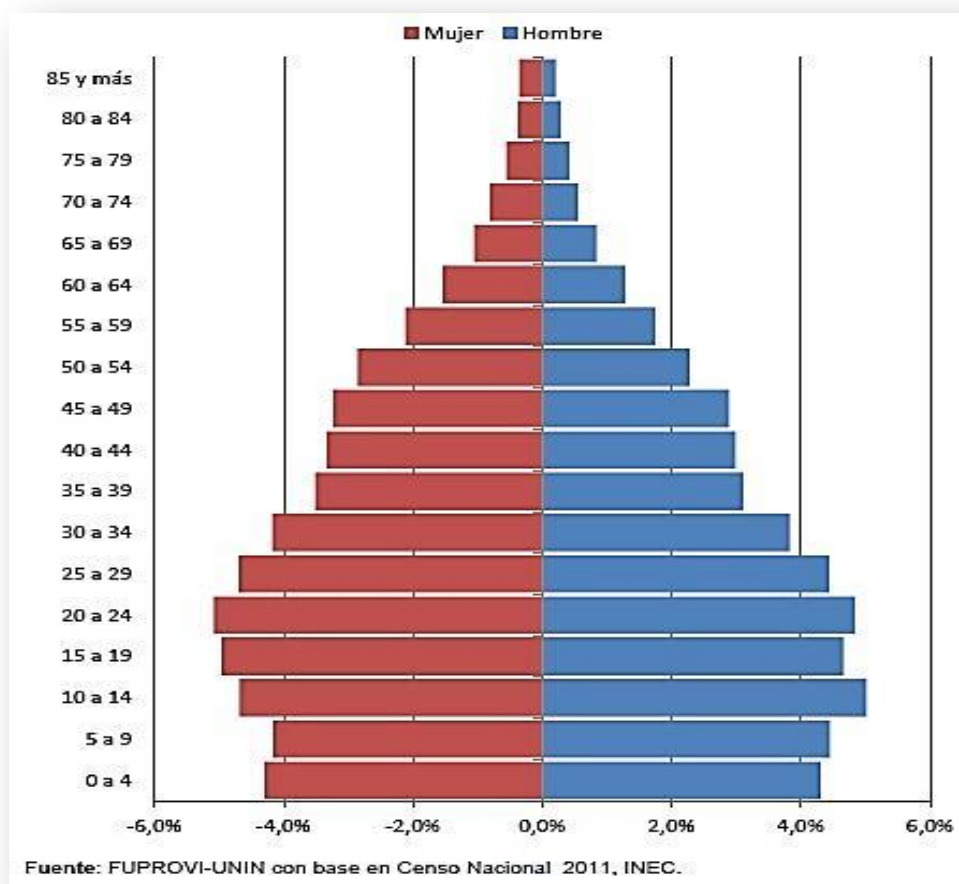
Tenemos el plan de desarrollo humano local, está hecho a 10 años y tenemos algunas estrategias.

## **CAPITULO V.**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 Conclusiones

- A. El siguiente grafico muestra los resultados por edades en la población de Alajuelita, en donde es evidente que la mayoría de la población son jóvenes que se encuentran entre un rango de 15 a los 34 años de edad. La mayoría mujeres.



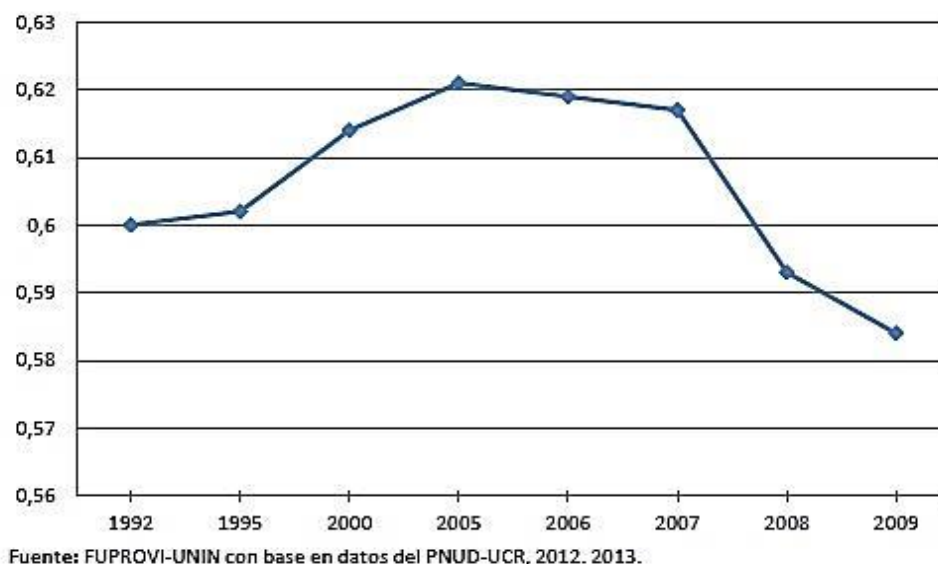
**Ilustración 15. Edades de población**

- B. Según las personas que fueron encuestadas, en su mayoría respondieron que si trabajan, pero aun así existe una parte de la población que se encuentra desempleada en este momento. Este tema fue conversado en

la entrevista realizada al Señor Marvin Leiva, encargado del departamento de planeación de proyectos, en donde se recalca que en Alajuelita si existen opciones de encontrar trabajo, debido a que se cuenta con comercios e entidades grandes, como Riteve, Megasuper, MaxiPali. Mas sin embargo el considera que la posibilidad de encontrar trabajo es mucho menor, en comparación a otros cantones cercanos.

- C. Relacionado al tema anterior, se conoce que las personas cuentan en su mayoría con la secundaria, y no muy lejos una gran parte se encuentra estudiando en la Universidad. Esto denota que en Alajuelita, a pesar de las adversidades y escases de herramientas que ayuden a generar oportunidades para el bienestar humano, se cuenta con un gran número de personas que se preocupan por estudiar y salir adelante.
  
- D. Existe un decrecimiento en cuanto a desarrollo humano en este cantón. Datos en el periodo que comprende los años de los 90 hasta el año 2009, según expuesto a continuación por Fuprovi, confirman los resultados obtenidos en la encuesta, donde las personas en su gran mayoría consideraron que no existen opciones de desarrollo humano en el cantón de Alajuelita.

Esto denota la falta de herramientas u opciones que existen en el cantón para que los habitantes encuentren posibles opciones de mejora en su condición de desarrollo humano que se presenta actualmente.



### Ilustración 16. Decrecimiento desarrollo humano.

E. La tabla muestra los Bonos Familiares de Vivienda(BFV), que han beneficiado a algunas personas del cantón en los últimos años.

Como se observa para los años 2000 la cantidad de Bonos de vivienda eran superior a los que en la actualidad se entregan a la comunidad.

Estos datos son de importancia al relacionarlos con la pregunta 10, en esta ocasión se les cuestionó a las personas si recibían ayuda socioeconómica por parte de la Municipalidad. Casi en su totalidad las personas respondieron no recibir ayuda de este tipo. Al mismo tiempo el Gestor de planeación de proyectos de la Municipalidad confirmó que la única ayuda que se imparte es la facilidad en ayudas de trámites ante las instituciones responsables de los bonos de vivienda.

División Político-Administrativa	Cantidad de BFV													
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Costa Rica	14.333	11.905	9.281	8.480	11.598	9.935	8.788	11.452	12.717	9.643	10.724	10.483	9.483	10.062
San José	3.128	2.124	1.170	1.387	2.024	2.291	1.838	2.176	2.172	1.877	1.719	1.729	1.638	1.582
Alajuelita	201	107	95	118	138	87	209	183	98	47	39	19	29	33
Alajuelita	17	9	3	7	8	20	7	12	4	8	4		5	5
San Josecito	8	5	6	14	7	4	38	18	27	7	3	1	7	3
San Antonio	8	2	2	1	3	5		2	2	2		1	2	2
Concepción	90	25	18	10	27	9	25	12	8	12	9	3	6	9
San Felipe	78	66	68	88	91	49	141	119	55	18	23	14	9	14

Fuente: FUPROVI-UNIN con base en información suministrada por el Banhvi. 2000-2013.

### Ilustración 17. Bonos familiares

F. Las personas en su gran mayoría no conocen los programas de apoyo que se imparten por la Municipalidad de Alajuelita. Esto fue mencionado con el Señor Marvin Leiva, quien dice que por ejemplo en materia social, la Municipalidad atiende grupos organizados del cantón donde vienen con diferentes necesidades como becas, trabajo, vivienda. También propiamente en la parte social hay muchas cosas que se atienden desde la Municipalidad o se gestionan ante las instituciones del gobierno. En el tema cultural se cuenta incluso con un gestor cultural que se encarga de tradiciones y festejos y en cuanto al tema socioeconómico el aporte no es tan grande, pero si lo hay.

- G. Las personas no conocen los lugares en donde la Municipalidad realiza sus programas de apoyo. Mientras que en la entrevista, el Gestor de proyectos, afirma que las actividades que se realizan se imparte en lugares como la Casa de la cultura, el parque de Alajuelita, salones comunales en diferentes distritos, escuelas y otros.
- H. Las personas encuestadas creen que en Alajuelita es importante la creación y el desarrollo de nuevos espacios públicos. Esto es totalmente lo contrario a lo que el Señor Marvin Leiva considera, para él lo importante en este momento no es implementar nuevos espacios públicos, sino que recuperar los que ya existen en el cantón de Alajuelita, porque muchos de ellos se encuentran en abandono, en mal estado, o peor aún, el espacio del territorio alajueliteño que por ley pertenece a espacios públicos no está siendo aprovechado actualmente.
- I. Las personas en su mayoría consideran que la salud pública es accesible, y que la educación pública se encuentra en una condición normal. En la entrevista este tema fue conversado con el experto en planeación de proyectos. Él considera que la condición de ambas es totalmente mala, porque Alajuelita ha crecido abruptamente en los últimos 20 años. Considerando que la población ha aumentado tanto, él cree que en temas de educación las escuelas son las mismas desde hace más de 20 años. Además indica que la clínica de salud que este cantón posee es muy pequeña para dar abasto con tantas personas.
- J. Las personas creen que la comunicación entre la Municipalidad y el pueblo no es buena, por lo anterior se deduce un considerable problema de comunicación entre habitantes y Municipalidad.

- K. Se considera según los encuestados, que en Alajuelita hace falta seguridad de Fuerza pública y las personas consideran importante que exista seguridad GAO. Esto denota la preocupación del pueblo en temas de inseguridad y vandalismo.
- L. En temas de administración tributaria, la Municipalidad de Alajuelita ha ido mejorando poco a poco lo relacionado a la recaudación, porque en tiempos atrás era uno de los puntos más débiles, debido a la falta de personal capacitado y entrenado para dicho fin, según indica el Gestor de Proyectos.

También menciona que en esta institución no existe un departamento de mercadeo, las gestiones relacionadas a este tema, lo ve, lo analiza y lo resuelve un departamento denominado "Planeación de Proyectos", que según el gestor de la Municipalidad, sería el encargado de ejecutar el plan de mercadeo propuesto en el presente trabajo de investigación.

## 5.2 Recomendaciones

- ✓ Recomiendo a dicha Municipalidad contar con un área especializada en mercadeo, o al menos buscar y capacitar a un colaborador, con el fin de que se encargue de la aplicación del presente trabajo de investigación, que será el encargado de ejecución de este proyecto, en la actualidad este tipo de labor es efectuada por el gestor de planeación de proyectos.
  
- ✓ Enfocarse en desarrollar estrategias que ayuden especialmente a la población joven que conforman la mayoría de personas que habitan en el cantón.
  
- ✓ Buscar más fuentes laborales que permitan aumentar las ofertas de empleo en el cantón. En la información se refleja los pocos lugares para tratar de buscar trabajo en el cantón, esto en comparación a la gran demanda laboral que existe. Se puede sugerir la búsqueda en inversión, de empresas de maquila, Pymes, centros comerciales y más.
  
- ✓ Sugerir a la Municipalidad de Alajuelita para que genere ayuda a las personas de la comunidad que lo necesiten, no específicamente económica. Por medio de planes, estrategias o actividades: como charlas, arreglos de vías, ayuda en materiales de construcción, centros de cuidado de niños para madres solteras o jefas de familia, centros diurnos para personas de la tercera edad, que no cuentan con recursos

económicos y en general para los ciudadanos que más necesidad poseen.

- ✓ Mejorar la comunicación entre la Municipalidad y el pueblo de Alajuelita, para que así la mayoría de las personas puedan enterarse de decisiones, actividades y programas que la institución implemente para los habitantes. Además, involucrarlos en actividades que se realicen en el cantón y a raíz de esto, hacer un uso adecuado de las redes sociales.
- ✓ Se deben recuperar los espacios públicos ya existentes en la zona como terreno municipal, que se encuentra en completo desuso. Esto puede generar una invasión de personas que estén necesitando vivienda u otros. Estos terrenos pueden ser utilizados para capitalizar el presente plan de mercadeo.
- ✓ Establecer alianzas con instituciones gubernamentales encargadas del área de salud pública y educativa del cantón para que por medio de ayudas económicas, estructurales y otros se ayude a mejorar estas áreas que son de las más vulnerables debido al crecimiento desproporcionado de la población y sus condiciones, lo que se nota en los datos mencionados anteriormente. Puede ser la creación de nuevos centros de salud o educativos o en su defecto mejoras totales en los centros ya existentes.

- ✓ Mejorar las condiciones de seguridad de los habitantes de la zona de Alajuelita, en áreas más específicas como el vandalismo y la droga que son de los aspectos en los que se notó que existe mayor preocupación por parte de la población. Puede solucionarse por medio de programas impartidos por instituciones relacionadas con el tema. Además de una mayor participación de la fuerza pública por medio de su programa DARE para toda la población en general y dar más apoyo humano y económico a la policía municipal existente que son los responsables más cercanos a los ciudadanos en los temas de vandalismo y droga.
  
- ✓ Aprovecharse de los recursos naturales que posee el cantón, y explotar sus tradiciones culturales, todas aquellas actividades que hacen característico al pueblo de Alajuelita. Sacarle provecho a sus bebidas, tales como el chinchiví, sus mascaradas, sus celebraciones en días festivos, así también como el preciado monumento de la cruz de Alajuelita, debido a que hoy en día es un punto muy visitado por las personas y no solo de la zona, sino provenientes de otros cantones.
  
- ✓ Búsqueda de alternativas económicas con el fin de recaudar más fondos que ayuden a incrementar el capital de la Municipalidad de Alajuelita. Alianzas estratégicas con otras Municipalidades en busca de apoyo económico, capacitación de personal en aspectos de recaudación y

fiscalización .Mejor comunicación entre Registro nacional de propiedades y Municipalidad en relación a valores actuales de las propiedades en busca de una actualización y por ende mayor recaudación de ingresos. Duplicar la cantidad de personas que efectúan la labor de fiscalización y comunicación con los propietarios de las viviendas y locales del cantón para así tener un mejor control en los pagos de bienes e inmuebles.

## **CAPITULO VI.**

### **PROPUESTA DE MERCADEO**

## 6. Propuesta de mercadeo social para el desarrollo humano cantonal de Alajuelita,

### 6.1 Plan para el desarrollo humano cantonal

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encargado
<p>Organizar un departamento en la <b>Municipalidad de Alajuelita especializado en Mercadeo.</b></p>	<p>Se contratará a un profesional graduado en el área, con el fin de que sea el responsable de ejecutar las acciones y tácticas de mercadeo.</p>	<p>Sacar a concurso público la vacante con todas las especificaciones requeridas para el puesto.</p> <p><b>-Página oficial</b> <b>-Facebook.</b></p>	<p>Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>Municipalidad de Alajuelita.</p>

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encargado
<p>Atraer patrocinios que ayuden a generar algún tipo de inversión en el cantón.</p>	<p>Visitar y contactar a las empresas grandes y pequeñas, inversionistas, o bien, toda persona interesada en proyectos nuevos, para que cuenten con Alajuelita como su lugar de inversión.</p>	<p>Negociar con los propietarios los terrenos que están sin uso o abandonados en Alajuelita, para que estos puedan ser ofrecidos a los inversionistas.</p> <p>Realizar un comunicado constante, indicando las oportunidades que existen en la zona para invertir. Informar al pueblo Alajueliteño, e inclusive a las personas en general, para que estos se puedan ver enterados, de las oportunidades que se den en Alajuelita, que sirvan como una posible inversión.</p> <p>Incluir un centro o plaza comercial en la zona.</p>	<p>Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>Mercadologo.</p>

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encargado
<p>■ <b>Incrementar más fuentes laborales.</b></p>	<p>Fomentar el emprendedurismo en el cantón Alajueliteño, así también como apoyar a la empresa PYME de la zona, con el fin de generar más opciones de trabajo.</p>	<p>■ Realizar ferias de empleo en el parque o en la Municipalidad de Alajuelita.</p> <p>■ Organizar convenios con entidades bancarias ,para otorgar prestamos de inversion.</p> <p><b>- BN Beneficios.</b></p> <p>■ Simplificar los procedimientos Municipales para la apertura de nuevos negocios.</p> <p>■ Crear una plataforma en la página oficial de la Municipalidad, la cual muestre todas las ofertas de empleo existentes tanto en el área de Alajuelita como en el GAM.</p>	<p>■ Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>■ Mercadologo.</p>

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encargado
<p>■ <b>Buscar mejorar el bienestar de los habitantes del cantón alajueliteño, con el fin de que vivan una vida adecuada a sus necesidades.</b></p>	<p>■ Mejorar las condiciones actuales en temas de seguridad, salud y educación, permitirá que los pobladores puedan contar con medidas y condiciones, que los ayuden a vivir de una mejor manera.</p>	<p>■ <b>Seguridad:</b>            Contar con seguridad GAO de forma permanente.            Organizar en los barrios conflictivos la adquisición de cámaras de seguridad.  <b>- Camaras de seguridad CCTV.</b></p> <p>■ Coordinar con la fuerza pública para que otorguen por medio de un oficial, charlas privadas a miembros que quieran formar parte de barrios organizados contra en AMPA.</p> <p>■ <b>Salud:</b>            Establecer alianzas con instituciones gubernamentales encargadas del área de salud, para buscar mejoras y aportes de toda índole.</p> <p>■ Gestionar ante la CCSS, que la sede de ebais del cantón de Alajuelita, pase a ser nombrada como clínica.</p>	<p>■ Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>■ Mercadologo.</p>



- **Educación:**
  - Establecer alianzas con instituciones gubernamentales encargadas del área para mejoras y aportes de toda índole.
  - Primer cuatrimestre del año 2018.
  - Mercadologo.


Coordinar con el INA para que ofrezca cursos más actualizados.

Establecer en la pagina oficial de la Municipalidad un espacio en el cual los estudiantes de las instituciones publicas, puedan adquirir practicas,libros .

Fortalecer las bibliotecas estudiantiles y apoyar a los estudiantes de escasos recursos.

- Establecer ferias de donacion en la Municipalidad de Alajuelita, con el fin de recolectar libros,cuadernos ,utiles escolares,etc.**
- Tumbacocos.**

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encragado
<p>■</p> <p><b>Crear un vínculo afectivo entre la Municipalidad y el pueblo, mediante actividades y acciones de índole recreativo, festivo, y cultural que involucren a los pobladores alajueliteños.</b></p>	<p>■</p> <p>Mantener una excelente comunicación entre</p> <p>■ Municipalidad y el pueblo, además proporcionarle al ciudadano espacios agradables ,actividades en la zona, los cuales puedan permitir que las personas se desenvuelvan afectivamente según sea la ocasión.</p>	<p>■</p> <p>■ Recuperar el 10% de los terrenos que están siendo invadidos o desaprovechados . Corresponden a proyectos relacionados únicamente a este fin.</p> <p>■ Convertir el estadio de Alajuelita, en un polideportivo. El cual cuente con piscina olimpica.</p> <p>■ Construir un mariposario.</p> <p>■ Limpiar y mantener limpias las zonas verdes y parques de todo el cantón.</p> <p><b>-Bioland.</b></p> <p>Realizar un tope que involucre a las familias caballistas de la zona y al pueblo en general.</p> <p>■ <b>-Grupos musicales.</b></p> <p><b>-Tumbacocos.</b></p> <p>■ Mejorar las fiestas de Alajuelita.</p> <p><b>-Juegos mecanicos.</b></p> <p><b>-Comidas.</b></p> <p><b>-Conciertos.</b></p> <p>■ Promover un pasacalles anual navideño.</p> <p><b>-Orquestas y grupos musicales</b></p> <p><b>- Flow studio.</b></p> <p><b>-Carrozas.</b></p> <p><b>-Comparsas.</b></p>	<p>■</p> <p>Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>■ <b>Mercadologo.</b></p>



Mostrar los recursos y darle oportunidad a los artesanos con los cuales cuenta el cantón.

- **-Ubicar un mercado artesanal.**

- **-Contactar a mas que noticias.**

Volver a ubicar el redondel de toros.

- **-Toros a la tica.**

- **-Florida bebidas.**

Ubicar en el parque un gimnasio al aire libre. Así como actividades deportivas.

Albergar algun lote valdío para la creación de un refugio de animales, dirigida por voluntarios, el cual brinde tours y actividades, aparte de la posibilidad de adoptar un canino.

- **-Contar con una petshop.**

- **-Contactar a Telecable.**

Promocionar los miradores y restaurantes que existen en la zona.

- **-Telecable.**

Cerrar los domingos el parque.

- **-Actividades recreativas.**

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encargado
<p>■ <b>Buscar las tácticas necesarias para recaudar nuevos y más ingresos a la Municipalidad de Alajuelita.</b></p>	<p>■ Búsqueda de alternativas económicas con el fin de recaudar más fondos que logren incrementar el capital de la Municipalidad.</p> <p>■ De esta manera, los ingresos podrán ser aprovechados a favor de la implementación del plan de mercadeo.</p>	<p>■ Alianzas con otras Municipalidades en busca de apoyo económico. <b>-San José</b></p> <p>■ Adquisición de un nuevo sistema informático de punta.</p> <p>■ Seguir con la actualización de los datos del departamento de Bienes e inmuebles.</p> <p>■ Cobro por publicidad exterior(<b>claro</b>).</p> <p>■ Actualizar el costo de las tarifas anualmente. <b>-Aseo de vías.</b></p> <p>■ Alianza con la Municipalidad de Escazú. <b>-Play</b> <b>-Central de bomberos.</b> <b>-Programas de apoyo a la niñez.</b> <b>-Solicitar donativo para la adquisición de nuevos carros recolectores de basura.</b></p>	<p>■ Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>■ Mercadologo con apoyo de la Municipalidad de Alajuelita y con las personas encargadas.</p>

Objetivo	Estrategia	Táctica	Tiempo/Encargado
<p>■ <b>Aprovechar una de los recursos más valiosos que posee el cantón. La popular bebida "Chinchivi".</b></p>	<p>■ Patentizar dicha bebida, permitirá que su venta sea legal. De esta manera puede llegar a ser vendido en mas zonas, y ser reconocido por personas alejadas al cantón de Alajuelita.</p>	<p>■ Ubicarlo estrategicamente en los restaurantes y miradores más visitados.</p> <p><b>-Valle Azul.</b></p> <p>■ <b>Pagar un espacio publicitario en el periodico Alajuelita Hoy.</b></p> <p><b>Espacio publicitario en el canal de Telecable.</b></p> <p>■ <b>Ubicar un punto de venta.</b></p> <p><b>Inducción Municipalidad</b></p> <p><b>Contactar a mas que noticias.</b></p>	<p>■ Primer cuatrimestre del año 2018.</p> <p>■ Mercadologo</p>

### **6.1.1 Diseño y ejecución del producto a patentizar, “Nuestro Chinchiví”.**

La implementación de esta estrategia está acompañada por varios factores importantes que influyen en la decisión de compra en el consumidor. Por ejemplo es necesario que el producto, en este caso “Nuestro chinchiví”, defina y represente al cantón de Alajuelita de manera significativa, para que de esta forma refleje el sabor y la cultura que hoy en día aún se vive en la zona y así los consumidores puedan sentirse influenciados.

“Nuestro chinchiví” es el nombre que lleva la bebida patentizada, el cual es un producto 100% proveniente de Alajuelita y elaborado por una familia oriunda de la zona, con la receta clásica y original.

Esta bebida está compuesta por varios ingredientes como: agua, almidón, cebada, azúcar, levadura, entre otros. Estos son los componentes, que hacen de esta una bebida sumamente única, deliciosa y especial.

“Nuestro chinchiví” será ubicado estratégicamente en los puntos más visitados del cantón como: miradores, restaurantes y en los locales comerciales más longevos de la zona. Incluso será ubicado en fechas festivas y coordinado previamente, en la Municipalidad de Alajuelita, por medio de un stand para su presentación.

Este producto cuenta con un diseño totalmente original realizado por Angélica Vega Abarca misma autora del presente trabajo de investigación, el cual posee un concepto que representa no solo a la tierra de Alajuelita sino también a su gente.

A continuación se muestran las especificaciones del producto.

➤ Etiqueta “Nuestro chinchiví”



**Ilustración 18. Etiqueta chinchiví**

Fuente propia.

El diseño de la etiqueta esta constituido por factores que son caractrísticos de la zona, en donde cada uno cumple con su función de querer representar Alajuelita de la manera más carismatica posible. El concepto incluye las siguientes características:

**Fondo:** un diseño popular, proveniente de las carretas típicas de nuestra Costa Rica. En Alajuelita hace muchos años era muy común ver a sus dueños pasear a los bueyes por las calles, y en las tipicas carretas costarricenses. Aunque actualmente no es muy común, todavía son situaciones que se viven en algunas

partes del cantón, es por esta razón que incluir esta característica, nos hace recordar el Alajuelita de siempre.

**La máscara típica:** Alajuelita es reconocido por sus actividades y celebraciones culturales, y en cada una de ellas es muy fácil disfrutar en la mayoría de las festividades de las mascaradas.

La situación en donde los niños salen corriendo porque, ¡detrás viene la gigante persiguiendolos!, es hoy en día una tradición que aún sigue en pie para los Alajueliteños, ya que en la zona todavía existe este tipo de celebraciones, y se puede dar de forma muy común en las calles Alajueliteñas.

**Barril:** este artefacto forma parte del modo de presentación de la bebida, debido a que es en uno de estos en donde se mantiene su conservación para poder ser consumido adecuadamente. Este artefacto logra mantener su fermentación y rico sabor. Además, su diseño está hecho con colores, verde y amarillo, los cuales representan la bandera del cantón de Alajuelita.

**Nombre y lema:** “Nuestro chinchivi”, hace referencia a todos los alajueliteños que habitan en este cantón, pobladores que se sienten orgullosos de ser de la zona, orgullos de poseer en su cultura, bebidas y costumbres únicas como lo es el chinchiví. Es por esto, que este nombre se acopla muy bien a la bebida, porque se quiere dar a conocer al mercado que es “nuestro” y que es proveniente únicamente de ese cantón y su gente. Acompañado por su lema, “de Alajuelita para Costa Rica”

➤ **Producto final**



**Ilustración 19 Presentación del producto**

Fuente propia.

Su presentación final esta compuesta por un envase de vidrio de unos 700 ml. Este producto cuenta con tapa de corcho, el cual ayuda a mantener el estado ideal de la bebida y que de esta forma se pueda ser consumido adecuadamente.

El precio de mercado del producto “ Nuestro chinchivi” cuenta con un valor de ¢ 2 000.00. cada uno.

### 6.1.2 Plan Proambiente



Para la ejecución del plan de mercadeo se desea poner en marcha de manera adicional estrategias y tácticas que contribuyan y favorezcan de manera positiva al medio ambiente. Es por esta razón que las estrategias mencionadas a continuación son realizadas con el fin de que, acompañado al plan de mercadeo, exista también la ayuda y el aporte que contribuya al impacto ambiental.



**Ilustración 20. Plan proambiente**

Fuente propia

## **6.2 Plan de Mercadeo**

### **6.2.1. Objetivo: Organizar un departamento especializado de Mercadeo en la Municipalidad de Alajuelita.**

#### **Estrategia**

Se contratará a un profesional graduado del área, con el fin de que pueda ser el responsable de ejecutar las acciones y tácticas de mercadeo.

#### **Tácticas**

- a) Sacar a concurso público la vacante con todas las especificaciones requeridas para el puesto. Los requisitos que un postulante debe poseer para participar de la selección de personal son :
- Graduado de Administración de empresas con énfasis en Mercadeo en el grado de Licenciatura.
  - Tener de 22 a 30 años de edad.
  - Poseer buenas costumbres.
  - Ser oriundo de la zona de Alajuelita.
  - Ser una persona carismática, dinámica, con ganas de proponer ideas y estrategias que ayuden a elevar el grado de desarrollo humano en los habitantes de Alajuelita.

**Plazo: Primer cuatrimestre del año2018.**

**Encargado: Municipalidad de Alajuelita.**

**6.2.2. Objetivo: Atraer patrocinios que ayuden a generar algún tipo de inversión en el cantón.**

### **Estrategia**

Visitar y contactar a las empresas grandes y pequeñas, inversionistas, o bien, toda persona interesada en proyectos nuevos, para que cuenten con Alajuelita como su lugar de inversión.

### **Táctica**

a) Negociar con los propietarios los terrenos que están sin uso o abandonados en Alajuelita, para que estos puedan ser ofrecidos a los inversionistas.

En el cantón existen familias antiguas de Alajuelita, que poseen grandes terrenos que conservan sin ningún uso. Muchos de ellos son fruto de herencias. Estos espacios podrían ser utilizados para convertirlos en un medio para hacer negocio en el cantón.

b) Realizar un comunicado constante, indicando las oportunidades que existen en la zona para invertir. Informar al pueblo alajueliteño e inclusive a las personas en general, de las oportunidades que se den en Alajuelita, que sirvan como una posible inversión. Esto por medio de un comunicado en el periódico “Alajuelita hoy”, así también como en las redes sociales, específicamente en el Facebook de la Municipalidad.

- c) Incluir un centro o plaza comercial en la zona.

Ubicar un centro comercial, o bien algo más pequeño como una plaza comercial, permitirá que en el cantón existan más oportunidades de desarrollo humano. De esta manera, se pueden atraer nuevos ingresos a la zona, fuentes laborales e inclusive la posibilidad de mejorar la vida cotidiana de los pobladores.

**Plazo: Primer cuatrimestre del año 2018.**

**Encargado: Mercadologo**

### **6.2.3 Objetivo: Incrementar fuentes laborales.**

#### **Estrategia**

Fomentar el emprendedurismo en el cantón Alajueliteño, así también como apoyar a la empresa PYME de la zona, con el fin de generar más opciones de trabajo.

#### **Táctica**

- a) Realizar ferias de empleo en el parque o en la Municipalidad de Alajuelita.

Organizar una feria de empleo que sea desarrollada aproximadamente cada cuatro meses permitirá que más empresas se acerquen al cantón, pero también siendo esta la razón más importante, permitirá que existan más maneras en que los alajueliteños puedan encontrar empleo.

- b) Ofrecer convenios con entidades bancarias, para otorgar préstamos de inversión.

**- BN Beneficios.**

- c) Simplificar los procedimientos municipales para la apertura de nuevos negocios.

De esta manera, el proceso permitiría que muchos más empresarios quieran y puedan incursionar con sus proyectos. Esto siempre y cuando se tomen las medidas correctas y necesarias que establezca la ley.

- d) Crear una plataforma en la página oficial de la Municipalidad que muestre todas las ofertas de empleo existentes tanto en el área de Alajuelita como en el GAM.

Este espacio beneficiará a la comunidad, debido a que muchas personas desconocen o no tienen acceso a páginas que regularmente publican este tipo de información. Además, sería una plataforma especialmente diseñada para publicar las opciones laborales a las personas que son de Alajuelita, mostrando las ofertas que existen en los diferentes negocios de la zona, pero mencionando las ofertas que existen en el GAM.

**Plazo: primer cuatrimestre del año 2018.**

**Encargado: Mercadologo.**

**6.2.4 Objetivo: Buscar mejorar el bienestar de los habitantes del cantón Alajueliteño, con el fin de que vivan una vida adecuada a sus necesidades.**

## **Estrategia**

Mejorar las condiciones actuales en temas de seguridad, salud y educación, permitirá que los pobladores puedan contar con medidas que los ayuden a vivir de una mejor manera.

## **Tácticas**

### **Seguridad:**

- a) Contar con seguridad GAO de forma permanente.
  
- b) Organizar en los barrios conflictivos la adquisición de cámaras de seguridad.  
La adquisición de dichas cámaras podría ser negociada con la Municipalidad y el barrio involucrado. Dichos artefactos, se encuentran en la tienda Cámaras de seguridad.cr. Este paquete ofrece 6 cámaras de seguridad, con un precio de \$560 aproximadamente.
  
- c) Coordinar con la fuerza pública para que den por medio de un oficial, charlas privadas a miembros que quieran formar parte de barrios organizados contra el hampa.  
Estas charlas son impartidas por un policía de la fuerza pública que enseña tácticas de defensa propia y como conocer las características que poseen las

personas conflictivas, qué hacer en casos de riesgo, etcétera. Estas reuniones son organizadas en alguna casa del barrio involucrado.

### **Salud**

- d) Establecer alianzas con instituciones gubernamentales encargadas del área de salud, para buscar mejoras y aportes de toda índole.
  
- e) Gestionar ante la CCSS que la sede de Ebais del cantón de Alajuelita pase a nivel de clínica.

Esto debido a que en Alajuelita no existe una clínica, es por esta razón que muchos pacientes se dirigen para ser atendidos debidamente a la Clínica Solón Núñez, que se encuentra en Hatillo. Muchas veces existen conflictos y desacuerdos debido a estas circunstancias, es por eso que adecuar la sede de Ebais del cantón incrementaría las posibilidades de lograr un mejor bienestar en la sociedad Alajueliteña.

### **Educación**

- f) Establecer alianzas con instituciones gubernamentales encargadas del área para mejoras y aportes de toda índole.
  
- g) Coordinar con el INA para que ofrezca cursos más actualizados.

La sede del INA ubicada en Alajuelita no cuenta con cursos actualizados ni tampoco con los cursos que generan mayor demanda en esta institución. Es

por esto que sería importante y casi que necesario, adecuarlos según las necesidades que posea la zona. Impartir clases como por ejemplo: inglés, servicio al cliente, operador de maquinaria, secretariado, etcétera, incrementaría las maneras de lograr un mejor desarrollo en la comunidad.

- h) Establecer en la página oficial de la Municipalidad un espacio virtual, en el que los estudiantes de las instituciones públicas puedan adquirir prácticas, libros y más.

Debido a que este cantón se encuentra actualmente con un alto índice en pobreza, existen muchos niños y niñas que no cuentan con los recursos necesarios para poder asistir a escuelas y colegios.

- i) Fortalecer las bibliotecas estudiantiles.

Por medio de ferias de donación en la Municipalidad de Alajuelita, se podrían recolectar libros, cuadernos, enciclopedias e incluso útiles escolares. Esto sería un aporte muy importante para los niños y jóvenes de la comunidad, debido a que en el cantón existen muchos de ellos que viven en condición de pobreza y no cuentan con los recursos necesarios para poder asistir a sus centros educativos.

**Plazo: primer cuatrimestre del año 2018.**

**Encargado: Mercadologo.**

**6.2.4 Objetivo: Crear un vínculo afectivo entre la Municipalidad y el pueblo, mediante actividades y acciones de índole recreativo, festivo y cultural que involucren a los pobladores alajueliteños.**

### **Estrategia**

Mantener una excelente comunicación entre Municipalidad y el pueblo, además proporcionarle al ciudadano espacios agradables, actividades en la zona, que puedan permitir que las personas se desenvuelvan afectivamente según sea la ocasión.

### **Tácticas**

- a) Recuperar el 10% de los terrenos que están siendo invadidos o desaprovechados, que legalmente corresponden a proyectos relacionados únicamente a este fin.

En Alajuelita, existen muchos de ellos que están siendo invadidos por personas que construyen sus casas sin permisos legales, así también invadidos por indigentes o bien simplemente se encuentran en total abandono. Esto no solo hace más lento el proceso para poder invertir en el cantón, sino también que contribuye a la contaminación e incrementa la población conflictiva que se alojan en la zona.

- b) Convertir el estadio de Alajuelita, en un polideportivo que cuente con piscina olímpica.

Este terreno tiene todas las características necesarias para poder ser bien aprovechada, actualmente la finca cuenta únicamente con un estadio, en donde se realizan juegos y actividades recreativas. Añadido a esto, sería beneficioso tanto para la comunidad como a nivel económico, construir una piscina olímpica para que pueda ser utilizada por el grupo de jóvenes atletas que existe en el cantón, así también por el público en general.

- c) Ubicar un mariposario y una zona con plantación de hidroponía.

Esto no solo incrementaría la visita de personas de otras zonas, sino también que podría ser utilizado para actividades o giras escolares.

- d) Limpiar y mantener limpias las zonas verdes y parques de todo el cantón.

Por medio del programa Siembra de Bioland, esto puede ser posible. La empresa por medio de un estudio de viabilidad, establece cuales son los arboles indicados para sembrar en la zona deseada, así también se encargan del mantenimiento respectivo, riego de agua, abono y todo a cambio de su espacio publicitario en la zona verde.

- e) Realizar un tope que involucre a las familias caballistas de la zona y al pueblo en general.

En Alajuelita, muchas de las familias oriundas de la zona, son familias caballistas. Es por esta razón, que la idea de crear un tope anual, atraería ingresos a la zona, al mismo tiempo que se está involucrando al cantón en la actividad.

f) Mejorar las fiestas de Alajuelita.

Hace muchos años, Alajuelita se caracterizaba por sus grandes fiestas. Ahora, el espacio y la cantidad de juegos mecánicos utilizados para el desarrollo de las festividades, son muy pocos. Esto no ha dejado muy buenos comentarios por parte de las personas, ya que la mayoría están de acuerdo en que estas actividades deberían de mejorar y ser las de antes. Esto podría mejorarse por medio de más juegos mecánicos, más puestos de comida, conciertos con conjuntos musicales, y más.

Promover un pasacalle anual navideño.

Esta actividad incrementaría la visita de muchas personas, lo cual generaría ingresos a la comunidad. Es importante que el pasacalle esté conformado por grupos de Alajuelita. Por ejemplo: Orquestas y grupos musicales, academia Flow studio, carrozas, comparsas.

g) Mostrar los recursos y artesanías con los que cuenta el cantón.

Apoyar al grupo de artesanos que existe en la comunidad, y de este modo así incentivar a las demás personas a que se unan a la actividad, o bien, a que

apoyen el talento que existe en el cantón. Esto por medio de una feria artesanal, con sede en el parque de Alajuelita los últimos domingos de cada mes. Al mismo tiempo, se contactará al programa más que noticias, para que este medio transmita los recursos con los cuales cuenta el cantón.

h) Volver a ubicar el redondel de toros.

Reconstruir el redondel de toros, permitirá que las costumbres del cantón vuelvan a ser como antes. De esta forma también, se puede contactar en un futuro, al programa Toros a la Tica, así como buscar patrocinios como Florida bebidas, entre otros.

i) Ubicar en el parque un gimnasio al aire libre.

Esta táctica ayudará a que todas las personas, en especial aquellas que no tienen acceso o la posibilidad de pagar un gimnasio, puedan hacer deporte de una forma novedosa y al aire libre.

j) Albergar algún lote baldío para la creación de un refugio de animales, dirigido por voluntarios, que brinda tours y actividades, aparte de la posibilidad de adoptar un canino.

Esta medida ayudará significativamente a la comunidad en términos de salud, así también como darle una oportunidad a los animales que han sido

abandonados en las calles .Esto podrá atraer a demás personas para que realicen parte de los tours y para que puedan adquirir productos de la petshop. Se puede contactar a la empresa Tele Cable, para que realice la debida publicidad de la finca y de esta manera llamar la atención de las personas.

- k) Promocionar los miradores y restaurantes que existen en la zona.

Es importante, promocionar los puntos de encuentro que existen en Alajuelita. En la zona, hay muchos miradores que son bar restaurante, y los cuales cuentan con excelentes atractivos. Es necesario, que los propietarios sepan que pueden promocionar sus negocios por medio de la empresa Tele Cable, la cual cuenta con excelentes precios para buscar alcanzar la atención de las personas, que nunca han visitados estos lugares.

- l) Cerrar los domingos el parque.

Cerrar las calles del parque de Alajuelita, todos los domingos del mes, de 7:00 a.m. a 12:00 p.m., con la intención de que todo ese espacio quede libre de tránsito y pueda ser aprovechado para realizar actividades recreativas.

**Plazo: primer cuatrimestre del año 2018.**

**Encargado: Mercadologo.**

### **6.2.5. Objetivo: Buscar las tácticas necesarias para recaudar nuevos y más ingresos a la Municipalidad de Alajuelita.**

#### **Estrategia**

Búsqueda de alternativas económicas con el fin de recaudar más fondos que logren incrementar el capital de la Municipalidad. De esta manera, los ingresos podrán ser aprovechados a favor de la implementación del plan de mercadeo.

#### **Tácticas**

- a) Alianzas con otras Municipalidades en busca de apoyo económico.

Buscar alianzas permitirá abrir nuevas oportunidades para el cantón, así como buscar beneficios, negocios o donativos. En este caso, tratar de buscar apoyo con la Municipalidad de San José puede ser una gran opción para todos, debido a su cercanía y su gran poder adquisitivo.

- b) Adquisición de un nuevo sistema informático de punta.

Esto ayudaría a que los trámites Municipales sean más rápidos y eficientes. También incrementaría el movimiento de personas que realicen pagos por deudas, morosidad, etcétera., generando mayor ganancia a la Municipalidad.

- c) Seguir con la actualización de los datos del departamento de bienes e inmuebles.

La Municipalidad actualmente se encuentra en la actualización de la base de datos del departamento. Este método es muy importante y necesario, ya que gracias a este nuevo proceso la entidad ha logrado recuperar poco a poco parte del dinero, el cual no había estado siendo cobrado de la manera correcta.

d) Cobro de las multas por no declaración de bienes e inmuebles.

e) Generar multas para las personas que no se acerquen a declarar el valor de las propiedades, debido a que según por ley, las personas deberían de presentarse a la Municipalidad a declarar cada 5 años. Esto genera pérdidas para la Municipalidad.

f) Actualizar el costo de las tarifas anualmente.

Actualizar de manera anual las tarifas permitirá hacer un balance con respecto al costo de vida. Tarifas correspondientes a aseos de vías, recolección de basura, etcétera.

g) Alianza con la Municipalidad de Escazú.

Actualmente la Municipalidad de Alajuelita ha establecido una alianza con la Municipalidad de Escazú que donará al cantón de Alajuelita el 100% de inversión para un centro de bomberos, así también está en proceso un

programa que ayuda y apoyo a la niñez del cantón. Es por esta razón que sería importante tratar de negociar y solicitarles la ayuda para adquirir camiones de basura nuevos, debido a que los actuales se encuentran en muy mal estado.

**.Plazo: primer cuatrimestre del año 2018.**

**Encargado: Mercadologo.**

### **6.3. Plan Pro-ambiente**

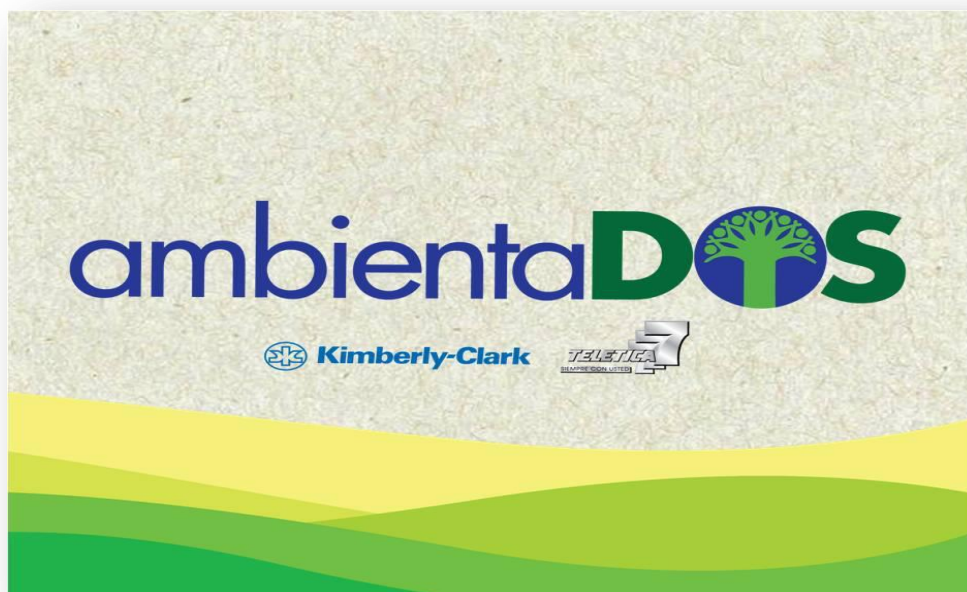
Para la elaboración del plan pro-ambiente se tomaron en cuenta tres posibles estrategias, con el fin de crear e involucrar a la comunidad a tener un compromiso con el medio de ambiente. Al mismo tiempo se contribuye a buscar medidas que ayuden a generar un mejor desarrollo humano.

#### **6.3.1. Programa ambientados**

La campaña de reciclaje AmbientaDos es el resultado de una alianza entre las empresas Kimberly-Clark y Teletica Canal 7 e inició formalmente en marzo del 2009 con el objetivo de inculcar la cultura del reciclaje en la población costarricense mediante una red de puntos de recolección autosuficientes a nivel nacional. Estos nacen de la misma comunidad y se convierten en una opción para que las personas puedan llevar el material reciclable recolectado en sus hogares.

Para dicha campaña es necesario conocer varios requisitos:

- Contar con el apoyo, coordinación y responsabilidad compartida de la Municipalidad local.
- Contar con el apoyo, coordinación y compromiso de un centro de acopio en la localidad que se encargue del manejo, clasificación y comercialización del material recolectado. El mismo debe estar al día con las normativas del Ministerio de Salud y las obligaciones correspondientes de la Caja Costarricense del Seguro Social.
- Ser o trabajar con una asociación o fundación sin fines de lucro.



**Ilustración 21. Ambientados**

Fuente: Facebook de Ambientados.

➤ **Recolección de desechos de manera clasificada**

Pensando en buscar las tácticas para ayudar al medio ambiente, nace esta idea con el fin de que los desechos de basura que son recogidos por los encargados de la Municipalidad sean clasificados de tres maneras: plásticos, vidrio y papel.

La comunidad debe de adquirir no solo un compromiso con sus familias sino también con la Municipalidad de Alajuelita, porque la idea es que todas las personas, barrios, familias, sean conscientes en tratar de clasificar la basura en tres clases .De esta manera, el objetivo que se quiere lograr es que los desechos sean recogidos únicamente si se encuentra clasificados debidamente por las personas.



**Ilustración 22. Reciclaje**

Fuente: google.

➤ **Empresa Ecoplanet cr**

Ecoplanet cr nace en el año 2016, como un emprendimiento innovador, que busca a través de un programa de limpieza al planeta recolectar el material valorizable e integrarlo al proceso de reutilización para ser usado en el mercado nuevamente y lograr con esto salvaguardar la salud de los bosques, evitando al máximo dañar los ecosistemas y alterar la flora y fauna con la tala indiscriminada de árboles.

Lo que pretende esta estrategia es formar algún tipo de negociación o alianza con la empresa, para que todo el cartón que no es utilizado por la Municipalidad pueda ser aprovechado por esa compañía o bien buscar otras formas de negociación en donde se puedan ver beneficiadas ambas instituciones.

La empresa Ecoplanet busca reutilizar todo el cartón que sería desechado, mediante la fabricación de cajas en excelente estado y de esta manera ser aprovechado el material para su venta, siempre cumpliendo con el objetivo de ser amigables con el medio ambiente.



**Ilustración 23. Ecoplanet cr**

Fuente: Facebook, Ecoplanet cr.

## 6.4. Presupuesto

A continuación se presentan las proyecciones económicas que se tienen que tomar en cuenta para la implementación del plan de mercadeo. Añadido a esto, es importante mencionar los datos que fueron otorgados por la Municipalidad de Alajuelita. Estos muestran los nuevos ingresos que forman parte de un plan que se está desarrollando actualmente por la Municipalidad con el fin de atraer nuevos ingresos a la institución. Aunado a esta información, se proyectan los ingresos fijos más relevantes con los que la entidad cuenta anualmente que forman parte de los ingresos libres. Por último una cotización aproximada para invertir en publicidad.

### 6.4.1 Nuevos ingresos

**PLAZO: 3 AÑOS.**

**Año 2017: se espera al menos implementar para el año 2018 el 30%.**

**Tabla 5. Nuevos ingresos**

<b>NUEVOS INGRESOS</b>	<b>Valor aproximado anual</b>
Impuestos de patente a ruterros ( 75 camiones)	¢ 500.000.00
Impuesto actividades lucrativas de construcción (Residencias Málaga).	¢25.000.000.00
Inventario de las máquinas de juegos permitidos (300 máquinas).	¢30.000.000.00
Contratación de dos abogados para el cobro judicial (Recaudará al menos el 10% de la morosidad )	¢1 800.000.000.00 (morosidad)10%= ¢ 180.000.000.00 anual.
Cobro de publicidad exterior( carteles Claro)	¢30.000.000.00
<b>TOTAL</b>	<b>¢265.500.000.00</b>

## 6.4.2 Ingresos fijos

**Tabla 6. Ingresos fijos**

<b>INGRESOS FIJOS</b>	<b>Valor aproximado anual</b>
Recursos provenientes de transferencias del estado anuales. Y el programa de partidas específicas. (Asignadas por la Asamblea Legislativa).	¢500.000.000.00
Recolección de basura (70 toneladas diarias)	¢650.000.000.00
Impuestos de bienes e inmuebles	¢350.000.000.00
Impuesto de las patentes municipales	¢266.000.000.00 (2016)
Aseo de vías	¢60.000.000.00
Permisos de construcción	¢150.000.000.00
Multas	¢35.000.000.00
Intereses que se cobran vencidos	¢120.000.000.00
Licores	¢50.000.000.00
Venta de servicios (como certificaciones)	¢20.000.000.00
<b>TOTAL</b>	<b>¢ 2 201.000.000.00</b>

### 6.4.3 Presupuesto para implementar el Plan de mercadeo para el desarrollo humano cantonal.

Tabla 7. Presupuesto para el plan de mercadeo

ACTIVIDAD	MEDIO	CANTIDAD	COSTO
<b>Cámaras de seguridad</b>	Cámaras CCTV	1 circuito por barrio. (12).	¢378 856.00
<b>Ferias de donación útiles</b>	Tumbacocos		¢150.000.00
<b>Tope</b>	Tumbacocos		¢150.000.00
	Grupos musicales		¢220.000.00
<b>Pasacalles anual</b>	Flow studio		¢45.000.00
	Comparsas		¢80.000.00
<b>Mercado artesanal</b>	Más que noticias		–
<b>Albergue para perros</b>	Telecable		¢185.000.00
<b>Miradores/Rest</b>	Telecable		¢185.000.00
		<b>TOTAL</b>	<b>¢1 393.856.00</b>

#### 6.4.4 Presupuesto para el producto "Chinchiví"

Tabla 8. Presupuesto "Nuestro chinchivi"

<b>PRODUCTO</b>	<b>Inversión Por Unidad</b>	<b>COSTO</b>	<b>Publicidad</b>	<b>COSTO</b>
Chinchiví	Etiqueta	¢600.00	Periódico Alajuelita Hoy	¢120.000.00
	Envase de vidrio	¢700.00	Tele Cable	¢240.000.00
			Más que noticas	—
			Informe 11	—
			Stand en la Municipalidad de Alajuelita.	¢50.000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>¢1 300.00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>¢410.000.00</b>

## 6.4.5 Cotización de publicidad

Tabla 9. Cotización de publicidad

Medio	Cantidad	Duración	Costo Unitario	Total
<b>Tele Cable (anuncios)</b>	3	30 segundos por hora (1mes)	¢240.000.00	¢240.000.00
	3	15 segundos Por hora (1mes)	¢185.000.00	¢185.000.00
<b>Periódico Alajuelita Hoy</b>	Una página full color		¢120.000.00	¢120.000.00
	Media página full color		¢60.000.00	¢60.000.00
	Un cuarto de página full color		¢30.000.00	¢30.000.00
	Un octavo de página full color		¢15.000.00	¢15.000.00
<b>Programa Más que Noticias (nota)</b>	1	3 a 4 minutos	–	–
<b>Tumbacocos (perifoneo)</b>	1	Todos los sábados y domingo (1mes)	¢150.000.00	¢150.000.00
<b>Afiches</b>		1 vez al mes	¢ 50.000.00	¢ 50.000.00
<b>Redes sociales (Facebook)</b>	2	1 mes	¢5 000.00	¢10.000.00
			<b>TOTAL</b>	<b>¢860.000.00</b>



## 6.5. Factores clave de éxito

El éxito en la ejecución de esta propuesta de estrategia de desarrollo humano cantonal no solamente dependerá de la claridad con que la misma sea realizada sino también del cumplimiento de algunas condiciones indispensables, tales como:

- ✓ Gobernabilidad en la instancia de las autoridades locales.
- ✓ Liderazgo visionario del Gobierno Local-Alcalde Municipal.
- ✓ Voluntad y apoyo político en la ejecución de los planes.
- ✓ Fortalecer el equipo de gestión local.
- ✓ Vinculación real de la Municipalidad a los distintos sectores del cantón.
- ✓ Mejor distribución y uso de los recursos públicos locales y nacionales.
- ✓ Estimulación de la cultura de participación y rendición de cuentas.
- ✓ Liderazgo distrital y cantonal visionario y participativo.
- ✓ Elevada credibilidad en los procesos participativos y la organización comunal.
- ✓ Participación ciudadana e institucional.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Identidad local.

## **BIBLIOGRAFÍA**

## Artículos

Alfonso Urzúa y Caqueo-Urizar. (2012). *Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto*. [pdf]. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v30n1/art06.pdf> [Consulta agosto.2016].

Solano, Franklin. "Alajuelita: informe cantonal de población y vivienda". Fundación promotora de vivienda.2014.18-83.

<http://www.fuprovi.org/files/pdf/informe-cantonal-de-alajuelita.pdf>

## Congresos

Chinchilla Jiménez. (2016). *Dirección metodología de investigación*. Guía trabajos finales de graduación, tesinas y tesis en ciencias sociales. Universidad Hispanoamericana. (32-33).

## Informe de una agencia del gobierno

Instituto Nacional de Estadística y Censo 2011. (2012). *X censo nacional de población y VI de vivienda 2011. Resultados generales*. [pdf]. Recuperado de [https://www.cipacdh.org/pdf/Resultados\\_Generales\\_Censo\\_2011.pdf](https://www.cipacdh.org/pdf/Resultados_Generales_Censo_2011.pdf)

Informe nacional sobre desarrollo humano. (2013). *Aprendiendo a vivir juntos: Convivencia y desarrollo humano en Costa Rica*. [Pdf]. Recuperado de [http://hdr.undp.org/sites/default/files/costa\\_rica\\_nhdr\\_2013.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/costa_rica_nhdr_2013.pdf)

Matarrita-Venegas. R. (2011). *Décimo octavo informe de la nación en desarrollo humano sostenible. Informe final Capacidades productivas para generar y absorber riqueza: Un enfoque territorial*. [pdf]. Recuperado de [http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca\\_virtual/018/matarrita\\_capacidades\\_productivas\\_enfoque\\_territorial.pdf](http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/018/matarrita_capacidades_productivas_enfoque_territorial.pdf)

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD(2011). *Atlas del desarrollo humano cantonal de Costa Rica*. [pdf]. Recuperado de [http://www.cr.undp.org/content/dam/costa\\_rica/docs/undp\\_cr\\_atlas\\_cantonal.pdf](http://www.cr.undp.org/content/dam/costa_rica/docs/undp_cr_atlas_cantonal.pdf)

## **Libros**

Chinchilla,A( 2015). Marco Metodologico.Presentacion poer point.Heredia:UNA

Hurtado J.( 2012). Metodologia de la investigación.Cuarta edición.Caracas : Quiron ediciones.

Alicia Martínez García, Carmen Ruiz Moya y Joan Escrivá Monzó. (2014). *Marketing en la actividad comercial. [Versión digital]*. Recuperado de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf> [Consulta Noviembre 2016].

Armstrong, G y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing. [versión digital]*. Recuperado de <http://cenit.uh.ac.cr/> [Consulta Febrero de 2018].

Barrantes- Echavarría. (2002). *Investigación: un camino al conocimiento, Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto.* [Pdf]. Recuperado de [http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/LIBROS/2002/UNED\\_2003/investigacion\\_camino\\_conocimiento\\_barrantes.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/LIBROS/2002/UNED_2003/investigacion_camino_conocimiento_barrantes.pdf) [Consulta Diciembre 2016].

Bass chable, María Irene, Barceló Méndez, Miriam Gabriela y Herrera Garnica, Gloria Rebeca. (2012). *Metodología de la investigación.* [pdf]. Recuperado de <http://cenit.uh.ac.cr/> [Consulta Enero 2017].

Bernal-Torres. (2010). *Metodología de la Investigación.* [Pdf]. Recuperado de <http://eva.sepyc.gob.mx:8383/greenstone3/sites/localsite/collect/ciencia1/index/assoc/HASHe5b1.dir/11050004.pdf> [Consulta Diciembre 2016].

Hernandez-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. [versión digital].

Recuperado de <http://201.195.87.22:2222/onlinepdfjs/view.aspx> [Consulta Marzo 2018].

Hoyos Ballesteros, R. (2013). *Plan de marketing: diseño, implementación y control*. [versión digital]. Recuperado de

<http://201.195.87.22:2056/lib/bibliouhsp/reader.action?docID=10732876&ppg=13> [Consulta Enero 2017].

Kotler, Philip y Armstrong. (2012). *Marketing*. [Versión digital]. Recuperado de

[https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf) [Consulta Enero 2017].

Mesa-Holguín, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. [versión digital]. Recuperado de

<http://201.195.87.22:2056/lib/bibliouhsp/reader.action?docID=10536136&ppg=9> [Consulta Enero 2017].

Ortis-Velásquez, M., Ortiz-González, J y Giraldo

Oliveros, M. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. [Versión digital]. Recuperado de <http://201.195.87.22:2056/lib/bibliouhsp/detail.action?docID=11125845> [Consulta Enero 217].

Roger A. Kerin y Steven W. Hartley (2014). *Marketing*. [Versión digital] Recuperado de

<http://cenit.uh.ac.cr/>

Sanchez-Delgado,M.(2014).Administración 1.[Versión digital]. Recuperado de <http://201.195.87.22:2056/lib/bibliouhsp/reader.action?docID=11046105&ppg=6> [Consulta Diciembre 2017].

Santesmases-Mestre,M.(2014).Fundamentos de mercadotecnia.[Versión digital].Recuperado de <http://201.195.87.22:2056/lib/bibliouhsp/reader.action?docID=11013246&ppg=18> [Consulta Febrero 2018].

Schiffman-Leon,G. y Wisenblit,J.(2015).Comportamiento del consumidor.[Versión digital]. Recuperado de <http://201.195.87.22:2222/onlinepdfjs/view.aspx> [Consulta Enero 2018].

### **Páginas Web**

Banco de la republica actividad cultural. (2016).*Desempleo*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/desempleo> [Consulta agosto 2012].

Herrera-Ruiz. (2016). *Programa Universitario de Investigación en asentamientos humanos*. Recuperado de <http://digi.usac.edu.gt/sitios/puiah/index.html> [Consulta Julio 2016].

Instituto nacional de estadística y censo. (2011). *Indicadores de discapacidad y de aseguramiento según cantón y distrito*. Recuperado de <http://www.inec.go.cr/social/poblacion-con-discapacidad> [Consulta agosto 2012].

Naciones Unidas (2011). *17 objetivos para transformar nuestro mundo*. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/> [Consulta Julio 2016].

Organización mundial de la salud.2016. *Discapacidades*. Recuperado de <http://www.who.int/topics/disabilities/es/> [Consulta agosto 2016].

## **Tesis**

Leiva Albarenga Yessenia (2004). Plan de mercadeo para la introducción de queso duro blanco en cadenas de supermercados en el mercado local. (Tesis licenciatura). Universidad Dr.Jose Matias Delgado. San Salvador.

Leon Quiros Rebeca Jenny (2015). Evaluación del sistema de asignación de recursos del bono familiar de vivienda desde el punto de vista de la demanda. (Tesis Master ).Universidad estatal a distancia. Costa Rica.

Londoño Obando Vanessa Crystell (2011). Promoción del talento humano en la junta de administración portuaria y desarrollo económico de la vertiente atlántica durante el 2011. (Tesis de licenciatura). Universidad estatal a distancia. Costa Rica.

Rozo Bernal Lina (2008). Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad? (Tesis bachiller). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.

Segura Sánchez. Alexander (2014). Gestión del desempeño basado en la evaluación de resultados como herramienta para el cumplimiento de la estrategia organizacional de la empresa Grupo GC Compañía de desarrollo humano. (Tesis de licenciatura). Universidad estatal a distancia. Costa Rica.

## **ANEXOS**

## **Anexo 1. Entrevista al experto**

**Nombre: Marvin Leiva Ureña**

**Puesto: Proceso de planificación de proyectos**

**Fecha: 13 de Octubre de 2016.**

**¿Existen programas de apoyo a la comunidad? (sociales, culturales, socioeconómicos o ninguno).**

Si imparte, por ejemplo en materia social, la municipalidad atiende grupos organizados del cantón donde vienen con diferentes necesidades, digamos que becas, que trabajo, necesidades de vivienda. El gobierno local, en el artículo 1 del código municipalidad, establece que todos los intereses que tenga la gente que vive en este territorio, son competencia del gobierno local. Y propiamente en la parte social hay muchas cosas que se atienden desde aquí o se gestiona ante las instituciones del gobierno, pero en la parte social si se atiende.

En el tema cultural tenemos un gestor cultural que se encarga de tradiciones, festejos del 15 de setiembre, Esquipulas, es una amplia gama de cosas en el tema cultural.

En el tema socioeconómico el aporte no es tan grande pero si lo hay, por ejemplo todas las empresitas pequeñas, medianas y grandes, que van abrir digamos un negocio en este cantón, vienen aquí y solicitan una patente, y la Municipalidad le otorga el permiso. Lo que no hay es un programa como tal que este enfocado en

capacitar a esas pequeñas y medianas empresas, pero si hay digamos una relación de Municipalidad y aspectos socioeconómicos dentro del territorio.

### **¿Es importante implementar más espacios públicos en el cantón?**

Espacios públicos, digamos están todos los espacios que son plazas, parques, salones comunales, sin embargo no es de implementar más espacios públicos es de recuperar los que ya están. La Ley 4240 establece que cuando hay un desarrollador que va a hacer viviendas en un cantón, el 10% de ese territorio se deja para uso espacio público. Aquí vino el LIMBO el IMAS y otras instituciones a desarrollar proyectos y dejaron el 10% y no lo entregaron, tienen que entregarlo.

Entonces ahora hemos estado gestionando ante el LIMBO y el IMAS, básicamente que nos entreguen ese 10% que ahí está, ¿Por qué?, porque si no lo han entregado lo pueden invadir, entonces son terrenos que hay que recuperar, es por eso que en vez de implementar hay que recuperar ese 10%. En todos los distritos hay espacios públicos, en donde si hay menos es en San Antonio.

### **¿Usted cree que en Alajuelita hay opciones de encontrar trabajo?**

Si hay, pero no hay tanto empleo como en otros cantones, por ejemplo usted va a Escazú, ve Multiplaza y otros, aquí no, aquí hay menos, una de las estrategias del Gobierno Local es impulsar que vengan inversionistas al territorio para decirle a los jóvenes: “vea aquí hay fuentes de empleo”. Sin embargo tenemos una

particularidad, recordemos que nosotros estamos a cinco kilómetros de la capital entonces, por eso es que usted ve en la mañana los buses repletos de muchachos y señores y todo que van a trabajar, entonces vienen a Alajuelita y lo utilizan como dormitorio, eso no quita de que no hayan fuentes de empleo, digamos que maxi Pali, Megasuper, Riteve, y todo ese tipo de cosas generan empleo, sin embargo la mayor parte, 8 de cada 10 viajan a otros lugares a buscar trabajo. Eso es un tema que sí. Por supuesto necesitamos fuentes de empleo.

**¿Cómo cree que es la condición de la Salud? (Buena, mala, regular).**

Bueno, yo creo, y voy a hacerle un comentario muy directo en esto. Resulta que el comportamiento de la población de Alajuelita en los últimos 20 años ha sido un crecimiento abrupto, digamos si usted va hace 20 años atrás ,Alajuelita tenía 22 000 000 habitantes y 20 años después hoy en el 2016, nos encontramos que el comportamiento de la población de Alajuelita a aumentado, porque el Gobierno Central ha empezado a buscar soluciones de vivienda a la gente que lo necesita , entonces compran terrenos en Alajuelita y trasladan a esa gente aquí, en eso no hay ningún pecado, pero el pecado está, en que si pensó, en que esto iba a tener este comportamiento igual debe de crecer en salud y en educación. Si usted se poner a ver, la escuela de San Felipe, de hace 20 años es la misma, pero la población no es la misma, si vamos a la clínica, es la misma y Alajuelita es para que tenga una clínica más grande que la de Hatillo. Yo creo que la condición de Alajuelita no es buena.

**¿Algún tipo de ayuda económico social que de la Municipalidad al pueblo?**

No, la Municipalidad no da dinero a nadie. Económico social es como el IMAS por ejemplo. A personas no, si se da a instituciones como a escuelas básicamente el 10% de impuestos e inmuebles pero nada más, a personas no. Se les da a todas las escuelas del cantón. Está en la ley de código municipal.

**¿Algún tipo de ayuda o programa que tenga la Municipalidad para poder recaudar más fondos?**

Constantemente estamos en un mejoramiento de la Administración tributaria, somos como un ministerio de hacienda dentro de lo local, entonces si estamos generalmente desarrollando programas, estrategias, digamos por ejemplo el tema de impuestos e inmuebles para poder recaudar más fondos.

**¿Alguna institución del Gobierno o internacional de las cuales ustedes reciban ayuda económica?**

Hay ayuda del Gobierno Central, el apoyo se da por transferencias eventuales, digamos por ejemplo en caminos y calles, el impuesto a la gasolina que se transfiere a una ley, que se llama la Ley 9329.

**¿Se cuenta con instalaciones para realizar actividades o se alquilan?**

No, no se alquila ni se paga para instalaciones, se utilizan salones, escuelas, salones comunales en diferentes distritos, en la casa de la cultura. Siempre se busca lo público, en el parque, un salón pequeño que se tiene en la Municipalidad, el salón de consejos.

**¿Existe personal para realizar o ejecutar un plan de mercadeo?**

No, lo más cerca que hay aquí es el departamento de planificación de proyectos. No hay ninguna persona, aparte de mí. Todo recaería sobre mí, tampoco hay asistentes.

**¿Qué proyectos tienen en mente?**

Tenemos el plan de desarrollo humano local, está hecho a 10 años y tenemos algunas estrategias.

## ANEXO 2. CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario fue elaborado por la Señorita Angélica Vega Abarca con el fin de recabar información importante que sirva de apoyo para su trabajo de investigación universitario. Responda con una equis (X) las siguientes interrogantes, muchas gracias por su colaboración.

### 1. Género

- a. Masculino ( )
- b. Femenino ( )

### 2. Edad

- a. 15-25 ( )
- b. 26-36 ( )
- c. 37-47 ( )
- d. 48-58 ( )

### 3. ¿Trabaja actualmente?

- a. Sí ( )
- b. No ( )

### 4. Lugar de residencia

- a. Centro ( )
- b. San Josecito ( )
- c. San Antonio ( )
- d. Concepción ( )
- e. San Felipe ( )

## 5. Escolaridad

- a. Primaria ( )
- b. Secundaria ( )
- c. Universitaria ( )
- d. Ninguna ( )

6. ¿De los siguientes programas de apoyo a la comunidad, cuales conoce usted que la Municipalidad tiene?

- a. Sociales ( )
- b. Culturales ( )
- c. Socio económicos ( )
- d. Otros ( ) Cuales \_\_\_\_\_

7. ¿Conoce los lugares o espacios donde se lleva a cabo esos programas?

- a. Sí ( ) Lugar \_\_\_\_\_
- b. No ( )

8. ¿Considera usted importante implementar más espacios públicos en el cantón?

- a. Sí ( ) Cuales \_\_\_\_\_
- b. No ( )

9. ¿Piensa usted que en Alajuelita existen opciones para encontrar trabajo?

a. Si ( )

b. No ( )

10. ¿Cree usted que en Alajuelita existe facilidad de acceso a la salud pública?

a. Si ( )

b. No ( )

11. ¿Recibe algún tipo de ayuda económico social de parte de la Municipalidad?

a. Si ( )

b. No ( )

12. ¿Piensa usted que en este cantón existen oportunidades de desarrollo humano?

a. Si ( )

b. No ( )

13. ¿En sistemas de salud, cree usted que en el cantón existe facilidad de acceso a la salud pública?

- a. Si ( )
- b. No ( )

14. ¿Qué tipo de seguridad cree usted que le hace falta a nuestro cantón?

---

---

15. ¿Existe buena información entre Municipalidad y el pueblo?

- a. Si ( )
- b. No ( )

16. En el aspecto de educación cree que esta es:

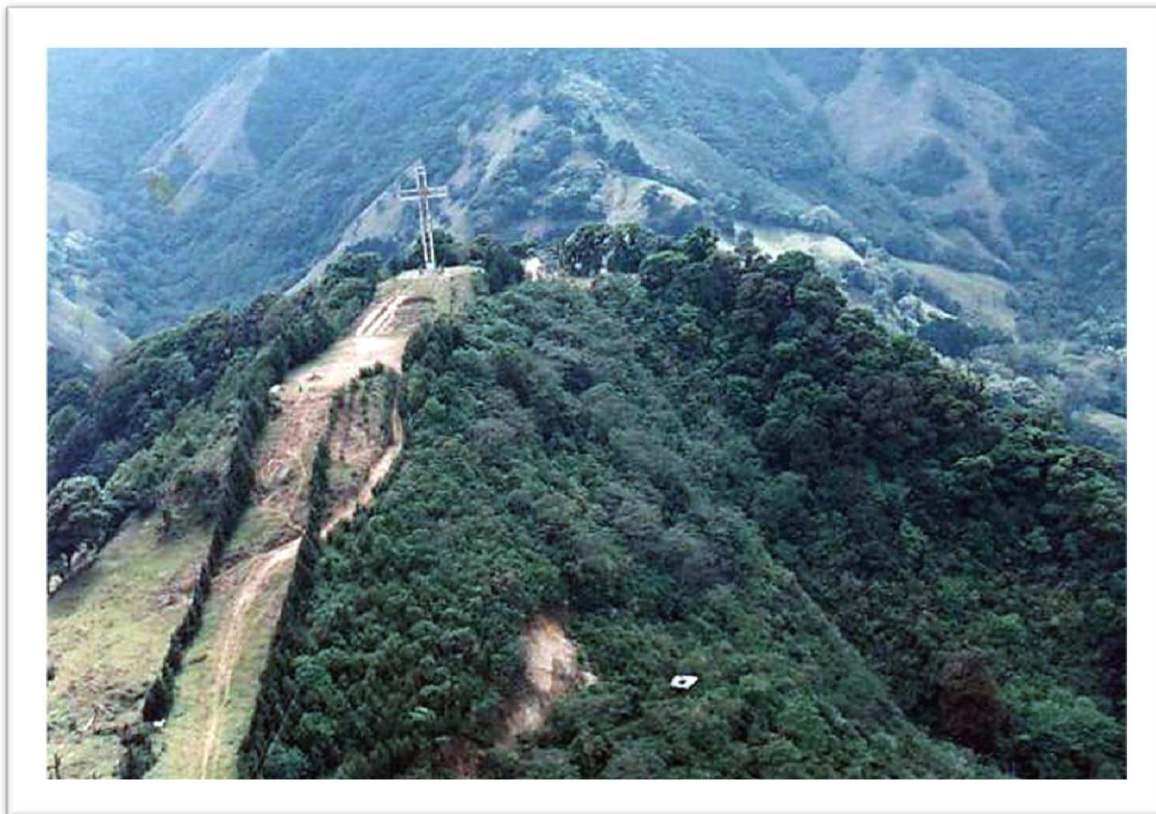
- a. Excelente
- b. Buena
- c. Normal
- d. Mala

Algún comentario adicional que desea usted agregar a la encuesta lo puede hacer a continuación. Cualquier comentario, sirve de gran ayuda como información para realización de mi tesis.

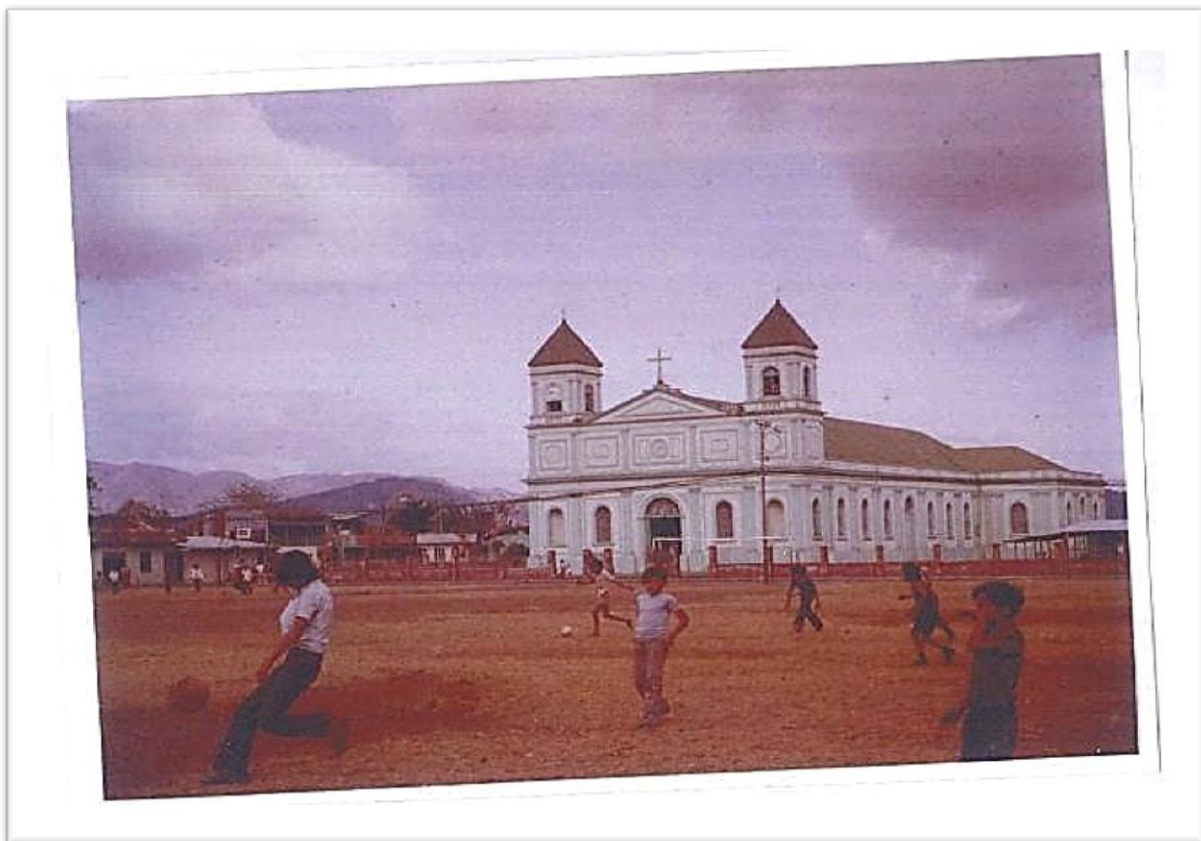
---

---

---



Vista desde el aire del Cerro San Miguel, Cruz de Alajuelita.



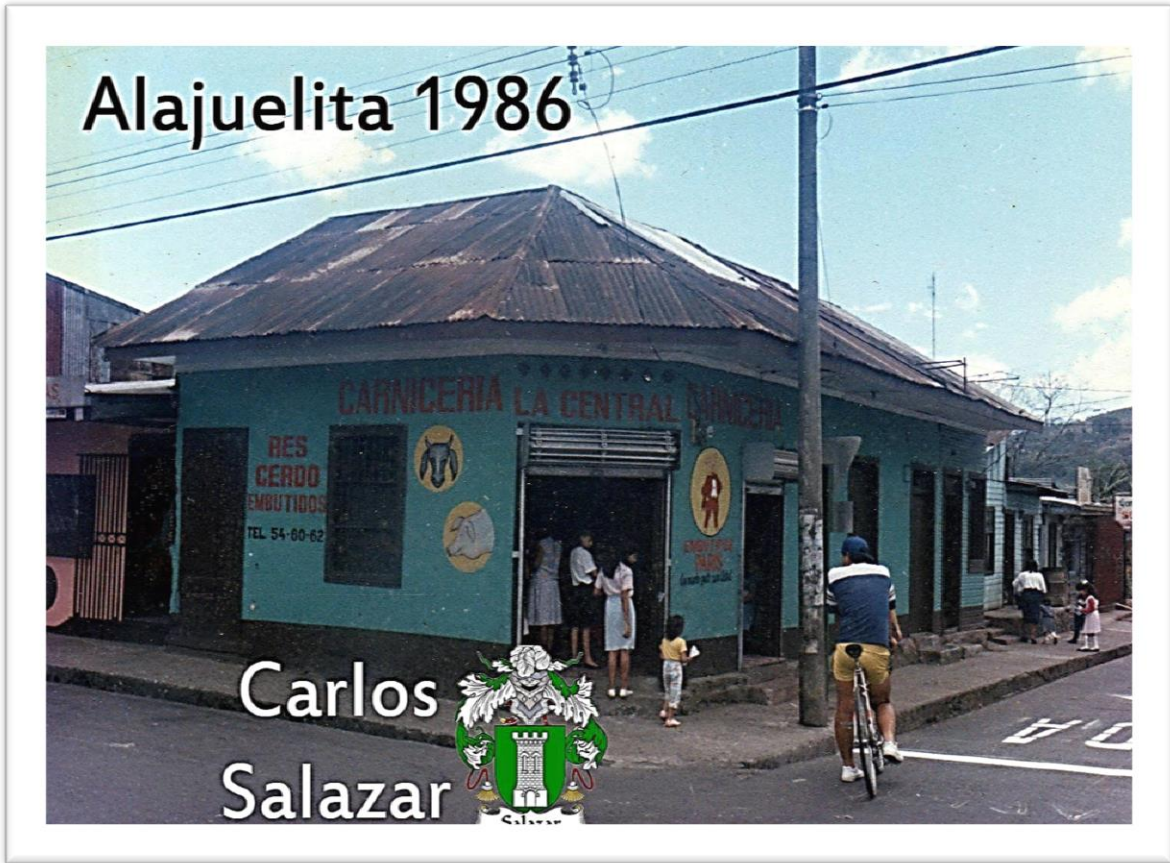
Fotografía tomada en 1977.



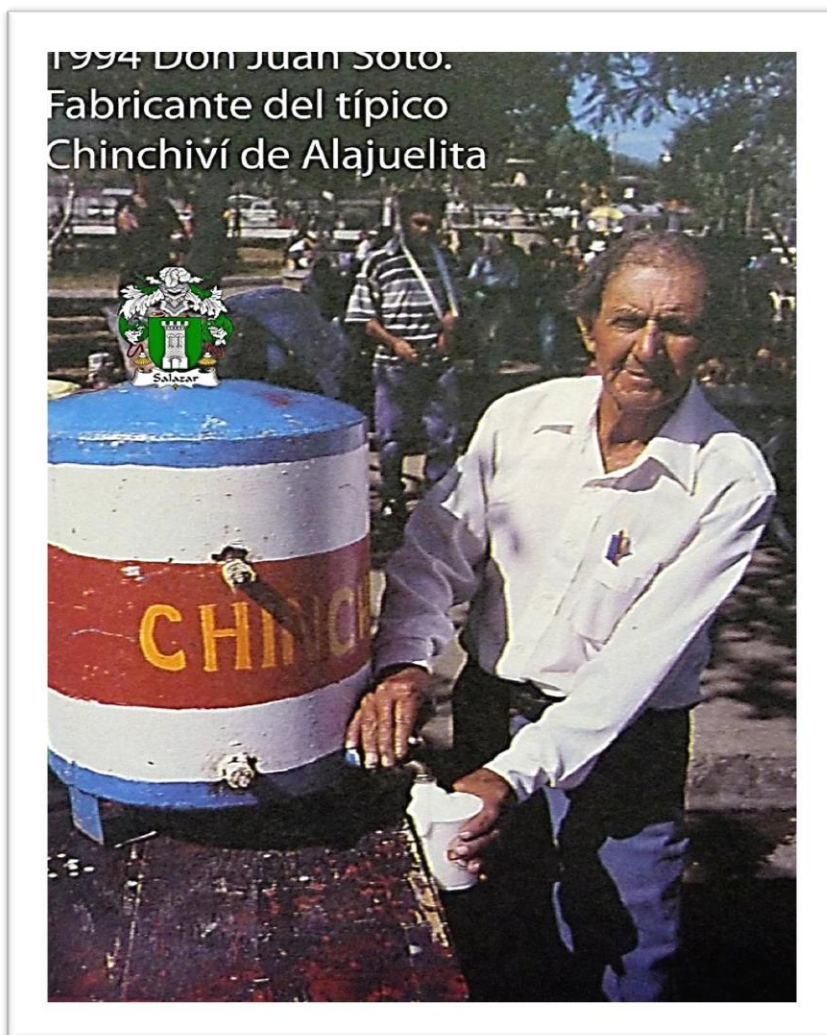
Este caballero es un vendedor del famoso Chinchiví, fotografía tomada en 2009.



Fiestas de Santo Cristo de Esquipulas. Se nota la Plaza y el templo parroquial.



Carnicería que sigue ubicada a un costado del parque de Alajuelita.



1994. Don Juan Soto, Fabricante del típico Chinchiví de Alajuelita.



"Los Hermanos Vargas"

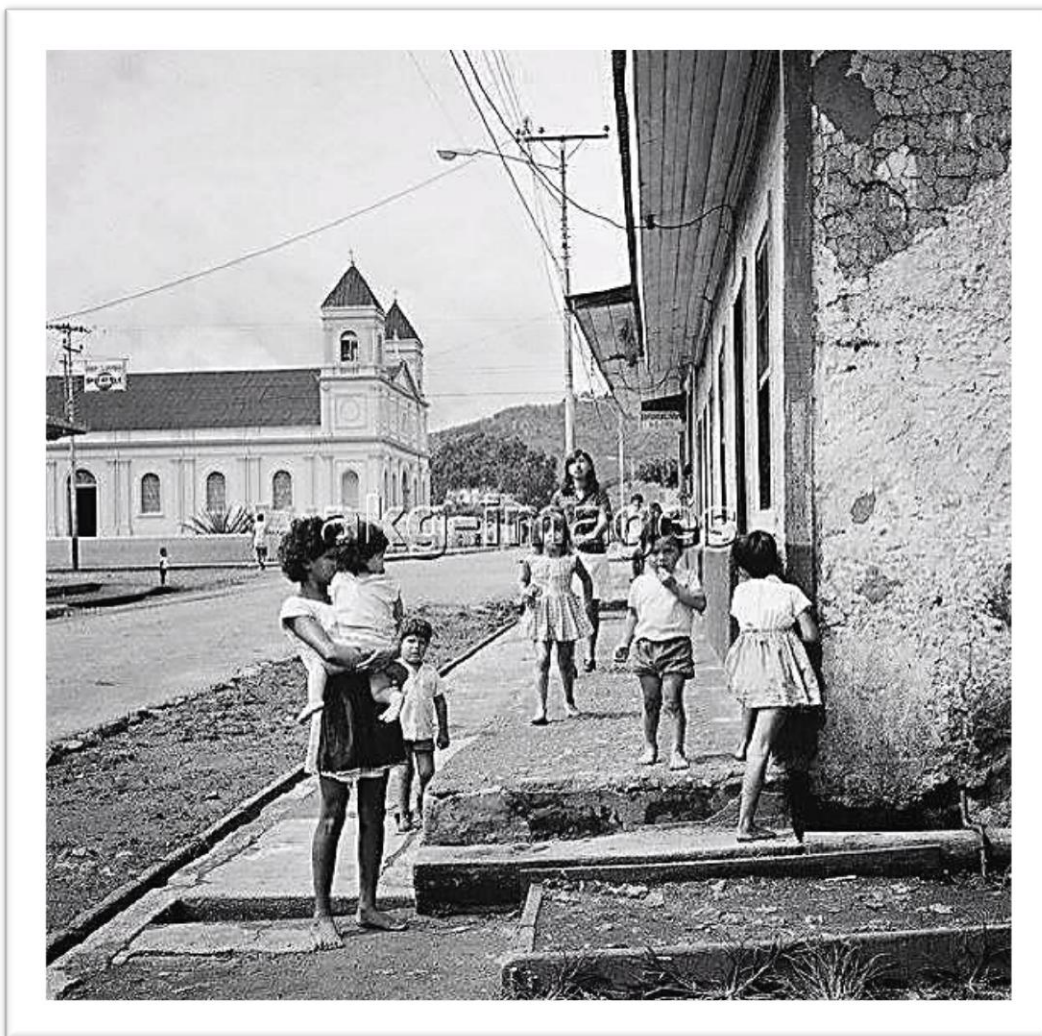
Grupo musical fundado por integrantes alajueliteños.



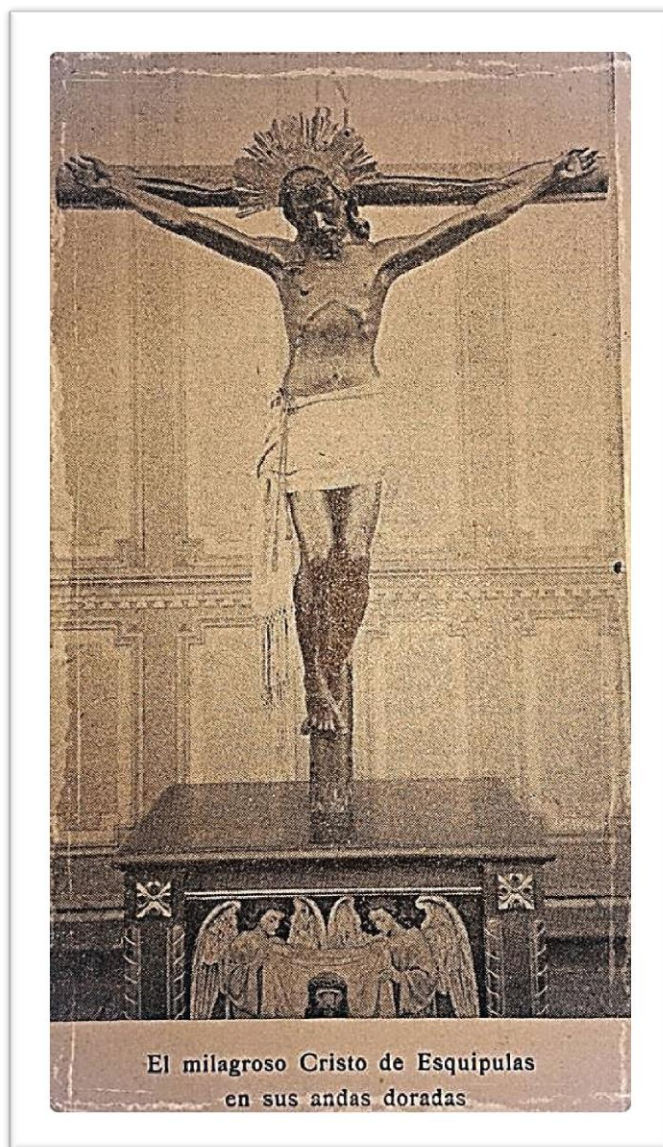
La típica mascarada.



Fotografía reciente de Santo Cristo de Esquipulas.



Entrada principal para ingresar al cantón de Alajuelita. Fotografía con más 50 años de antigüedad.



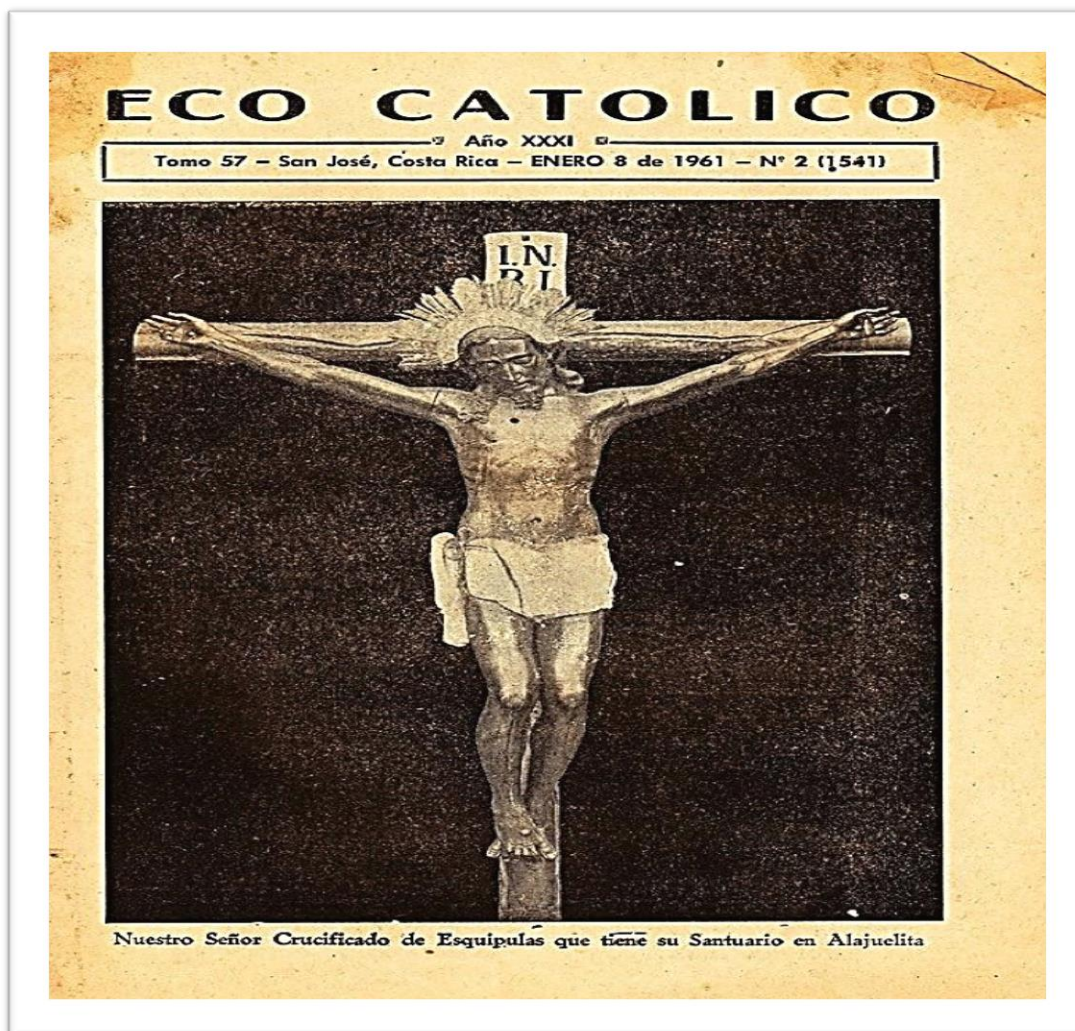
Fotografía tomada en 1961. Santo Cristo de Esquipulas, imagen que se conserva en la actualidad.



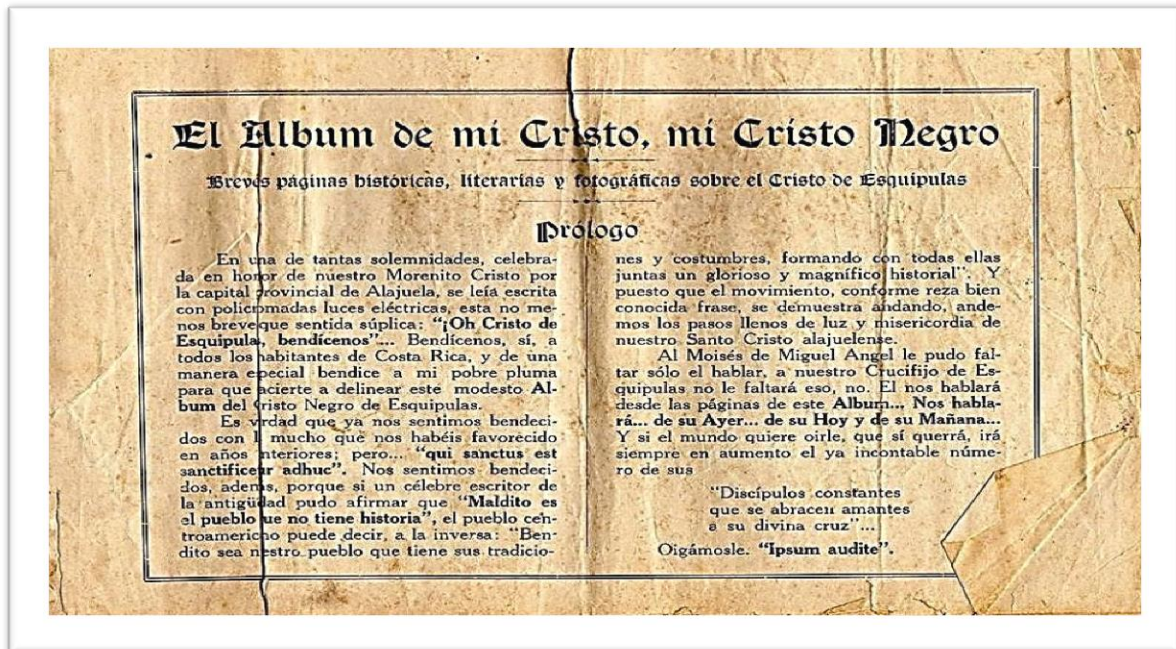
Escudo del cantón de Alajuelita.



Bueyes descansando detrás de la Iglesia catolica.



Artículo publicado en el año 1961.



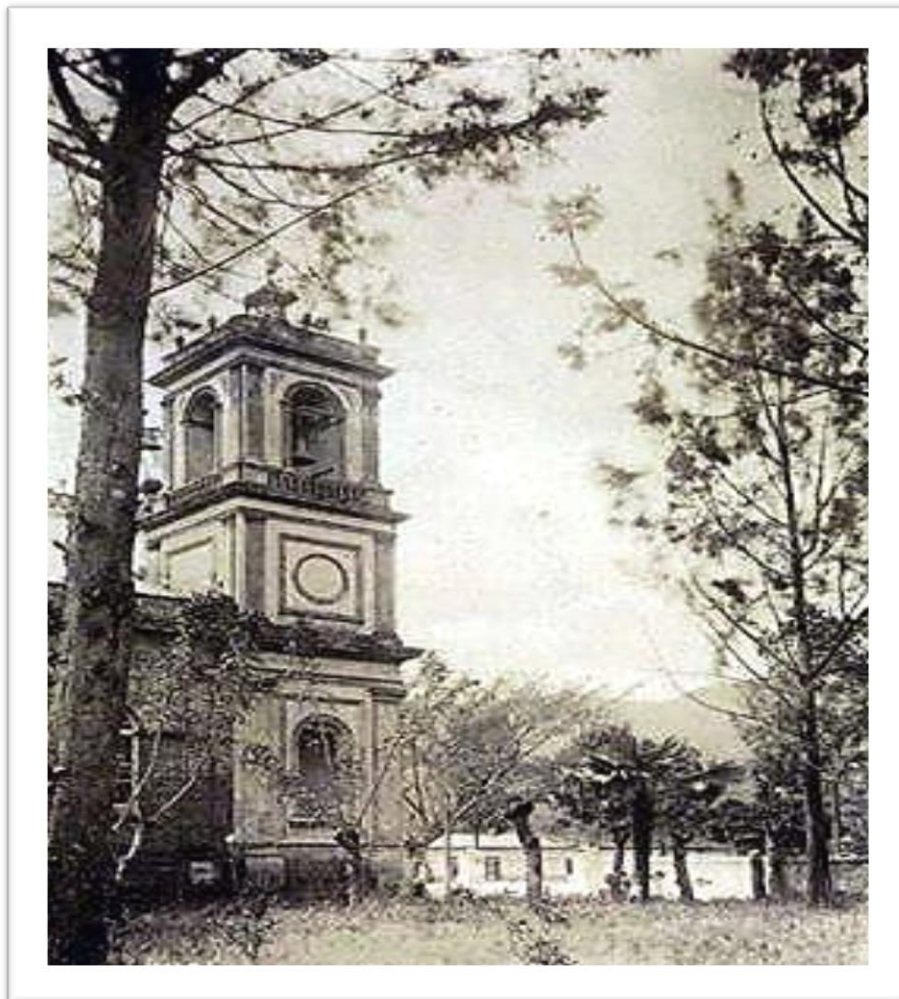
Oración a Santo Cristo de Esquipulas.



Grupo de personas, en la Cruz de Alajuelita, año 1950 aproximadamente.



Congreso eucarístico, año 1960.



Fotografía antigua de la Iglesia catolica de Alajuelita, año 1968.



La cimarrona de Macho retana, una de las antiguas del cantón.