

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Sede Regional San Carlos
Escuela de Administración de Empresas



*Práctica de Especialidad para optar por el grado de Bachiller
en Administración de Empresas*

Investigación de Mercado para determinar el grado de
satisfacción de los usuarios de la plataforma de servicios del
Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad
de San Carlos

Trabajo Final de Graduación presentado por:
Cindy Bartly Monge

Profesora asesora:
MPA. Ana Gabriela Víquez Paniagua

Santa Clara, 2012

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Sede Regional San Carlos
Escuela de Administración de Empresas



*Práctica de Especialidad para optar por el grado de Bachiller
en Administración de Empresas*

Investigación de Mercado para determinar el grado de
satisfacción de los usuarios de la plataforma de servicios del
Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad
de San Carlos

Trabajo Final de Graduación presentado por:
Cindy Bartly Monge

Profesora asesora:
MPA. Ana Gabriela Víquez Paniagua

Santa Clara, 2012



DEDICATORIA

Dedicado a mi familia, porque siempre está presente en las bellas experiencias de mi vida, pero sobretodo porque nunca me han dejado sola en las pruebas más difíciles que se me presentan.

A mi madre Rocío Monge por su amor incondicional y sus valiosos consejos, por esa motivación constante que me inspira a ser cada día una mejor persona.

A mi padre Errol Bartly, por su ejemplo de esfuerzo y sacrificio, por su amor y sus palabras que me impulsan a buscar siempre más allá de mis límites.

A mis hermanos; Gabriel, Judith y Jonnathan, por ser tolerantes y estar siempre conmigo... los quiero mucho.

*Porque llegar a este momento no ha sido fácil...
y siempre me brindaron su apoyo!!*



AGRADECIMIENTO

Gracias infinitas a Dios por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida, por la capacidad que me brinda día a día para desarrollar lo que me propongo y porque es el único que me da las fuerzas para alcanzar mis mayores metas; gracias a Él porque puso en mi camino a todas esas personas que han sido mi soporte y compañía durante este proceso.

Gracias a mi familia, por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento y por creer en que puedo lograr esto y mucho más.

Gracias a mis profesores del Tecnológico de Costa Rica por todo el conocimiento transmitido a lo largo de mi carrera.

Muchas gracias a mi profesora asesora Gabriela Víquez Paniagua, por su tiempo y paciencia, por su gran apoyo y por compartir un poco de su conocimiento para que yo desarrollara de la mejor forma este trabajo.

Gracias a todo el personal del Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos y al Licenciado Leonidas Vásquez Arce por la oportunidad y confianza que me brindaron para desarrollar mis primeros pasos como profesional.



RESUMEN EJECUTIVO

A través del planteamiento de objetivos claros, una organización se puede orientar para lograr el más eficiente desempeño en sus departamentos.

En el presente trabajo se llevó a cabo una investigación de mercados, mediante la cual se logró medir el grado de satisfacción que tienen los usuarios de la plataforma de servicios de la Municipalidad de San Carlos.

Los resultados obtenidos buscan que el Departamento Tributario de la Municipalidad de San Carlos tenga una visión clara de la apreciación que tienen los contribuyentes sobre la calidad del servicio que reciben por parte del personal.

Tomando en cuenta variables importantes como la calidad, los tiempos de respuesta y la tramitología de cada proceso, se definió esa situación real de la atención que brinda la plataforma de servicios y la forma como realiza sus labores.

Obteniendo los resultados finales se recomendó al departamento establecer nuevas ideas estratégicas que promuevan el aumento en el nivel de satisfacción de cada contribuyente sancarleño.

Palabras claves: Objetivos, satisfacción, usuarios, estrategias.



ABSTRACT

By the setting of clear objectives, an organization can be oriented to achieve the most efficient performance in their departments.

In this study was conducted a market research, which was achieved by measuring the degree of satisfaction that users have in service platform of the Municipalidad de San Carlos

The results obtained look the Tax Department of the Municipalidad de San Carlos has a clear view of the finding that taxpayers have about the quality of service they receive from the staff.

Taking into consideration important variables such as quality, response time and paperwork of each process, it was defined the real situation of the care provided by the service platform and the way it conducts its work.

Getting the final results, it was recommended to department, establishing new strategic ideas that promote the increase in the level of satisfaction of each taxpayer.

Keywords: Objectives, satisfaction, users, strategies.



ÍNDICE DE CONTENIDO

| | | |
|----------|--|----|
| I. | MARCO REFERENCIAL..... | 19 |
| 1.1 | Generalidades de la empresa..... | 19 |
| 1.1.1. | Historia del cantón..... | 19 |
| 1.1.2. | División político administrativa..... | 20 |
| 1.1.2.1. | Mapa por distritos del cantón de San Carlos..... | 21 |
| 1.1.3. | Creación del Palacio Municipal..... | 21 |
| 1.1.4. | Generalidades de la Administración Tributaria..... | 22 |
| 1.1.5. | Estructura organizacional..... | 26 |
| 1.1.6. | Logotipo..... | 28 |
| 1.1.7. | Misión y visión..... | 28 |
| 1.1.8. | Departamento de Administración Tributaria..... | 28 |
| 1.1.9. | Justificación..... | 33 |
| 1.2. | Planteamiento del problema..... | 34 |
| 1.3. | Hipótesis..... | 34 |
| 1.4. | Objetivos..... | 34 |
| 1.4.1. | Objetivo General..... | 34 |
| 1.4.2. | Objetivos Específicos..... | 35 |
| II. | MARCO TEÓRICO..... | 37 |
| 2.1. | Conceptualización temática..... | 37 |
| 2.1.1. | Administración..... | 37 |
| 2.1.2. | Funciones de la administración..... | 37 |
| 2.1.3. | Áreas de la administración..... | 38 |
| 2.1.4. | Mercadotecnia..... | 39 |
| 2.1.5. | Investigación de mercados..... | 39 |
| 2.1.6. | Mercado meta..... | 39 |
| 2.1.7. | Orientación al cliente..... | 40 |
| 2.1.8. | Satisfacción del cliente..... | 40 |
| 2.1.9. | Segmentación de mercado..... | 40 |
| 2.1.10. | Problema de estudio..... | 41 |



| | | |
|---------|--|----|
| 2.1.11. | Objetivo de la investigación | 41 |
| 2.1.12. | Hipótesis..... | 41 |
| 2.1.13. | Bases de datos | 41 |
| 2.1.14. | Planeación | 42 |
| 2.1.15. | Estrategia..... | 42 |
| 2.1.16. | Tipos de estrategias | 42 |
| 2.1.17. | Administración estratégica..... | 43 |
| 2.1.18. | Implementación de una estrategia | 45 |
| 2.2. | Conceptualización Metodológica | 45 |
| 2.2.1. | Proceso de investigación..... | 45 |
| 2.2.2. | Diseño de la investigación..... | 45 |
| 2.2.3. | Enfoque de la investigación..... | 45 |
| 2.2.4. | Fuentes de información | 46 |
| 2.2.5. | Datos primarios | 46 |
| 2.2.6. | Métodos para la recolección de datos primarios | 46 |
| 2.2.7. | Observación..... | 47 |
| 2.2.8. | Cuestionario | 48 |
| 2.2.9. | Preguntas cerradas | 49 |
| 2.2.10. | Preguntas abiertas | 49 |
| 2.2.11. | Pruebas piloto..... | 50 |
| 2.2.12. | Datos secundarios..... | 50 |
| 2.2.13. | Análisis de datos | 51 |
| 2.2.14. | Muestra | 51 |
| 2.2.15. | Errores de una investigación | 52 |
| 2.2.16. | Población..... | 53 |
| 2.2.17. | Parámetro..... | 54 |
| 2.2.18. | Nivel de confianza | 54 |
| 2.3. | Términos de la Administración Tributaria | 54 |
| 2.3.1. | Administración Tributaria..... | 54 |
| 2.3.2. | Tributos | 54 |
| III. | MARCO METODOLÓGICO | 57 |



| | | |
|----------|--|----|
| 4.1. | Enfoque de la investigación | 57 |
| 4.2. | Fuentes de la información | 58 |
| 4.3. | Procedimiento muestral | 59 |
| 4.4. | Recopilación de la información | 61 |
| 4.5. | Descripción y análisis de los resultados..... | 62 |
| IV. | ANÁLISIS DE RESULTADOS | 65 |
| 4.1. | Antecedentes de la investigación..... | 65 |
| 4.1.1. | Taller Empresarial Municipalidad de San Carlos | 65 |
| 4.1.2. | Metodología | 65 |
| 4.1.3. | Evaluación Modelo Municipal | 66 |
| 4.1.4. | Requerimientos | 66 |
| 4.2. | Resultados obtenidos | 68 |
| 4.2.1. | Distrito al que pertenece | 68 |
| 4.2.2. | Contribuyente..... | 69 |
| 4.2.2.1. | Servicios por distrito | 70 |
| 4.2.3. | Servicio Bienes Inmuebles..... | 72 |
| 4.2.3.1. | Calidad del Servicio | 72 |
| 4.2.3.2. | Tramitología | 73 |
| 4.2.3.3. | Servicio al cliente | 74 |
| 4.2.3.4. | Tiempo de respuesta..... | 75 |
| 4.2.3.5. | Rapidez en el proceso | 76 |
| 4.2.3.6. | Actitud del personal | 77 |
| 4.2.3.7. | Recomendaciones..... | 78 |
| 4.2.3.8. | Recomendaciones por distrito-Bienes Inmuebles | 79 |
| 4.2.4. | Servicio Patentes Municipales..... | 81 |
| 4.2.4.1. | Calidad del servicio | 81 |
| 4.2.4.2. | Tramitología | 82 |
| 4.2.4.3. | Servicio al cliente | 83 |
| 4.2.4.4. | Tiempo de respuesta..... | 84 |
| 4.2.4.5. | Rapidez en el proceso | 85 |
| 4.2.4.6. | Actitud del personal | 86 |



| | | |
|----------|--|-----|
| 4.2.4.7. | Recomendaciones..... | 87 |
| 4.2.4.8. | Recomendaciones por distrito – Patentes Municipales..... | 88 |
| 4.2.5. | Servicio Patentes Licores..... | 89 |
| 4.2.5.1. | Calidad del servicio | 89 |
| 4.2.5.2. | Tramitología | 90 |
| 4.2.5.3. | Servicio al cliente | 91 |
| 4.2.5.4. | Tiempo de respuesta..... | 92 |
| 4.2.5.5. | Rapidez en el proceso | 93 |
| 4.2.5.6. | Actitud del personal | 94 |
| 4.2.5.7. | Recomendaciones..... | 95 |
| 4.2.5.8. | Recomendaciones por distrito – Patentes de Licores..... | 96 |
| 4.2.6. | Servicio Cementerio..... | 97 |
| 4.2.6.1. | Calidad del servicio | 97 |
| 4.2.6.2. | Tramitología | 98 |
| 4.2.6.3. | Servicio al cliente | 99 |
| 4.2.6.4. | Tiempo de respuesta..... | 100 |
| 4.2.6.5. | Rapidez en el proceso | 101 |
| 4.2.6.6. | Actitud del personal | 102 |
| 4.2.6.7. | Recomendaciones..... | 103 |
| 4.2.6.8. | Recomendaciones por distrito – Cementerio..... | 104 |
| 4.1.1. | Servicio Agua | 105 |
| 4.1.1.1. | Calidad del servicio | 105 |
| 4.1.1.2. | Tramitología | 106 |
| 4.1.1.3. | Servicio al cliente | 107 |
| 4.1.1.4. | Tiempo de respuesta..... | 108 |
| 4.1.1.5. | Rapidez en el proceso | 109 |
| 4.1.1.6. | Actitud del personal | 110 |
| 4.1.1.7. | Recomendaciones..... | 111 |
| 4.1.1.8. | Recomendaciones por distrito - Agua..... | 112 |
| 4.1.2. | Servicio Basura | 113 |
| 4.1.2.1. | Calidad del servicio | 113 |



| | | |
|-----------|---|-----|
| 4.1.2.2. | Tramitología | 114 |
| 4.1.2.3. | Servicio al cliente | 115 |
| 4.1.2.4. | Tiempo de respuesta..... | 116 |
| 4.1.2.5. | Rapidez en el proceso | 117 |
| 4.1.2.6. | Actitud del personal | 118 |
| 4.1.2.7. | Recomendaciones..... | 119 |
| 4.1.2.8. | Recomendaciones por distrito - Basura | 120 |
| 4.1.3. | Tiempo de atención | 121 |
| 4.1.3.1. | Tiempo de atención - por distrito | 122 |
| 4.1.4. | Trato brindado por el personal..... | 125 |
| 4.1.4.1. | Trato brindado – por distrito | 126 |
| 4.1.5. | Solución de las demandas de usuarios | 129 |
| 4.1.5.1. | Solución de las demandas de usuarios – por distrito | 130 |
| 4.1.6. | Nivel de satisfacción general..... | 133 |
| 4.1.6.1. | Nivel de satisfacción general – por distrito | 134 |
| 4.1.7. | Parámetros Sugerentes Servicio Bienes Inmuebles..... | 137 |
| 4.1.7.1. | Sugerencias Bienes Inmuebles – por distrito | 138 |
| 4.1.8. | Parámetros Sugerentes Servicio Patentes Municipales..... | 141 |
| 4.1.8.1. | Sugerencias Patentes Municipales – por distrito | 142 |
| 4.1.9. | Parámetros Sugerentes Servicio Patentes Licores..... | 145 |
| 4.1.9.1. | Sugerencias Patentes de Licores – por distrito..... | 146 |
| 4.1.10. | Parámetros sugerentes servicio cementerio..... | 149 |
| 4.1.10.1. | Sugerencias Servicio Cementerio – por distrito..... | 150 |
| 4.1.11. | Parámetros sugerentes servicio de Agua..... | 153 |
| 4.1.11.1. | Sugerencias Servicio Agua – por distrito | 154 |
| 4.1.12. | Parámetros sugerentes servicio de Basura | 157 |
| 4.1.12.1. | Sugerencias Servicio Basura – por distrito | 158 |
| 4.1.13. | Recomendaciones Generales | 161 |
| 4.1.14. | Recomendaciones Generales – por distrito | 162 |
| 4.2. | Análisis de resultados | 165 |
| 4.2.1. | Cuadros resumen de análisis..... | 169 |



| | | |
|-------|--|-----|
| V. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 172 |
| 5.1 | CONCLUSIONES | 172 |
| 5.2 | RECOMENDACIONES | 174 |
| VI. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 177 |
| VII. | APÉNDICES | 180 |
| 7.1. | Cuestionario Usuarios Plataforma de Servicios..... | 180 |
| 7.2. | Tablas sobre nivel general de satisfacción de los contribuyentes | 185 |
| VIII. | ANEXOS..... | 188 |
| 8.1. | Resumen Manual Operativo de Plataforma de Servicios | 188 |
| 8.2. | Listado de los contribuyentes | 191 |



ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Modelo de Desarrollo | 20 |
| Figura 2: Mapa de los distritos del cantón de San Carlos | 21 |
| Figura 3. Organigrama Municipalidad de San Carlos | 26 |
| Figura 4. Organigrama Dirección de Hacienda | 27 |
| Figura 5. Logotipo Municipalidad de San Carlos..... | 28 |
| Figura 6. Gráfico: Distrito al que pertenece | 68 |
| Figura 7. Gráfico: Tipo de contribuyente | 69 |
| Figura 8. Gráfico: Servicios por distrito | 70 |
| Figura 9. Gráfico: Servicio Bienes Inmuebles | 72 |
| Figura 10. Gráfico: Tramitología-Bienes Inmuebles..... | 73 |
| Figura 11. Gráfico: Servicio al cliente-Bienes Inmuebles | 74 |
| Figura 12. Gráfico: Tiempo de respuesta-Bienes Inmuebles..... | 75 |
| Figura 13. Gráfico: Rapidez en el proceso-Bienes Inmuebles | 76 |
| Figura 14. Gráfico: Actitud del personal-Bienes Inmuebles | 77 |
| Figura 15. Gráfico: Recomendaciones Servicio Bienes Inmuebles | 78 |
| Figura 16. Gráfico: Recomendaciones Servicio Bienes Inmuebles – por distrito | 79 |
| Figura 17. Gráfico: Calidad del servicio-Patentes Municipales | 81 |
| Figura 18. Gráfico: Tramitología-Patentes Municipales..... | 82 |
| Figura 19. Gráfico: Servicio al cliente-Patentes Municipales | 83 |
| Figura 20. Gráfico: Tiempo de respuesta-Patentes Municipales..... | 84 |
| Figura 21. Gráfico: Rapidez en el proceso-Patentes Municipales | 85 |
| Figura 22. Gráfico: Actitud del personal-Patentes Municipales | 86 |
| Figura 23. Gráfico: Recomendaciones Servicio Patentes Municipales | 87 |
| Figura 24. Gráfico: Recomendaciones Patentes Municipales – por distrito | 88 |
| Figura 25. Gráfico: Calidad del servicio-Patentes Licores | 89 |
| Figura 26. Gráfico: Tramitología-Patentes Licores..... | 90 |
| Figura 27. Gráfico: Servicio al cliente-Patentes Licores | 91 |
| Figura 28. Gráfico: Tiempo de respuesta-Patentes Licores..... | 92 |
| Figura 29. Gráfico: Rapidez en el proceso-Patentes Licores | 93 |
| Figura 30. Gráfico: Actitud del personal-Patentes Licores | 94 |



| | |
|--|-----|
| Figura 31. Gráfico: Recomendaciones Servicio Patentes Licores | 95 |
| Figura 32. Gráfico: Recomendaciones Patentes de Licores – por distrito | 96 |
| Figura 33. Gráfico: Calidad del servicio-Cementerio | 97 |
| Figura 34. Gráfico: Tramitología-Cementerio..... | 98 |
| Figura 35. Gráfico: Servicio al cliente-Cementerio | 99 |
| Figura 36. Gráfico: Tiempo de respuesta-Cementerio..... | 100 |
| Figura 37. Gráfico: Rapidez en el proceso-Cementerio | 101 |
| Figura 38. Gráfico: Actitud del personal-Cementerio | 102 |
| Figura 39. Gráfico: Recomendaciones Servicio Cementerio | 103 |
| Figura 40. Gráfico: Recomendaciones Servicio Cementerio – por distrito | 104 |
| Figura 41. Gráfico: Calidad del servicio-Agua..... | 105 |
| Figura 42. Gráfico: Tramitología-Agua | 106 |
| Figura 43. Gráfico: Servicio al cliente-Agua..... | 107 |
| Figura 44. Gráfico: Tiempo de respuesta-Agua | 108 |
| Figura 45. Gráfico: Rapidez en el proceso-Agua..... | 109 |
| Figura 46. Gráfico: Actitud del personal-Agua..... | 110 |
| Figura 47. Gráfico: Recomendaciones Servicio Agua..... | 111 |
| Figura 48. Gráfico: Recomendaciones Servicio de Agua – por distrito | 112 |
| Figura 49. Gráfico: Calidad del servicio-Basura | 113 |
| Figura 50. Gráfico: Tramitología-Basura | 114 |
| Figura 51. Gráfico: Servicio al cliente-Basura..... | 115 |
| Figura 52. Gráfico: Tiempo de respuesta-Basura | 116 |
| Figura 53. Rapidez en el proceso-Basura | 117 |
| Figura 54. Gráfico: Actitud del personal-Basura..... | 118 |
| Figura 55. Gráfico: Recomendaciones Servicio Basura | 119 |
| Figura 56. Gráfico: Recomendaciones Servicio de Basura – por distrito | 120 |
| Figura 57. Gráfico: Tiempo de atención en plataforma | 121 |
| Figura 58. Gráfico: Tiempo de atención – por distrito | 122 |
| Figura 59. Gráfico: Trato brindado por el personal | 125 |
| Figura 60. Gráfico: Trato brindado – por distrito..... | 126 |
| Figura 61. Gráfico: Solución de las demandas de los usuarios..... | 129 |
| Figura 62. Gráfico: Solución de demandas – por distrito..... | 130 |



| | |
|---|-----|
| Figura 63. Gráfico: Nivel de satisfacción general..... | 133 |
| Figura 64. Gráfico: Satisfacción general – por distrito | 134 |
| Figura 65. Gráfico: Sugerencias servicio de Bienes Inmuebles..... | 137 |
| Figura 66. Gráfico: Sugerencias Bienes Inmuebles – por distrito | 138 |
| Figura 67. Gráfico: Sugerencias servicio Patentes Municipales | 141 |
| Figura 68. Gráfico: Sugerencias Patentes Municipales – por distrito | 142 |
| Figura 69. Gráfico: Sugerencias servicio Patentes de Licores..... | 145 |
| Figura 70. Gráfico: Sugerencias Patentes de Licores – por distrito | 146 |
| Figura 71. Gráfico: Sugerencias servicio de Cementerio..... | 149 |
| Figura 72. Gráfico: Sugerencias Servicio Cementerio – por distrito | 150 |
| Figura 73. Gráfico: Sugerencias servicio de Agua | 153 |
| Figura 74. Gráfico: Sugerencias Servicio Agua – por distrito..... | 154 |
| Figura 75. Gráfico: Sugerencias servicio de Basura | 157 |
| Figura 76. Gráfico: Sugerencias Servicio Basura – por distrito | 158 |
| Figura 77. Gráfico: Recomendaciones Generales..... | 161 |
| Figura 78. Gráfico: Recomendaciones generales – por distrito..... | 162 |
| Figura 79. Cuadro Semáforo..... | 169 |
| Figura 80. Variables a mejorar por distrito | 170 |



ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Diagnóstico general de procesos tributarios..... | 166 |
| Tabla 2. Análisis: Tiempo de atención..... | 185 |
| Tabla 3. Análisis: Trato brindado | 185 |
| Tabla 4. Análisis: Solución de demandas..... | 186 |
| Tabla 5. Análisis: Nivel de satisfacción | 186 |



INTRODUCCIÓN

Es indispensable que toda compañía conozca la satisfacción que genera en sus clientes, ya que de esa forma puede medir el éxito real que tiene la organización.

Para la Municipalidad de San Carlos, específicamente el Departamento de Administración Tributaria, es importante tener claro lo que opina el contribuyente con respecto al servicio que reciben por parte del personal de la plataforma de servicios.

En esta investigación de mercados se busca resaltar la visión de los usuarios, con el fin de mejorar el desempeño del departamento tributario. Además permitirá el establecimiento de las estrategias ideales para tomar decisiones correctas que orienten el buen desempeño organizacional de la que se considera el rostro de la Municipalidad de San Carlos, su plataforma de servicios.

El estudio se desarrollará en cinco capítulos, a saber:

- I. Marco Referencial
- II. Marco teórico
- III. Estado de la cuestión
- IV. Marco metodológico
- V. Análisis de resultados

Capítulo 1



Marco Referencial



I. MARCO REFERENCIAL

1.1 Generalidades de la empresa

1.1.1. Historia del cantón

El cantón de San Carlos es el décimo de la provincia de Alajuela y ocupa dos terceras partes de su territorio, siendo así el cantón de mayor extensión de los 81 que conforman el país; su cabecera es Quesada. Fue creado el 26 de septiembre de 1911.

Como todo cantón posee su gobierno local formalmente establecido, y es el 5 de septiembre de 1912 cuando se realizó la primera sesión del Concejo Municipal. Por la legislación política actual, a la Municipalidad de San Carlos le corresponde nueve plazas de regidores propietarios y su mismo número de suplentes.

La municipalidad de San Carlos posee 13 distritos: Quesada, Florencia, Buena Vista, Aguas Zarcas, Venecia, Pital, La Fortuna, La Tigra, La Palmera, Venado, Cutris, Monterrey y Pocosol.

En la actualidad los planes de desarrollo municipales se enfocan en el crecimiento económico, político, social y ambiental; promoviendo la calidad en infraestructura, equipos y servicios brindados a la población.

Con relación al crecimiento cantonal, según se puede apreciar en la siguiente figura, se compara el desarrollo que ha tenido el cantón con respecto a los demás cantones vecinos. Se logra determinar que San Carlos tiene un excelente índice de Competitividad cantonal; en cuanto al índice de Desarrollo Humano, Índice de Pobreza Humana e índice de Seguridad Ciudadana se mantiene en un porcentaje regular, aún por encima de los otros cantones.

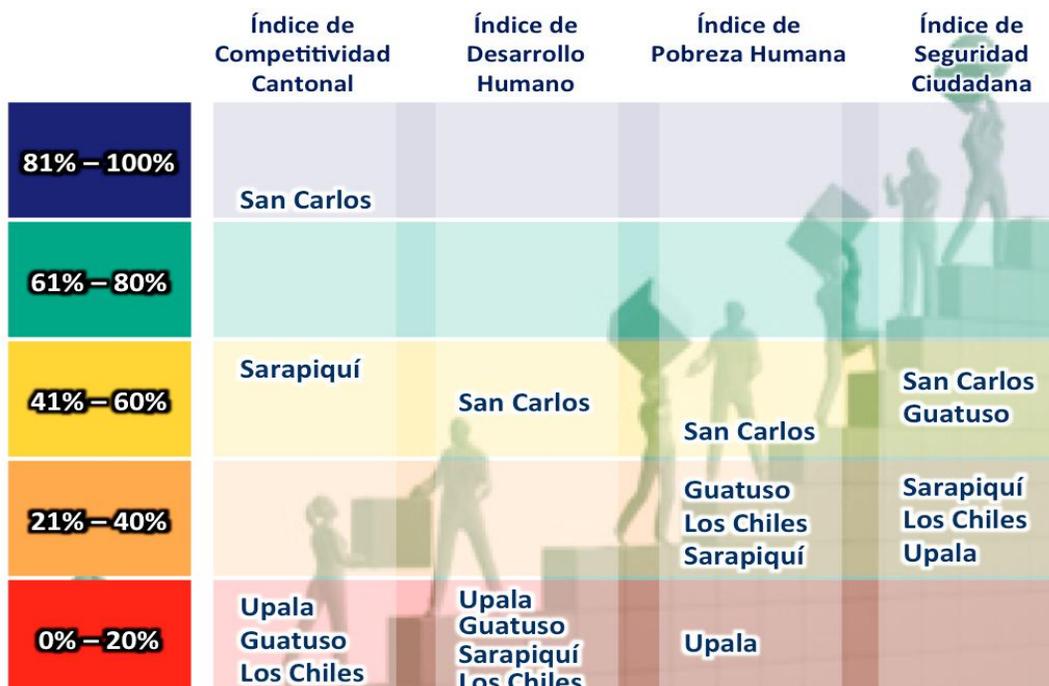


Figura 1. Modelo de Desarrollo

Fuente: ITCR

I.1.2. División político administrativa

San Carlos es el cantón más extenso del país con una superficie de 3,343.98 kilómetros cuadrados que representa un 6.5% de la superficie total de Costa Rica.

La división político administrativa del Cantón de San Carlos está constituida por distritos, a quienes se les considera las unidades administrativas más pequeños.

El cantón está dividido en los distritos de Ciudad Quesada, Buenavista, Florencia, Aguas Zarcas, Venecia, Pital, La Fortuna, La Tigra, La Palmera, Monterrey, Cutris, Venado y Pocosol.



I.1.2.1. Mapa por distritos del cantón de San Carlos



Figura 2: Mapa de los distritos del cantón de San Carlos

Fuente: Municipalidad de San Carlos

I.1.3. Creación del Palacio Municipal

El primer Palacio Municipal de San Carlos es inaugurado en Octubre de 1947 por la Municipalidad, integrada por Higinio Vargas, Roberto Quirós y Luis Hidalgo Quesada. El edificio tiene un costo de 30.000 colones y se ubica frente al parque.

El nuevo Palacio Municipal se ubica en un terreno donde funcionaba por muchos años, instituciones educativas, como la Escuela Juan Chaves Rojas, el Liceo San Carlos y la Escuela de Enseñanza Especial.



La Municipalidad del período 1970-1974, compra el terreno a la Junta de Educación de la Escuela Juan Chaves Rojas, por la suma de 240.000 colones, financiado con fondos propios municipales. Dicho edificio se inaugura el día 27 de abril de 1974.

I.1.4. Generalidades de la Administración Tributaria

La Administración Tributaria es un sistema encargado de aplicar y fiscalizar tributos, basados en una serie de normativas vigentes como el Código Municipal y la Ley General de Administración Pública. Está conformada por dos elementos:

A. Estructura Administrativa

Corresponde a la organización adoptada por la Administración para el cumplimiento de las funciones, en este sentido, lo importante es que se ejecuten conforme se describen a continuación y obtengan los resultados definidos en los programas de trabajo.

B. Funciones

Están definidas por las actividades que específicamente debe hacer la Administración, sin embargo la esencia es el control de los impuestos.

Las funciones deben cumplir con la debida coordinación para poder actuar con eficacia, y dichas funciones se agrupan en un conjunto de sistemas, a saber:

1) Sistema de Dirección, Coordinación y Supervisión

El rol consiste en definir las directrices necesarias para que la organización y las funciones de la administración de los tributos se efectúen en forma coordinada y supervisada con el fin de obtener en forma eficiente y eficaz los resultados debidamente planificados.



2) Sistema Normativo

Sistema conformado por las siguientes funciones:

a. Función de Complementación Legislativa

Se encarga de dictar las normas e instrucciones que sean necesarias para la correcta aplicación de la ley. Es una acción complementaria a la labor legislativa que es de orden político. Además, incorpora la divulgación sistemática a través de un sistema de información al contribuyente.

b. Función de Programación y Sistemas de Trabajo (planificación)

Corresponde a esta función, la asignación a cada unidad de la Administración, la estructura que considere más adecuada para cumplir con sus labores, mediante la definición de las técnicas y sistemas de trabajo a emplear en la ejecución de las distintas tareas, principalmente las operativas. Adicionalmente, se enfoca en los programas de capacitación del personal de la administración, a fin de que se desempeñen con eficacia sus labores.

3) Sistema Operativo

Es el sistema que permite el cumplimiento de su tarea específica la cual corresponde a la administración de los impuestos; el sistema operativo está comprendido por las siguientes funciones:

a. Recaudación

Proporciona al sujeto pasivo el apoyo y la información para que satisfaga voluntariamente su obligación, además incluye la recepción de los tributos. La recaudación se realiza en tres etapas continuas:

- Voluntaria: el sujeto pasivo de la obligación tributaria cancelará sus obligaciones sin necesidad de actuación alguna por parte de la Administración Tributaria, distinta de la necesaria para operar el sistema de



recaudación por medio de las oficinas de las entidades financieras y demás entes autorizados.

- Administrativa: la Administración Tributaria efectuará un requerimiento persuasivo de pago a los sujetos pasivos morosos.
- Ejecutiva: la recaudación se realiza coactivamente, utilizando los medios legales establecidos y recurriendo a los órganos jurisdiccionales respectivos.

b. Fiscalización

Es la potestad de la administración para intervenir y demandar el cumplimiento por parte de los contribuyentes de sus obligaciones.

c. Cobranza

Tiene por objeto adoptar las medidas de carácter administrativo o iniciar los procedimientos judiciales de cobro coactivo de la deuda tributaria, y aún si el proceso está a cargo de órganos judiciales, siempre será responsabilidad de la administración velar por el curso del proceso hasta que extinga la deuda.

4) Sistema de Apoyo

El propósito del sistema de apoyo es que las funciones del sistema operativo se lleven a cabo de manera eficiente, por medio del aporte de información sistemática y permanente que produce un sistema integrado y no funciones separadas, se compone de las funciones de:

a. Registro Único de Contribuyentes y Cuenta Corriente

Función que permite a la Administración Tributaria identificar, clasificar y atribuir información de todas las personas obligadas al control tributario.



b. Estadísticas

Función que se encarga de determinar y sistematizar la información que requiere la Administración Tributaria para la toma de decisiones respecto a sus programas de trabajo. Estas funciones son orientadas a proporcionar el apoyo para la toma de decisiones y hacer eficiente y eficaz el actuar de la Administración Tributaria.

c. Sistema de Información

Es una función indispensable para el desempeño de los otros sistemas de funciones y para una Administración Tributaria eficiente. Resulta de gran ayuda el uso de las tecnologías de información y comunicación para la clasificación, el procesamiento e interrelación de la cantidad de información de los contribuyentes.



I.1.5. Estructura organizacional

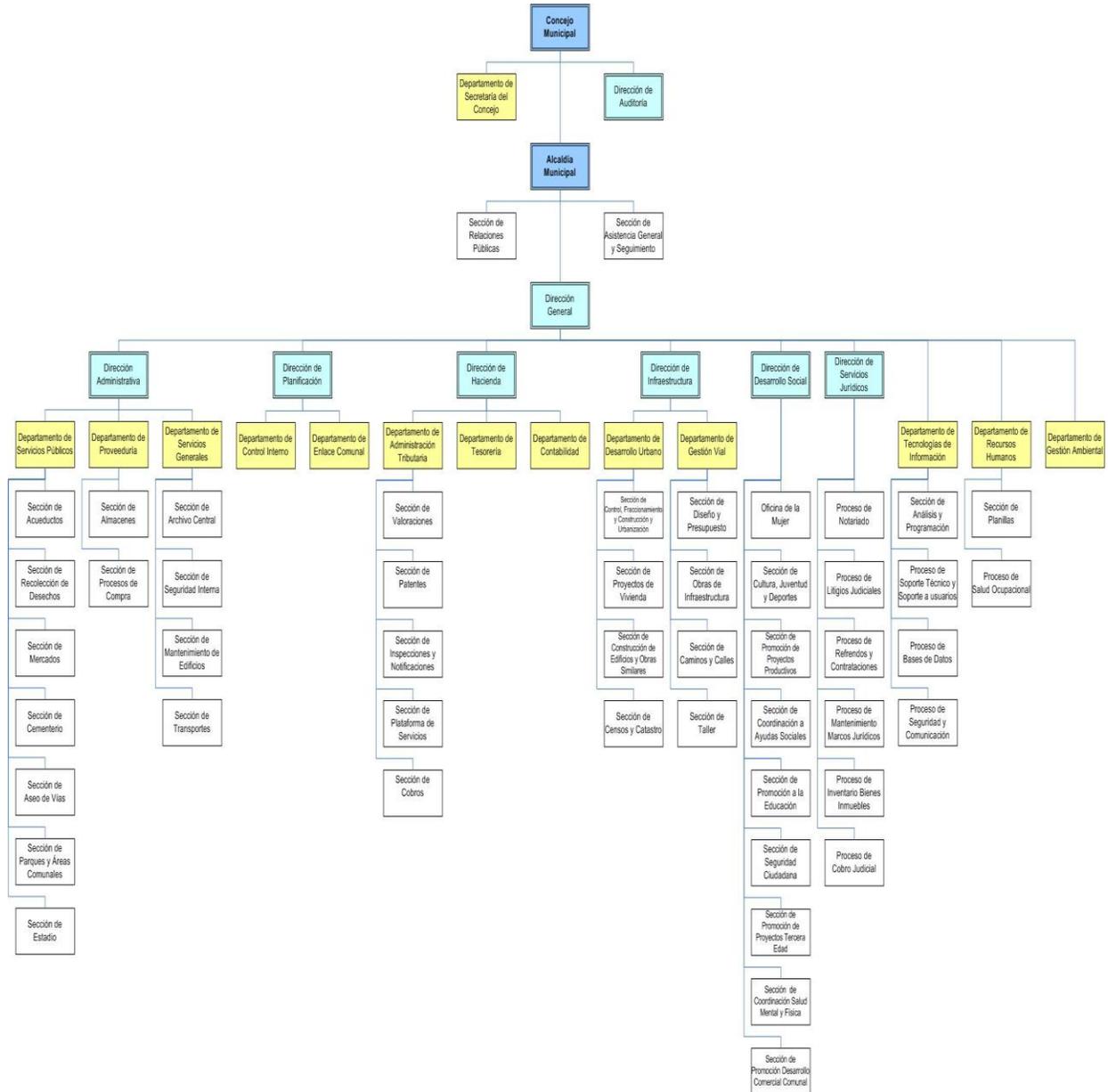


Figura 3. Organigrama Municipalidad de San Carlos

Fuente: Departamento de Administración Tributaria

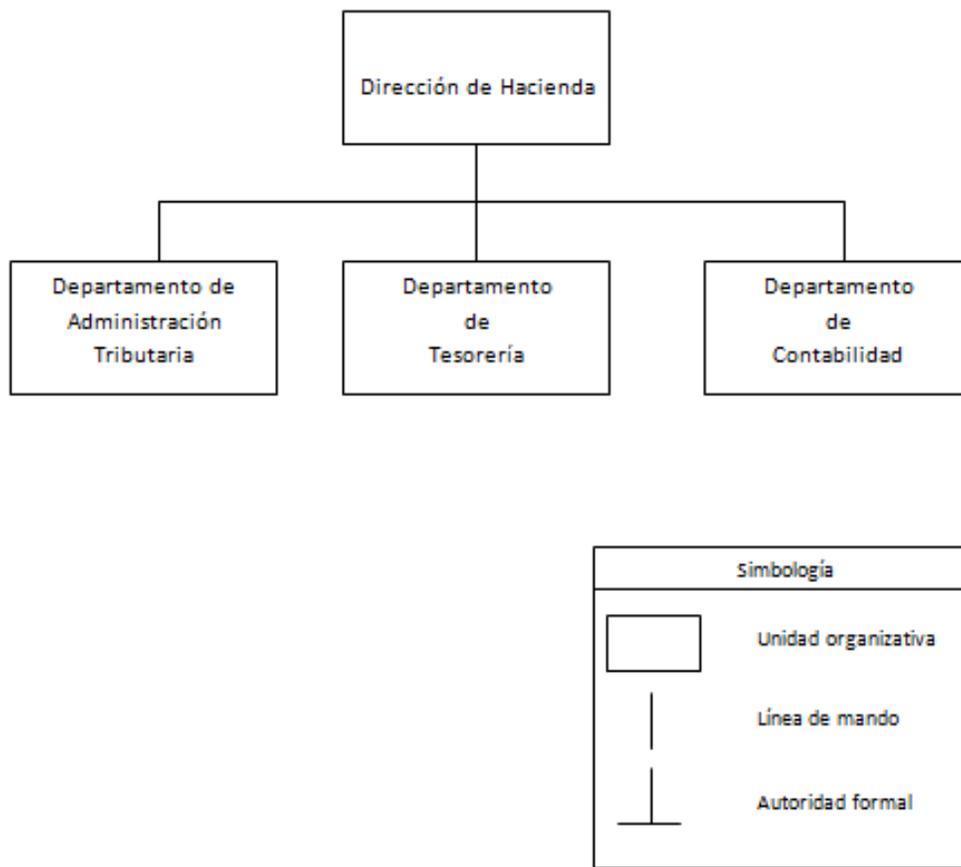


Figura 4. Organigrama Dirección de Hacienda

Fuente: Elaboración propia



I.1.6. Logotipo



Figura 5. Logotipo Municipalidad de San Carlos

I.1.7. Misión y visión

a. Misión

“Promover el desarrollo integral del cantón a través de la prestación de servicios y obras de calidad con la participación democrática de los ciudadanos”

b. Visión

“Ser una Municipalidad modelo en el ámbito nacional que satisfaga oportunamente las necesidades de los ciudadanos en obras, infraestructura, servicios comunales y desarrollo social, en armonía con el ambiente, a través de una organización moderna y de excelencia en el servicio, con recursos financieros adecuados y un personal motivado y capacitado”

I.1.8. Departamento de Administración Tributaria

a. Antecedentes

La Administración Tributaria es concebida como un sistema que se encarga de aplicar, percibir y fiscalizar los tributos, por medio de diversas normas que regulan las relaciones, entre las que se encuentran el Código Municipal, el Código de Normas y Procedimientos Tributarios, Ley de Control Interno, la Ley General de Administración Pública y demás Normativa vigente.



b. Funciones

Entre las principales funciones de la Administración Tributaria reguladas en el CNP (Código de Normas y Procedimientos Tributarios) se mencionan las siguientes:

- ⇒ Dirigir y administrar el sistema de los tributos municipales, en concordancia con las instrucciones impartidas por el Alcalde.
- ⇒ Participar y elaborar propuestas para definir la política, económica y tributaria municipal y su incidencia en la vida local
- ⇒ Ejecutar la política tributaria de acuerdo a la política vigente.
- ⇒ Coordinar las acciones dirigidas a desarrollar los diferentes mecanismos de recaudación a los efectos a los contribuyentes el pago de los impuestos municipales.
- ⇒ Coordinar y controlar la inscripción y registro de los sujetos pasivos en su condición de contribuyentes o responsables.
- ⇒ Fiscalizar e investigar todo lo relativo a la aplicación de leyes, Reglamentos y demás Jurisprudencia Tributaria Municipal, inclusive en los casos de exenciones y exoneraciones, así como prevenir, investigar y determinar las contravenciones, defraudaciones e infracciones tributarias previstas, además imponer las sanciones correspondientes.
- ⇒ Propugnar y velar por el cumplimiento de las normas tributarias municipales.



⇒ Sistematizar, divulgar y mantener actualizada la información sobre la normativa, jurisprudencia y doctrina relacionada con los tributos municipales de su competencia.

⇒ Disponer todo lo relativo a formularios, publicaciones y demás formatos o formas requeridas para la Administración Tributaria Municipal y asegurar su expendio y verificar su existencia según corresponda.

⇒ Desarrollar programas de divulgación e información tributaria municipal que contribuyan a mejorar el comportamiento de los sujetos pasivos en el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias.

⇒ Actuar como autoridad municipal en materia económica y estadística de los derechos municipales de su competencia y efectuar los estudios e investigaciones correspondientes.

⇒ Estimar y fijar las metas de recaudación, la incidencia económica fiscal de las exenciones y los demás estudios e investigaciones vinculados a la materia.

⇒ Coordinar con las dependencias del Gobierno Municipal, las autoridades competentes del Estado, Entidades Públicas Gubernamentales o Dependencias Oficiales, aquellas labores que por su naturaleza tiendan a mejorar el desarrollo de las funciones o actividades de la tributación municipal en la jurisdicción de la Municipalidad de San Carlos.

⇒ Expedir las correspondientes licencias de industria y comercio, permisos de pequeños comerciantes, espectáculos públicos, publicidad comercial y cualquier otro, de conformidad con lo establecido en el ordenamiento jurídico municipal vigente.



⇒ Recaudar los tributos municipales, las multas, los intereses y demás obligaciones accesorias, así como emitir las solvencias municipales cuando corresponda.

⇒ Conocer, sustanciar y decidir los asuntos concernientes a la materia jurídica de su competencia.

⇒ Determinar las obligaciones tributarias y sus accesorios y adelantar gestiones de cobro, de acuerdo a lo establecido en el ordenamiento jurídico vigente.

c. Organización

Por medio de diversas fuentes el Departamento de Administración Tributaria puede obtener sus ingresos, dichas fuentes se organizan en las siguientes seis unidades que brindan sus servicios a los contribuyentes del cantón: Patentes, Cobros, Bienes Inmuebles, Inspectores, Servicio al Cliente y Catastro.

⇒ Patentes: esta sección del Departamento cumple la función de aprobar las patentes y controlar el pago de las mismas. La ley que regula el cobro del impuesto sobre patentes está considerada en los artículos 79 al 83 del Código Municipal y la establecida por el cantón, así como los reglamentos internos de la Municipalidad.

La patente tiene una relación directa con una licencia, la licencia es un permiso otorgado para realizar una actividad lucrativa y la patente es el documento que respalda ese permiso. Por lo tanto, el impuesto de patente es el pago originado por la autorización para llevar a cabo la actividad (IFAM, 2006).



- ⇒ Cobros: los encargados de ésta unidad deben identificar a los contribuyentes omisos, enviar las notificaciones correspondientes y si es necesario llevarlos a cobro judicial.
- ⇒ Bienes inmuebles: es la unidad responsable de gestionar los cobros de bienes inmuebles. Sus funciones se enfocan en la valoración de propiedades, depuración de información, registro de nuevas propiedades y control del pago de impuesto.
- ⇒ Inspectores: unidad encargada de velar por el cumplimiento del pago de los tributos municipales con respecto a la actividad que realiza el ciudadano, tiene una relación estrecha con las unidades de Patentes y Cobros. Además, por medio de los inspectores se entregan las notificaciones a los omisos, se decomisan y cierran lugares, se realizan inspecciones para corroborar información y realizar depuraciones.
- ⇒ Servicio al cliente: su función primordial es la atención al contribuyente, por lo que la unidad está al tanto de trámites relacionados con las demás unidades. El ciudadano puede, a través de este servicio tramitar solicitudes de patentes, pagos, consultas, registro, y actualización de datos.
- ⇒ Catastro: es la unidad encargada de la correcta ubicación de las propiedades, de tal forma que coincidan: el dueño de la propiedad, tamaño y ubicación geográfica, con los del registro público.

d. Plataforma de Servicios

A través de la Plataforma de Servicios se busca brindar a los clientes del cantón San Carlos un servicio de alta calidad, asesorándolos en la realización de diversos trámites que ellos requieren.



En la Plataforma de Servicios los contribuyentes pueden realizar cualquier trámite relacionado con los siguientes procesos:

- **Bienes Inmuebles:** incluye procedimientos sobre declaraciones, traspaso de propiedades y exoneraciones.
- **Patentes Municipales:** encierra los procesos de solicitud de patentes comerciales, renovación de certificados de patente comercial, traspasos, solicitud de ampliación, cambio o inclusión de actividades, solicitud de traslado, retiro de patente, permiso de espectáculos públicos.
- **Patentes de Licores:** renovación de patente, traspaso de patente, traslado de patente, e inactividad de patente de licores.
- **Cementerio:** incluye aspectos de contrato, renovación y traspaso de cementerio, permiso de construcción de nichos, además de defunciones y exhumaciones en parcelas de cementerio, y renunciaciones de parcelas del cementerio.
- **Agua:** servicio que se refiere al proceso de solicitud del medidor de agua.
- **Basura:** todo lo relacionado con solicitudes de constancias municipales, solicitudes de certificación municipal y constancias de valor.

I.1.9. Justificación

El Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos impulsa el mejoramiento continuo en cada uno de sus procesos para lograr mantener un alto grado de satisfacción por parte de los usuarios de la plataforma de servicios. Es por ello, que es de suma relevancia para el departamento tener clara la percepción de los usuarios del servicio en relación con las necesidades que le son atendidas a través de dicha dependencia del gobierno local.



El desarrollo del presente estudio de mercado aplicado a los contribuyentes, pretende visualizar el nivel de satisfacción de los clientes señalando los factores tanto positivos como negativos que posee el departamento, tomando en consideración las características, políticas y condiciones de los servicios que ofrece el departamento de manera que los resultados que se arrojen favorezcan al establecimiento e implementación de nuevas estrategias que permitan aumentar el grado de satisfacción de sus usuarios.

I.2. Planteamiento del problema

En la actualidad no existe de manera documental y formalmente estructurado un estudio del nivel de satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de San Carlos por lo que se vuelve trascendental conocer el grado de satisfacción de los usuarios de la plataforma de servicios del Departamento de Administración Tributaria.

¿Cuál es la percepción de los usuarios del Departamento de Administración Tributaria en relación al servicio que reciben y cuáles son sus sugerencias al mismo?

I.3. Hipótesis

Los usuarios de la plataforma de servicios del Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos poseen un alto grado de satisfacción respecto a los servicios que reciben.

I.4. Objetivos

I.4.1. Objetivo General

- ✓ Contribuir con la gestión administrativa del Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos por medio del estudio a los contribuyentes enfocado al servicio al cliente.



I.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Formular un diagnóstico de la sección administrativa y sus procesos.
- ✓ Determinar la satisfacción que poseen los clientes con respecto a la eficiencia en los trámites tributarios.
- ✓ Conocer los aspectos en los cuáles el departamento podría mejorar su plataforma de servicios.

Capítulo II



Marco Teórico



II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se describe cada uno de los conceptos relacionados con el tema que se aborda en la investigación.

A través de este apartado se busca brindarle al lector la información completa para entender el objetivo del estudio, es por eso que a continuación se hace referencia tanto a la teoría del concepto como a la teoría propia de la investigación que se lleva a cabo en el proyecto. Se pretende que cualquiera sea el lector que tenga contacto con el documento logre entender los conceptos que se manejan en el mismo.

2.1. Conceptualización temática

2.1.1. Administración

Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajan juntos en grupos, cumplen metas específicas de manera eficiente.

La administración se aplica a organizaciones grandes y pequeñas, empresas lucrativas y no lucrativas y a industrias de manufactura y de servicios. El término de empresa se refiere a un negocio, dependencia gubernamental, hospital, universidad y cualquier otro tipo de organización (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.2. Funciones de la administración

Las funciones de los gerentes proporcionan una estructura útil para organizar el conocimiento administrativo. No se han presentado nuevas ideas, descubrimientos de investigación o técnicas que no puedan colocarse con facilidad en las clasificaciones de planear, organizar, integración de personal, dirigir y controlar.



2.1.2.1. Planear

Incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para alcanzarlos lo cual requiere toma de decisiones (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.2.2. Organizar

Es esa parte de la administración que incluye el establecimiento de una estructura intencional de roles para que las personas desempeñen en una organización (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.2.3. Integración de personal

Requiere cubrir y mantener cubiertas las posiciones en la estructura de la organización (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.2.4. Dirigir

Influenciar a las personas para que contribuyan a las metas organizacionales y de grupo (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.2.5. Controlar

Es medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los sucesos se conformen con los planes (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.3. Áreas de la administración

El proceso administrativo en una organización depende de la correcta ejecución de las actividades de las respectivas áreas de la administración. Una de las áreas funcionales de la administración es la mercadotecnia, la cual permite unir factores que influyen drásticamente en el curso de una organización, ya que considera aspectos clave que proporcionan un enfoque claro a la empresa por parte de los usuarios.



2.1.4. Mercadotecnia

El concepto de marketing es una idea central en el pensamiento del marketing moderno, que se enfoca en la forma en que la empresa proporciona valor a sus consumidores, más que en el producto físico o en el proceso de producción (Zikmund & Babin).

2.1.5. Investigación de mercados

Es el diseño, obtención y presentación sistemática de los datos y hallazgos relacionados con una situación específica de mercadeo (Villalobos, 2011).

La investigación de mercados es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de los datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias (Zikmund & Babin).

2.1.6. Mercado meta

Ninguna empresa puede operar en todos los mercados ni satisfacer todas las necesidades. Tampoco puede realizar una buena labor dentro de un mercado extenso. Las empresas funcionan mejor cuando definen con cuidado sus mercados meta y realizan mejor su labor preparando un programa de mercadotecnia a la medida de cada mercado meta (Kotler P.).

2.1.6.1. Producto

Conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas: empaque, color, formato, precio, calidad y marca. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Hidalgo, 2012).

2.1.6.2. Precio

Cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto o servicio (Hidalgo, 2012).



2.1.6.3. Distribución

La distribución se refiere a los canales de marketing que distribuyen físicamente los productos de un fabricante a un consumidor. Un canal de marketing es una red de instituciones interdependientes que realizan la logística necesaria para que haya consumo (Zikmund & Babin).

2.1.6.4. Promoción

La promoción es la función de consumidor de la empresa responsable de dar a conocer el producto y persuadir a los consumidores. La investigación de la promoción indaga la eficacia de la publicidad, premios, cupones, descuentos, relaciones públicas y otras promociones de ventas (Zikmund & Babin).

2.1.7. Orientación al cliente

Con base en el concepto de marketing, el consumidor se encuentra en el centro de la operación: es el eje en torno al cual se mueve el negocio para alcanzar el equilibrio entre los mejores intereses de todos los que intervienen en él (Zikmund & Babin).

2.1.8. Satisfacción del cliente

Es el resultado de comparar su percepción de los beneficios obtenidos con la compra de un producto o servicio, en relación con las expectativas de beneficios a recibir del mismo (ESIC Business & Marketing School; CEEI Valencia, 2008).

2.1.9. Segmentación de mercado

Consiste en dividir un mercado en grupos distintos de compradores que podrían necesitar productos o mezclas de marketing diferentes. Esta división se hace en base a una serie de atributos comunes que sirven para identificarlos (demografía, sicografía, etc.). Todo esto dirigido a concentrar los esfuerzos de marketing hacia una solución efectiva y a lograr una mejor eficiencia en la utilización de los recursos (Builes, Velásquez, & Oquendo, 2004).



2.1.10. Problema de estudio

Es aquella situación anormal presentada dentro de las conductas o comportamientos considerados normales que se da en un momento determinado y un lugar dado. Es importante identificarlo adecuadamente desde el inicio de la investigación (Carvajal, 2011).

2.1.11. Objetivo de la investigación

Los objetivos deben expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación, ellos señalan a lo que se aspira en la investigación y son las guías del estudio. Durante la investigación es posible que surjan objetivos adicionales, se modifiquen los objetivos iniciales o incluso se sustituyan por nuevos objetivos, según la dirección que tome el estudio (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

2.1.12. Hipótesis

Son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

La hipótesis se toma de una realidad estudiada, se define como una proposición tentativa que pretende resolver un problema o explicar un fenómeno. Expresa en forma simple una formulación de las expectativas sobre las relaciones entre las variables del problema. Ellas nos orientan en la búsqueda de los resultados o los hechos (Echavarría, 2002).

2.1.13. Bases de datos

La base de datos es un conjunto de información que está almacenada en forma sistemática de manera tal que todos los datos que la conforman puedan ser utilizados en forma fragmentada cuando sea necesario.



Los datos almacenados pueden ser muy diversos: nombres, números telefónicos, direcciones, años, etc. Todo depende de la finalidad para la que sea armada la base (Lanzillotta, 2004).

2.1.14. Planeación

La planeación incluye seleccionar proyectos y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos; requiere toma de decisiones, es decir, elegir entre varias alternativas. Así los planes proporcionan un enfoque racional para alcanzar objetivos preseleccionados (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.1.15. Estrategia

Estrategia se define como la manera de determinar los objetivos básicos a largo plazo dentro de una empresa y la implementación de cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para alcanzar esas metas (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan (Ronda, 2002).

2.1.16. Tipos de estrategias

2.1.16.1. Estrategia ofensiva

Estas estrategias tratan de obtener una ventaja competitiva mediante actuaciones agresivas contra rivales competidores, antes de que estos puedan establecer una estrategia defensiva. Buscan complementar una posición ideal de complementar un rápido crecimiento y un mejor cumplimiento de los objetivos.

La estrategia ofensiva impulsa el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan a partir de las fortalezas existentes.



2.1.16.2. Estrategia defensiva

En un mercado competitivo todas las empresas pueden sufrir ataques de sus rivales es por ello que el objetivo de una estrategia defensiva es la de reducir el riesgo de un ataque y disminuir el impacto negativo que pudiese tener cierto ataque.

En la estrategia defensiva se busca por medio de las fortalezas de la organización, atenuar las amenazas que pueden generarse hacia ella.

2.1.16.3. Estrategia adaptativa

Una estrategia adaptativa es diseñada para corregir las debilidades de una organización, lo cual se logra gracias al aprovechamiento de las oportunidades generadas en el entorno de la entidad empresarial.

2.1.16.4. Estrategia de supervivencia

Este tipo de estrategia tiene como propósito proporcionar alternativas que promuevan la reducción del alto impacto que pueda ocasionar una amenaza a la organización. Su efectividad se logra mediante la explotación de las fortalezas empresariales.

2.1.17. Administración estratégica

Elemento aglutinador que une a los otros sistemas e iniciativas dentro de la organización de gran importancia decisiva para el desarrollo de algo.

Su propósito es mejorar la posición de una organización con una visión de largo plazo en un sector competitivo. Debe dejar de ser un ejercicio rígido anual para convertirse en una práctica incorporada a la vida cotidiana de la organización (Barquero, 2012).

La administración estratégica es sinónimo de planificación estratégica. Implica tener conciencia del cambio que se presenta en el entorno día con día, pero no solamente expresar intenciones sino plantear objetivos medibles y alcanzables,



proponer acciones específicas y conocer las necesidades de recursos humanos, físicos, financieros y tecnológicos para llevar esas acciones a cabo (Thompson & Stickland, 2004).

Según (Thompson & Stickland, 2004) existen cinco tareas de la administración estratégica:

- *Desarrollo de una visión estratégica:* una visión es el mapa del futuro de una empresa y le permite tener una perspectiva orientadora del planeamiento estratégico, de la evolución de la situación estratégica y proporciona una base para el uso racional de los recursos.
- *Establecimiento de objetivos estratégicos:* el establecer objetivos convierte los aspectos administrativos de la visión y la misión de la empresa en indicadores que se puedan medir y proporcionen resultados para evaluar lo planeado.
- *Creación de una estrategia empresarial:* la estrategia de una organización consiste en esfuerzos competitivos y enfoques de negocio que los administradores utilizan para satisfacer a los clientes, competir exitosamente y alcanzar los objetivos establecidos.
- *Puesta en práctica y ejecución de la estrategia:* se refiere a la implementación y ejecución del tipo de estrategia elegida por parte de la organización.
- *Evaluación del desempeño y realización de ajustes:* etapa la cual consiste en dirigir y velar por el cumplimiento de la estrategia, así como evaluar y corregirla cuando sea necesario.



2.1.18. Implementación de una estrategia

La implementación de la planificación estratégica se realiza a nivel funcional y requiere establecer objetivos, asignar recursos, definir políticas, incidir en la cultura organizacional (Barquero, 2012).

La implantación de la estrategia tiene que ver con la ejecución de la estrategia elegida. Se refiere al ejercicio administrativo de supervisar su avance, hacer que funcione, mejorar la competitividad y medir el progreso conseguido.

2.2. Conceptualización Metodológica

2.2.1. Proceso de investigación

Es la serie de etapas o pasos que son la base del diseño e implementación de un proyecto de investigación de mercados, incluyendo el establecimiento de propósito y objetivos de la investigación, estimación del valor de la investigación, diseño de investigación e implementación (Aaker, 2001).

2.2.2. Diseño de la investigación

El término diseño se refiere al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se desea en una investigación (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

2.2.3. Enfoque de la investigación

La elección del enfoque para la investigación depende de la naturaleza de la misma que se desea realizar, depende de los tipos de investigación, los métodos de recolección de datos y los factores que afectan su elección (Aaker, 2001).

2.2.3.1 Estudio de alcance exploratorio

Es la investigación de mercados que busca recabar información preliminar que ayude a definir problemas y a sugerir hipótesis (Kotler & y Armstrong, 2003).

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado



antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

2.2.3.2 *Estudio de alcance descriptivo*

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretender medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

2.2.4. Fuentes de información

Son las diferentes formas por medio de las cuales se busca y se recolecta la información más representativa que se requiere en la investigación.

Dichas fuentes de información permiten captar los datos que se requieren para el análisis de la información y el desarrollo eficiente de la investigación.

2.2.5. Datos primarios

Los datos primarios son la información que reúne o genera el investigador para alcanzar los objetivos del proyecto en que está trabajando.

2.2.6. Métodos para la recolección de datos primarios

2.2.6.1. *Entrevista personal*

Puede definirse como una conversación entre el entrevistador y el respondiente hecha con fines especiales, una conversación en que tanto el tema como la dirección las proporciona aquel, aunque el respondiente generalmente tendrá la oportunidad de ampliar sus puntos de vista sobre el asunto que están discutiendo (Weiers).



2.2.6.2. Entrevista telefónica

Este medio es de gran utilidad cuando queremos obtener información sobre lo que el respondiente está haciendo en el momento de la llamada (Weiers).

2.2.6.3. Entrevista por correo

En esta clase de cuestionario, no se cuenta con un entrevistador que haga preguntas, esclarezca los puntos oscuros al respondiente o lo guíe mediante el instrumento de obtención de datos. Como el cuestionario lo aplica a sí mismo el respondiente, este método presenta sus propias características en relación con las estrategias, ventajas y limitaciones (Weiers).

2.2.7. Observación

Método el cual permite identificar aspectos en los clientes como el comportamiento y las actitudes que los mismos poseen. El investigador del estudio procede a observar las acciones que más le interesan, y por lo general se utiliza un formulario estructurado o una cámara de video que permita la recopilación de los datos.

A continuación se mencionan algunos tipos de observación que existen:

Observación directa: para conocimientos más profundos de conducta y aspectos relacionados.

Observación artificial: prueba de proyección del comportamiento. Personas revelas creencias, actitudes y motivaciones básicas.

Análisis de contenido: descripción objetiva, sistemática, del contenido manifestado de la comunicación.

Dispositivos para el registro del comportamiento: son instrumentos que colaboran de cierta manera a medir la conducta, por ejemplo cámaras, contadores, entre otros (Kinneer & Taylor, 1998).



2.2.8. Cuestionario

El cuestionario sirve de guía al proceso comunicativo y se puede usar en la encuesta en cualquiera de sus modalidades, es decir, se aplica sin importar si las preguntas (o sus respuestas) han de darse por escrito o verbalmente (Weiers).

El cuestionario se considera el medio más útil para la recolección de información ya sea para las entrevistas directas, por teléfono o por correo.

Antes de iniciar la construcción de un cuestionario, han de estudiarse los objetivos que nos impulsaron a efectuar la encuesta. Además, es preciso tener cierta seguridad de que la información puede conseguirse satisfactoriamente mediante los métodos que disponemos.

Los cuestionarios pueden clasificarse atendiendo a su estructura y carácter directo. La estructura se refiere al grado en que las preguntas y posibles respuestas son formales y estandarizadas. El carácter directo denota el grado en que el sujeto conoce el objetivo del cuestionario (Weiers).

El cuestionario “tal vez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

a) Cuestionario directo estructurado

El tipo de cuestionario de mayor uso en la investigación de mercados casi siempre incluye preguntas y respuestas estructuradas, sin que se pretenda ocultar a los participantes la finalidad de la encuesta (Weiers).

La información recopilada mediante este tipo de cuestionario ofrece la ventaja de ser bastante fácil de registrar, tabular, y analizar, pues la información se recibe en una forma que se presta a la codificación y a la tabulación cruzada; por lo que debido a la inflexibilidad estos cuestionarios han de someterse a pruebas preliminares antes de ser empleados en el campo (Kinner & James, 1993).



b) Cuestionario directo no estructurado

En el cuestionario no estructurado directo el objetivo de la investigación es clara, el encuestado, permite al entrevistador mayor libertad en la formulación de preguntas específicas y en la búsqueda de más información que fuere necesaria.

Las preguntas en este tipo de cuestionario se hacen en cualquier orden que se considere apropiado y su redacción puede adaptarse al nivel del vocabulario del individuo (Weiers R. , 1986).

c) Cuestionario indirecto estructurado

La idea de ésta técnica es que los encuestados recuerden con mayor facilidad cosas que son afines con sus persuasiones y sentimientos. No se da a saber al individuo cuál es el verdadero objetivo de la encuesta, con el propósito de un ambiente favorable y de más confianza para que el encuestado pueda libremente expresarse. En este caso las preguntas y respuestas son estructuradas (Weiers R. , 1986).

2.2.9. Preguntas cerradas

Las preguntas cerradas contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas. Es decir, se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes deben acotarse a éstas. Pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta. Son más fáciles de codificar y analizar (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

2.2.10. Preguntas abiertas

Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito, y puede variar de población en población.



Son útiles cuando no hay suficiente información sobre las posibles respuestas de las personas. También sirven en situaciones donde se desea profundizar una opinión o los motivos de un comportamiento (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

2.2.11. Pruebas piloto

Se debe hacer una simulación tomando en cuenta el objetivo del trabajo, las técnicas, recursos, resultados esperados, virtudes y defectos del plan establecido (Carvajal, 2011).

2.2.12. Datos secundarios

Los datos secundarios contienen información que ha sido recabada, por alguien que no es el investigador, para otros fines diversos al del proveedor en cuestión. En comparación con los datos primarios, la información secundaria ofrece la ventaja de ser más rápida y de costar menos, aunque a veces no guarda estrecha relación con el problema de mercadotecnia. Estos datos pueden ser internos o externos (Weiers R. M.).

a. Fuentes internas

Los datos secundarios internos existen dentro de la firma pero no fueron reunidos en vista del proyecto de investigación de mercados que se han emprendido. Aparte de los registros contables y financieros tradicionales, entre las otras fuentes de información secundaria interna figuran los estudios anteriores de investigación de mercados, los informes periódicos de ventas provenientes del personal de ventas en el campo, la correspondencia con clientes y los documentos pertinentes existentes en otras áreas funcionales, a saber: ingeniería, fabricación y planeación a largo plazo (Weiers R. M.).

b. Fuentes externas

La cantidad y la variedad de la información secundaria externa es de tal magnitud que desafía a la imaginación. Aunque las fuentes de datos externos son



abundantes, podemos dividirlos y examinarlos en las siguientes grandes clasificaciones.

- Organismos Gubernamentales: el gobierno federal, estatal y municipal constituyen la fuente más importante de datos secundarios.
- Fuentes Publicadas: entre estas fuentes figuran varias revistas, manuales, resúmenes, periódicos y otras que pueden estar relacionadas con nuestro proyecto de investigación.
- Asociaciones Comerciales: las estadísticas e informes especiales que producen se obtienen a menudo en forma de informes periódicos editados por ellas mismas o contenidos en una sección especial de las revistas comerciales relacionadas con la industria.
- Servicios Comerciales: la información adquirida de proveedores externos puede ser de dos clases: general (destinada a cubrir las necesidades de varios usuarios) o específica (reunida para estudiar un problema en particular)

(Weiers R. M.).

2.2.13. Análisis de datos

El análisis de datos es la última fase de una investigación e implica organizar los datos recogidos para estudiar hasta qué punto los objetivos que se establecieron se han cumplido, para comprobar si se confirman las hipótesis formuladas. (Solano, Solano, & Rodríguez, 2012).

2.2.14. Muestra

Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).



Parte de la población que seleccionamos, medimos y observamos (Weiers).

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

2.2.14.1. Muestras probabilísticas

Las muestras probabilísticas exigen métodos de selección en que los miembros de la muestra se escogen aplicando un proceso aleatorio. Cada integrante de la población puede no tener igual probabilidad de quedar incluido en la muestra, pero todos poseen una probabilidad conocida de inclusión (Weiers).

2.2.14.2. Muestras no probabilísticas

No brinda la oportunidad de determinar la posibilidad de que determinado elemento de la población haya sido incluido en la muestra. Por tal razón, no podemos estar seguros de que la muestra sea representativa de la población (Weiers).

Las muestras probabilísticas suponen un procedimiento de selección informal; la única ventaja de una muestra tal, es su utilidad para determinado diseño de estudio que requiere no tanto una representatividad de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008).

2.2.15. Errores de una investigación

Hay gran diversidad de errores capaces de reducir la exactitud y la utilidad de la investigación de mercados (Weiers).

Según Ronald M. Weiers los errores comunes son los siguientes:



a. Error por definición del problema

Si no ha sido bien definido desde el principio, no es posible que se intente buscar información que no se requiere para resolver o aligerar el problema.

b. Error informacional

En el uso de datos secundarios, el hecho de no observar las precauciones señaladas en la sección precedente puede ocasionar serias fallas en las conclusiones y recomendaciones que resultan del trabajo.

En la producción de datos primarios, mediante encuestas, se distinguen dos tipos de error. El error muestral se debe a que el investigador ha extraído una muestra en vez de hacer un censo completo de la población. Los errores no muestrales son los que ocurrirían aunque pudiéramos pagar la inclusión de una muestra mucho más amplia de la población.

c. Errores experimentales

Esta clase de error se presenta cada vez que hay confusión sobre si la variable independiente (X) causó el efecto observado o si éste se debió en parte al influjo de una o más variables que no se controlaron en el diseño experimental.

d. Errores de análisis

Son los que se producen al aplicar técnicas analíticas inadecuadas a un conjunto de datos o que provienen de equivocaciones metodológicas en la tabulación o transformación de datos.

2.2.16. Población

Es el total de elementos sobre la cual queremos hacer una inferencia basándonos en la información relativa a la muestra (Weiers).



2.2.17. Parámetro

Característica de la población que nos interesa. El valor verdadero del parámetro no se conoce, puesto que es lo que tratamos de descubrir mediante el procedimiento muestral (Weiers).

2.2.18. Nivel de confianza

Es el grado de certidumbre que tenemos sobre la exactitud de la estimación de la muestra (Weiers).

2.3. Términos de la Administración Tributaria

2.3.1. Administración Tributaria

Área municipal encargada de “percibir y administrar los tributos y demás ingresos” (Orozco, 2008).

2.3.2. Tributos

El código de Normas y Procedimientos Tributarios en su artículo 4 define los tributos como “las prestaciones en dinero (impuestos, tasas y contribuciones especiales), en que el Estado, en ejercicio de su poder de imperio, exige con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus funciones” aunque hay excepciones por ley, generalmente, el ciudadano debe efectuar su pago en efectivo (Orozco, 2008).

Los tributos se clasifican en:

a. Impuestos

Pago en dinero por parte del contribuyente por una acción jurídica que no conlleva una participación del Estado para con el obligado su principal característica se menciona en el capítulo IV de los Fundamentos de Finanzas Municipales, la cual hace referencia a la inexistencia de una reciprocidad directa e inmediata entre el pago que hace el contribuyente y la acción realizada por el Estado (IFAM, 2006).



b. Tasas

Son cuotas que los ciudadanos pagan de forma obligatoria por los servicios públicos que el Estado gestiona para la satisfacción de los mismos.

Las tasas equivalen a un porcentaje sobre el costo de ofrecer el servicio público. En el artículo 74 del Código Municipal se establece que el precio considerará el costo del servicio más un 10% de utilidad, garantizando el desarrollo del servicio (IFAM, 2006).

c. Contribución Especial

Prestación en dinero obligatoria por beneficios individuales generados por el Estado por medio de obras públicas o actividades especiales (IFAM, 2006).

d. Precios Públicos

Prestación en dinero de forma obligatoria por la prestación de un servicio de naturaleza no tributaria y puede ser ofrecido por medio de un intermediario o empresa privada, por ejemplo: servicio de cementerio, servicio de acueducto, entre otros (Orozco, 2008).

Capítulo IV



Marco Metodológico



III. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se busca describir detalladamente las etapas del método utilizado en la elaboración de este trabajo. De esta forma se logra entender más claramente el tipo de trabajo realizado, así como las fuentes de información, el tipo de datos encontrados, la descripción de las técnicas de recolección de información y la forma en la que fueron procesados los datos.

4.1. Enfoque de la investigación

Por medio de la aplicación de una investigación exploratoria se pretende determinar la percepción y el grado de satisfacción de los usuarios de la plataforma de servicios del departamento de Administración Tributaria; a través de este estudio se busca recabar información trascendental sobre el funcionamiento, y los problemas a los cuales se enfrentan los contribuyentes cada vez que se les brinda algún servicio.

Al no existir ningún estudio anterior que permita tener un conocimiento previo del tema, resulta importante la aplicación de métodos exploratorios que aminoren cualquier duda sobre la investigación.

La presente investigación es cuantitativa ya que utiliza la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento que se refieren a la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de San Carlos.

Por otro lado, el estudio de alcance descriptivo brinda la oportunidad de conocer a fondo las características y los perfiles, tanto de los contribuyentes como de los encargados de brindar los servicios a los usuarios.

Después de conocer las características obtenidas mediante el estudio exploratorio, la aplicación de un estudio descriptivo aporta gran valor a la investigación ya que



en cierta forma, muestra de manera precisa los ángulos disponibles del fenómeno o situación a tratar.

La descripción permite representar en forma detallada los atributos del fenómeno de interés, además se logra identificar la tendencia de la población que se está analizando.

Como método de investigación se utilizará la entrevista telefónica, por medio de su aplicación se podrá obtener la información que se requiere en el mismo momento de la llamada, además permite aclarar de inmediato las dudas que puedan surgir tanto del entrevistado como del entrevistador.

4.2. Fuentes de la información

Las fuentes de información permiten captar los datos necesarios para el análisis de la información y el desarrollo de la investigación. Una vez que se han reconocido los elementos de investigación, es decir, los datos que ayudará a obtener información relevante para la identificación de problemas, estrategias y toma de decisiones, es posible dividir las fuentes en primarias y secundarias.

La información de carácter primario fue recolectada por medio de un cuestionario estructurado directo (ver apéndice: Cuestionario Usuarios Plataforma de Servicios), aplicado a los contribuyentes municipales sancarleños.

Por otra parte las fuentes de datos secundarias utilizadas en la investigación fue obtenida por medio de:

- Información proporcionada por el Licenciado Leonidas Vásquez Arce del Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos.
- Base de datos de los contribuyentes de la Municipalidad de San Carlos suministrada por el Departamento de Administración Tributaria.



- Listado de las actividades que se llevan a cabo en la plataforma de servicios de la Municipalidad de San Carlos.
- Revisión de literatura relacionada con temas de administración en general, mercadotecnia, investigación de mercados y planificación estratégica.
- Exploración de trabajos finales de graduación, elaborados en años anteriores por estudiantes del Instituto Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos, estrictamente relacionados con el presente tema de investigación.
- Presentaciones de cursos lectivos, material didáctico e información brindada por los diferentes profesores de la Carrera de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.

4.3. Procedimiento muestral

La población con la cual se trabajará para la investigación es finita (ver apéndice: Listado de los contribuyentes) y está conformada por los usuarios de los servicios municipales de la zona geográfica del cantón San Carlos; por lo tanto la unidad informante que se utilizará en la obtención de los datos corresponde a cada individuo como contribuyente tributario del cantón.

La satisfacción de los usuarios se logrará medir a través de la evaluación de los servicios ofrecidos por la plataforma. Los parámetros que se tomarán en cuenta en dicha medición serán los siguientes:

- ⇒ **Calidad del servicio:** Se relaciona con la eficacia brindada al usuario en el trámite que él lo requiera.
- ⇒ **Tramitología:** Se refiere al proceso que debe completar un contribuyente para solucionar sus demandas.



- ⇒ **Servicio al cliente:** Hace alusión a la calidad del trato en general recibido por el usuario durante el proceso de atención en la plataforma.
- ⇒ **Tiempo de respuesta:** Capacidad del personal para emitir una respuesta a los contribuyentes en el menor tiempo posible.
- ⇒ **Rapidez en el proceso:** La agilidad en los procesos demandados por los usuarios.
- ⇒ **Actitud del personal:** Empatía y amabilidad mostrada por el personal de la plataforma de servicios de la Municipalidad de San Carlos.
- ⇒ **Virtualidad:** Medios alternos de carácter visual por el cual algunos contribuyentes podrían realizar sus trámites de forma más rápida, principalmente los trámites pequeños.
- ⇒ **Sucursales:** Nuevas oficinas ubicadas en lugares estratégicos para que los contribuyentes de zonas alejadas tengan mayor facilidad para realizar sus trámites.
- ⇒ **Accesibilidad:** Opción para que los usuarios municipales tengan acceso a los servicios en otras entidades financieras como bancos o cooperativas.

La lista que sustentará la investigación será tomada de la base de datos brindada por el Departamento de Administración Tributaria, la cual cuenta con un listado poblacional finito de 83 851 contribuyentes.

El método muestral es probabilístico, esto se definió porque todos los contribuyentes tendrán la misma posibilidad de ser elegidos dentro de la muestra; para determinar el tamaño de la misma se utilizará la siguiente fórmula para poblaciones finitas:



Donde:

$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1-P)}{N}} = 73$$

P = 5%

E = 5%

Nivel de confianza = 95%

Z = 1.96

N = 83 851

4.4. Recopilación de la información

En vista de que el presente estudio es de naturaleza cuantitativa y de tipo exploratoria, la compilación de información se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario estructurado (ver apéndice: Cuestionario Usuarios Plataforma de Servicios) dirigido a los usuarios de la plataforma de servicios, con el fin de recabar los datos de manera más precisa y exacta posible en función del problema planteado en esta investigación.

A fin de estructurar correctamente el cuestionario a utilizar en la investigación se aplicó una prueba piloto de 14 preguntas a seis contribuyentes diferentes. Estos contribuyentes fueron tomados al azar de la base de datos del departamento y se entrevistaron vía telefónica.

Los contribuyentes entendieron el formato del cuestionario y la estructura de sus preguntas; sin embargo, en la sección “Evaluación de Servicios” correspondientes a las preguntas desde la tres hasta la ocho mostraron cansancio y desinterés por contestar repetitivamente sobre servicios que no tenían relación con el tipo de contribuyente según la pregunta número dos.

Por lo tanto se procedió a realizar la debida relación entre las preguntas para que al entrevistar a los contribuyentes solamente evalúen los servicios de acuerdo al tipo de contribuyente que es el entrevistado; por ejemplo, si es un contribuyente por “Bienes Inmuebles” en la opción “a” de la pregunta dos (Tipo de Contribuyente) se sigue a la pregunta número ocho la que evalúa dicho servicio.



Además se realizó una variación en la numeración que califican las variables de cada servicio. Los contribuyentes entendían la numeración de menor a mayor y no como estaba establecida que el número uno representaba un “excelente” y el número cinco representaba un “muy malo” por lo que se prefirió hacer la modificación de tal manera que el número uno representara un “muy malo” y el número cinco representaba un “excelente”.

Se aplicó el cuestionario final a un total de 73 contribuyentes mediante una entrevista telefónica lo cual permitió aprovechar el tiempo y a la vez obtener la información acertada sobre el tema en estudio. Dichos cuestionarios se estructuraron con preguntas cerradas, ya que sus respuestas previamente codificadas permiten que el análisis sea más fácil de realizar y obtener la información precisa requerida.

Se utilizó un muestreo al azar para garantizar que la muestra fuese lo más representativa posible con respecto a la población.

Después de haber obtenido los datos, la información fue resguardada en un documento, seguidamente se procesó y tabuló mediante la herramienta informática Microsoft Excel.

4.5. Descripción y análisis de los resultados

Una vez que los datos de la investigación fueron recolectados se procedió a la descripción y análisis de la información.

En seguida se mostrará el proceso, paso a paso, de cómo se llevó a cabo el análisis de la información:

1. Se realizó la tabulación de la información, obtenida por el cuestionario estructurado que fue aplicado a los contribuyentes mediante una entrevista telefónica.



2. Luego de la tabulación, se plasmó dicha información mediante visualizaciones gráficas que permitieron interpretar detalladamente cada uno de los aspectos relevantes definidos para la investigación.
3. Seguido de la tabulación se llevó a cabo una descripción y análisis de cada uno de los gráficos con el fin de mostrar tanto los puntos negativos que surgieron durante el estudio como los aspectos que resultaron positivos.
4. Después del análisis de la información se logró establecer algunas recomendaciones generales y para cada uno de los servicios en particular; además se puntualizaron algunas sugerencias importantes por cada uno de los servicios ofrecidos.
5. Finalmente, se definieron las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados tabulados y que además fueron establecidas de acuerdo con la evaluación que recibieron los servicios por medio de los contribuyentes.

Se elaboró un cuadro semáforo mediante el cual el Departamento de Administración Tributaria puede identificar fácilmente el grado de atención que se debe prestar a cada aspecto señalado por el contribuyente. El rojo es un grado de alerta mayor en el que se recomienda atender las sugerencias en el corto plazo; el color amarillo sugiere una resolución a mediano plazo; y el color verde señala la posibilidad de atención en un plazo más largo.

Se relacionaron los resultados obtenidos con cada uno de los objetivos que fueron planteados al inicio de la investigación; de esta forma con la información obtenida se logró definir la apreciación de la población sancarleña con respecto al trato y la atención que reciben por parte de la plataforma de servicios de la Municipalidad de San Carlos.

Capítulo V



Análisis de Resultados



IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Lo que se pretende mediante el análisis y estudio de la información es generarle al Departamento de Administración Tributaria una visualización clara de la situación actual en cuanto a la satisfacción de los usuarios con respecto al servicio que ellos reciben y así promover una serie de ideas estratégicas que impulsen el mejoramiento en el área tributaria y sus servicios.

4.1. Antecedentes de la investigación

4.1.1. Taller Empresarial Municipalidad de San Carlos

Coordinado por el Administrador Tributario de la Municipalidad de San Carlos, el primer taller empresarial, contó con la importante participación activa de los funcionarios de las dependencias de la Alcaldía, el Departamento Administrativo y Gestión Ambiental. Además estuvo presente la zona económica especial a través de su director ejecutivo, y el Tecnológico de Costa Rica por medio de la participación metodológica de un profesor extensionista de la Escuela de Administración de Empresas. Además 35 empresarios de los sectores agropecuario, industrial, comercial y servicios se hicieron presentes para apoyar la iniciativa.

La Municipalidad de San Carlos tiene competencia sobre el desarrollo económico local de su territorio. Motivados por una gira realizada a Argentina, los funcionarios municipales se interesaron en promover una iniciativa de modelo alternativo de acción público-privado para desarrollar la propuesta localmente.

4.1.2. Metodología

La metodología empleada en el taller se cimentó en el modelo basado en los clientes o usuarios. El modelo de negocios consta de una plantilla de nueve bloques de construcción, su fin es desarrollar ofertas, canales, relaciones, recursos, actividades y aliados que permitan un modelo exitoso.



Previamente, se elaboró un modelo municipal base. Durante el taller, los empresarios fueron evaluando cada uno de los componentes de ese modelo base que fue propuesto en reuniones anteriores. Finalmente, los participantes del taller se enfocaron en el desarrollo de nuevas ofertas necesarias para los empresarios locales.

4.1.3. Evaluación Modelo Municipal

Los empresarios realizaron la evaluación de cada elemento perteneciente a cada bloque del modelo de negocios cuyo propósito estratégico es ser el cantón que más apoya al sector empresarial a nivel nacional, con un involucramiento directo de los empresarios en el impulso de iniciativas conjuntas público-privadas para el desarrollo económico local.

En la evaluación se utilizaron dos escalas que permitieron la consolidación del modelo de negocios, una que permitió marcar la importancia y otra para señalar los estados actuales futuros.

4.1.4. Requerimientos

Una vez realizada la evaluación, los empresarios identificaron una serie de ofertas importantes para cada necesidad de los sectores productivos:

- Inteligencia de negocios
- Bolsa de empleo.
- Representar a instituciones públicas ausentes en la zona.
- Ordenamiento social, industrial y vial en el 100% del cantón.
- Oficinas municipales distritales.
- Premio empresarial ambiental.
- Parque tecnológico.
- Coordinar oferta educativa.
- Contraloría empresarial municipal.
- Información sobre demandas internacionales.
- Oficina municipal de organización y métodos.



Las ideas de ofertas planteadas por los mismos empresarios fueron valoradas mediante los siguientes 11 criterios:

- Competencia municipal en el tema.
- Sintonía de la idea con iniciativas gubernamentales.
- Requerimientos presupuestarios para su desarrollo.
- Dependencia de aliados externos para su implementación.
- Capacidades municipales actuales para su desarrollo.
- Capacidad de atracción de inversión externa.
- Impulso de emprendimientos locales.
- Fortalecimiento de la gestión empresarial.
- Generación de empleo local de calidad.
- Mejora de la gestión municipal.
- Rapidez para su ejecución.

Al aplicar los criterios de valoración ya definidos, cuatro de las ideas de ofertas resultaron mayormente atractivas, los mismos se reflejan con un porcentaje igual o mayor al 75%.

Destaca la inteligencia de negocios, seguida por representar a instituciones públicas ausentes en la zona, luego la bolsa de empleo, y finalmente el ordenamiento social, industrial y vial en todo el cantón.



4.2. Resultados obtenidos

A continuación se detallarán los resultados obtenidos después de aplicar el instrumento de recolección de información seleccionado mediante la metodología ya explicada para el estudio realizado en el Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos; se presentará la descripción por cada uno de los servicios de la plataforma de atención a los usuarios tomando en cuenta sus respectivas variables de evaluación.

4.2.1. Distrito al que pertenece

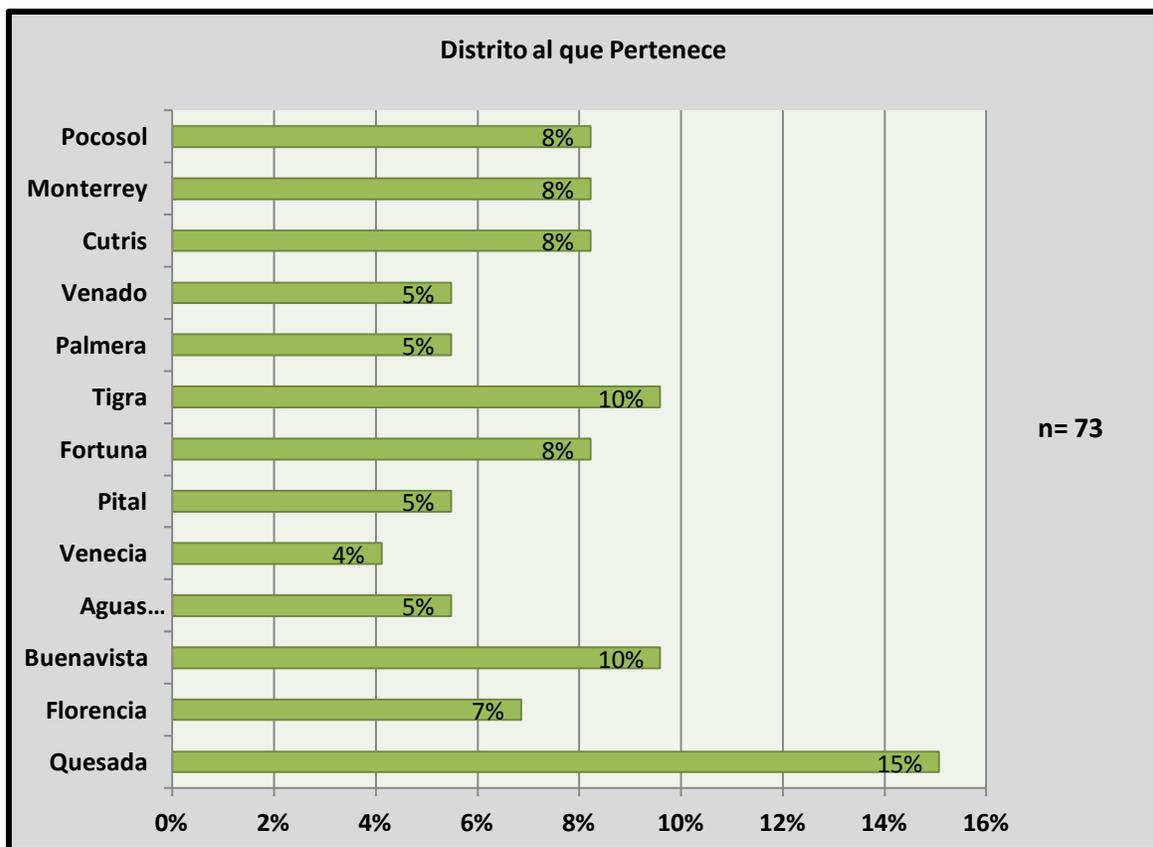


Figura 6. Gráfico: Distrito al que pertenece

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico anterior se puede apreciar que el 15% de los entrevistados corresponde a contribuyentes que pertenecen al distrito Quesada, seguidamente los distritos con mayor porcentaje de población entrevistada fueron Buenavista y



La Tigra con un 10% cada uno; por otro lado, Fortuna, Cutris, Monterrey y Pocosol reflejan un 8% de los contribuyentes para cada distrito. El 7% de los entrevistados pertenece al distrito de Florencia. Un 5% representa los usuarios entrevistados pertenecientes a los distritos de Aguas Zarcas, Pital, Palmera y Venado. Finalmente un 4% refleja a los pertenecientes al distrito de Venecia.

4.2.2. Contribuyente

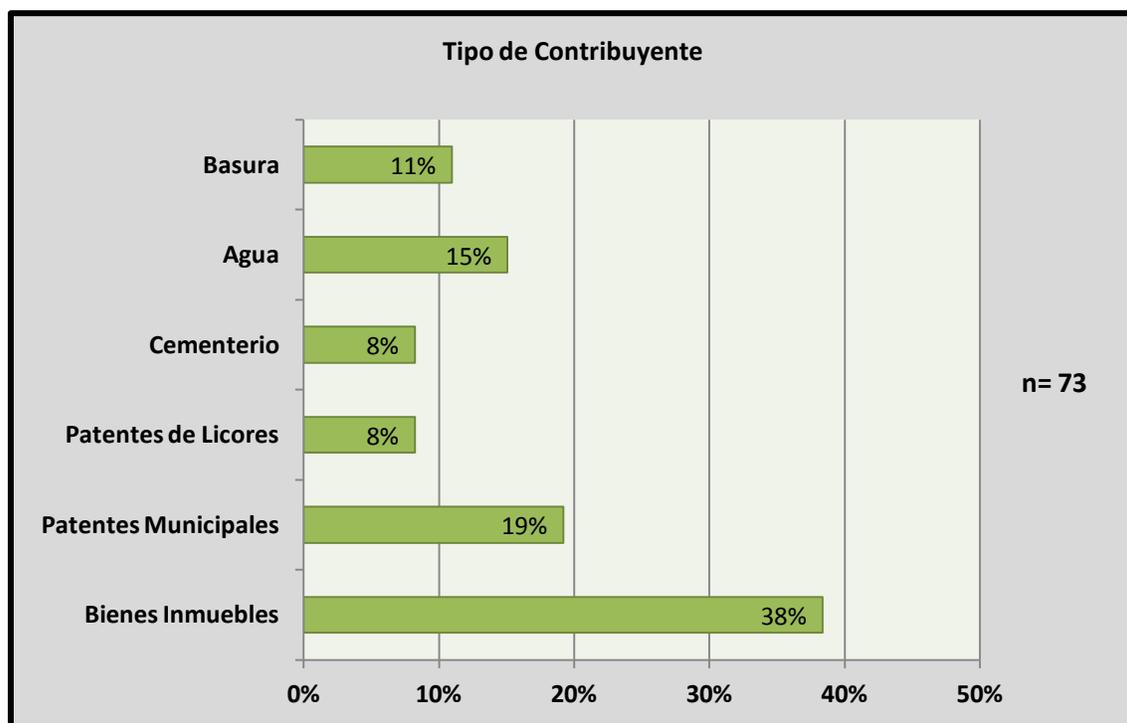


Figura 7. Gráfico: Tipo de contribuyente

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la figura anterior el 38% de los entrevistados corresponde a contribuyentes por el servicio de Bienes Inmuebles. El 27% representa a quienes son contribuyentes por el servicio de Patentes, de los cuales el 19% son patentados municipales y el restante 8% patentados de licores. Por otro lado, el 15% representa los usuarios del servicio de Agua, el 11% los usuarios del servicio de Basura y un 8% a los contribuyentes por servicio de Cementerio.



4.2.2.1. Servicios por distrito

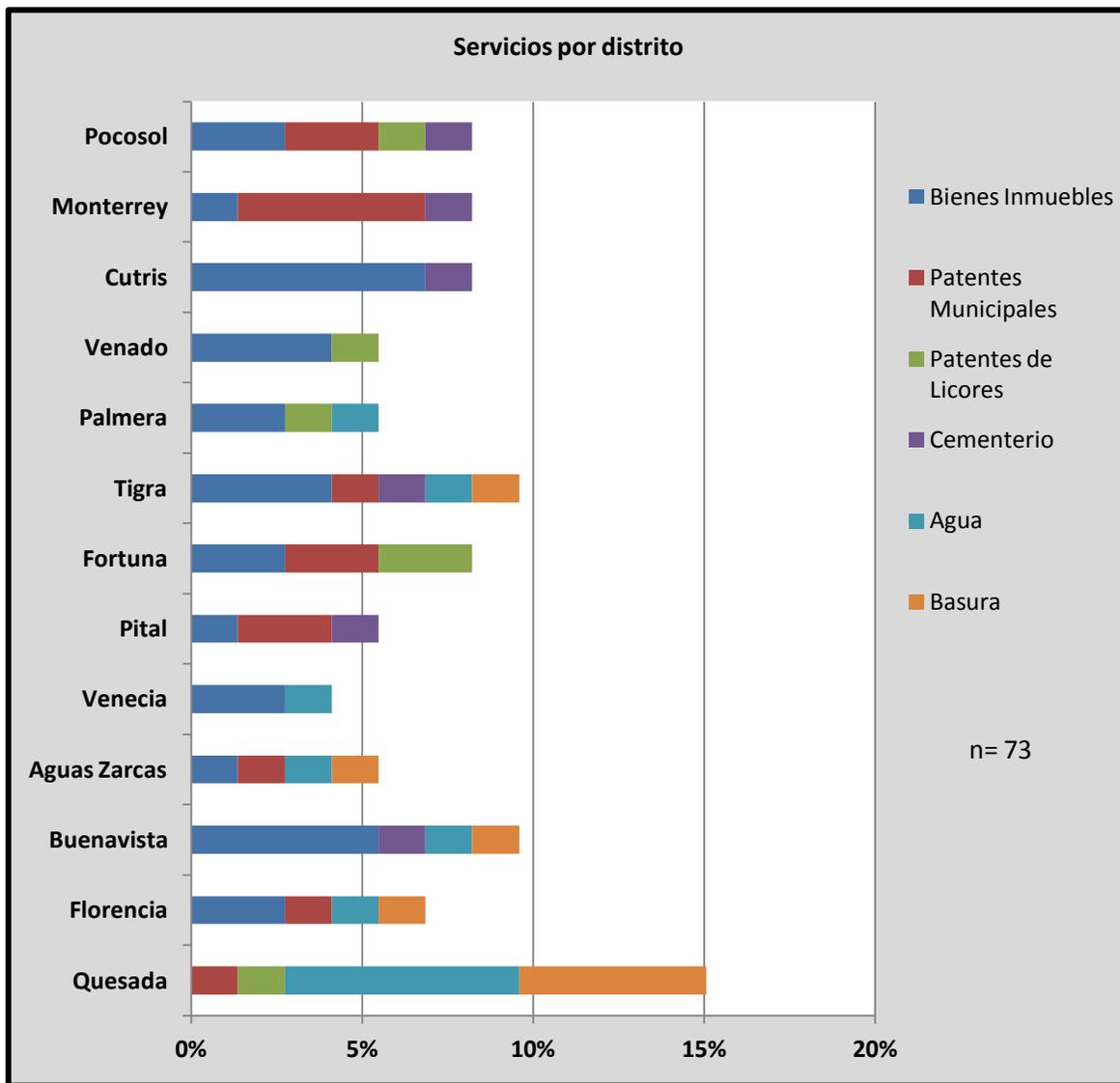


Figura 8. Gráfico: Servicios por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del 38% de los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles, el 7% de ellos pertenece al distrito de Cutris, el 5% al distrito de Buenavista, un 4% pertenece al distrito de La Tigra y otro 4% a Venado; un 3% de los contribuyentes pertenece al distrito de Florencia, de igual forma un 3% a cada uno de los siguientes distritos:



Venecia, Fortuna, Palmera, y Pocosol. Para los distritos de Aguas Zarcas, Pital y Monterrey corresponde un 1% de los contribuyentes a cada uno.

Del 19% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales, el 5% de ellos pertenecen al distrito de Monterrey; un 3% al distrito de Pital, otro 3% a Fortuna y un 3% pertenece al distrito de Pocosol. Para los distritos de Quesada, Florencia, Aguas Zarcas y La Tigra corresponde un 1% de los contribuyentes a cada uno.

Del 8% de los contribuyentes por servicio de patentes de licores, el 3% de ellos pertenece al distrito de Fortuna. Además; para los distritos de Quesada, Palmera, Venado y Pocosol corresponde un 1% de los contribuyentes a cada uno.

Del 8% de los entrevistados por servicio de cementerio, un 1% pertenece al distrito de Florencia; asimismo, un 1% pertenece a cada uno de los siguientes distritos sancarleños: Pital, La Tigra, Cutris, Monterrey, y Pocosol.

Del 15% de los contribuyentes por servicio de agua, el 7% de ellos pertenece al distrito Quesada. Por otro lado; para los distritos de Florencia, Buenavista, Aguas Zarcas, Venecia, La Tigra, y La Palmera corresponde un 1% de los contribuyentes a cada uno.

Del 11% de los contribuyentes por servicio de basura, el 5% de ellos pertenece al distrito Quesada. Por otro lado; para cada uno de los distritos de Florencia, Buenavista, Aguas Zarcas, y La Tigra corresponde un 1% de los contribuyentes.



4.2.3. Servicio Bienes Inmuebles

4.2.3.1. Calidad del Servicio

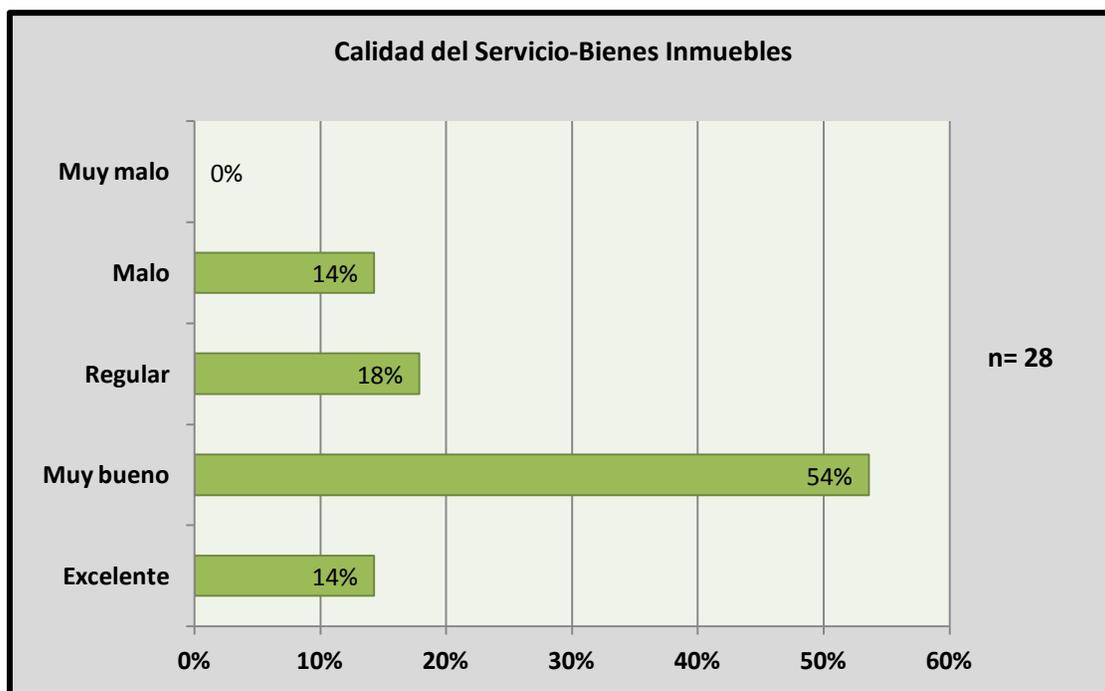


Figura 9. Gráfico: Servicio Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

El 54% de los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles considera que la calidad de dicho servicio es muy buena mientras que el 18% opina que es regular. Un 14% de los entrevistados consideran que la calidad es excelente y de igual forma el 14% considera mala la calidad del servicio de bienes inmuebles.



4.2.3.2. Tramitología

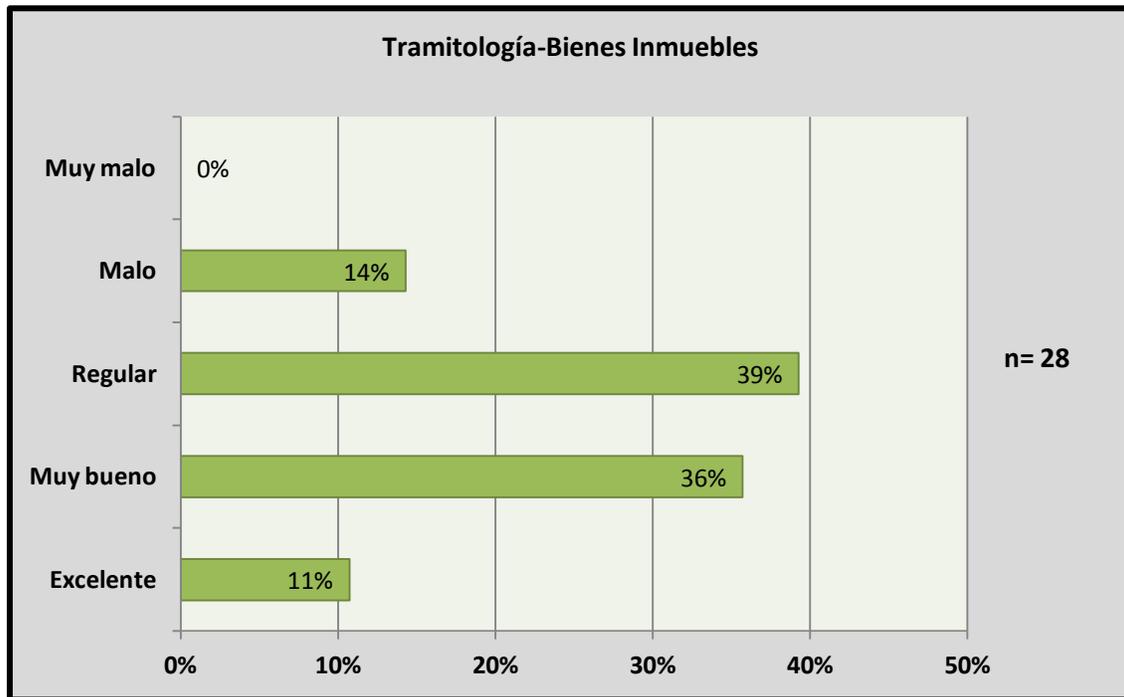


Figura 10. Gráfico: Tramitología-Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

Se puede percibir en el gráfico anterior que el 39% de los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles cree que la tramitología del servicio es regular. El 36% de los entrevistados opina que es muy buena; mientras que el 14% de los usuarios opina que la tramitología es mala, y un 11% lo considera excelente.



4.2.3.3. Servicio al cliente

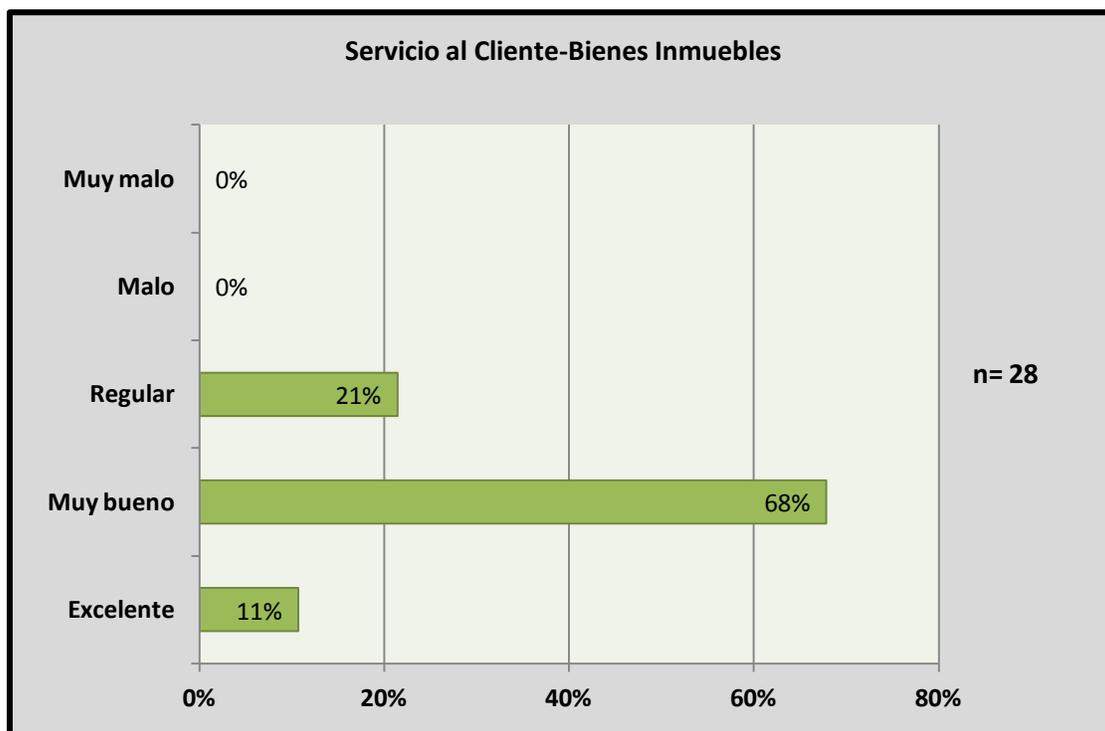


Figura 11. Gráfico: Servicio al cliente-Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

El 68% de los contribuyentes considera que el servicio al cliente para Bienes Inmuebles es muy bueno; el 21% de los usuarios opina que el servicio al cliente es regular y el 11% lo define como excelente.



4.2.3.4. Tiempo de respuesta

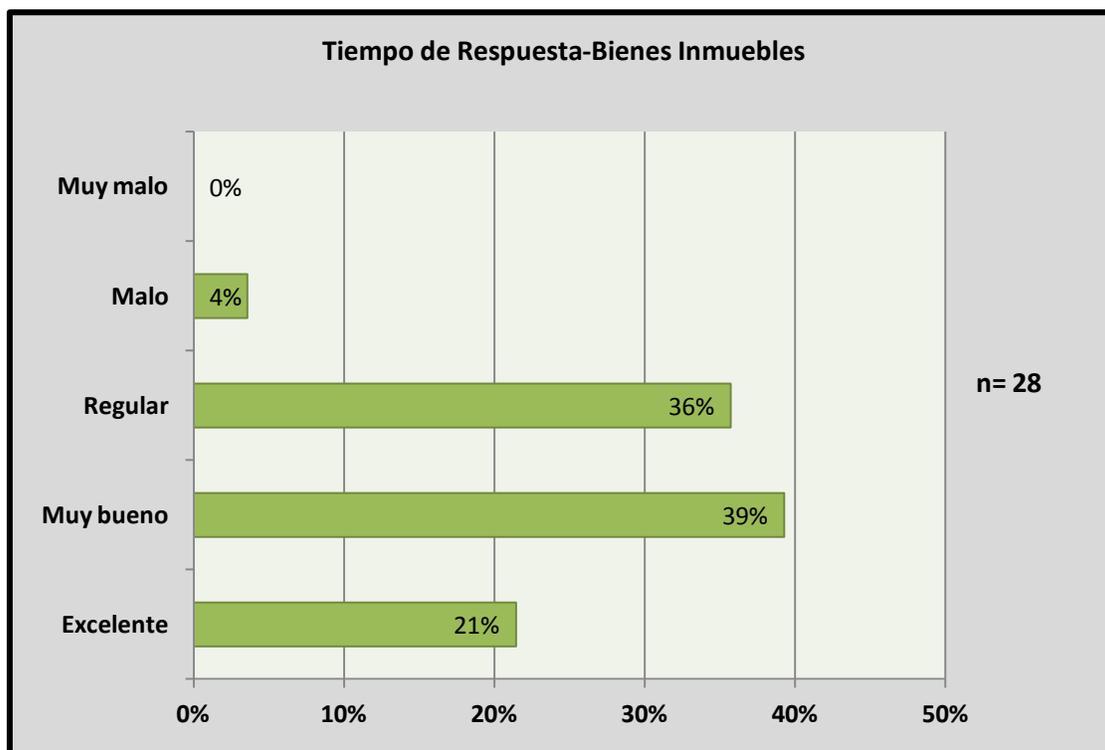


Figura 12. Gráfico: Tiempo de respuesta-Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

El 39% de los entrevistados cree que el tiempo de respuesta para el servicio de Bienes Inmuebles es muy bueno; el 36% opina que es regular. Además el 21% de los usuarios considera el tiempo de respuesta excelente y el 4% piensa que el tiempo de respuesta para el servicio de Bienes Inmuebles es malo.



4.2.3.5. Rapidez en el proceso

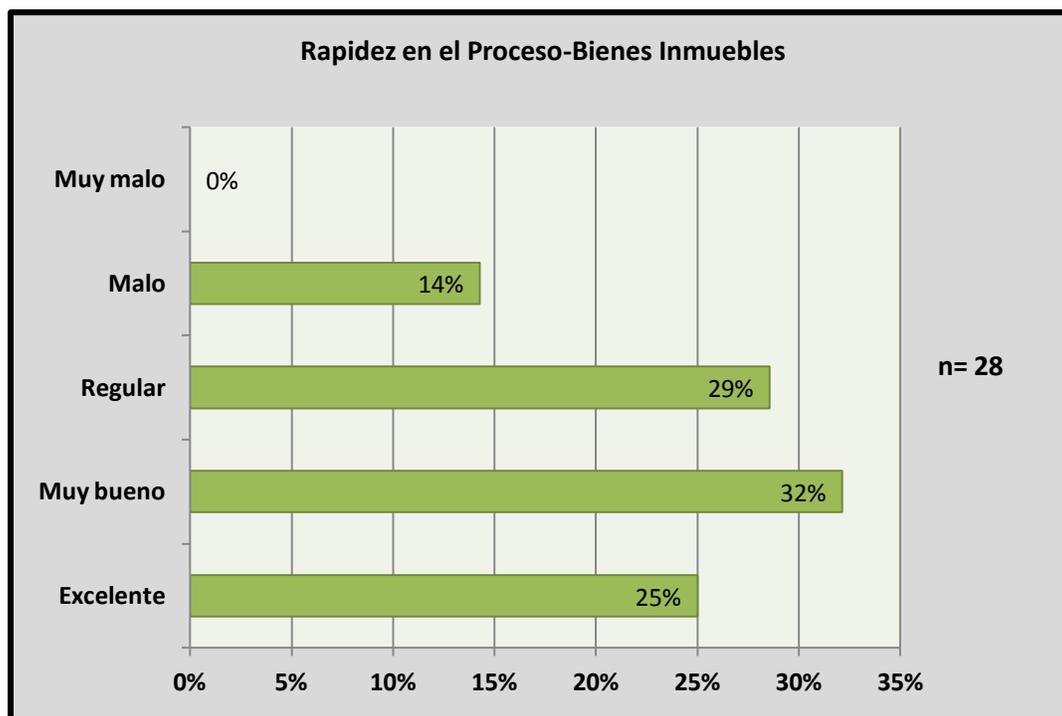


Figura 13. Gráfico: Rapidez en el proceso-Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

Para el servicio de Bienes Inmuebles, el 32% de los contribuyentes opina que la rapidez en el proceso es muy buena, mientras que el 29% considera que es regular y el 25% lo considera excelente. Por otra parte el 14% de los usuarios cree que la rapidez en el proceso para este servicio es mala.



4.2.3.6. Actitud del personal

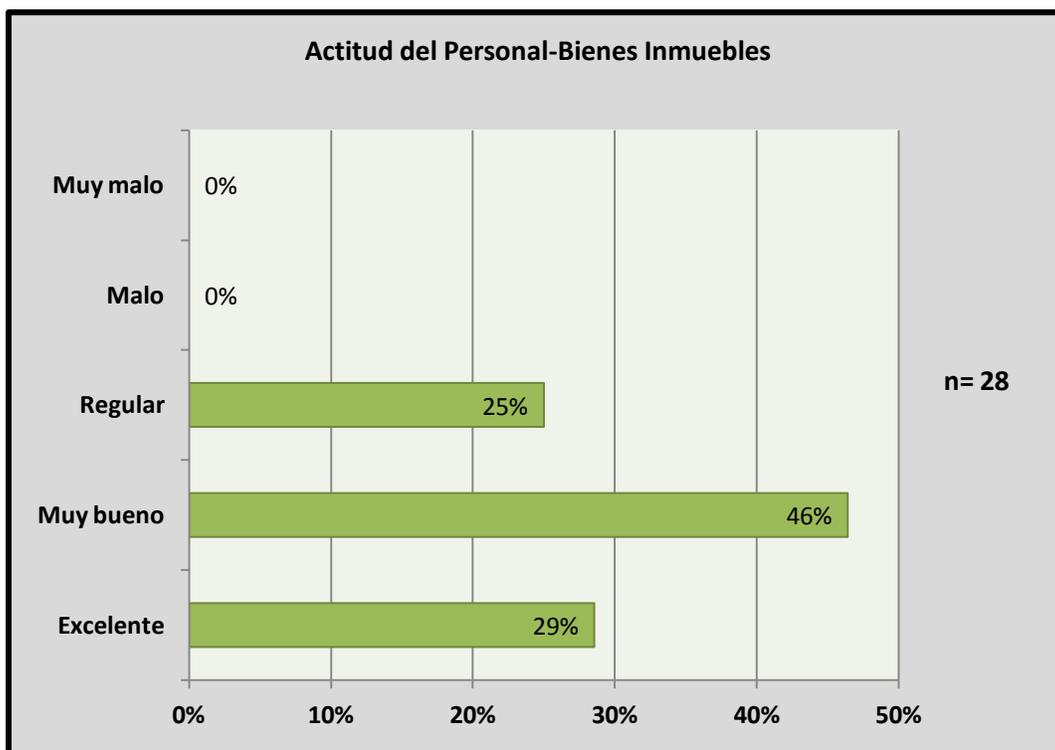


Figura 14. Gráfico: Actitud del personal-Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

El 46% de los contribuyentes considera que la actitud del personal para el servicio de Bienes Inmuebles es muy buena, y el 29% opina que es excelente mientras que un 25% considera la actitud del personal como regular.



4.2.3.7. Recomendaciones

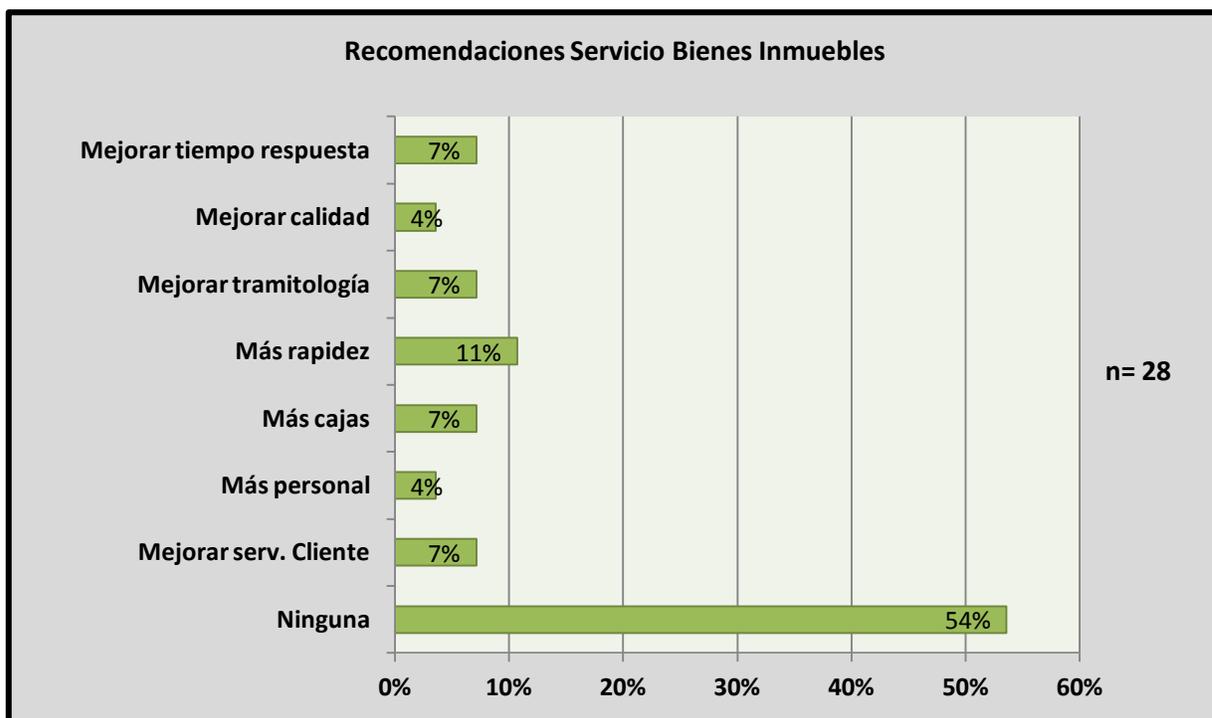


Figura 15. Gráfico: Recomendaciones Servicio Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

Los contribuyentes del servicio Bienes Inmuebles realizaron algunas recomendaciones para mejorar el servicio en general. Aunque el 54% no dieron recomendaciones; el 11% recomendó más rapidez en el servicio de Bienes Inmuebles, además recomendaron un 7% tanto para la opción de mejorar el servicio al cliente como para incluir más cajas, mejorar la tramitología y mejorar el tiempo de respuesta, finalmente un 4% considera importante añadir más personal y de igual forma un 4% recomienda mejorar la calidad del servicio.



4.2.3.8. Recomendaciones por distrito-Bienes Inmuebles

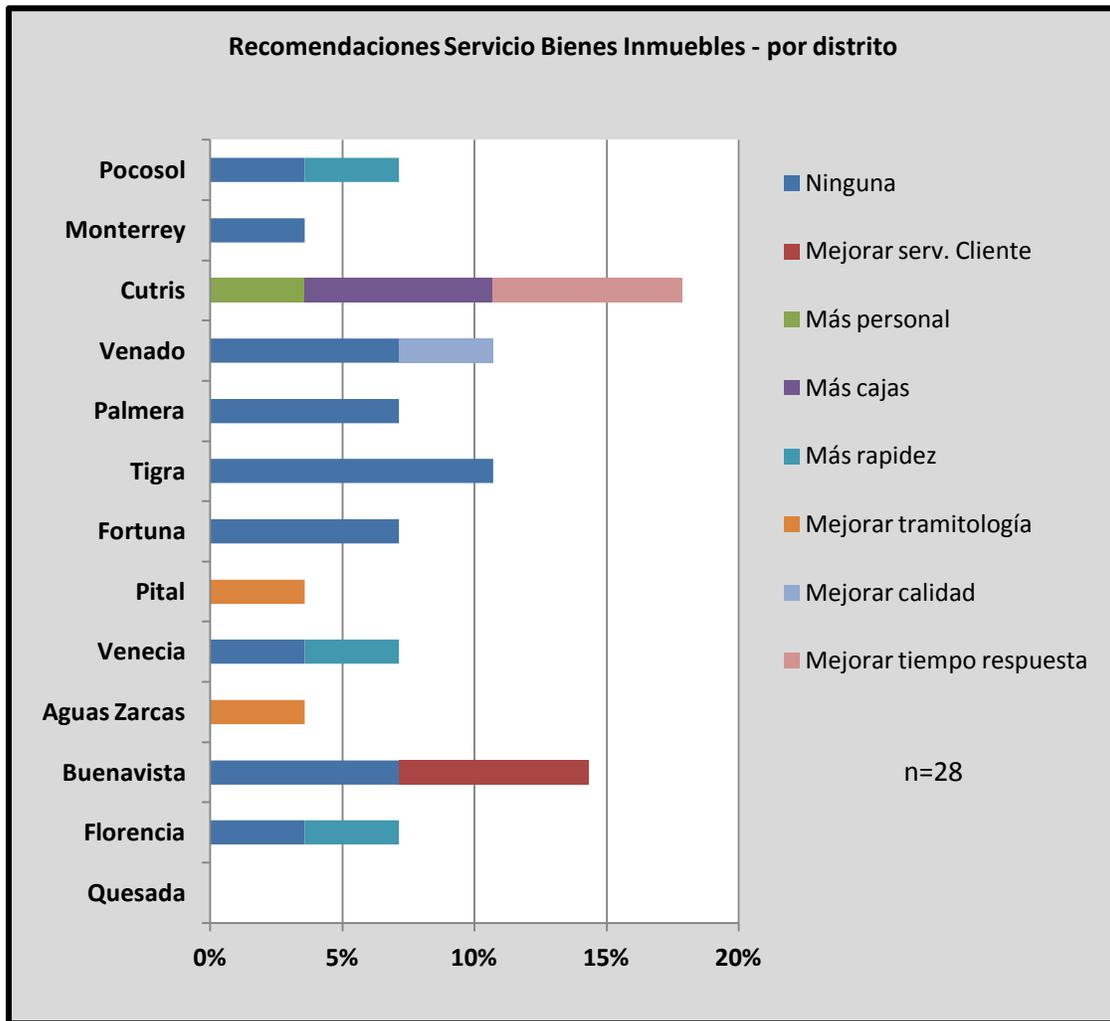


Figura 16. Gráfico: Recomendaciones Servicio Bienes Inmuebles – por distrito

Fuente: Elaboración propia

De la totalidad de los contribuyentes por el servicio de bienes inmuebles, un único 7% que pertenece al distrito de Buenavista recomienda mejorar el servicio al cliente.

El 4% de los entrevistados que pertenece al distrito de Cutris recomienda la inclusión de más personal con el fin de mejorar el servicio que se brinda.



El 7% de los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles encuestados que recomienda que se agreguen más cajas municipales pertenece al distrito de Cutris.

Del total de contribuyentes por servicio de bienes inmuebles, y quienes recomiendan que se desempeñen con mayor rapidez el 4% pertenece al distrito de Florencia, otro 4% pertenece al distrito de Venecia, y un 4% pertenece al distrito de Pocosol.

De los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles que recomiendan mejorar la tramitología para dicho servicio, el 4% pertenece al distrito de Aguas Zarcas y un 4% al distrito de Pital.



4.2.4. Servicio Patentes Municipales

4.2.4.1. Calidad del servicio

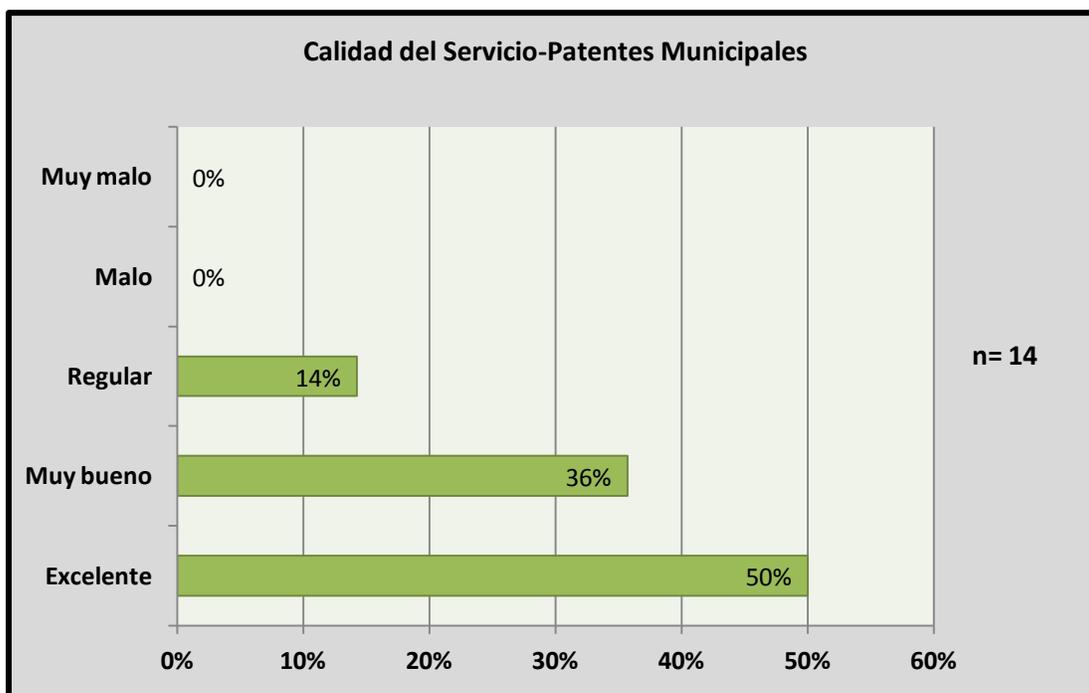


Figura 17. Gráfico: Calidad del servicio-Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

Para el servicio de Patentes Municipales, el 50% de los usuarios señala su calidad como excelente; el 36% de los contribuyentes piensa que la calidad del servicio es muy buena y un 14% considera que la calidad del servicio es regular.



4.2.4.2. Tramitología

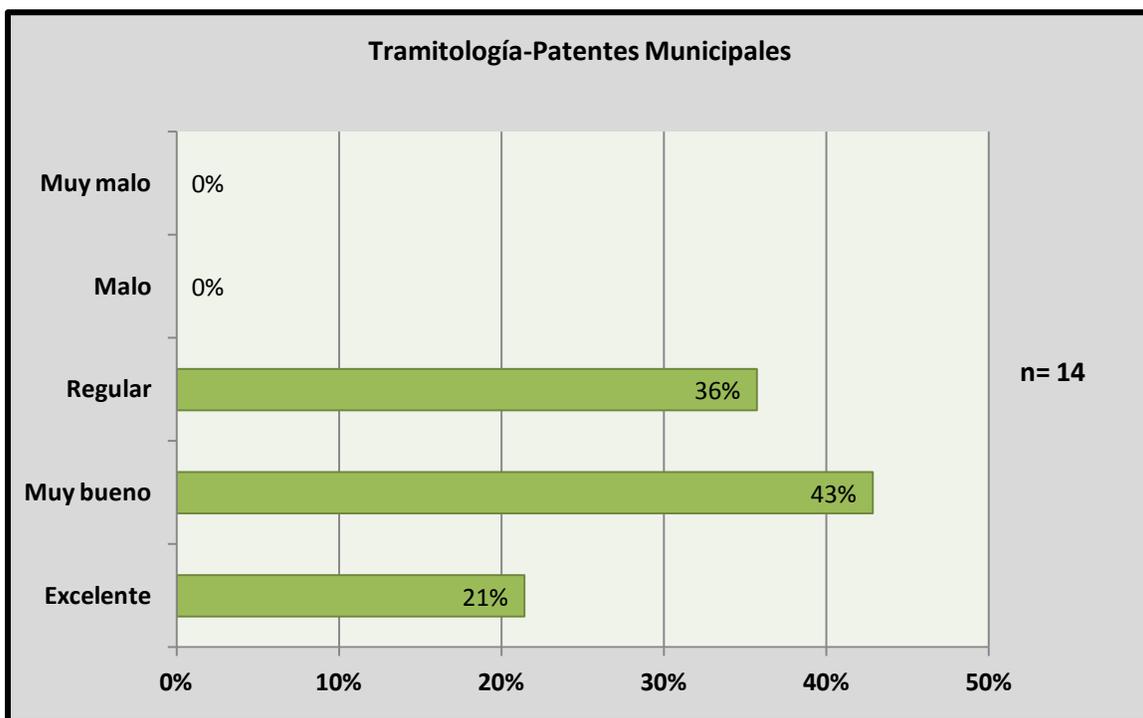


Figura 18. Gráfico: Tramitología-Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

Un 43% de los contribuyentes considera que la tramitología para el servicio de patentes municipales es muy buena; además el 36% de los clientes opina que es regular y el 21% cree que es excelente.



4.2.4.3. Servicio al cliente

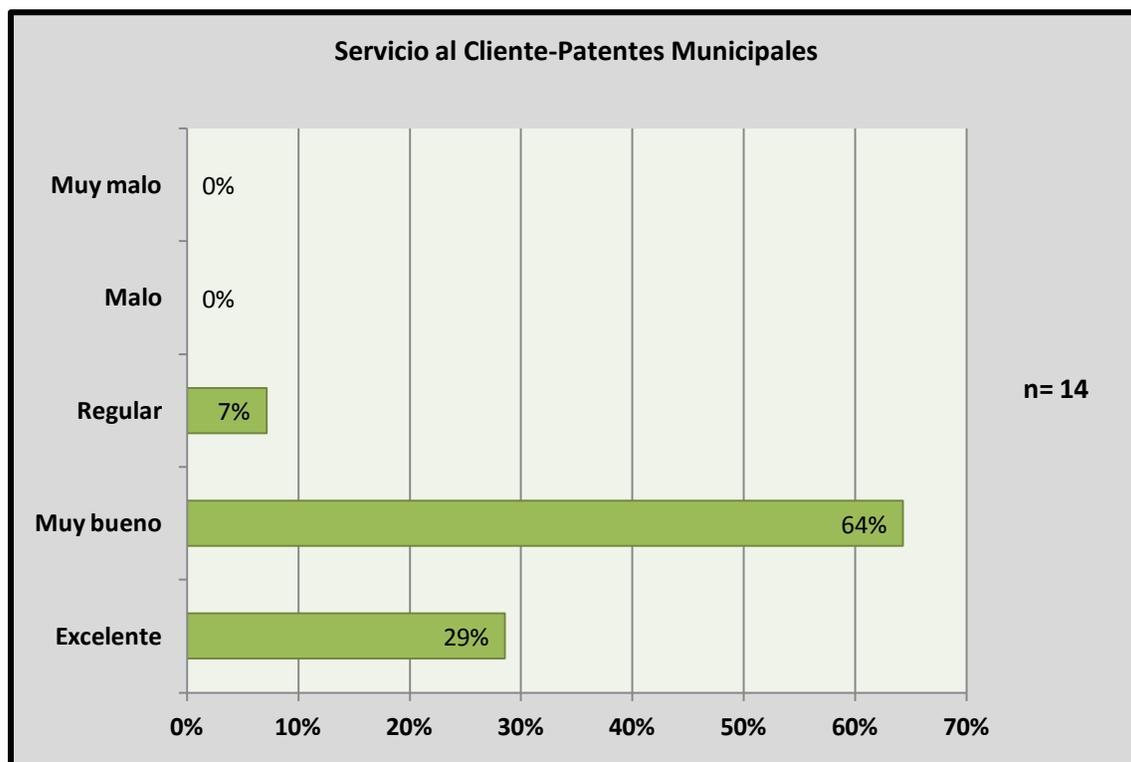


Figura 19. Gráfico: Servicio al cliente-Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

El 64% de los usuarios del servicio de patentes municipales opina que el servicio brindado al cliente es muy bueno, el 29% cree que es excelente y el 7% restante considera que el servicio al cliente es regular.



4.2.4.4. Tiempo de respuesta

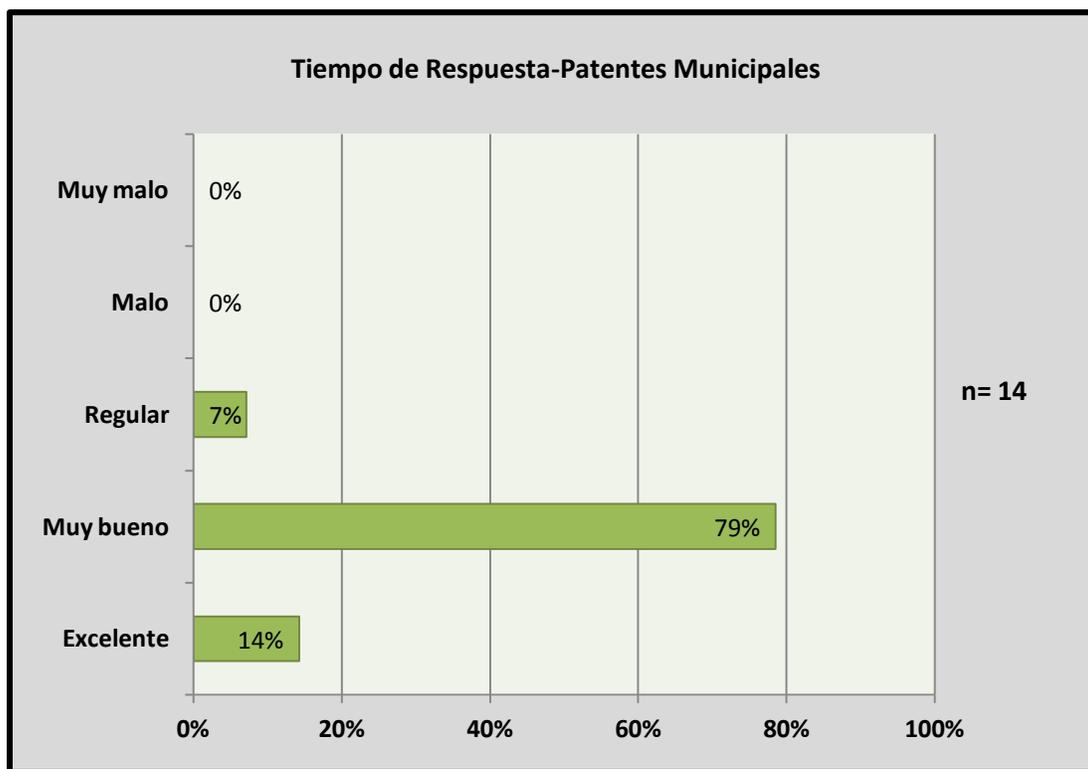


Figura 20. Gráfico: Tiempo de respuesta-Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

El 79% de los contribuyentes considera que el tiempo de respuesta para el servicio de patentes municipales es muy bueno, el 14% de los usuarios piensa que es excelente, y el 7% cree que es regular.



4.2.4.5. Rapidez en el proceso

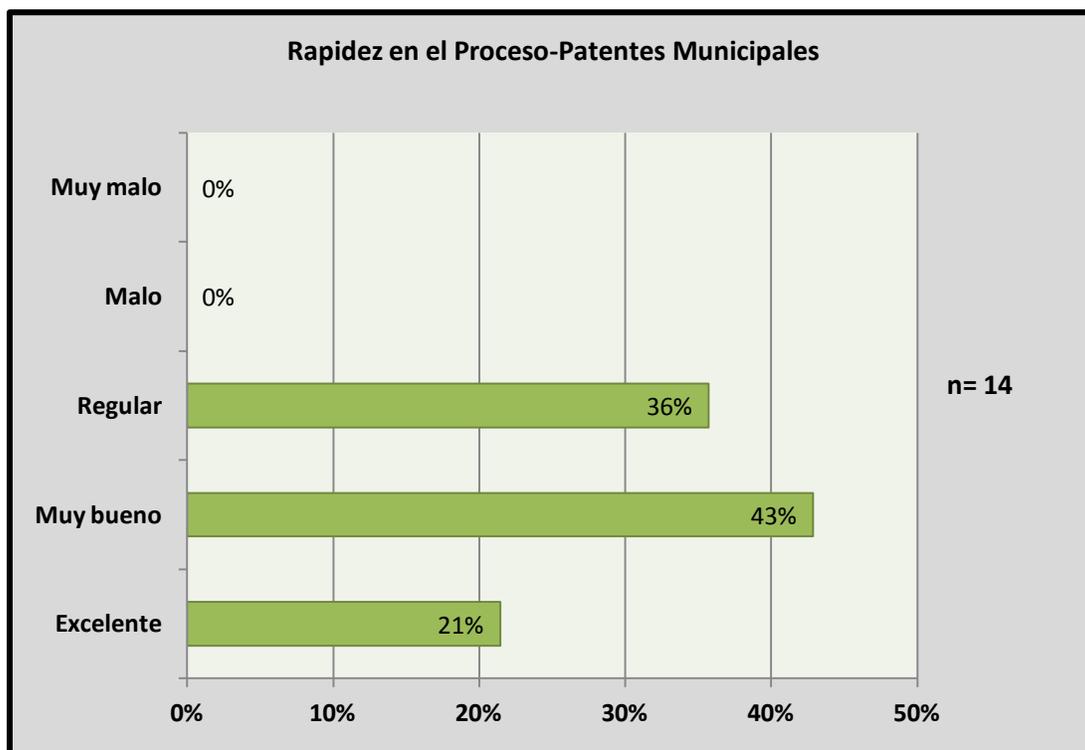


Figura 21. Gráfico: Rapidez en el proceso-Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

La rapidez en el proceso del servicio de patentes municipales es considerada como muy buena por el 43% de los contribuyentes que fueron entrevistados; el 36% cree que es regular y el 21% piensa que la rapidez en el proceso es excelente.



4.2.4.6. Actitud del personal

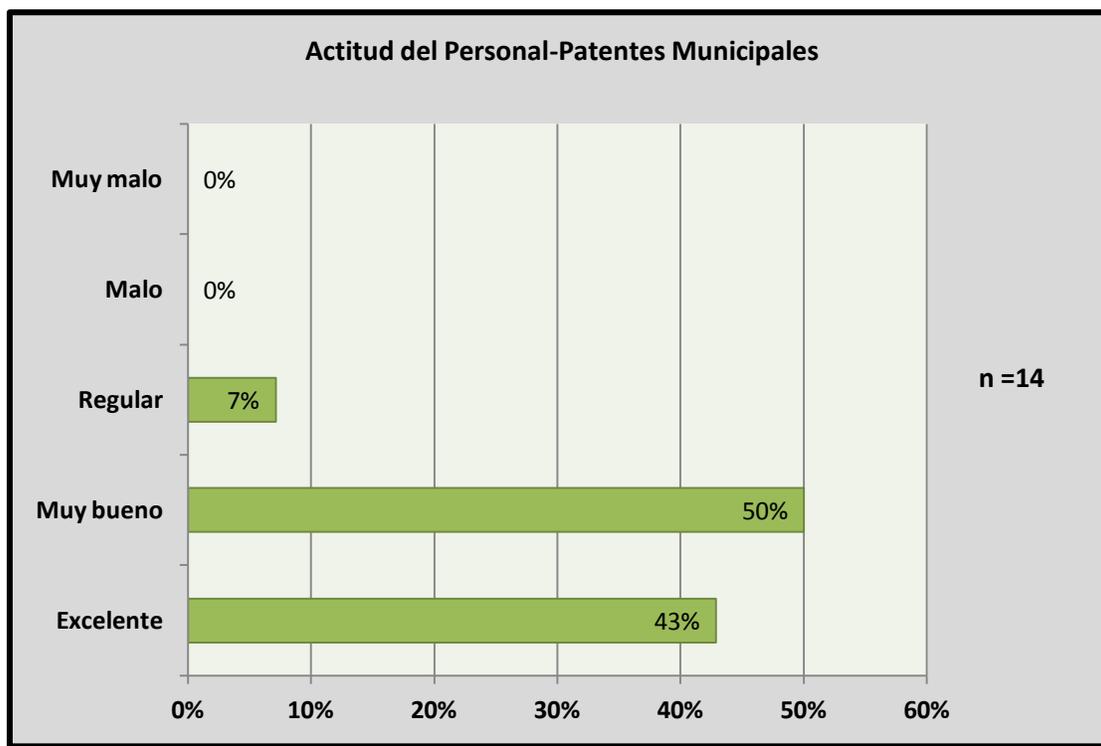


Figura 22. Gráfico: Actitud del personal-Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los contribuyentes cree que la actitud del personal en el servicio de patentes municipales es muy buena; el 43% considera que la actitud es excelente y el 7% opina que la actitud del personal es regular.



4.2.4.7. Recomendaciones

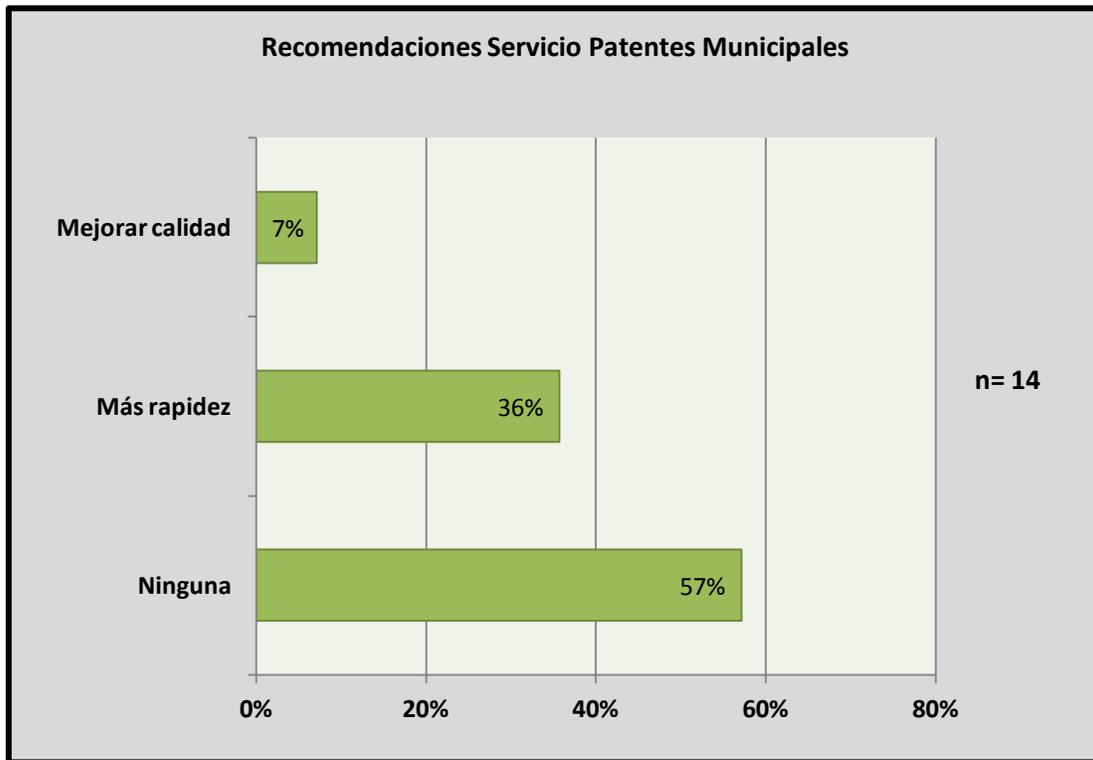


Figura 23. Gráfico: Recomendaciones Servicio Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

El 57% de los contribuyentes no hizo recomendaciones para el servicio de patentes municipales; un 38% de los usuarios recomienda más rapidez en el servicio y un 7% considera importante mejorar la calidad del servicio de patentes municipales.



4.2.4.8. Recomendaciones por distrito – Patentes Municipales

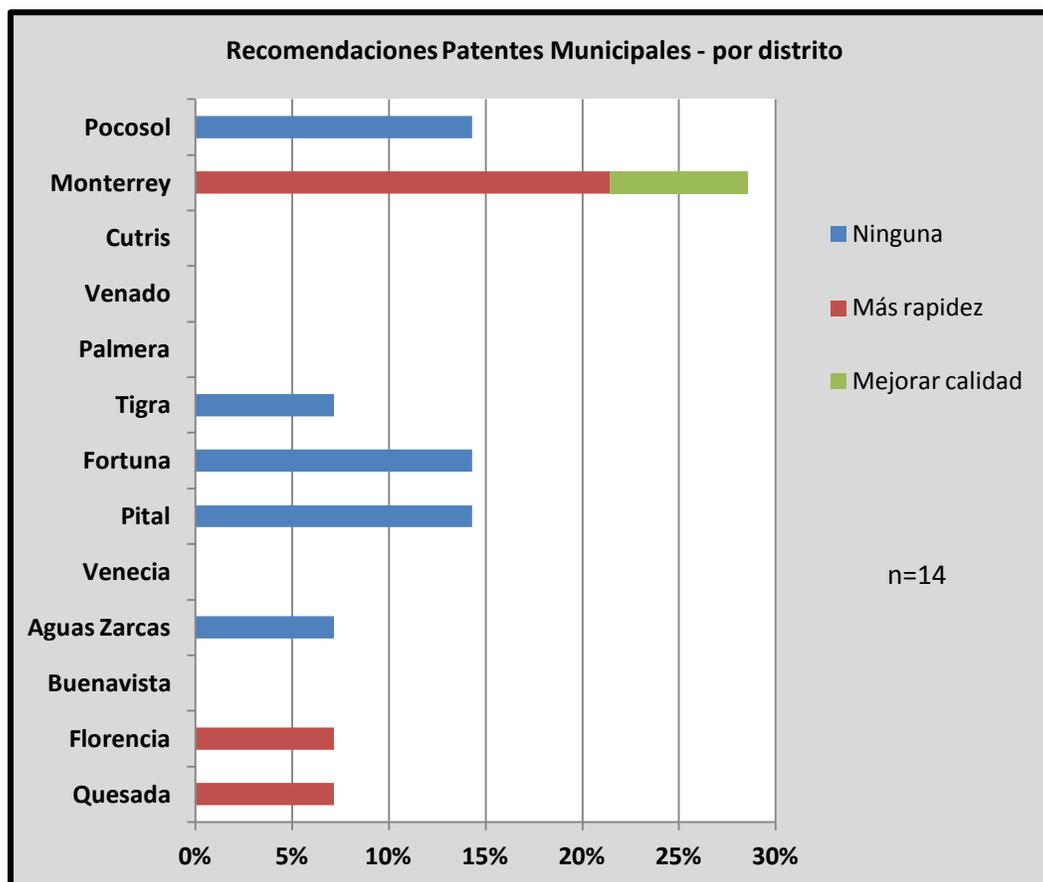


Figura 24. Gráfico: Recomendaciones Patentes Municipales – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total de contribuyentes por servicio de patentes municipales, y quienes recomiendan que se desempeñen en sus labores con mayor rapidez, el 7% pertenece al distrito de Quesada, y otro 7% al distrito de Florencia.

Además, solamente el 7% que pertenece al distrito de Monterrey recomienda mejorar la calidad para ese servicio.



4.2.5. Servicio Patentes Licores

4.2.5.1. Calidad del servicio

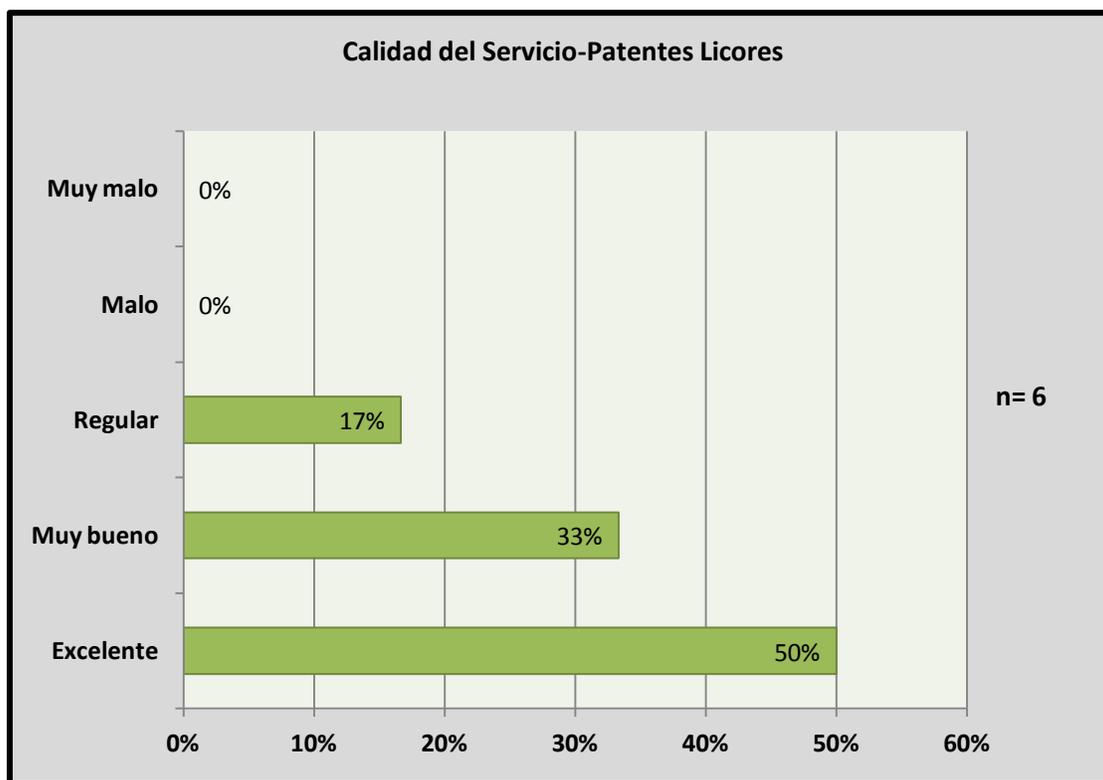


Figura 25. Gráfico: Calidad del servicio-Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

Para el servicio de patentes de licores el 50% de los contribuyentes considera excelente la calidad del servicio; el 33% opina que la calidad del servicio es muy buena, y el 17% cree que la calidad es regular.



4.2.5.2. Tramitología

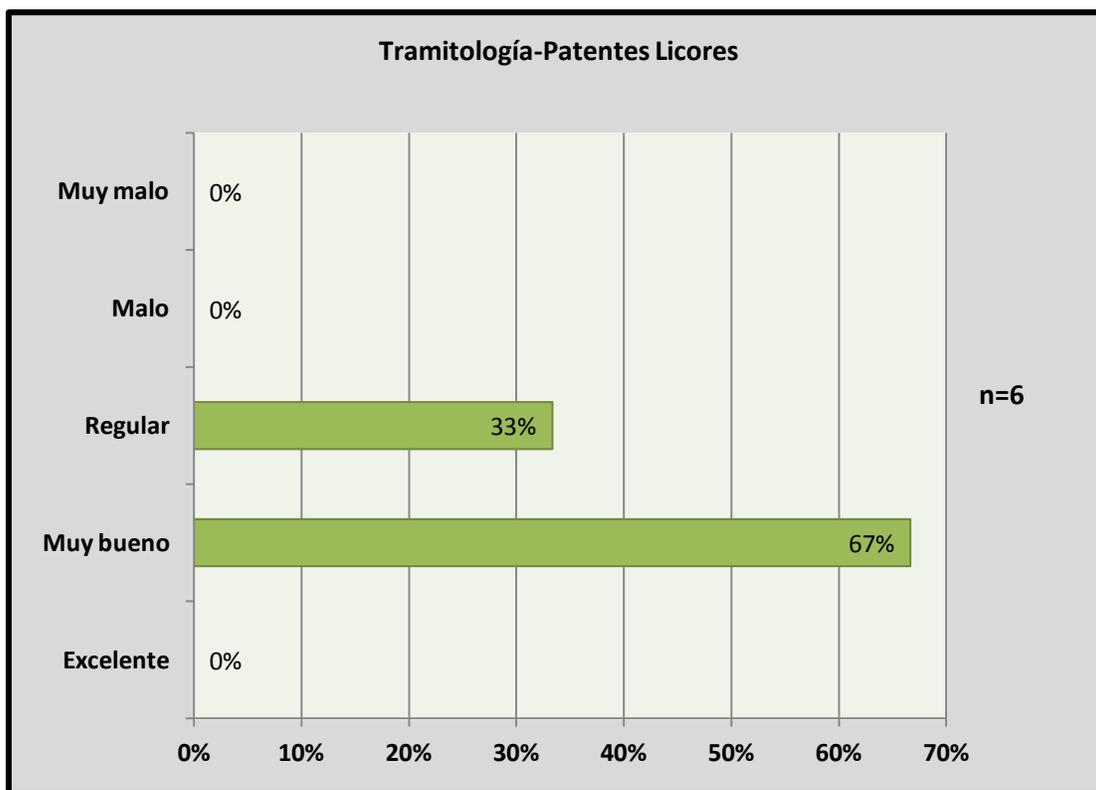


Figura 26. Gráfico: Tramitología-Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

El 67% de los contribuyentes considera que la tramitología para el servicio de patentes de licores es muy buena, mientras que el 33% opina que la tramitología es regular.



4.2.5.3. Servicio al cliente

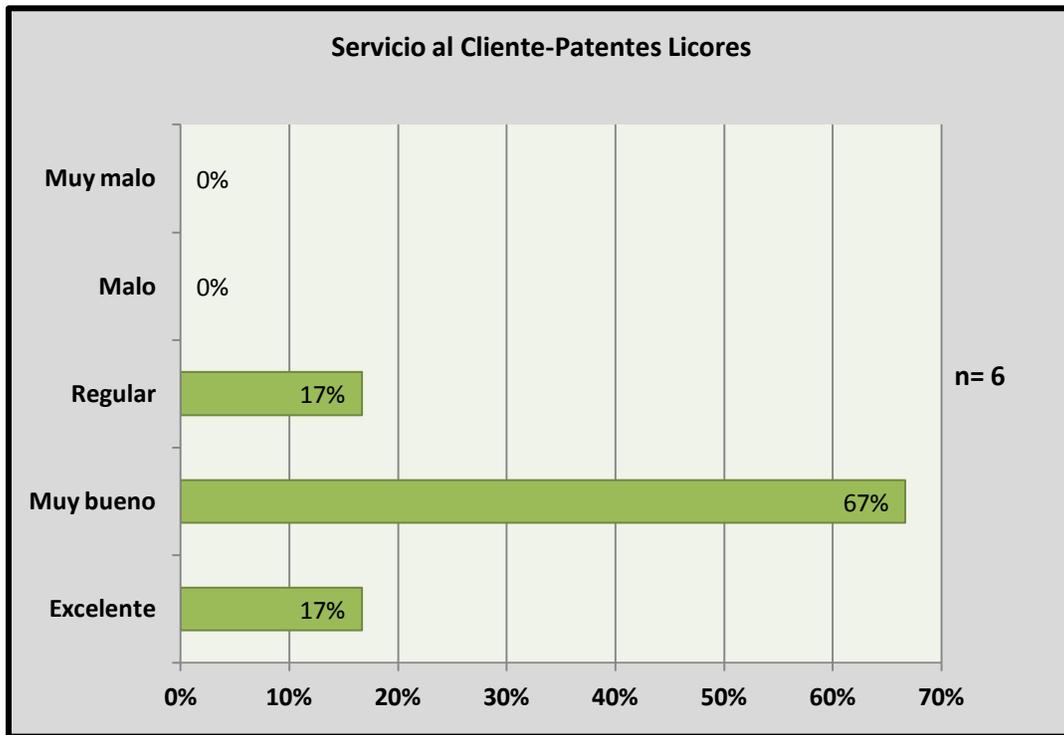


Figura 27. Gráfico: Servicio al cliente-Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

El 67% de los contribuyentes del servicio de patentes de licores considera que el servicio al cliente es muy bueno; el 17% opina que el servicio es excelente y un 17% define como regular el servicio al cliente.



4.2.5.4. Tiempo de respuesta

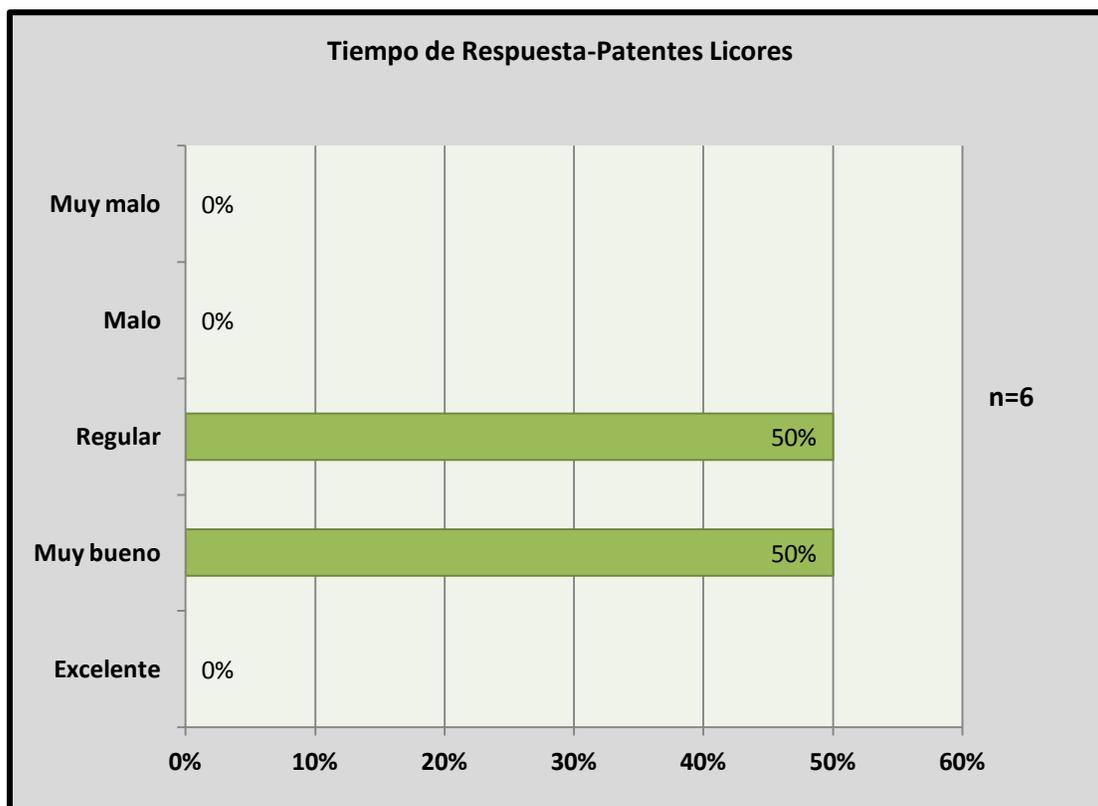


Figura 28. Gráfico: Tiempo de respuesta-Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los clientes considera que el tiempo de respuesta para el servicio de patentes de licores es muy bueno y el restante 50% opina que el tiempo de respuesta es regular.



4.2.5.5. Rapidez en el proceso

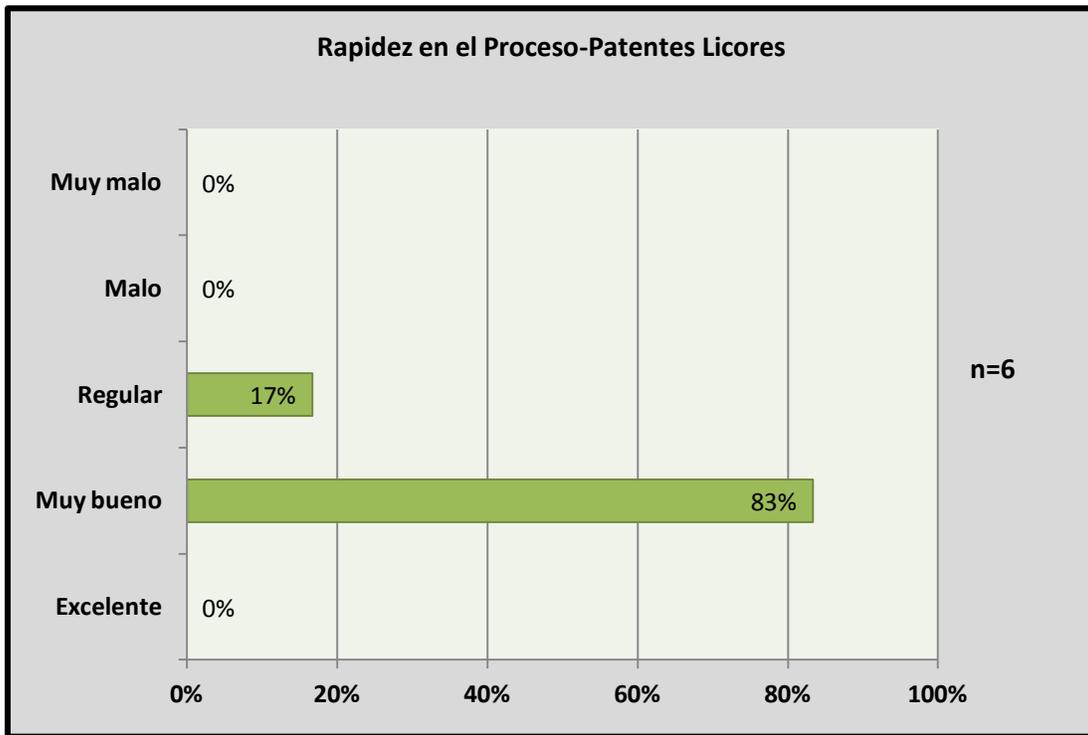


Figura 29. Gráfico: Rapidez en el proceso-Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

El 83% de los contribuyentes opina que la rapidez en el proceso de patentes de licores es muy buena; y un 17% calificó como regular la rapidez en el proceso.



4.2.5.6. Actitud del personal

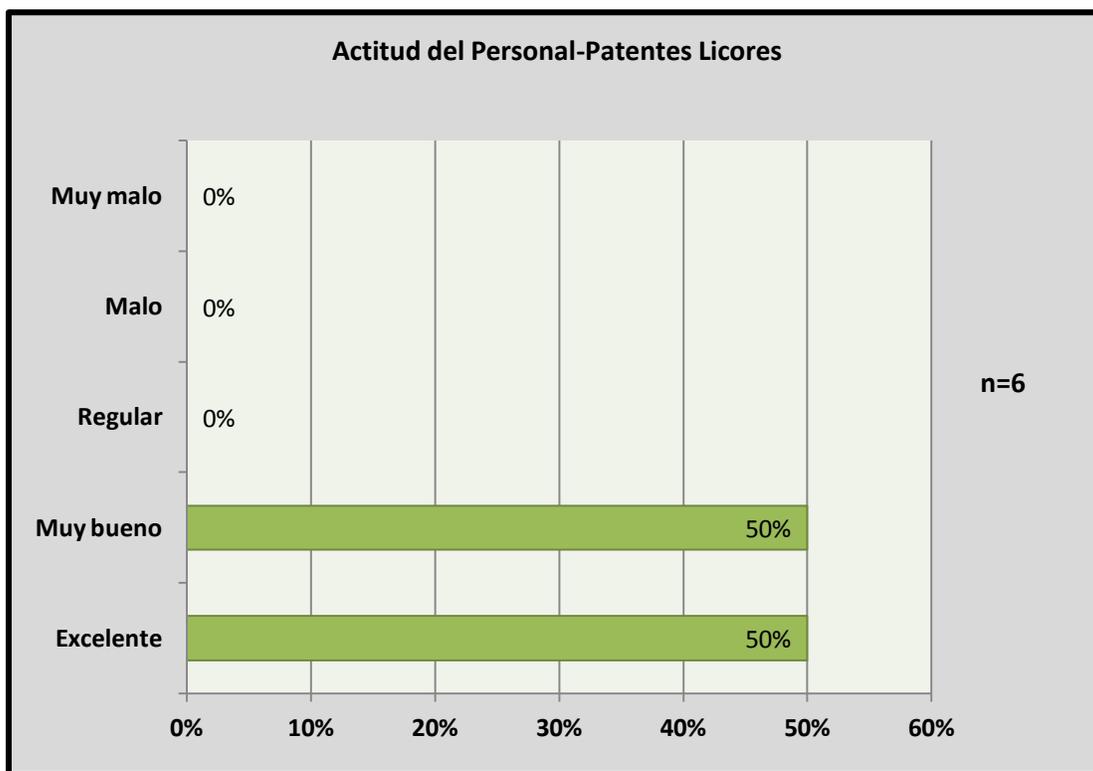


Figura 30. Gráfico: Actitud del personal-Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los usuarios definió como excelente la actitud del personal para el servicio de patentes de licores, y el otro 50% de los clientes consideran muy buena la actitud del personal.



4.2.5.7. Recomendaciones

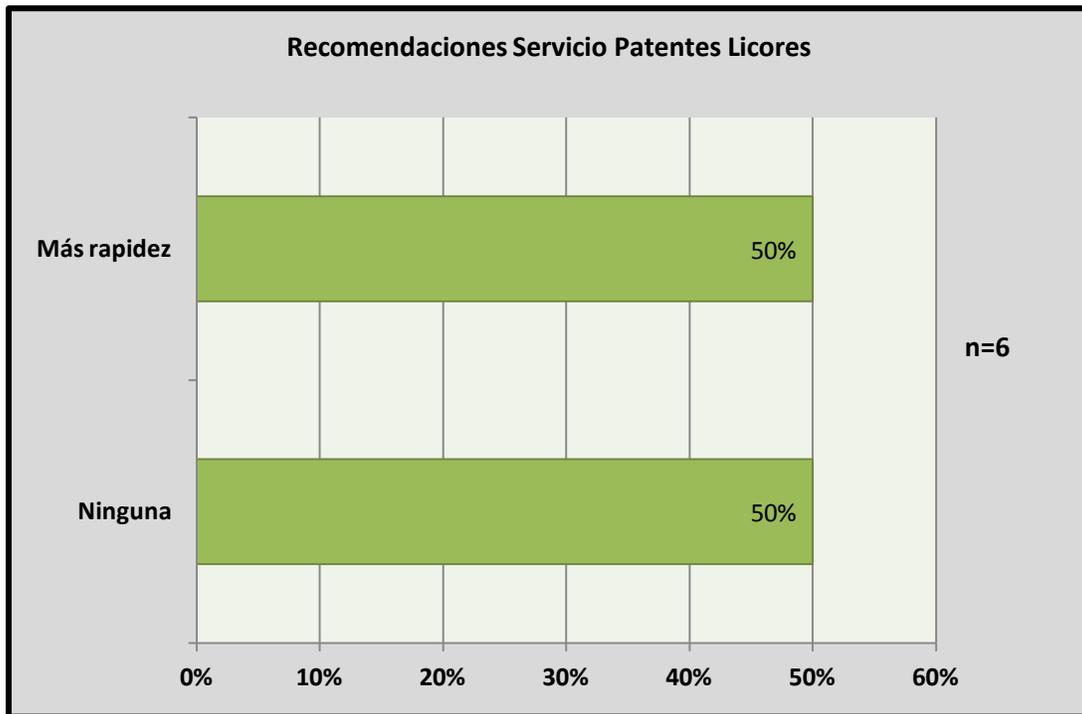


Figura 31. Gráfico: Recomendaciones Servicio Patentes Licores

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los entrevistados del servicio de patentes de licores desistieron de hacer alguna recomendación, mientras que el restante 50% recomienda mayor rapidez en el servicio.



4.2.5.8. Recomendaciones por distrito – Patentes de Licores

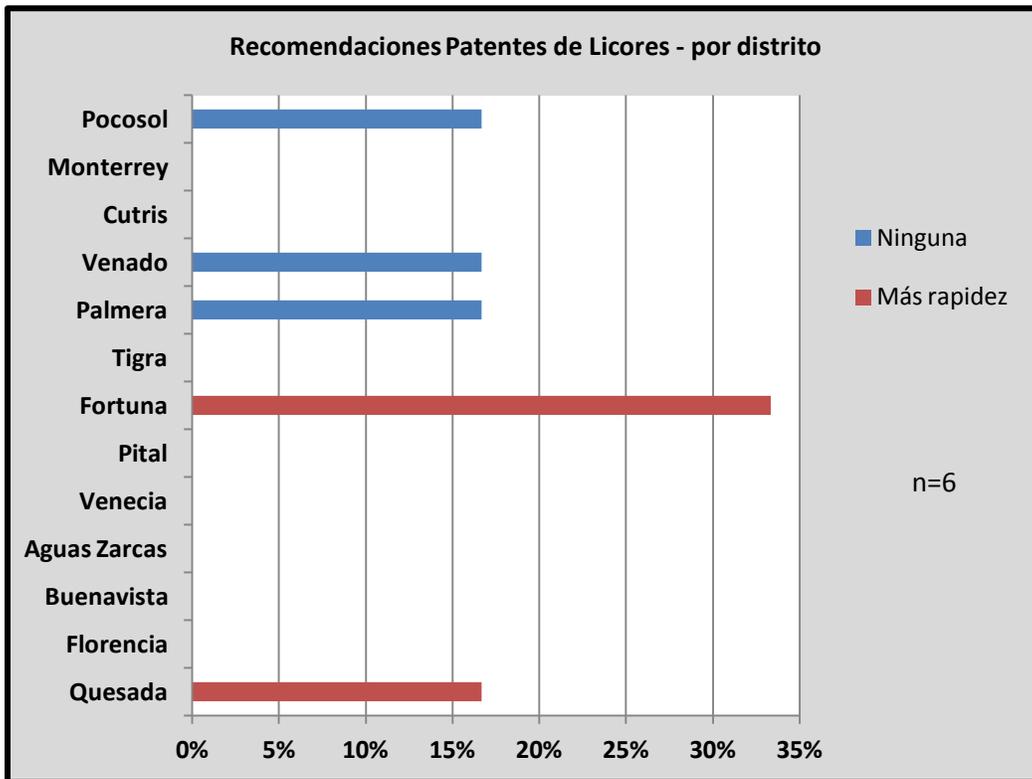


Figura 32. Gráfico: Recomendaciones Patentes de Licores – por distrito

Fuente: Elaboración propia

El total de contribuyentes por servicio de patentes de licores que recomiendan a la plataforma de servicios realizar sus labores con mayor rapidez, el 33% pertenece al distrito de Fortuna, y un 17% pertenece al distrito de Quesada.



4.2.6. Servicio Cementerio

4.2.6.1. Calidad del servicio

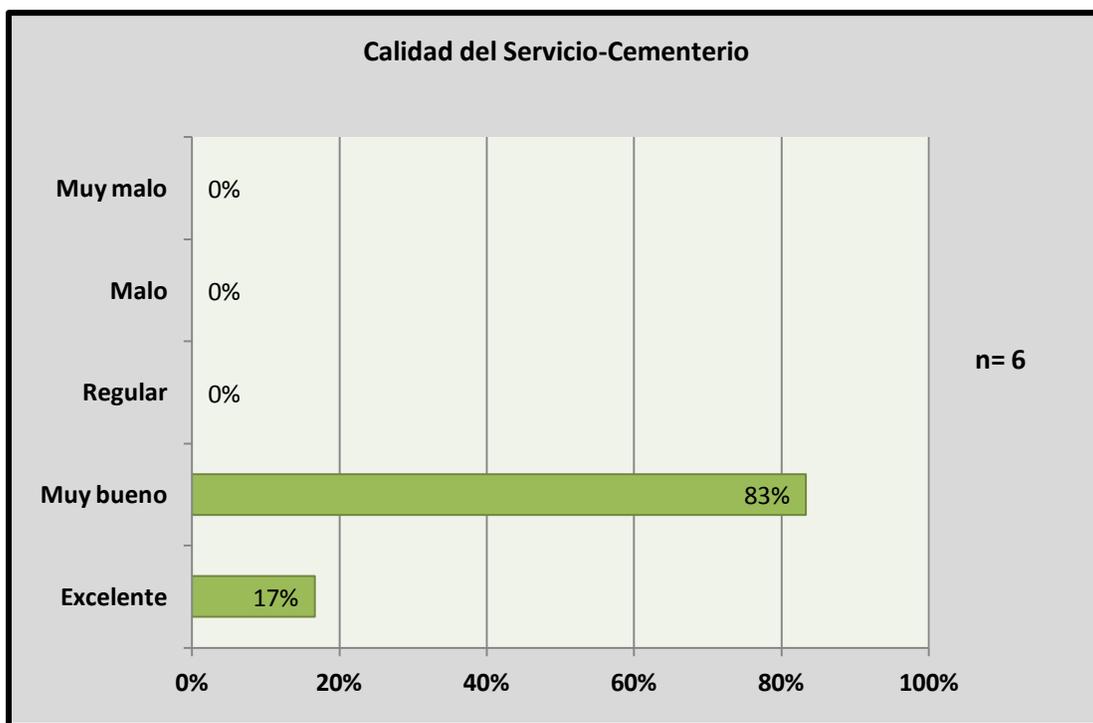


Figura 33. Gráfico: Calidad del servicio-Cementerio

Fuente: Elaboración propia

El 83% de los contribuyentes del servicio del cementerio opina que la calidad es muy buena; y el 17% considera la calidad como excelente.



4.2.6.2. Tramitología

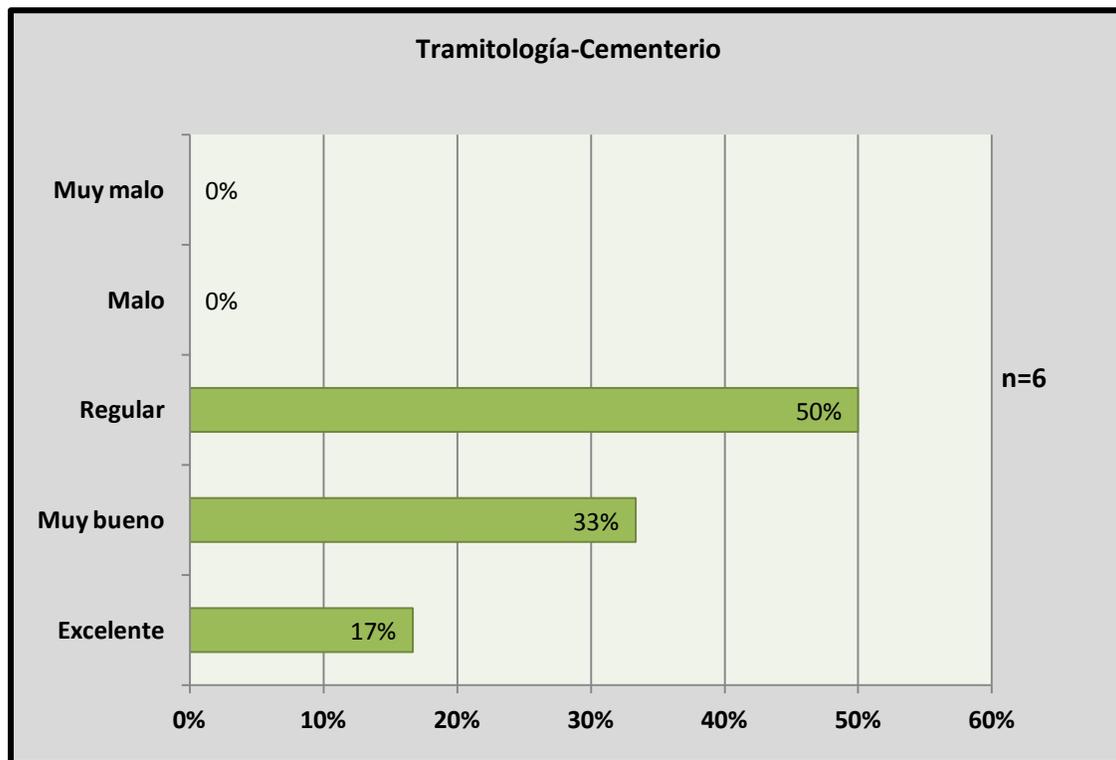


Figura 34. Gráfico: Tramitología-Cementerio

Fuente: Elaboración propia

La tramitología para el servicio del cementerio es considerada como regular por el 50% de los contribuyentes; el 33% cree que la tramitología es muy buena y el 17% la define como excelente.



4.2.6.3. Servicio al cliente

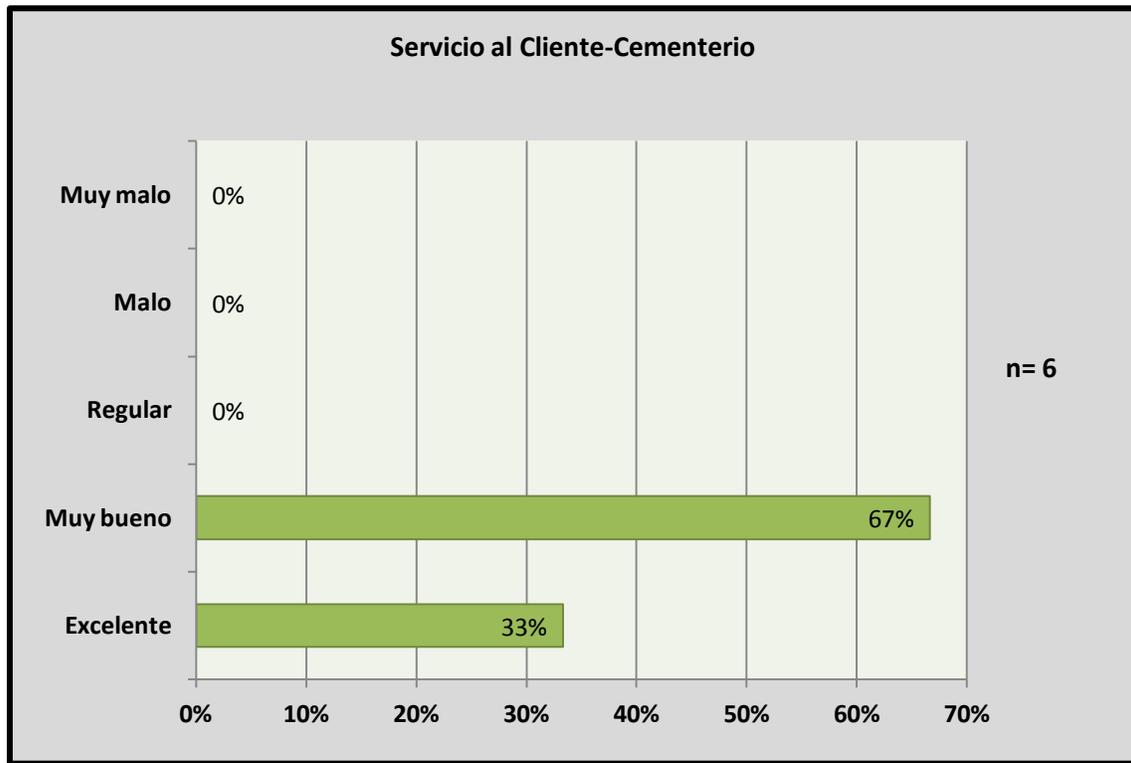


Figura 35. Gráfico: Servicio al cliente-Cementerio

Fuente: Elaboración propia

El 67% de los usuarios clasificó el servicio brindado al cliente en el servicio del cementerio como muy bueno, y un 33% lo definió como un servicio al cliente excelente.



4.2.6.4. Tiempo de respuesta

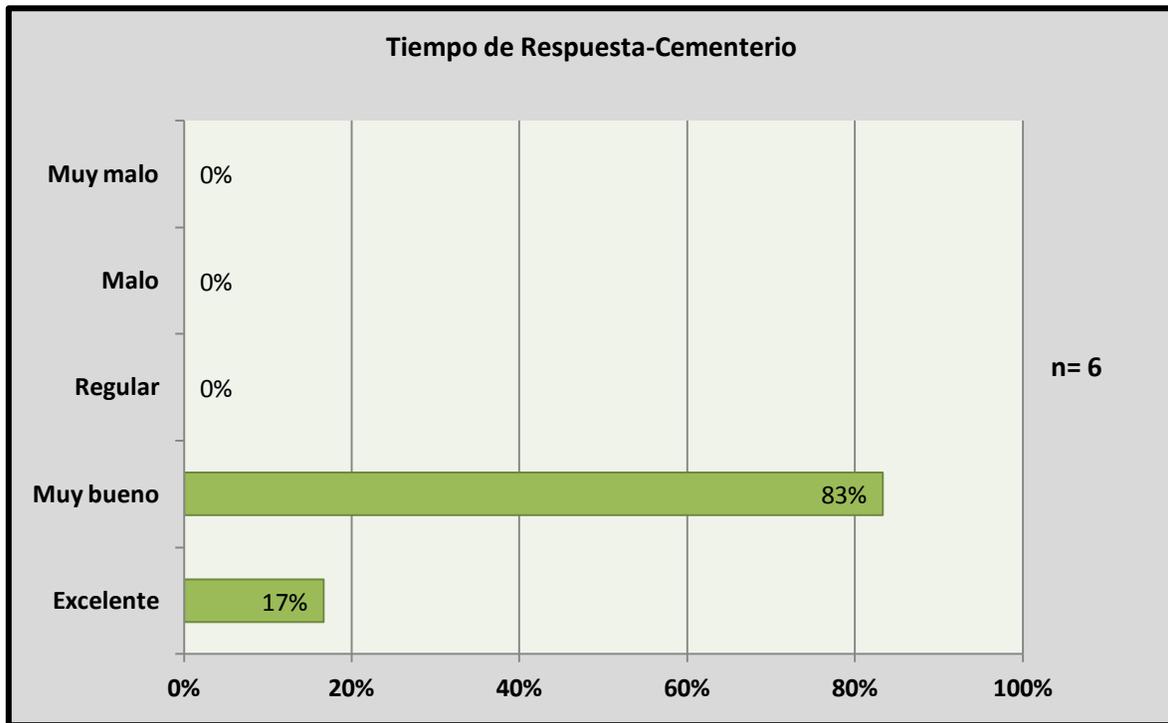


Figura 36. Gráfico: Tiempo de respuesta-Cementerio

Fuente: Elaboración propia

Un 83% de los contribuyentes considera muy bueno el tiempo de respuesta para el servicio del cementerio; y un 17% opina que el tiempo de respuesta es excelente.



4.2.6.5. Rapidez en el proceso

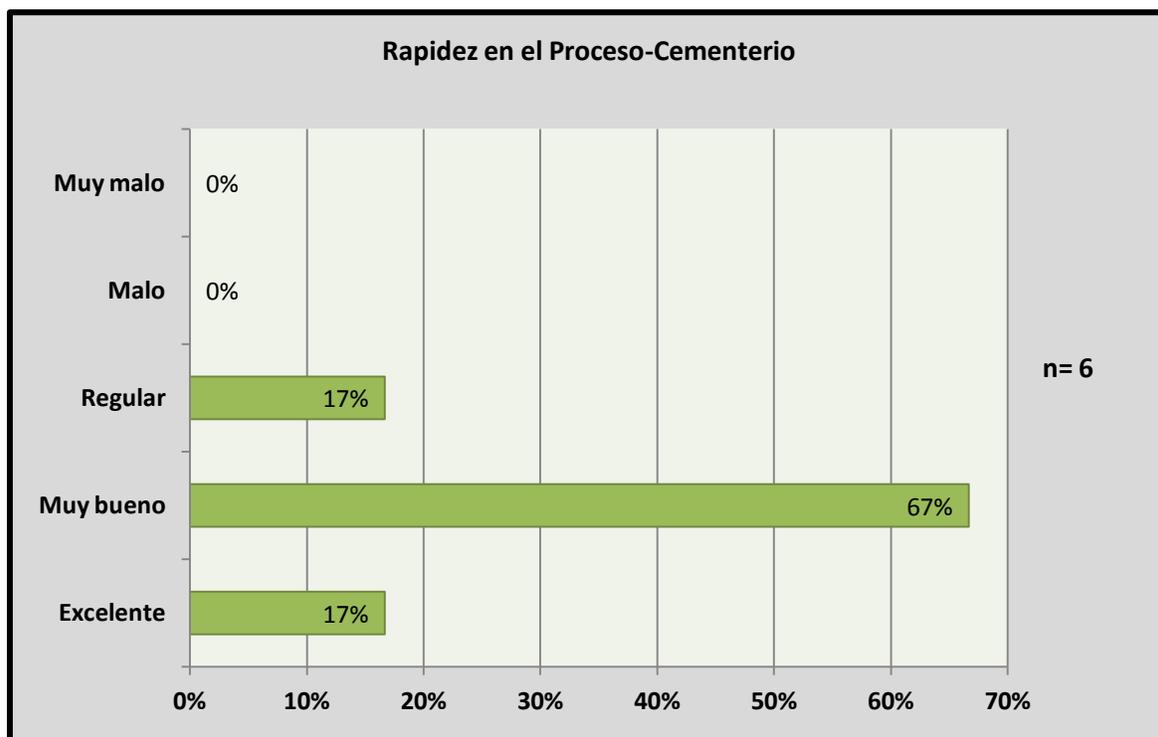


Figura 37. Gráfico: Rapidez en el proceso-Cementerio

Fuente: Elaboración propia

El 67% de los contribuyentes considera que la rapidez en el proceso del servicio del cementerio es muy buena; un 17% de los usuarios la definen como excelente y el restante 17% clasifica la rapidez en el proceso como regular.



4.2.6.6. Actitud del personal

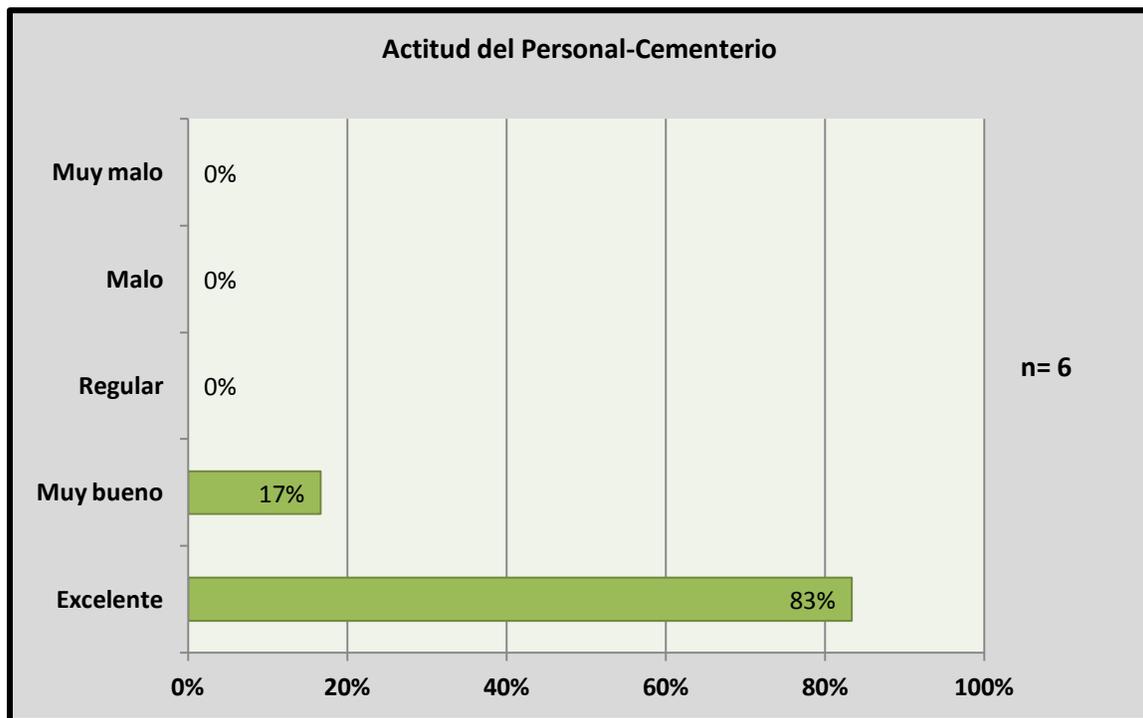


Figura 38. Gráfico: Actitud del personal-Cementerio

Fuente: Elaboración propia

Para el servicio del cementerio, el 83% de los entrevistados considera excelente la actitud del personal; y un 17% piensa que es muy buena la actitud del personal.



4.2.6.7. Recomendaciones

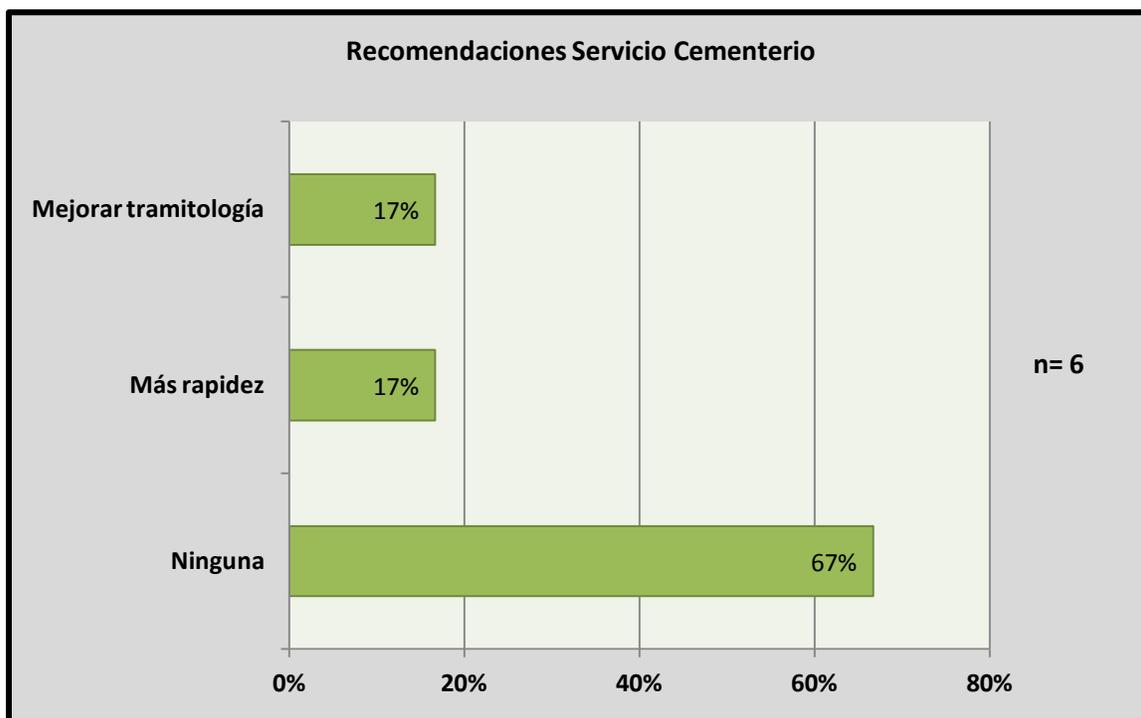


Figura 39. Gráfico: Recomendaciones Servicio Cementerio

Fuente: Elaboración propia

El 67% de los usuarios no hizo recomendaciones para el servicio del cementerio, sin embargo un 17% recomendó más rapidez y el restante 17% considera importante mejorar la tramitología.



4.2.6.8. Recomendaciones por distrito – Cementerio

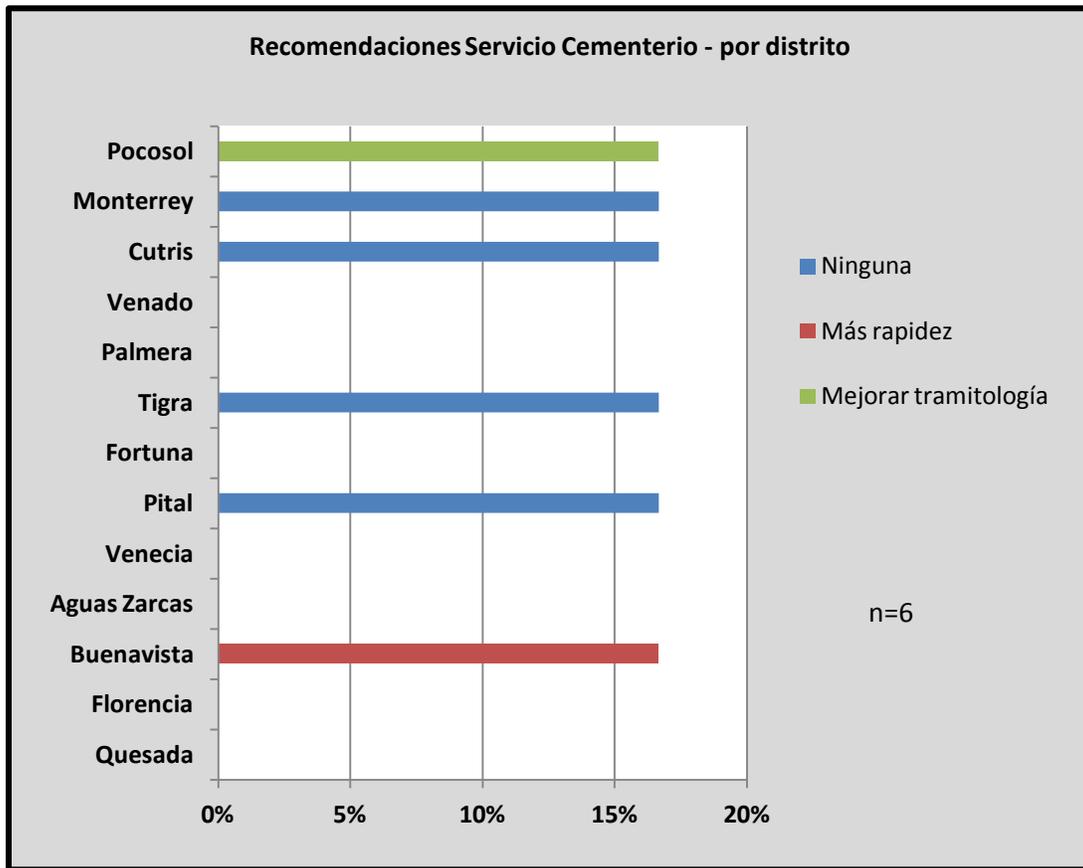


Figura 40. Gráfico: Recomendaciones Servicio Cementerio – por distrito

Fuente: Elaboración propia

El 17% de los contribuyentes por servicio de cementerio que no hacen recomendaciones pertenece al distrito de Pital, de igual forma un 17% de los contribuyentes pertenece a cada uno de los distritos: La Tigra, Cutris, Monterrey.

Del total de contribuyentes por servicio de cementerio, y quienes recomiendan que se desempeñen en sus labores de forma más rápida, el 17% de ellos pertenece al distrito de Buenavista.

De la totalidad de contribuyentes que recomienda mejorar la tramitología para dicho servicio, el 17% pertenece al distrito de Pocosal.



4.1.1. Servicio Agua

4.1.1.1. Calidad del servicio

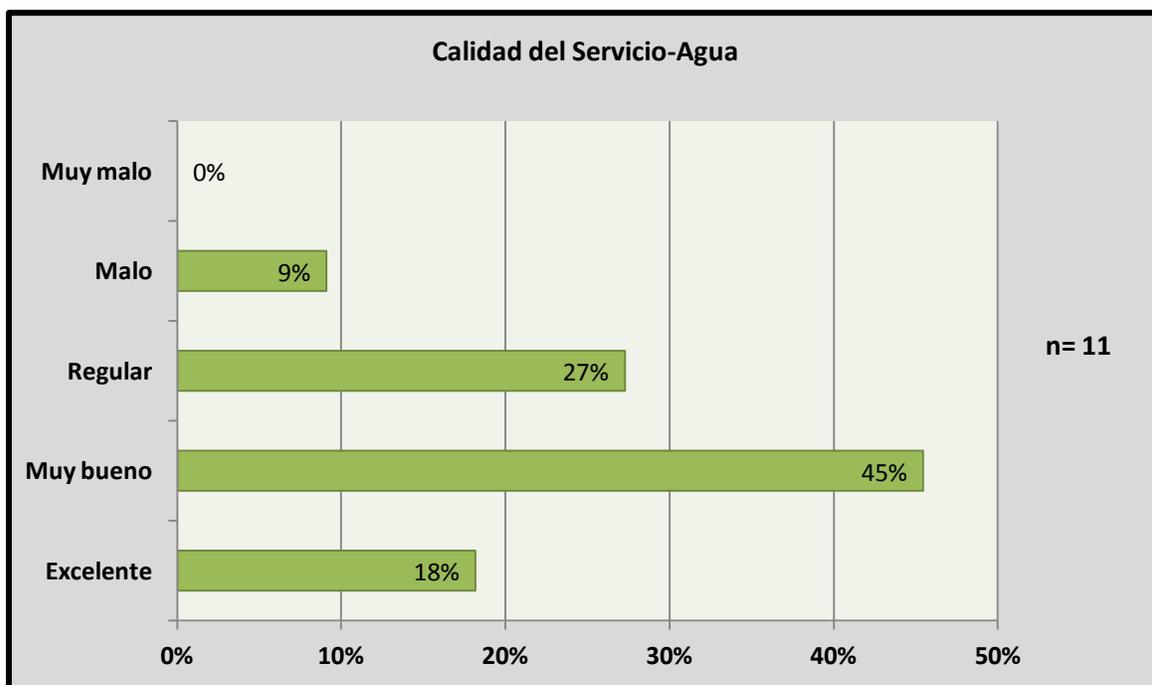


Figura 41. Gráfico: Calidad del servicio-Agua

Fuente: Elaboración propia

Para el 45% de los contribuyentes la calidad recibida por parte del servicio de agua es muy buena, un 27% de los usuarios cree que la calidad es regular, mientras tanto para el 18% de los clientes es excelente, y finalmente para el 9% de los contribuyentes la calidad del servicio es considerada como mala.



4.1.1.2. Tramitología

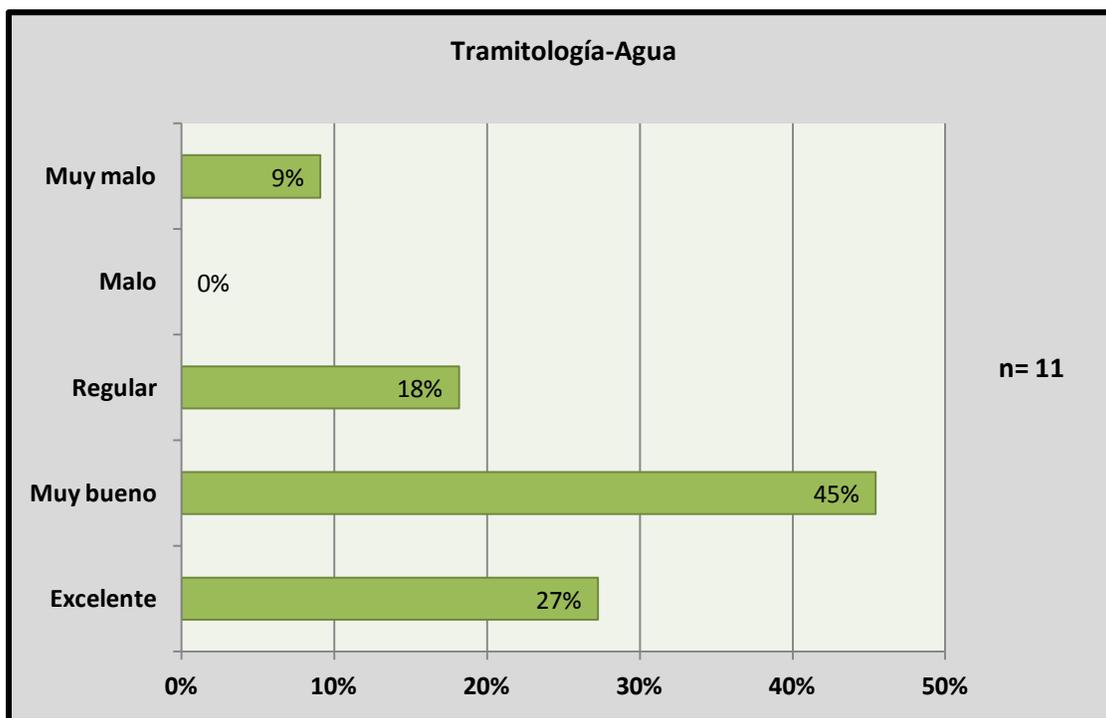


Figura 42. Gráfico: Tramitología-Agua

Fuente: Elaboración propia

El 45% de los contribuyentes considera que la tramitología para el servicio de agua es muy buena y el 27% cree que la tramitología es excelente. Además, es considerada como regular por el 18% de los usuarios, y como muy malo por el 9% de los clientes entrevistados.



4.1.1.3. Servicio al cliente

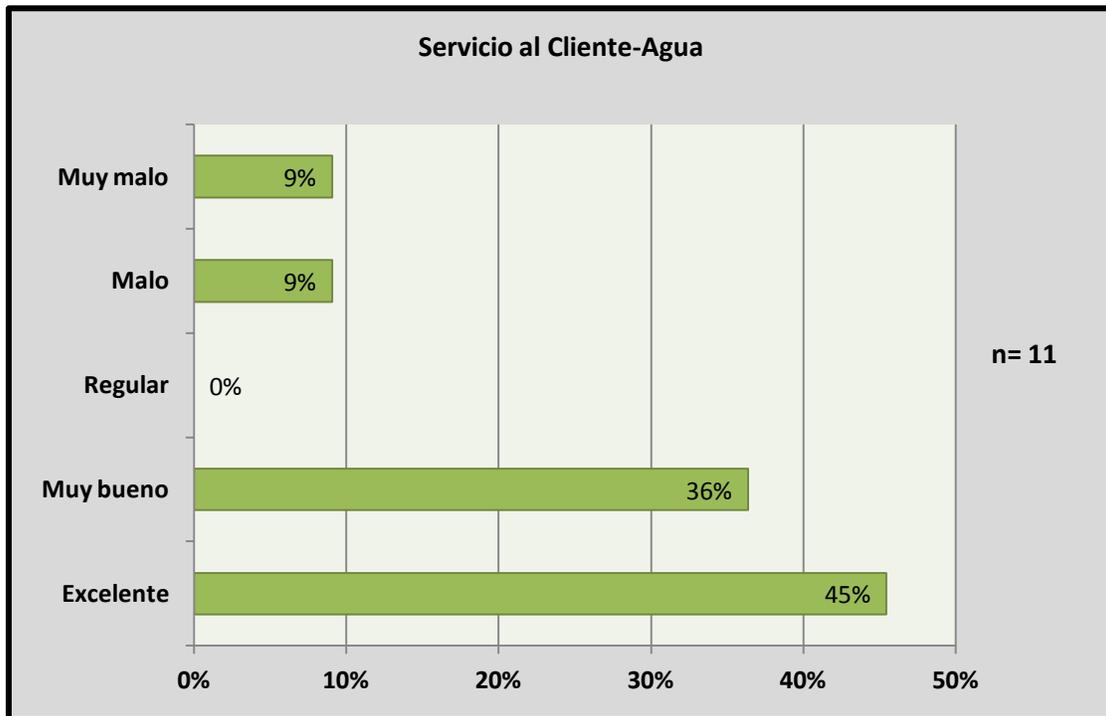


Figura 43. Gráfico: Servicio al cliente-Agua

Fuente: Elaboración propia

El 45% de los contribuyentes considera el servicio brindado al cliente como excelente; el 36% de los usuarios cree que el servicio al cliente es muy bueno, el 9% de los contribuyentes piensa que el servicio es malo, y el restante 9% considera que es muy malo.



4.1.1.4. Tiempo de respuesta

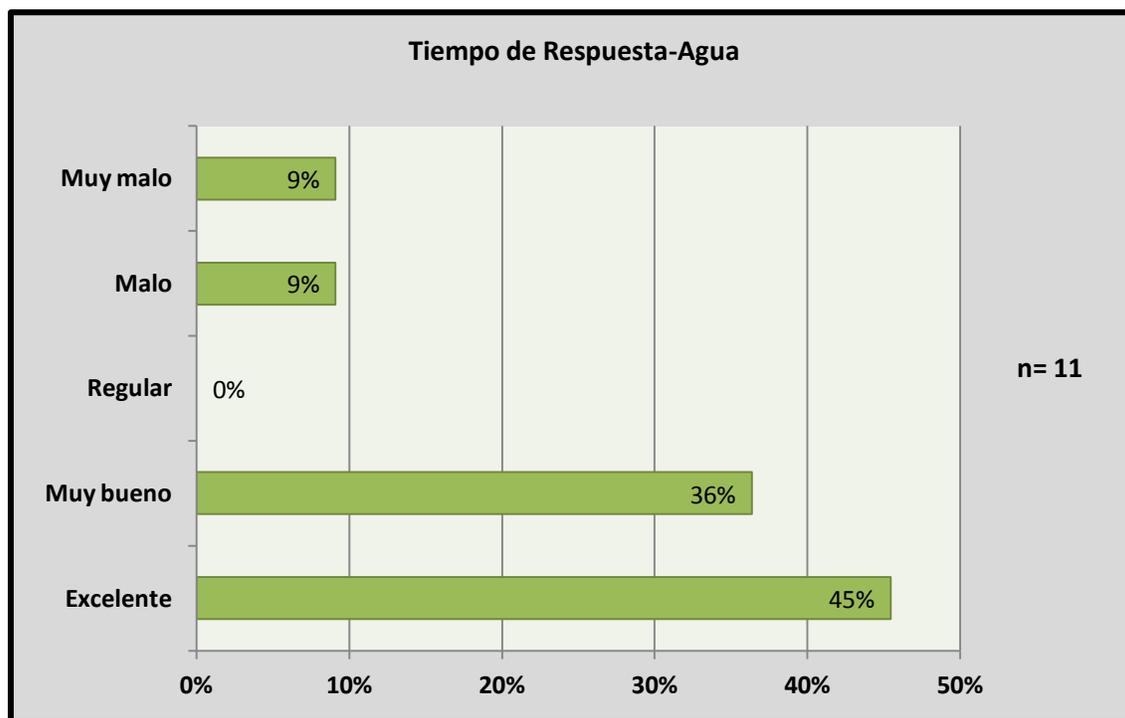


Figura 44. Gráfico: Tiempo de respuesta-Agua

Fuente: Elaboración propia

El 45% de los contribuyentes considera que el tiempo de respuesta del servicio de agua es excelente, el 36% de los usuarios piensa que el tiempo de respuesta es muy bueno; para el 9% de los contribuyentes el tiempo de respuesta es malo y finalmente el 9% restante considera que el tiempo de respuesta es muy malo.



4.1.1.5. Rapidez en el proceso

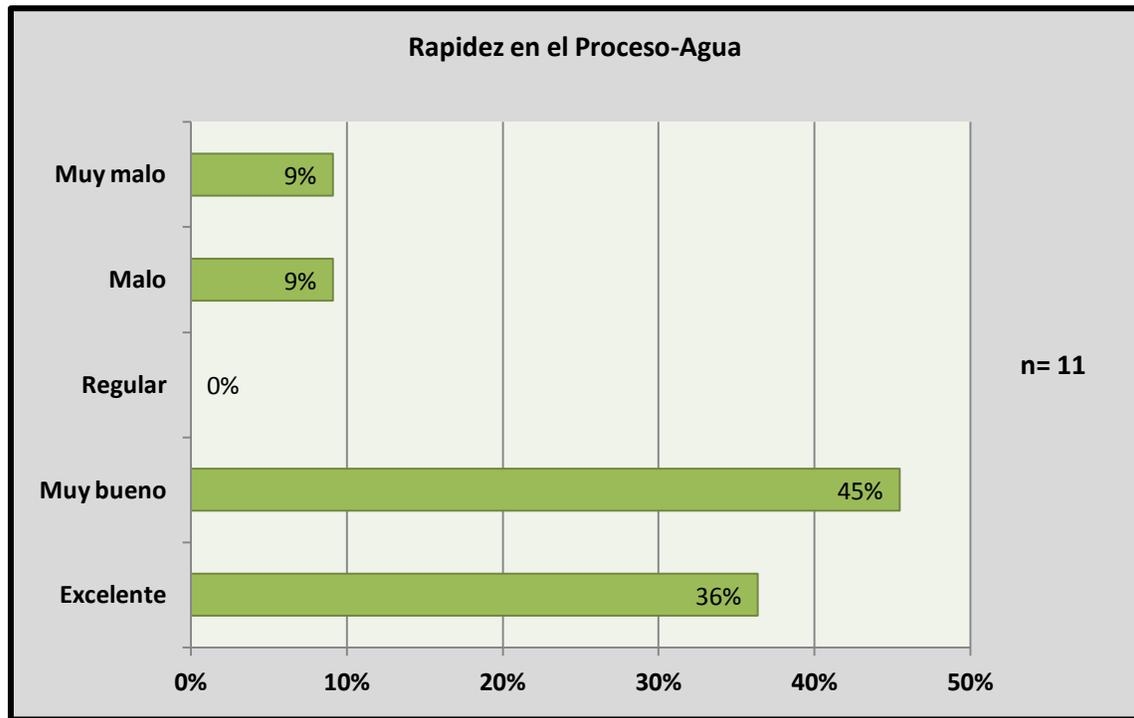


Figura 45. Gráfico: Rapidez en el proceso-Agua

Fuente: Elaboración propia

Para el 45% de los usuarios entrevistados la rapidez en el proceso del servicio de agua es considerada como muy buena, para el 36% de los contribuyentes es excelente, para el 9% es mala y también para un 9% la rapidez en el proceso es muy mala.



4.1.1.6. Actitud del personal

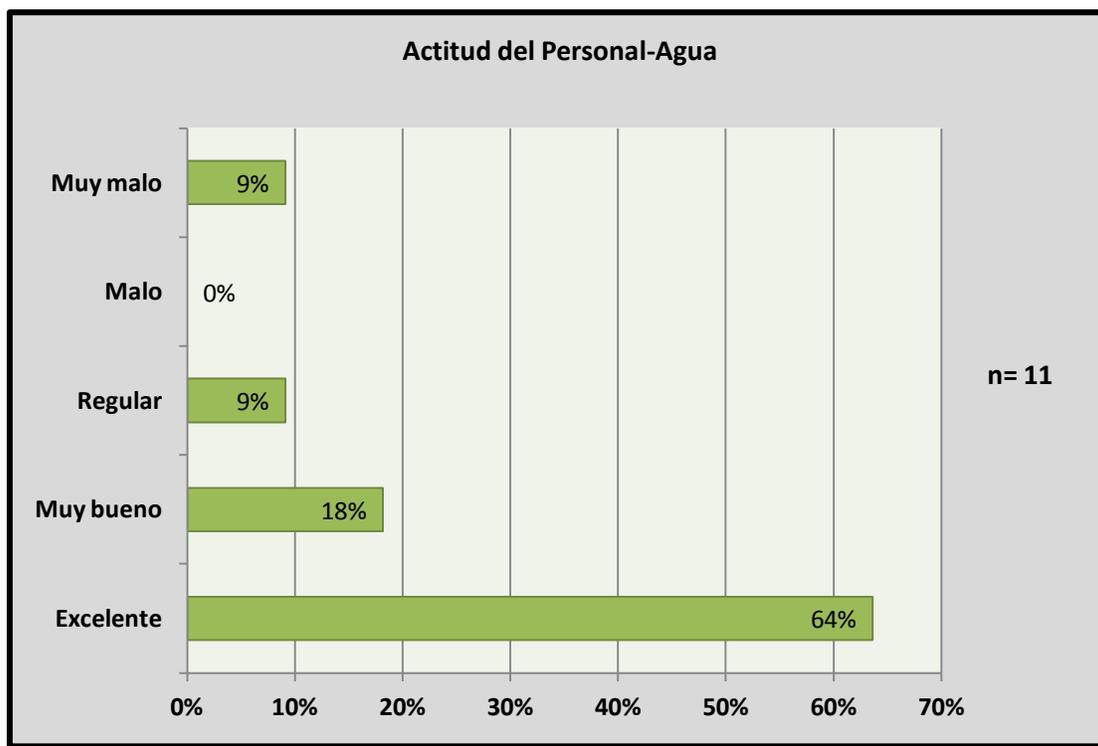


Figura 46. Gráfico: Actitud del personal-Agua

Fuente: Elaboración propia

El 64% de los contribuyentes definen la actitud del personal como excelente, el 18% de los usuarios del servicio de agua considera que la actitud del personal es muy buena, el 9% piensa que es regular y un 9% opina que la actitud es muy mala.



4.1.1.7. Recomendaciones

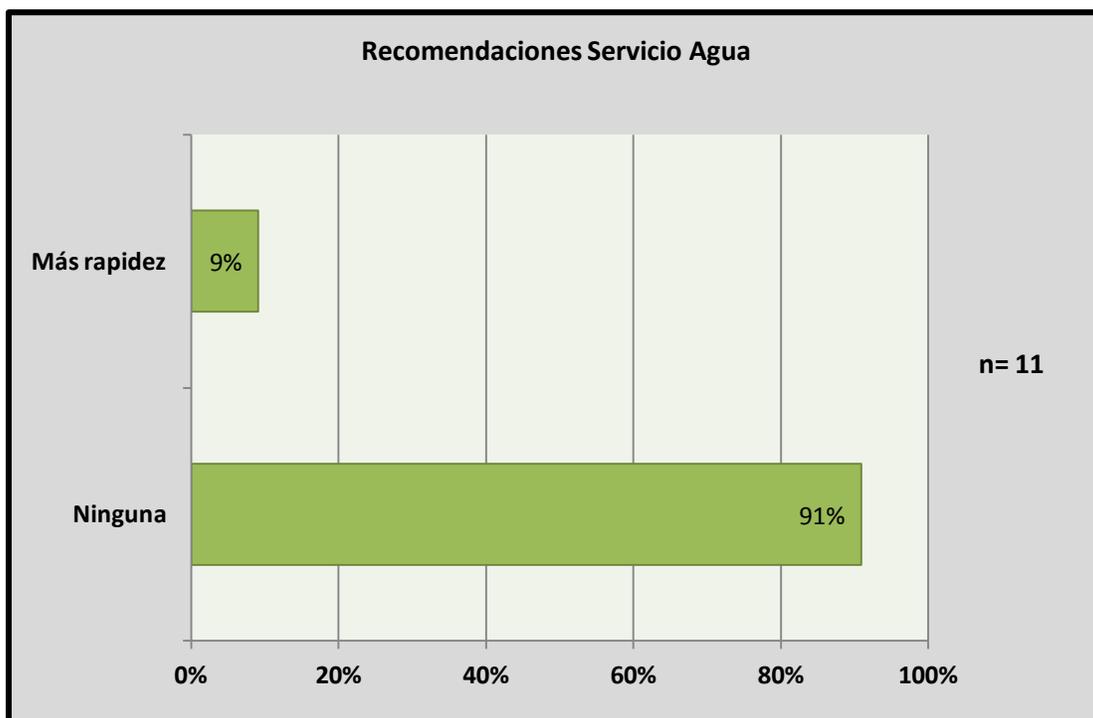


Figura 47. Gráfico: Recomendaciones Servicio Agua

Fuente: Elaboración propia

El 91% de los contribuyentes no hizo recomendaciones al servicio de agua, mientras que solamente un 9% propuso como recomendación una mayor rapidez para el servicio en general.



4.1.1.8. Recomendaciones por distrito - Agua

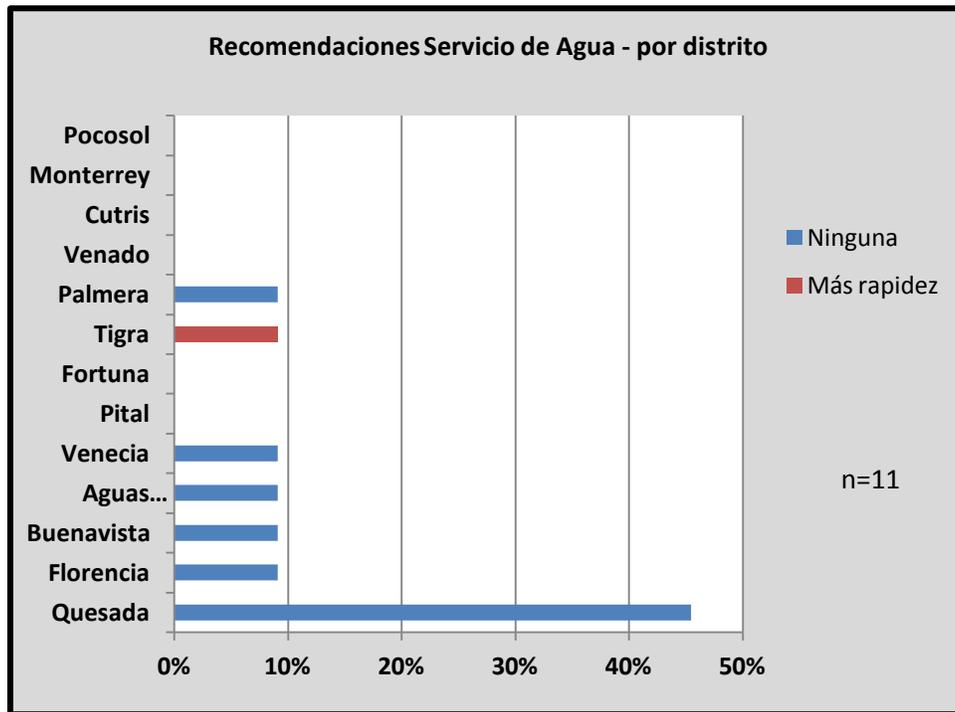


Figura 48. Gráfico: Recomendaciones Servicio de Agua – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total de contribuyentes por servicio de agua, los cuales recomiendan que se desempeñen de forma más rápida, el 9% de ellos pertenece al distrito de La Tigra.



4.1.2. Servicio Basura

4.1.2.1. Calidad del servicio

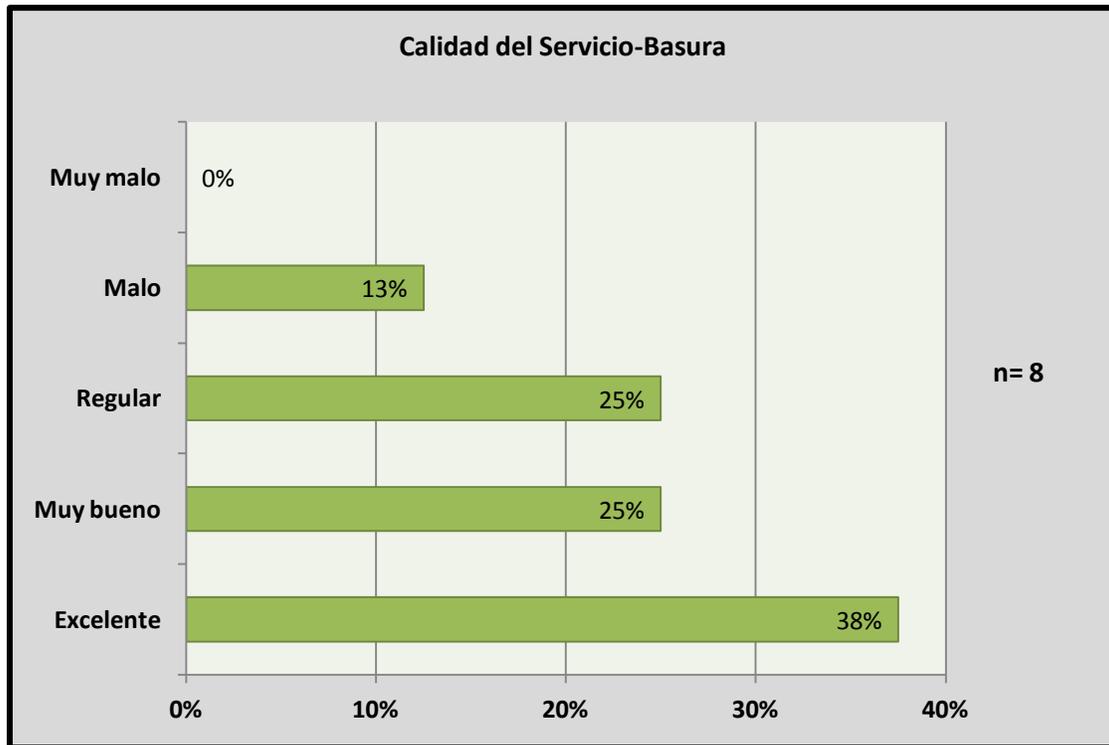


Figura 49. Gráfico: Calidad del servicio-Basura

Fuente: Elaboración propia

Para el servicio de basura, un 38% de los contribuyentes que fueron entrevistados considera que la calidad del servicio es excelente; un 25% opinan que la calidad del servicio es muy buena, otro 25% cree que es regular y un 13% considera la calidad del servicio como mala.



4.1.2.2. Tramitología

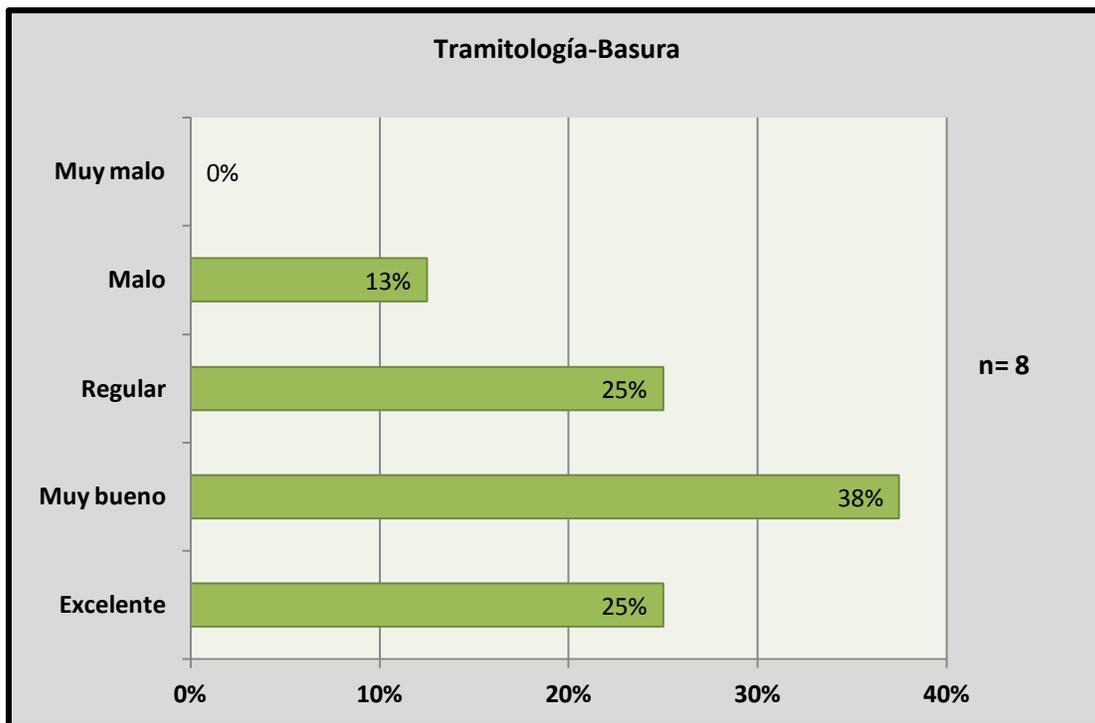


Figura 50. Gráfico: Tramitología-Basura

Fuente: Elaboración propia

El 38% de los contribuyentes opina que la tramitología en el servicio de basura es muy buena, un 25% la considera excelente. Además un 25% piensa que la tramitología es regular y un restante 13% considera la tramitología en el servicio de basura como mala.



4.1.2.3. Servicio al cliente

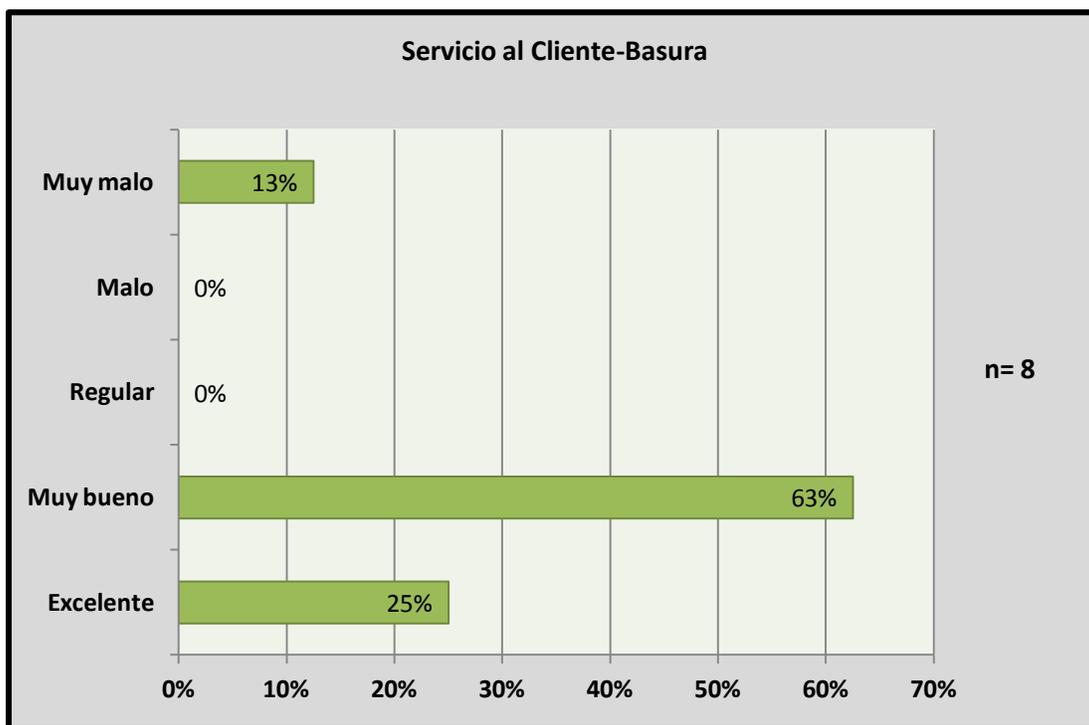


Figura 51. Gráfico: Servicio al cliente-Basura

Fuente: Elaboración propia

Un 63% de los contribuyentes entrevistados del servicio de basura define el servicio al cliente como muy bueno, un 25% de los usuarios opina que es excelente, y un 13% considera que el servicio al cliente es muy malo.



4.1.2.4. Tiempo de respuesta

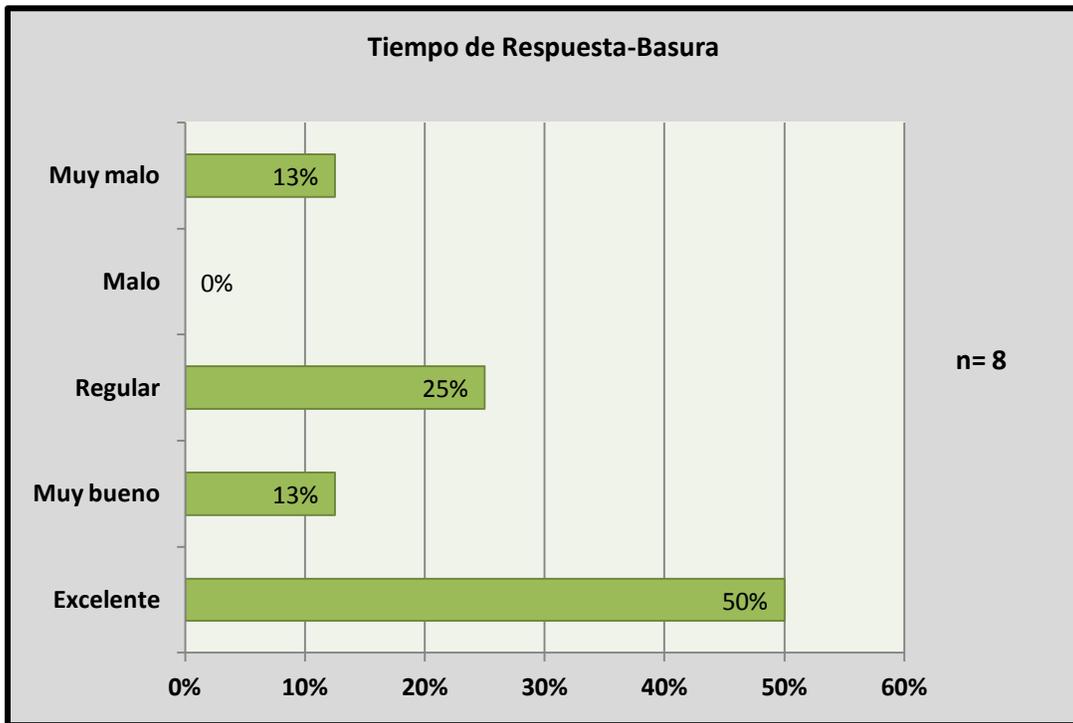


Figura 52. Gráfico: Tiempo de respuesta-Basura

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los contribuyentes considera que el tiempo de respuesta para el servicio de basura es excelente, el 25% cree que es regular, un 13% define el tiempo de respuesta como muy bueno, y finalmente a un 13% le parece muy malo el tiempo de respuesta.



4.1.2.5. Rapidez en el proceso

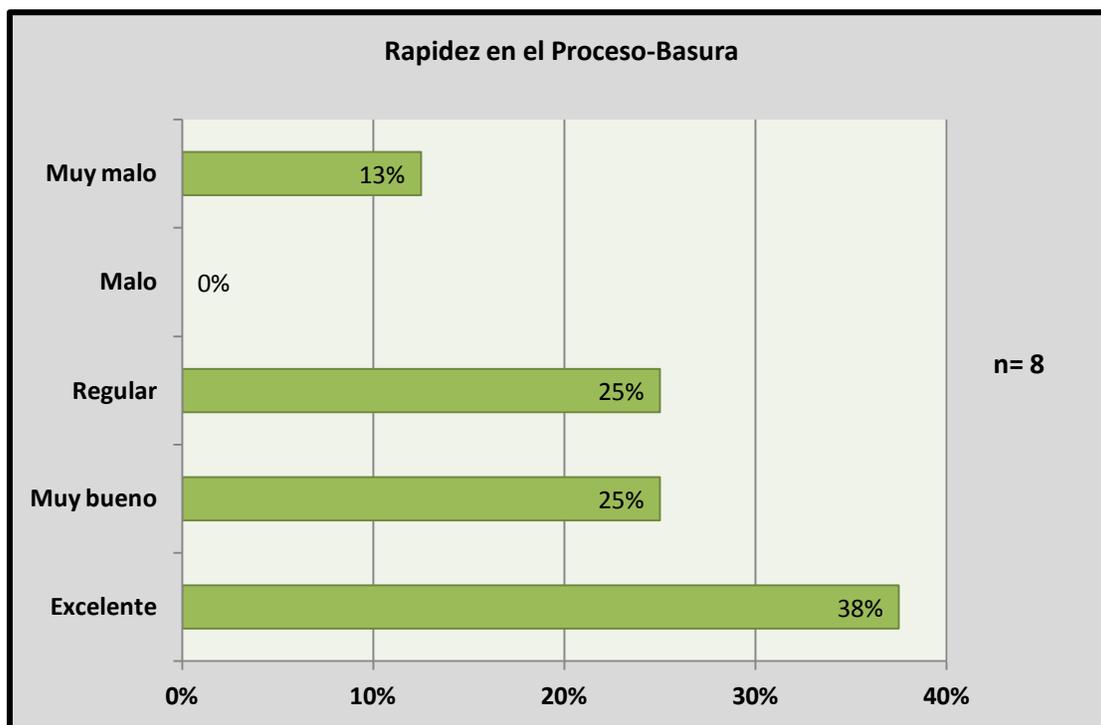


Figura 53. Rapidez en el proceso-Basura

Fuente: Elaboración propia

El 38% de los contribuyentes clasificó como excelente la rapidez en el proceso del servicio de basura, mientras que el 25% considera que es muy buena. Además un 25% define la rapidez en el proceso como regular y un 13% de los usuarios cree que es muy mala.



4.1.2.6. Actitud del personal

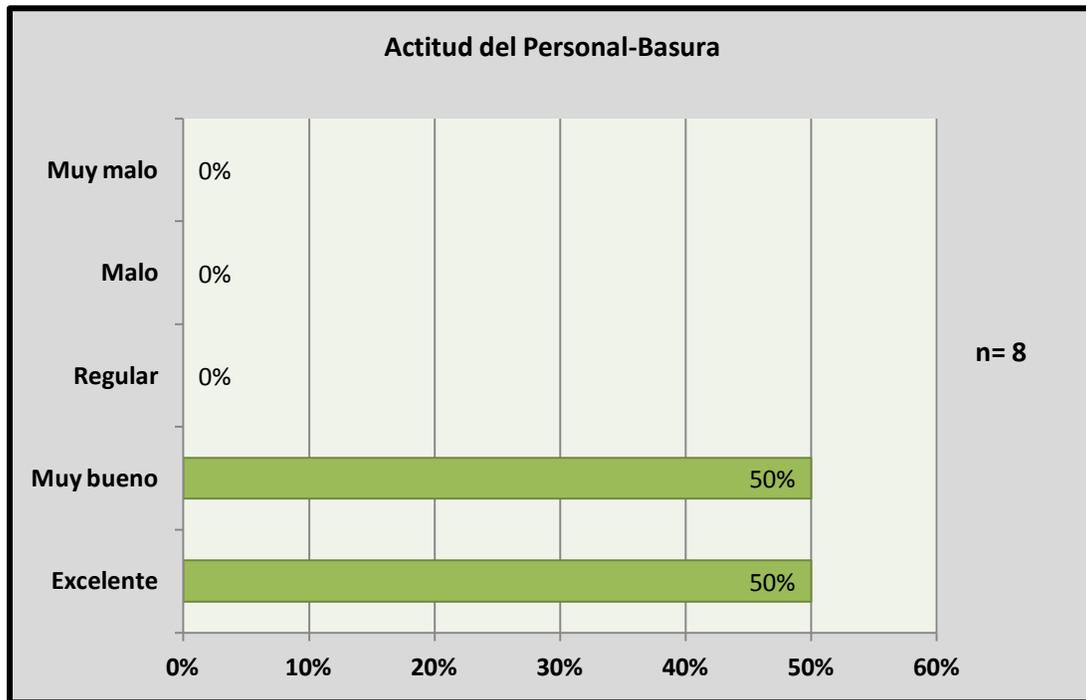


Figura 54. Gráfico: Actitud del personal-Basura

Fuente: Elaboración propia

La actitud del personal para el servicio de basura es considerada como excelente por un 50% de los contribuyentes, de igual forma un 50% de los usuarios opina que es muy buena la actitud del personal de la plataforma de servicios.



4.1.2.7. Recomendaciones

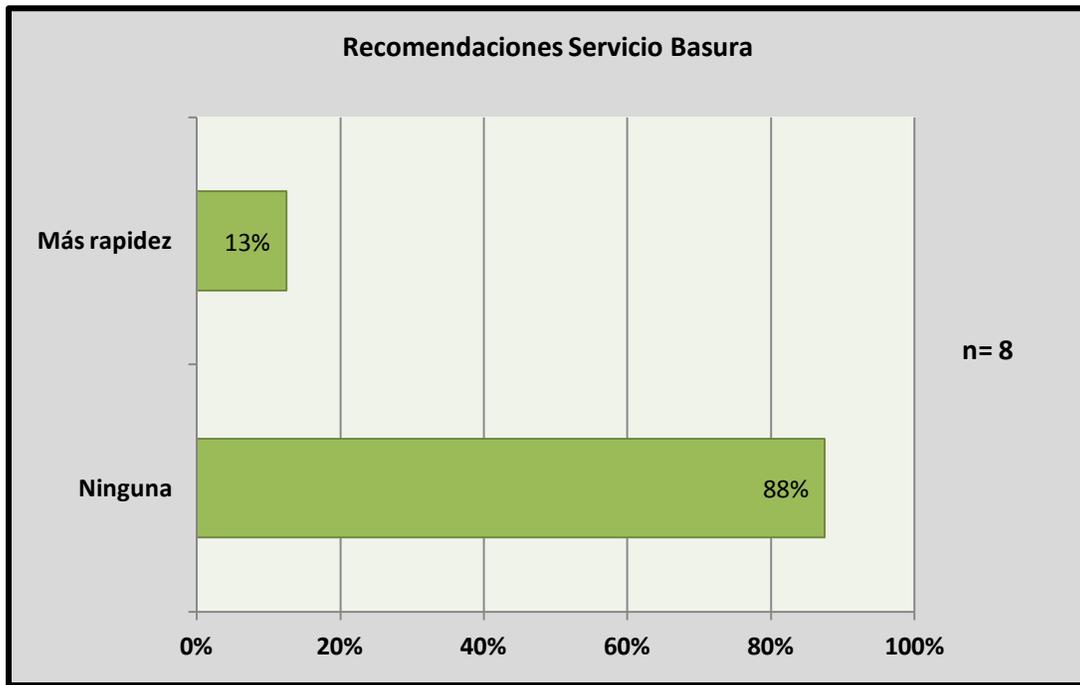


Figura 55. Gráfico: Recomendaciones Servicio Basura

Fuente: Elaboración propia

Ninguna recomendación fue brindada por el 88% de los entrevistados del servicio de basura; por lo demás, el 13% de los usuarios cree importante impulsar más la rapidez en el servicio.



4.1.2.8. Recomendaciones por distrito - Basura

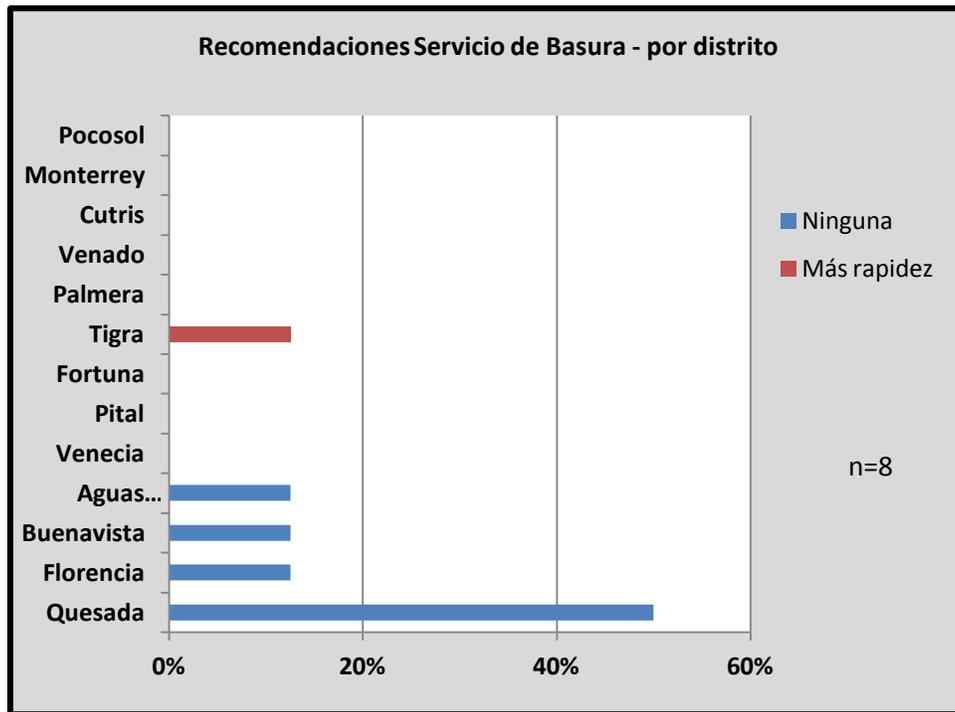


Figura 56. Gráfico: Recomendaciones Servicio de Basura – por distrito

Fuente: Elaboración propia

De la totalidad de contribuyentes por el servicio de basura, solamente un 13% de los contribuyentes que pertenece al distrito de La Tigra hace la recomendación de laborar en plataforma con mayor rapidez.



4.1.3. Tiempo de atención

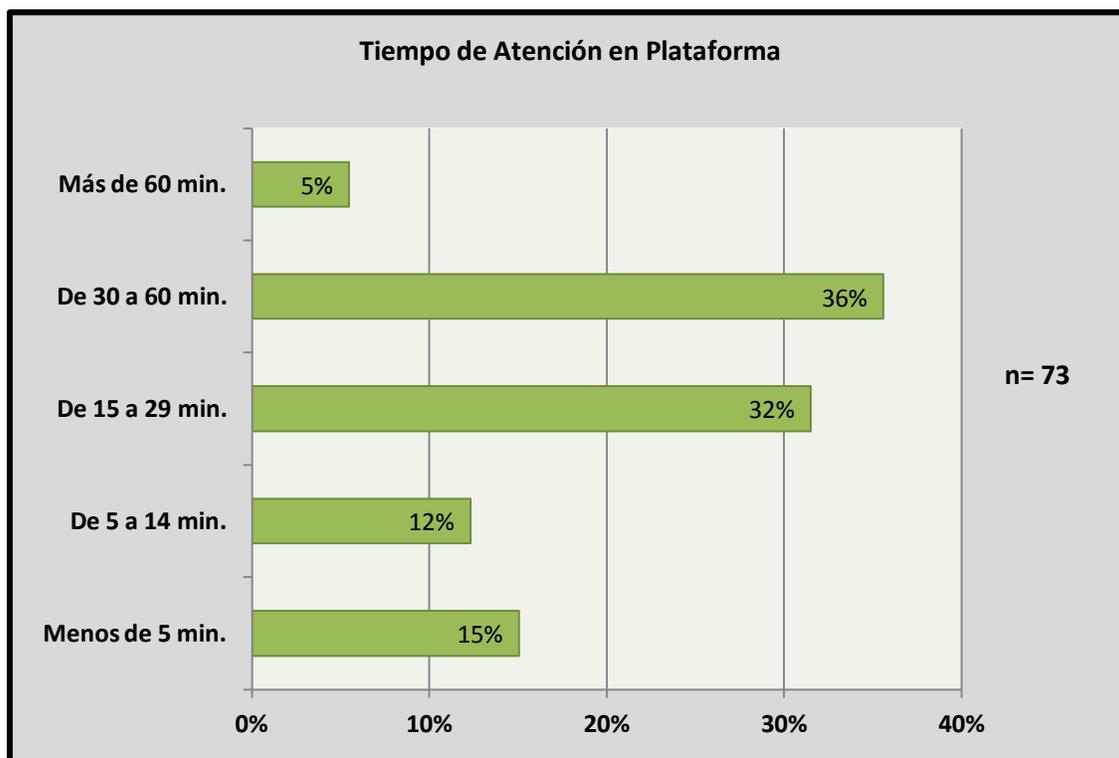


Figura 57. Gráfico: Tiempo de atención en plataforma

Fuente: Elaboración propia

El 36% de los contribuyentes ha sido atendido en la plataforma de servicios en un tiempo entre 30 y 60 minutos aproximadamente; el 32% ha sido atendido entre 15 y 29 minutos; en menos de 5 minutos el 15% de los contribuyentes; en menos de 14 minutos y más de 5 minutos ha sido atendido el 12% de los usuarios que fueron entrevistados; y en más de una hora solamente el 5%.



4.1.3.1. Tiempo de atención - por distrito

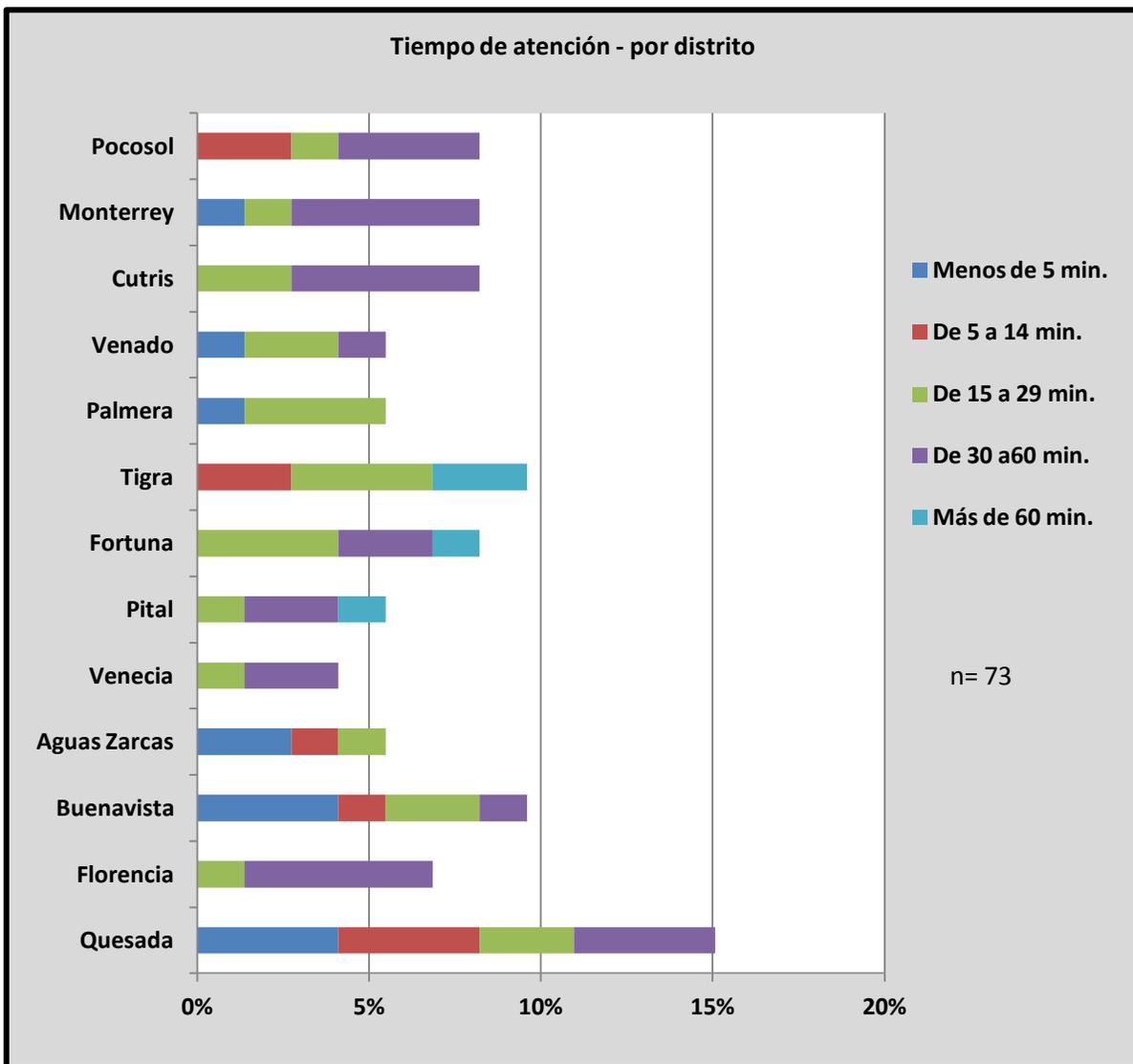


Figura 58. Gráfico: Tiempo de atención – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total de los contribuyentes del distrito Quesada, el 4% de los contribuyentes ha sido atendido en un tiempo menor a 5 minutos; otro 4% de los contribuyentes ha sido atendido en un tiempo entre 5 y 14 minutos; también un 4% ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y los 60 minutos aproximadamente. Finalmente, el 3% del total de los usuarios del distrito Quesada ha sido atendido en un tiempo entre 15 y 29 minutos.



De la totalidad de los contribuyentes del distrito de Florencia, el 5% de ellos ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y 60 minutos; y un 1% de los entrevistados pertenecientes al distrito de Florencia ha sido atendido entre los 15 y 29 minutos.

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Buenavista, el 4% ha sido atendido en menos de 5 minutos, el 3% ha sido atendido en un tiempo entre los 15 y 29 minutos; un 1% de los usuarios ha sido atendido por la plataforma de servicios entre los 5 y 14 minutos, y un 1% ha sido atendido entre los 30 y 60 minutos.

El 3% de los contribuyentes del distrito Aguas Zarcas ha sido atendido en un tiempo menor a 5 minutos; un 1% de los contribuyentes ha sido atendido en la plataforma de servicios en un tiempo entre 5 y 14 minutos; y un 1% ha sido atendido en un tiempo entre los 15 y 29 minutos.

Un 3% del total de los contribuyentes del distrito de Venecia ha sido atendido entre los 30 y los 60 minutos; mientras que únicamente el 1% ha sido atendido por la plataforma de servicios entre los 15 y 29 minutos.

Del total de los contribuyentes del distrito de Pital, el 3% de los contribuyentes ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y 60 minutos; el 1% de los usuarios ha sido atendido por la plataforma de servicios en un tiempo mayor a 60 minutos.

El 4% del total de usuarios del distrito de Fortuna, ha sido atendido en un tiempo entre los 15 y 29 minutos; mientras que un 3% de los contribuyentes ha sido atendido entre los 30 y los 60 minutos; el 1% del total que pertenece a Fortuna ha sido atendido en un tiempo mayor a los 60 minutos.

De la totalidad de entrevistados pertenecientes al distrito de La Tigra, el 4% ha sido atendido por la plataforma de servicios en un tiempo aproximado entre los 15 y 29 minutos de tiempo; y el 3% de los usuarios ha sido atendido en un tiempo superior a los 60 minutos.



Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de La Palmera, el 4% de ellos ha sido atendido en un tiempo mayor a 15 minutos y menor a 29 minutos; y el 1% de los usuarios ha sido atendido en tiempo inferior a los 5 minutos.

De la totalidad de los contribuyentes del distrito Venado, el 3% de ha sido atendido en un tiempo entre los 15 y 29 minutos; además el 1% de los usuarios ha sido atendido en menos de 5 minutos, de la misma forma un 1% de los contribuyentes ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y 60 minutos.

Del total de los contribuyentes pertenecientes al distrito de Cutris, el 5% de ellos ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y 60 minutos; y un 3% de los usuarios del distrito ha sido atendido entre los 15 y 29 minutos.

El 5% de los contribuyentes pertenecientes al distrito de Monterrey ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y 60 minutos; un 1% de los contribuyentes ha sido atendido por la plataforma de servicios entre los 15 y 29 minutos de tiempo, finalmente un 1% de los contribuyentes pertenecientes al distrito ha sido atendido en un tiempo menor a los 5 minutos.

De la totalidad de los contribuyentes del distrito de Pocosol, el 4% de los usuarios ha sido atendido en un tiempo entre los 30 y 60 minutos; el 3% de ellos ha sido atendido entre los 5 y 14 minutos; y el 1% de los usuarios pertenecientes al distrito ha sido atendido entre los 15 y los 29 minutos.



4.1.4. Trato brindado por el personal

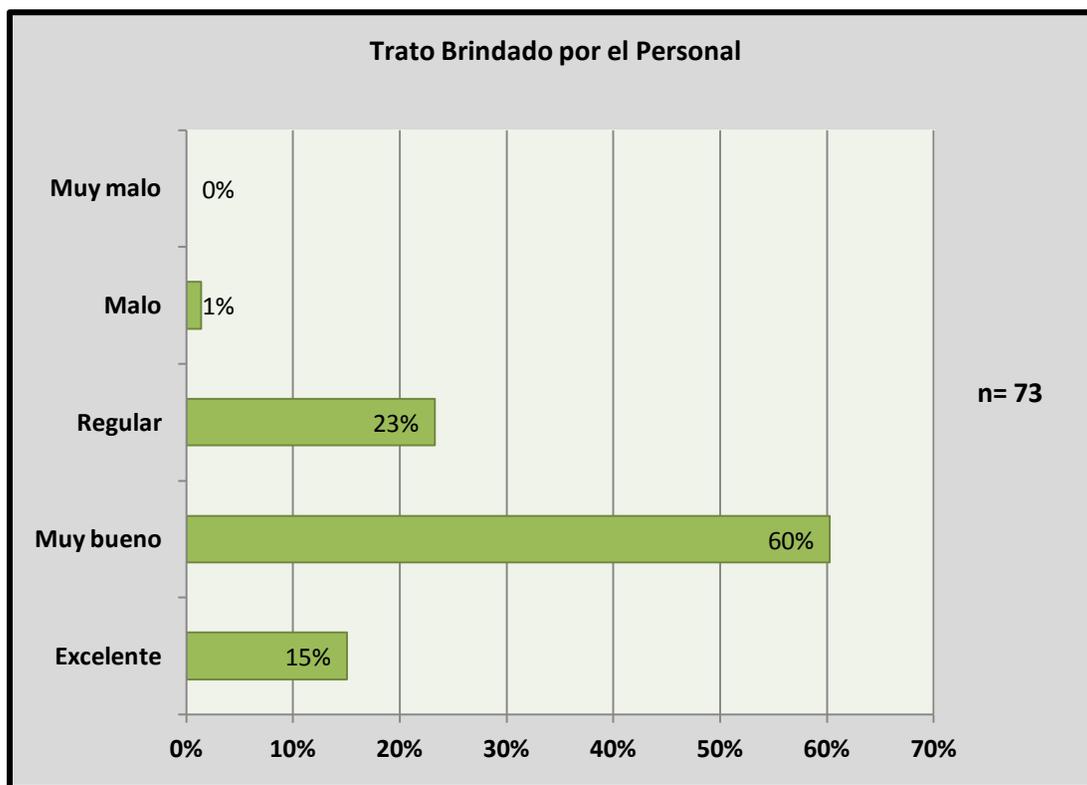


Figura 59. Gráfico: Trato brindado por el personal

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al trato brindado por el personal, el 60% de los usuarios considera en forma general, muy bueno el trato que reciben en la plataforma de servicios. El 23% de los contribuyentes piensa que el trato recibido es regular; un 15% considera que el trato que brinda la plataforma de servicios es excelente y un 1% cree que es malo.



4.1.4.1. Trato brindado – por distrito

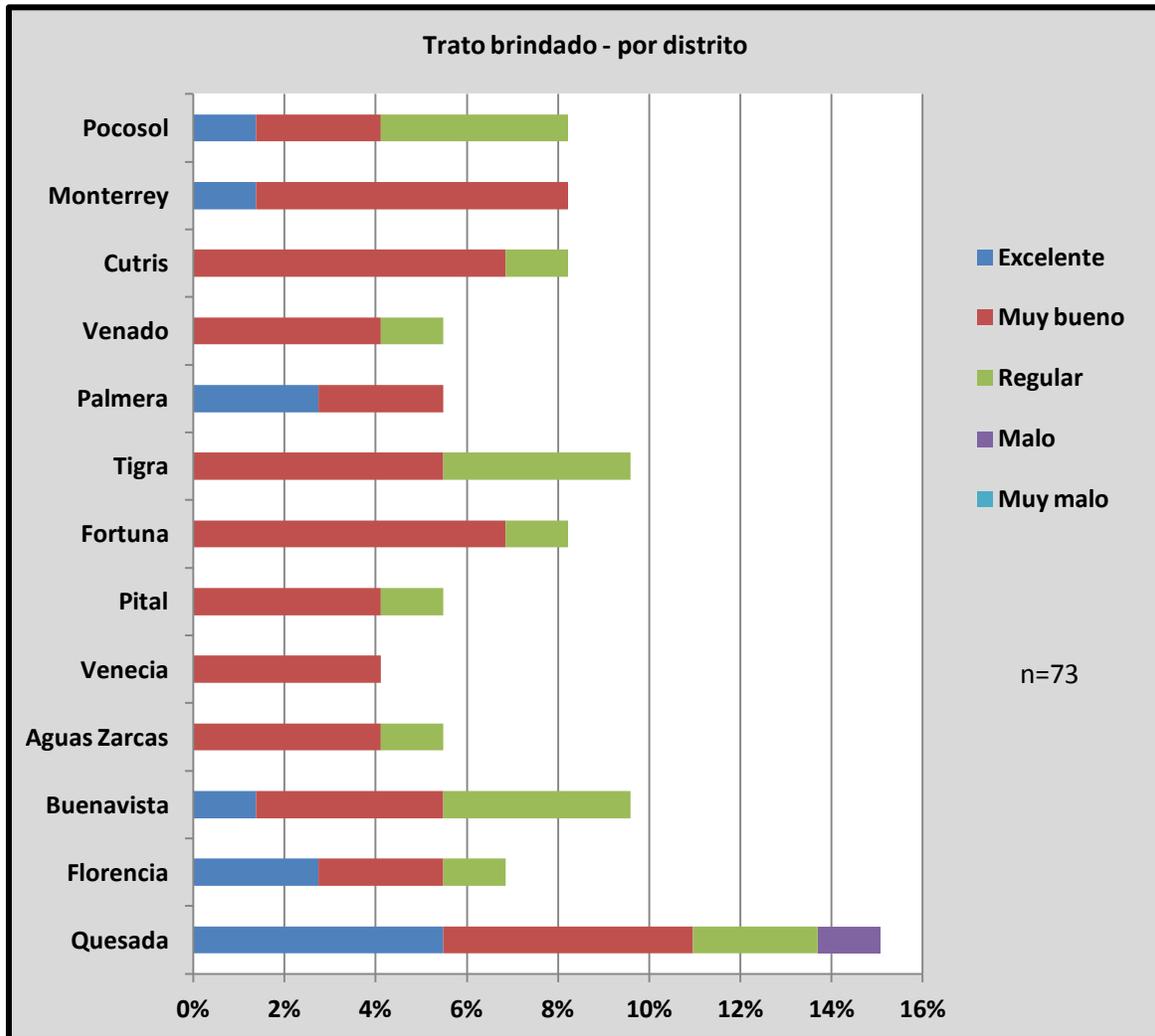


Figura 60. Gráfico: Trato brindado – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total de los contribuyentes entrevistados y de quienes pertenecen al distrito Quesada, un 5% que opina que el trato brindado en la plataforma de servicios es excelente; otro 5% opina que el trato es muy bueno; mientras que un 3% considera el trato regular; y un 1% piensa que es malo.



Del total de los contribuyentes pertenecientes al distrito de Florencia, un 3% opina que el trato brindado en la plataforma de servicios es excelente; otro 3% cree que el trato es muy bueno; y un 1% considera el trato que brinda la plataforma de servicios como regular.

Un 4% de los contribuyentes que pertenece al distrito de Buenavista opina que el trato brindado en la plataforma de servicios es muy bueno; otro 4% considera que el trato es regular y un 1% piensa que es excelente.

De la totalidad de usuarios que pertenece al distrito de Aguas Zarcas, un 4% considera que el trato que se brinda en la plataforma de servicios es muy bueno; además el 1% de los contribuyentes considera que es regular.

Con relación a los contribuyentes pertenecientes al distrito de Venecia, un 4% de ellos opina que el trato brindado por la plataforma de servicios es considerado muy bueno.

Del total de los contribuyentes entrevistados y de quienes pertenecen al distrito de Pital, un 4% opina que el trato brindado en la plataforma de servicios es muy bueno; mientras que el 1% de los contribuyentes pertenecientes al distrito considera el trato que se brinda como regular.

De la totalidad perteneciente al distrito de Fortuna, un 7% de los contribuyentes considera que el trato brindado en la plataforma de servicios es muy bueno; por otro lado, un 1% piensa que el trato que se brinda es regular.

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de La Tigra; un 5% de ellos opina que el trato brindado en la plataforma de servicios es muy bueno; y un 4% lo considera regular.

De los usuarios pertenecientes al distrito de La Palmera, un 3% de ellos piensa que el trato brindado en la plataforma de servicios es excelente; de igual forma un 3% de los contribuyentes opina que el trato recibido es muy bueno.



El 4% de los contribuyentes del distrito de Venado señala que el trato que se brinda en la plataforma de servicios es muy bueno; mientras que un 1% de los usuarios pertenecientes al distrito opina que el trato es regular.

De la totalidad de contribuyentes entrevistados y de quienes pertenecen al distrito de Cutris, un 7% de ellos considera que el trato que brinda la plataforma de servicios es muy bueno; además el 1% de los usuarios opina que es regular

De todos los contribuyentes que pertenecen al distrito de Monterrey, un 7% considera que el trato que se brinda en la plataforma de servicios es muy bueno; mientras que un 1% de los usuarios considera excelente el trato brindado.

Del total de contribuyentes entrevistados que pertenece al distrito de Pocosol, el 4% señala que el trato que se brinda en la plataforma de servicios es regular; además el 3% de los usuarios considera que el trato es muy bueno; y un 1% opina que es excelente.



4.1.5. Solución de las demandas de usuarios

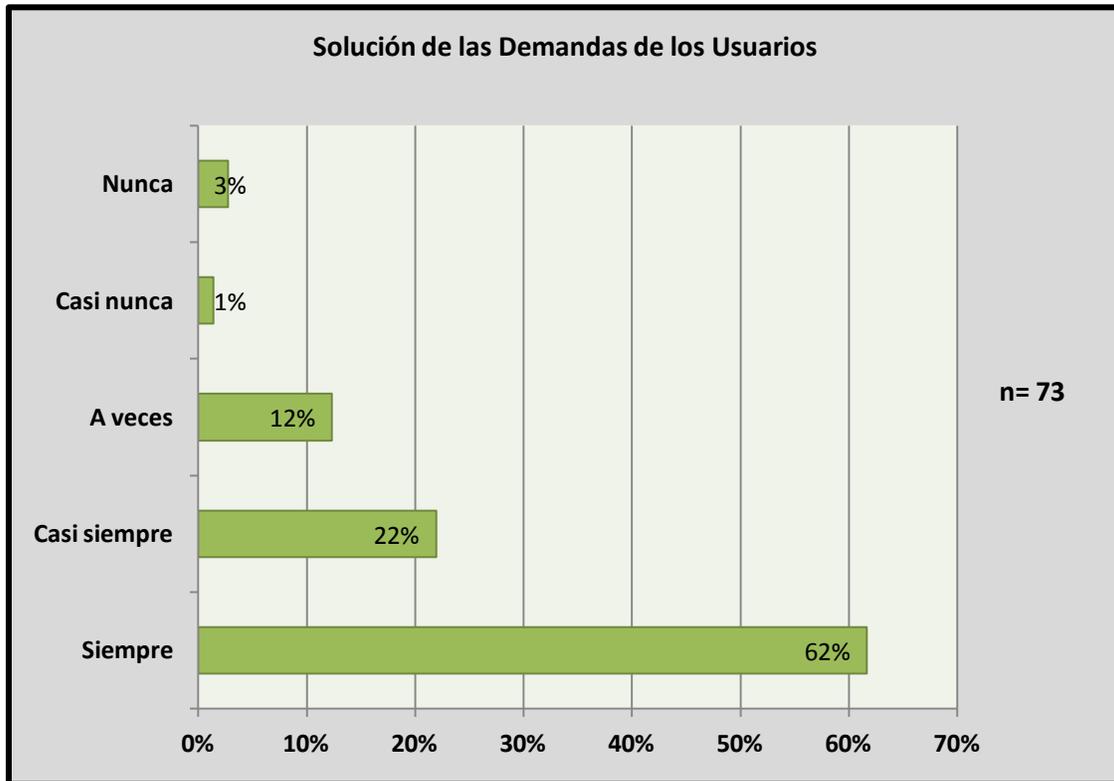


Figura 61. Gráfico: Solución de las demandas de los usuarios

Fuente: Elaboración propia

El 62% de los contribuyentes considera que la plataforma de servicios ha solucionado siempre sus demandas; el 22% opina que casi siempre se han solucionado de la forma esperada las solicitudes presentadas en la plataforma; un 12% de los usuarios establece que sus demandas en la plataforma de servicios son resueltas a veces. El 3% de los contribuyentes considera que sus peticiones en la plataforma nunca se han resuelto de la forma esperada; y un 1% aclara que casi nunca se han resuelto sus demandas de la forma esperada en la plataforma de servicios.



4.1.5.1. Solución de las demandas de usuarios – por distrito

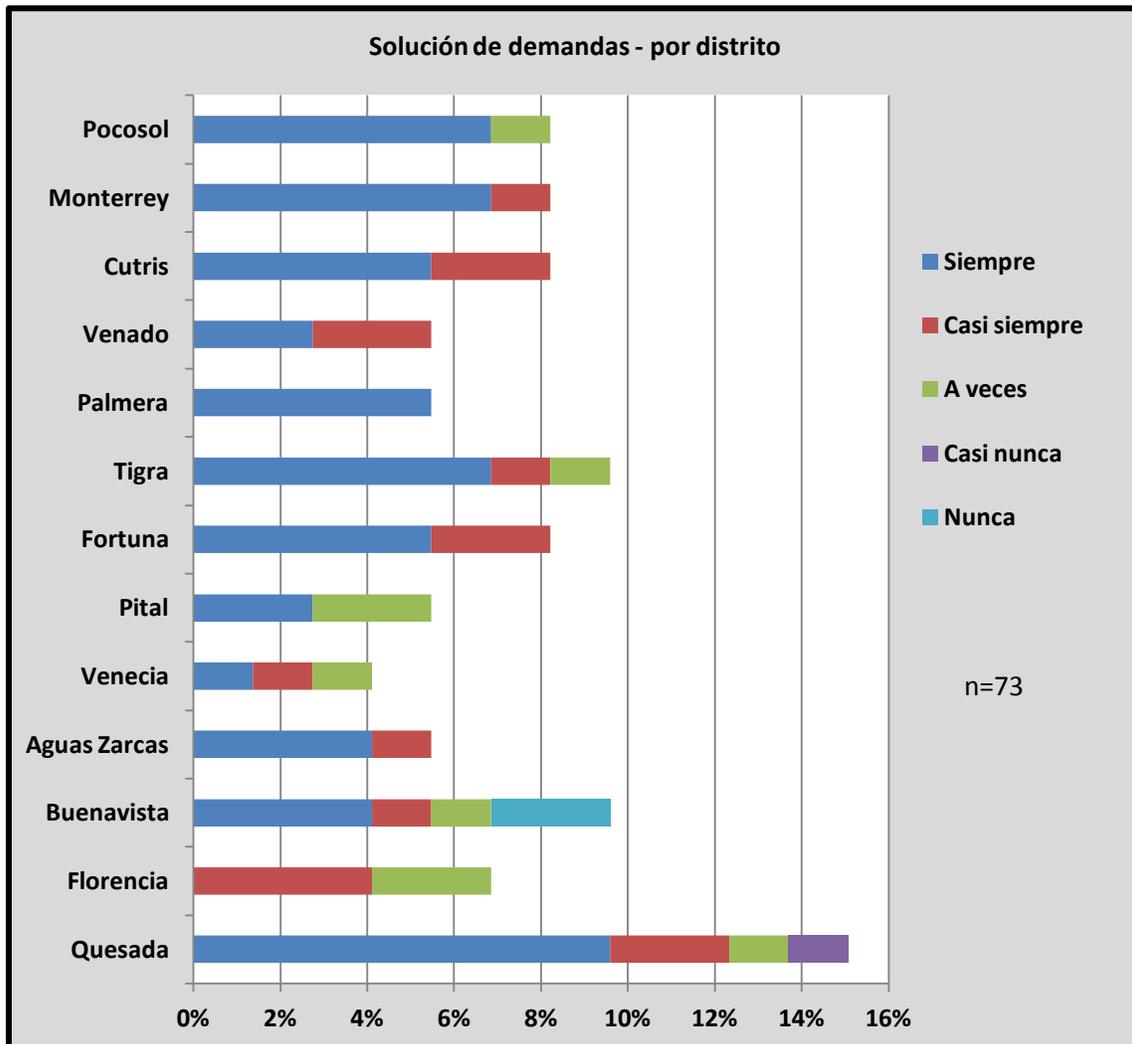


Figura 62. Gráfico: Solución de demandas – por distrito

Fuente: Elaboración propia

De los contribuyentes que pertenecen al distrito Quesada, el 10% de ellos considera que la plataforma de servicios ha solucionado siempre sus demandas; el 3% opina que casi siempre se han solucionado sus demandas; además el 1% de los contribuyentes establece que a veces se han solucionado sus demandas de la forma esperada; y también un 1% considera que las solicitudes presentadas casi nunca se han resuelto en la forma esperada.



De la totalidad de contribuyentes que pertenece al distrito de Florencia, el 4% considera que la plataforma de servicios casi siempre ha solucionado sus demandas de la forma esperada; y un 3% cree que a veces se solucionan sus demandas.

De los usuarios pertenecientes al distrito Buenavista, un 4% de ellos considera que siempre se han solucionado sus demandas; mientras que un 3% opina que nunca se han solucionado de la forma esperada sus demandas; un 1% percibe que sus peticiones son resueltos casi siempre de la forma en que se espera, e igualmente un 1% considera que a veces se solucionan sus demandas.

De los contribuyentes que pertenecen al distrito de Aguas Zarcas, un 4% de los usuarios señala que siempre se han resuelto sus demandas de la forma esperada; mientras un 1% considera que casi siempre se solucionan sus demandas.

De los contribuyentes que pertenecen al distrito de Venecia, un 1% considera que siempre se resuelven sus demandas de la forma esperada; también un 1% piensa que casi siempre se han solucionado sus demandas; y otro 1% opina que solo a veces se solucionan sus demandas de la forma en que se espera.

De los usuarios pertenecientes al distrito de Pital, un 3% de ellos considera que sus demandas siempre han sido solucionadas; también un 3% opina que a veces han sido resueltas sus solicitudes de la forma esperada.

El 5% de los contribuyentes que pertenecen al distrito de Fortuna considera que sus demandas siempre se han solucionado; y un 3% de los contribuyentes percibe que casi siempre se han solucionado sus demandas de la forma esperada.

De los usuarios pertenecientes al distrito de La Tigra, un 7% de ellos considera que siempre se han solucionado sus demandas; mientras que un 3% opina que nunca se han solucionado de la forma esperada sus demandas; un 1% percibe que sus peticiones son resueltos casi siempre de la forma en que se espera, e igualmente un 1% considera que a veces se solucionan sus demandas.



Del total de contribuyentes que pertenece al distrito La Palmera, un 5% de ellos considera que siempre se han solucionado sus demandas de la forma esperada.

De los contribuyentes que pertenecen al distrito Venado, un 3% de ellos considera que la plataforma de servicios ha solucionados sus demandas de la forma esperada; de igual forma un 3% de los usuarios opina que casi siempre se han resuelto sus demandas.

De la totalidad de los contribuyentes que pertenecen al distrito de Cutris, el 5% considera que siempre se han solucionado sus demandas; mientras que un 3% de los usuarios opina que casi siempre se resuelven las solicitudes en la plataforma de servicios.

Del total de los contribuyentes pertenecientes al distrito de Monterrey, un 7% de ellos señala que siempre se solucionan sus demandas de la forma esperada; y un 1% de los usuarios considera que casi siempre se han resuelto sus solicitudes en la plataforma de servicios.

El 7% del total de los contribuyentes del distrito de Pocosol considera que siempre se han solucionados sus demandas de la forma esperada; mientras que un 1% de los usuarios opina que solo a veces se resuelven las solicitudes planteadas en la plataforma de servicios.



4.1.6. Nivel de satisfacción general

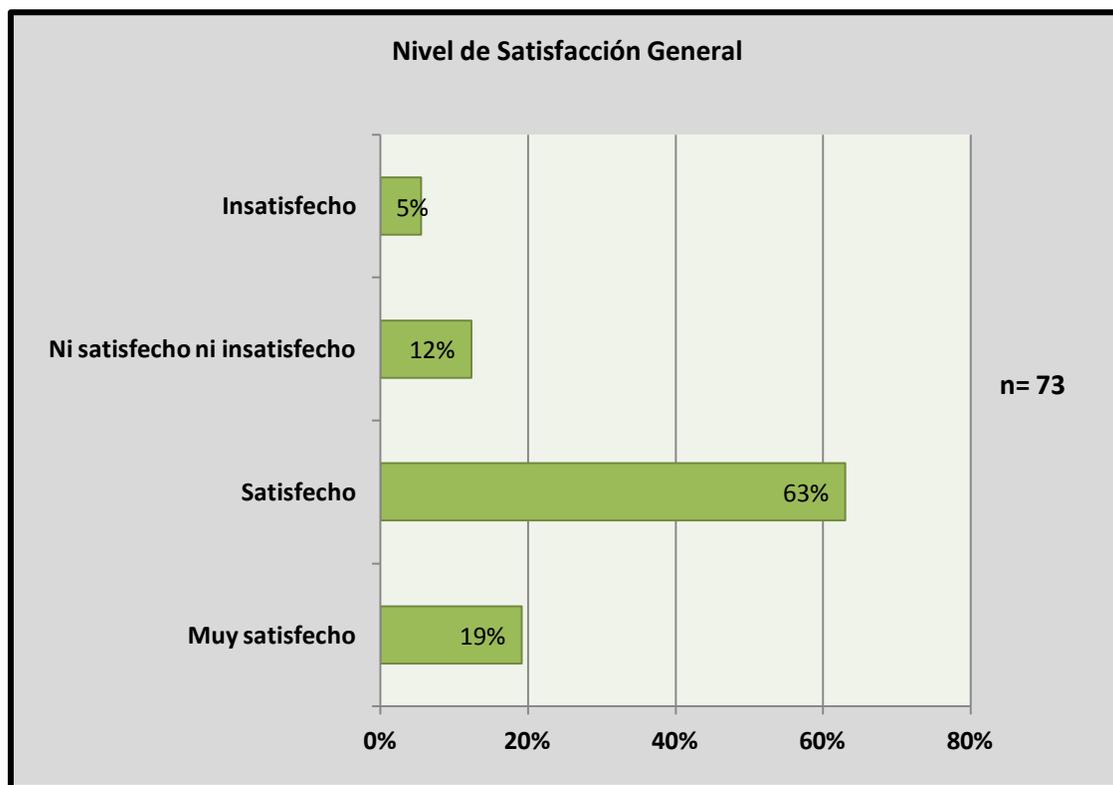


Figura 63. Gráfico: Nivel de satisfacción general

Fuente: Elaboración propia

El 63% de los contribuyentes se mostró satisfecho con la atención recibida en la plataforma de servicios, el 19% de los usuarios expresó estar muy satisfecho, el 12% ni satisfecho ni insatisfecho y el 5% de los entrevistados se mostró insatisfecho con la atención recibida en la plataforma de servicios.



4.1.6.1. Nivel de satisfacción general – por distrito

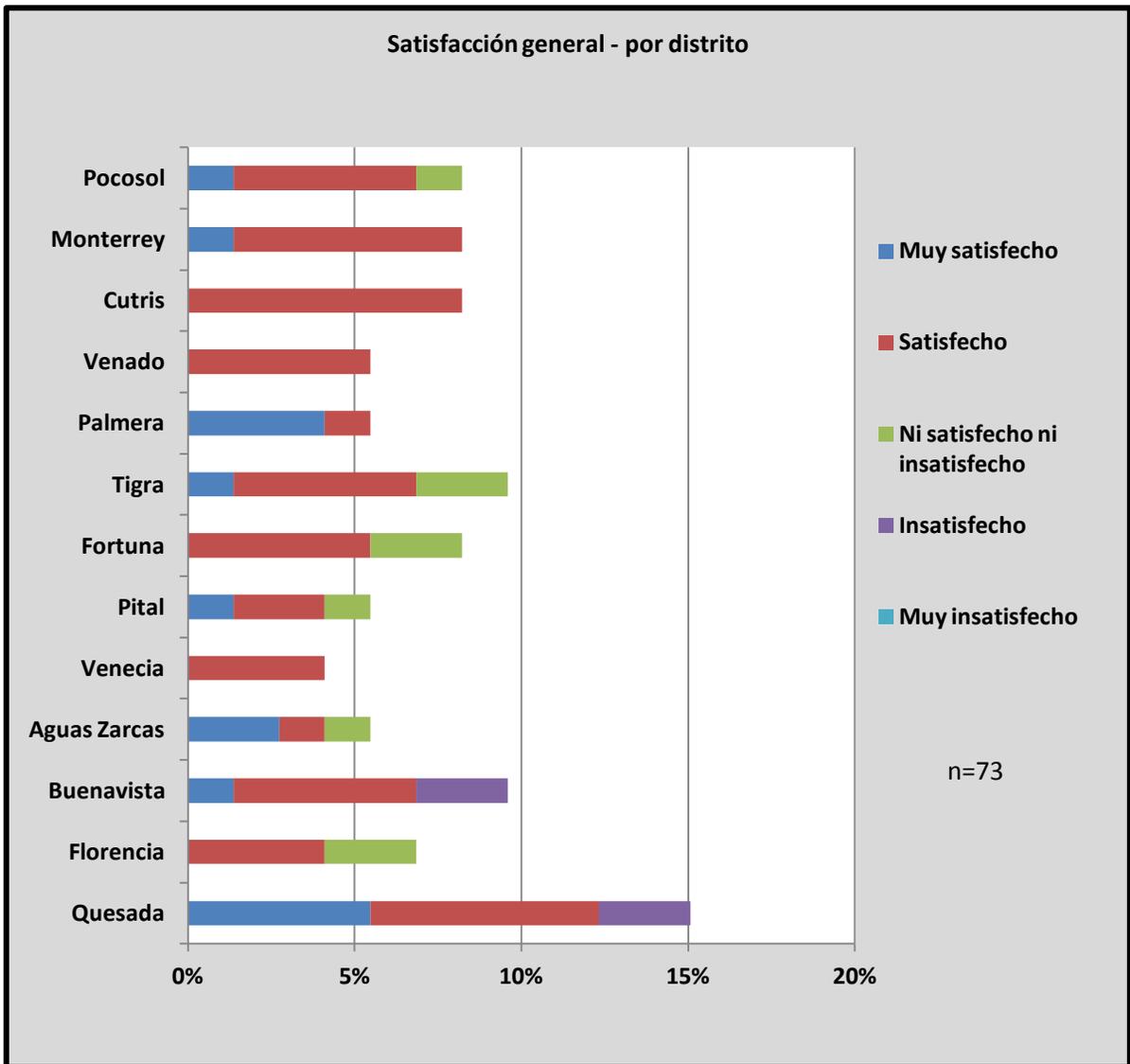


Figura 64. Gráfico: Satisfacción general – por distrito
Fuente: Elaboración propia

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito Quesada, un 7% se muestra satisfecho en forma general con el servicio de la plataforma de atención a los usuarios; por otro lado, el 5% de los contribuyentes expresó estar muy satisfecho con la atención recibida; y un 3% se mostró insatisfecho con el servicio recibido en la plataforma de atención.



De la totalidad de los contribuyentes que pertenece al distrito de Florencia; un 4% de ellos se mostró satisfecho con el servicio recibido en la plataforma de atención al usuario; mientras que un 3% señaló que no estaba ni satisfecho ni insatisfecho con la atención recibida en la plataforma.

De todos los contribuyentes del distrito de Buenavista, un 5% de ellos se mostró satisfecho en forma general con el servicio que se brinda en la plataforma; mientras que el 3% de los usuarios expresó estar insatisfecho con el servicio recibido en la plataforma de atención.

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito Aguas Zarcas, un 3% se muestra muy satisfecho con la atención recibida en la plataforma de atención a los usuarios; por otra parte, un 1% de los contribuyentes expresó estar satisfecho en forma general con el servicio recibido; y un 1% no está ni satisfecho ni insatisfecho con el servicio en general.

De la totalidad de contribuyentes que pertenece al distrito de Venecia, un 4% de ellos se mostró satisfecho en forma general con el servicio de la plataforma de atención a los usuarios.

De la totalidad de usuarios pertenecientes al distrito de Pital, el 3% de ellos está satisfecho con la atención de la plataforma de servicios; el 1% está muy satisfecho con el servicio que se brinda; igualmente un 1% no está ni satisfecho ni insatisfecho con el servicio en la plataforma de atención a los usuarios.

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Fortuna, un 5% de ellos se mostró satisfecho con la atención recibida en la plataforma de servicios; además un 3% de los usuarios pertenecientes al distrito no están ni satisfechos ni insatisfechos con el servicio.

De los contribuyentes pertenecientes al distrito de La Tigra, el 5% se mostró satisfecho con el servicio en general de la plataforma de atención a los clientes; mientras que un 3% expresó no estar ni satisfecho ni insatisfecho con la atención que se brinda en la plataforma de servicios.



De todos los usuarios del distrito de La Palmera, un 4% de ellos se mostró muy satisfecho con el servicio que la plataforma le ha brindado; mientras que un 1% de los contribuyentes expresó estar satisfecho.

Un 5% de los contribuyentes que pertenece al distrito Venado se mostró satisfecho con la atención en general recibida en la plataforma de servicios municipales.

Del total de contribuyentes que pertenecen al distrito de Cutris, el 8% de ellos se muestra satisfecho con la atención en general que se le brinda en la plataforma de servicios.

Un 7% del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Monterrey se mostró satisfecho con la atención recibida en la plataforma de servicios municipales; mientras que el 1% de los usuarios expresó estar muy satisfecho con el servicio recibido en la plataforma.

De la totalidad de los contribuyentes que pertenece al distrito de Pocosol, un 5% se muestra satisfecho en forma general con el servicio de la plataforma de atención a los usuarios; mientras que el 1% de expresó estar muy satisfecho; y el 1% no se mostró ni satisfecho ni insatisfecho.



4.1.7. Parámetros Sugerentes Servicio Bienes Inmuebles

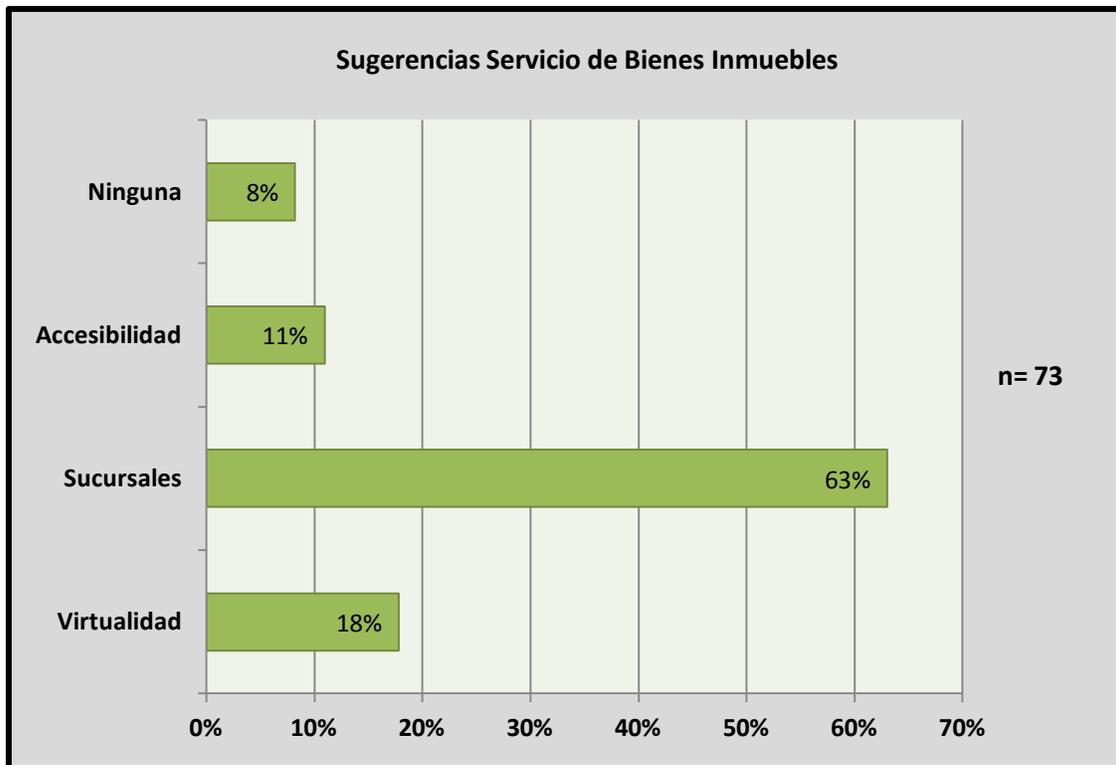


Figura 65. Gráfico: Sugerencias servicio de Bienes Inmuebles

Fuente: Elaboración propia

El 63% de los contribuyentes sugeriría para el servicio de bienes inmuebles más sucursales, el 18% de los usuarios sugiere el parámetro de virtualidad; el 11% de los clientes sugirió accesibilidad para el servicio de bienes inmuebles; y el 8% no sugirió ningún parámetro para mejorar el servicio.



4.1.7.1. Sugerencias Bienes Inmuebles – por distrito

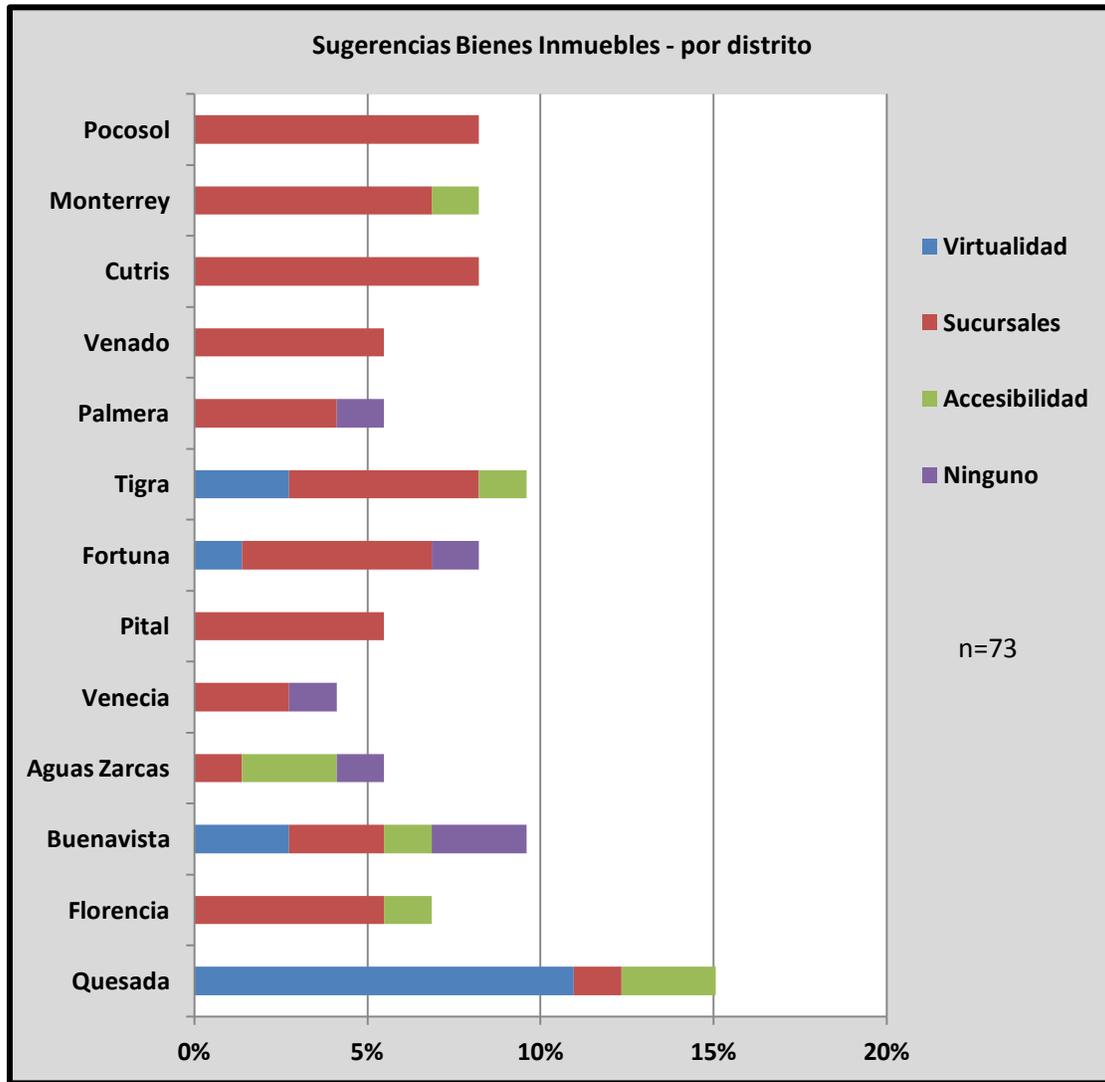


Figura 66. Gráfico: Sugerencias Bienes Inmuebles – por distrito
Fuente: Elaboración propia

Del total de contribuyentes por el servicio de bienes inmuebles que pertenece al distrito Quesada, el 11% de ellos sugirió el parámetro de virtualidad; además el 3% de los contribuyentes sugiere accesibilidad para dicho servicio; y un 1% sugiere más sucursales en distintos puntos del cantón.



De la totalidad de contribuyentes por el servicio de bienes inmuebles pertenecientes al distrito de Florencia, el 5% de los usuarios hizo la sugerencia de colocar sucursales en puntos estratégicos; y el 1% sugiere accesibilidad para el servicio de bienes inmuebles.

Del total de contribuyentes por el servicio de bienes inmuebles que pertenece al distrito Buenavista, el 3% de ellos sugirió el parámetro de virtualidad; además el 3% de los contribuyentes sugiere más sucursales en distintos puntos del cantón; un 1% sugiere el parámetro de accesibilidad para dicho servicio; y otro 1% no realiza sugerencias al respecto.

Se aprecia en el gráfico anterior que del total de usuarios por el servicio de bienes inmuebles y pertenecientes al distrito de Aguas Zarcas, el 3% de los contribuyentes sugiere accesibilidad; además el 1% propone ubicar más sucursales municipales; y otro 1% no hizo alguna sugerencia.

Del total de contribuyentes por el servicio de bienes inmuebles que pertenece al distrito de Venecia, el 3% de ellos sugiere más sucursales para mejorar el servicio; y un 1% de los usuarios no sugiere algún parámetro.

De la totalidad de contribuyentes por servicio de bienes inmuebles pertenecientes al distrito de Pital, un único 5% de los usuarios propone como parámetro sugerente más sucursales para mejorar el servicio.

De la totalidad de contribuyentes por servicio de bienes inmuebles pertenecientes al distrito Fortuna, un 5% de los usuarios propone como parámetro sugerente más sucursales para mejorar el servicio; un 1% sugiere el parámetro virtualidad; y un 1% no hace sugerencias al respecto.

El 5% de todos los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles, que pertenece al distrito La Tigra, sugiere añadir sucursales en otros distritos para mejorar la atención a los usuarios; un 3% sugiere el parámetro virtualidad; y un 1% no hace sugerencias para este servicio.



Del total perteneciente al distrito Palmera, el 4% de los contribuyentes sugiere para mejorar el servicio por bienes inmuebles colocar sucursales municipales en otros puntos del cantón; mientras que un 1% no hizo sugerencias a este servicio.

De la totalidad de contribuyentes por servicio de bienes inmuebles pertenecientes al distrito de Venado, un único 5% de los usuarios propone que se añadan sucursales en nuevos distritos más cercanos para mejorar el servicio de bienes inmuebles.

Del total de los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles que pertenece al distrito Cutris, un 8% de los clientes propone añadir sucursales con el fin de mejorar el servicio que se brinda.

El 7% de todos los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles, que pertenece al distrito Monterrey, sugiere añadir más sucursales en puntos estratégicos para mejorar dicho servicio; mientras que un 1% sugiere establecer puntos de accesibilidad.

De la totalidad de los contribuyentes por servicio de bienes inmuebles del distrito de Pocosol, un 8% de los usuarios propone añadir sucursales con la finalidad de mejorar el servicio que reciben los contribuyentes.



4.1.8. Parámetros Sugerentes Servicio Patentes Municipales

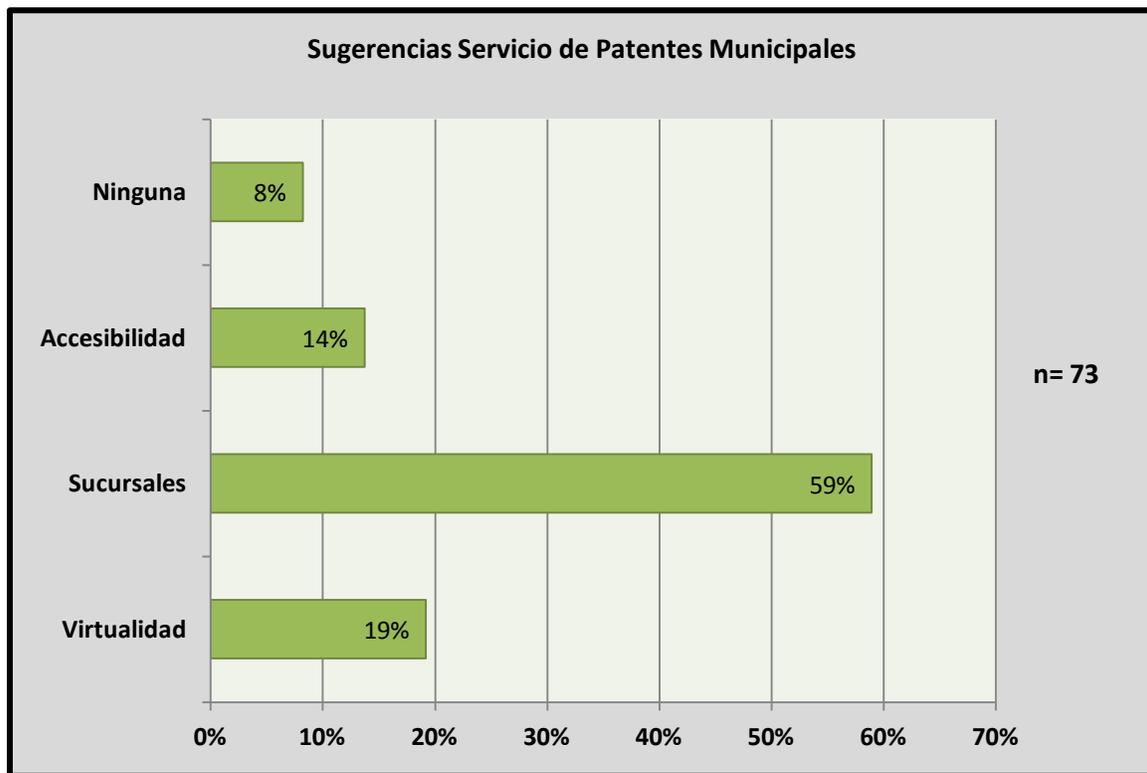


Figura 67. Gráfico: Sugerencias servicio Patentes Municipales

Fuente: Elaboración propia

Para mejorar el servicio de patentes municipales, el 59% de los contribuyentes sugirió establecer más sucursales en el cantón; el 19% sugirió implementar un servicio virtual más completo; el 14% de los usuarios sugirió establecer puntos de accesibilidad y el 8% no definió algún parámetro sugerente.



4.1.8.1. Sugerencias Patentes Municipales – por distrito

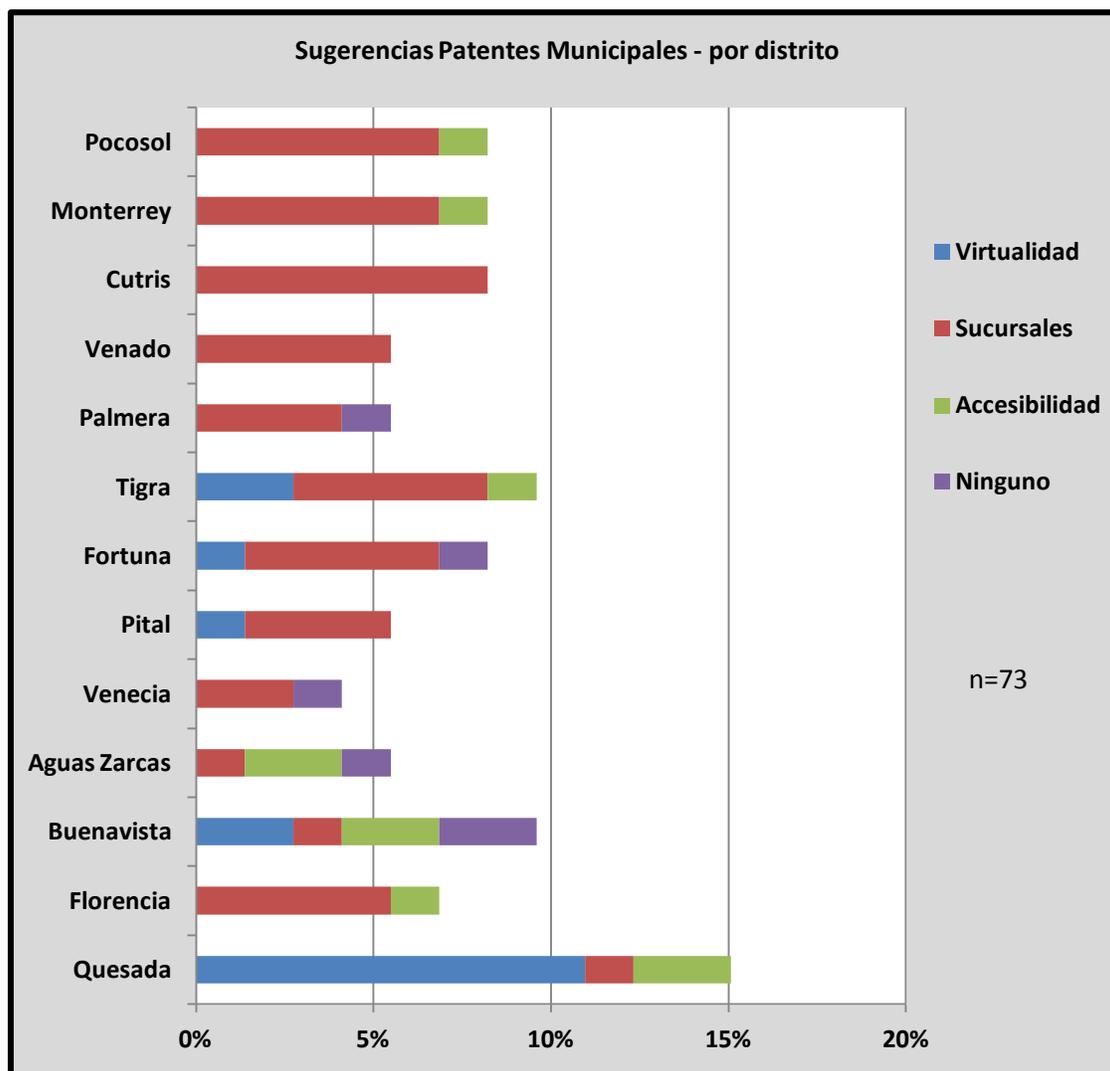


Figura 68. Gráfico: Sugerencias Patentes Municipales – por distrito

Fuente: Elaboración propia

El 11% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales, que pertenece al distrito Quesada, definió como parámetro sugerente a éste servicio la virtualidad; un 3% de los contribuyentes sugirió la creación de puntos de accesibilidad para mejorar el servicio de patentes municipales; y un 1% sugirió establecer más sucursales en el cantón.



Del total perteneciente al distrito de Florencia, el 5% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales sugirió establecer más sucursales en el cantón; y un 1% de los usuarios sugirió implementar algunos puntos de accesibilidad para mejorar el servicio.

Un 3% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito Buenavista definió como parámetro sugerente a éste servicio la virtualidad; otro 3% de los usuarios sugiere la creación de puntos de accesibilidad; mientras que otro 3% no realiza sugerencias, el 1% considera importante la colocación de nuevas sucursales en puntos estratégicos del cantón.

De la totalidad de contribuyentes por servicio de patentes municipales pertenecientes al distrito de Aguas Zarcas, el 3% de ellos sugiere el parámetro accesibilidad; un 1% propone establecer más sucursales a lo largo del cantón; y otro 1% de los contribuyentes no hizo sugerencias al respecto.

Un 3% del total de los contribuyentes por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito de Venecia sugiere establecer nuevas sucursales municipales; por otro lado un 1% de los usuarios no realizó sugerencias a éste servicio.

Del total de contribuyentes pertenecientes al distrito de Pital, el 4% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales hace la sugerencia de establecer sucursales en otros distritos con el fin de mejorar el servicio que se le brinda a los usuarios; por otra parte, un 1% de ellos define la virtualidad como un parámetro importante para el servicio de patentes municipales.

El 5% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito de Fortuna sugiere el establecimiento de sucursales en puntos estratégicos del cantón; un 1% de los usuarios define como aspecto importante la virtualidad; y un 1% no hace sugerencias para mejorar el servicio que se brinda.

De la totalidad de usuarios por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito de La Tigra, el 5% sugirió el establecimiento de sucursales en varios



puntos del cantón; el 3% de los contribuyentes definió como un parámetro importante la virtualidad; y un 1% sugirió definir puntos de accesibilidad para mejorar el servicio de patentes municipales.

El 4% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito La Palmera, sugirió establecer sucursales en varios puntos del cantón; y un 1% de los usuarios del distrito no realizó sugerencias a éste servicio.

Del total de los usuarios por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito Venado, el 5% de ellos sugiere establecer sucursales en el cantón para mejorar el servicio que se brinda.

Un único 8% de los contribuyentes por el servicio de patentes municipales que pertenece al distrito de Cutris, definió como parámetro sugerente el establecer sucursales para mejorar la atención que se brinda al usuario.

Un 7% de los contribuyentes por servicio de patentes municipales que pertenece al distrito Monterrey propuso como parámetro sugerente a éste servicio el establecimiento de sucursales; y un 1% de los usuarios definió la accesibilidad como aspecto importante en el mejoramiento del servicio.

Del total de contribuyentes por servicio de patentes municipales pertenecientes al distrito de Pocosol, el 7% de ellos sugirió establecer sucursales en varios distritos del cantón con el fin de mejorar el servicio que se brinda; mientras que un 1% de los usuarios propone definir algunos puntos de accesibilidad.



4.1.9. Parámetros Sugerentes Servicio Patentes Licores

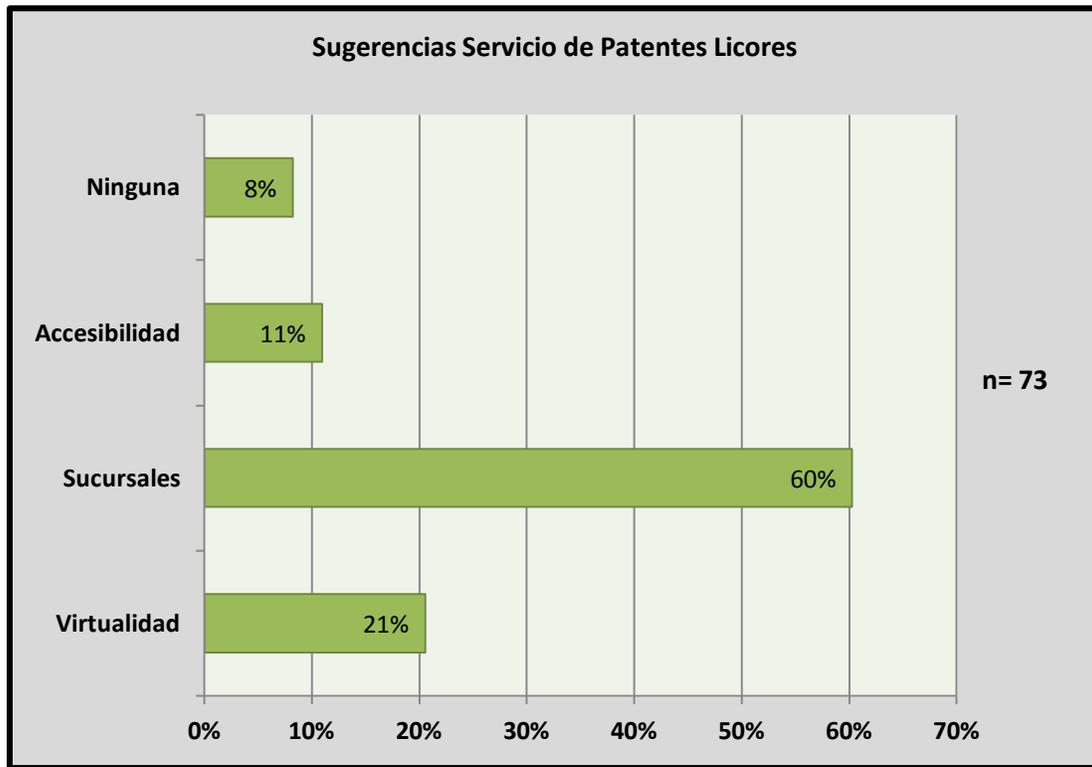


Figura 69. Gráfico: Sugerencias servicio Patentes de Licores

Fuente: Elaboración propia

El 60% de los usuarios entrevistados sugirió ubicar nuevas sucursales para mejorar el servicio de patentes de licores; el 21% opina que es mejor implementar un servicio virtual; mientras que el 11% opta por introducir más opciones accesibles para los contribuyentes, y el 8% no sugiere ningún parámetro para impulsar las mejoras en el servicio de patentes de licores.



4.1.9.1. Sugerencias Patentes de Licores – por distrito

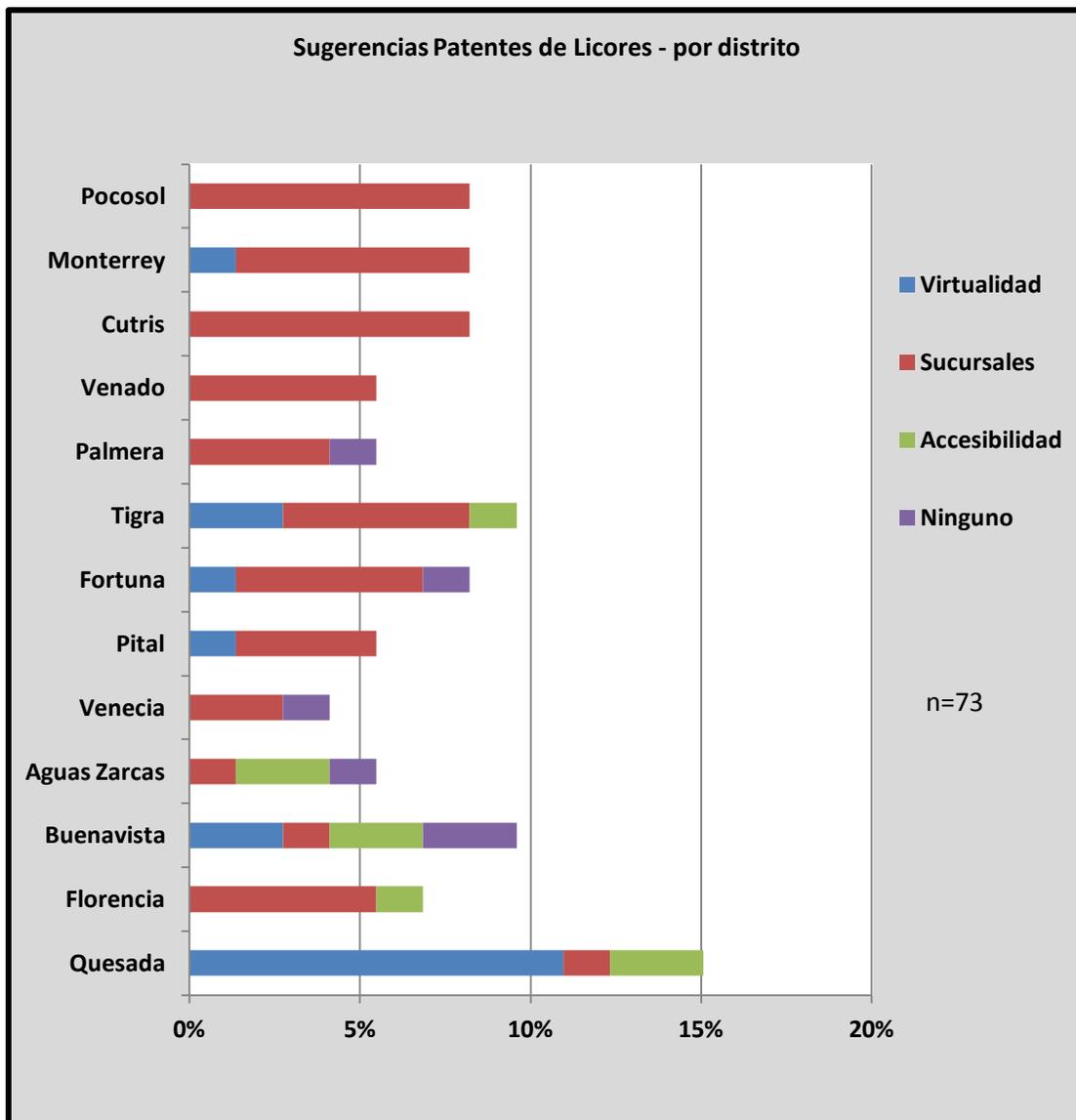


Figura 70. Gráfico: Sugerencias Patentes de Licores – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total de contribuyentes por el servicio de patentes de licores pertenecientes al distrito Quesada, un 11% define la virtualidad como un parámetro importante para el servicio; un 3% de los clientes sugiere crear puntos de accesibilidad; y un 1% hace la sugerencia de establecer sucursales en otros distritos para mejorar el servicio en general que se brinda a los contribuyentes del cantón.



De la totalidad de usuarios por servicio de patentes de licores que pertenece al distrito Florencia, un 5% de ellos sugiere el establecimiento de sucursales en diversos puntos del cantón; y un 1% plantea la posibilidad de crear puntos de accesibilidad para mejorar el servicio en todo el cantón.

Un 3% de los contribuyentes por el servicio de patentes de licores que pertenece al distrito de Buenavista sugiere incluir la virtualidad en su servicio; de igual forma, un 3% considera necesario establecer puntos de atención al cliente más accesibles; y otro 3% no realizó sugerencias al respecto. Por otra parte, el 1% del total de contribuyentes pertenecientes a este distrito propone ubicar sucursales municipales en otros puntos del cantón.

De la totalidad de contribuyentes por el servicio de patentes de licores que pertenece al distrito de Aguas Zarcas, el 3% de ellos hace la sugerencia de crear puntos de accesibilidad para mejorar el servicio que se brinda; por otro lado, un 1% opina que sería conveniente establecer sucursales municipales en otros puntos del cantón; y otro 1% no realizó sugerencias para este servicio.

Un 3% de los contribuyentes por el servicio de patentes de licores que pertenece al distrito de Venecia hace la sugerencia de colocar sucursales en puntas estratégicas del cantón; y un 1% de los usuarios no realiza sugerencias a este servicio.

Del total de los usuarios por el servicio de patentes de licores que pertenece al distrito de Pital, un 4% de ellos sugiere incluir más sucursales en el cantón para mejorar el servicio; y un 1% de los contribuyentes propone virtualizar los procesos de este servicio para que el cliente sea atendido ágilmente.

Un 5% de los contribuyentes por el servicio de patentes de licores perteneciente al distrito de Fortuna sugiere establecer sucursales a lo largo del cantón; un 1% de los usuarios hace la sugerencia de incluir la virtualidad en el servicio; y otro 1% de no realiza sugerencias al servicio de patentes de licores.



Del total de clientes municipales por el servicio de patentes de licores que pertenece al distrito de La Tigra, el 5% de los contribuyentes considera importante la ubicación de sucursales en puntos estratégicos del cantón; un 3% de los usuarios sugiere incluir la virtualidad en su servicio; además, un 1% hace la sugerencia de establecer puntos de atención al cliente más accesibles con la finalidad de mejorar el servicio que se brinda.

Un 4% de los contribuyentes por el servicio de patentes de licores perteneciente al distrito de La Palmera, sugiere establecer sucursales en varios puntos del cantón; mientras que un 1% no realizó sugerencias al respecto.

El 5% del total de usuarios por el servicio de patentes de licores que pertenece al distrito de Venado, sugiere el establecimiento de sucursales municipales en otros distritos del cantón.

Un 8% de quienes son contribuyentes por el servicio de patentes de licores y que a la vez pertenece al distrito de Cutris, realiza la sugerencia de colocar oficinas sucursales en el distrito para mejorar el servicio que se brinda y agilizar los trámites evitando trasladarse hasta la cabecera del cantón.

De la totalidad de usuarios pertenecientes al distrito de Monterrey, un 7% de los contribuyentes por el servicio de patentes de licores sugiere el establecimiento de sucursales municipales; por otra parte, el 1% considera importante definir puntos de atención accesibles para los contribuyentes.

Del total de contribuyentes por servicio de patentes de licores y que pertenece al distrito de Pocosol, el 8% de los usuarios sugiere el establecimiento de sucursales en puntos estratégicos del cantón para mejorar en forma general el servicio que se brinda.



4.1.10. Parámetros sugerentes servicio cementerio

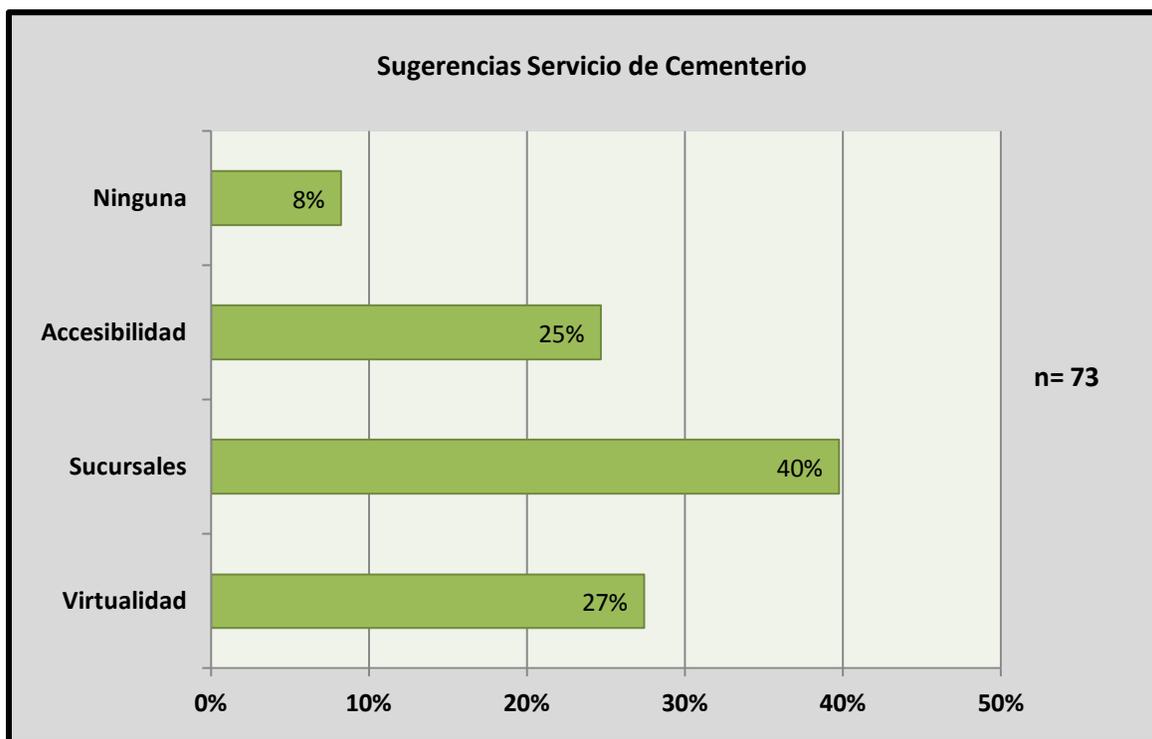


Figura 71. Gráfico: Sugerencias servicio de Cementerio

Fuente: Elaboración propia

Para mejorar el servicio del cementerio, el 40% de los contribuyentes sugirió establecer más sucursales en el cantón; el 27% considera importante implementar un servicio completo virtual y el 25% sugiere crear puntos de accesibilidad para los contribuyentes; mientras que el 8% no realizó sugerencias para este servicio.



4.1.10.1. Sugerencias Servicio Cementerio – por distrito

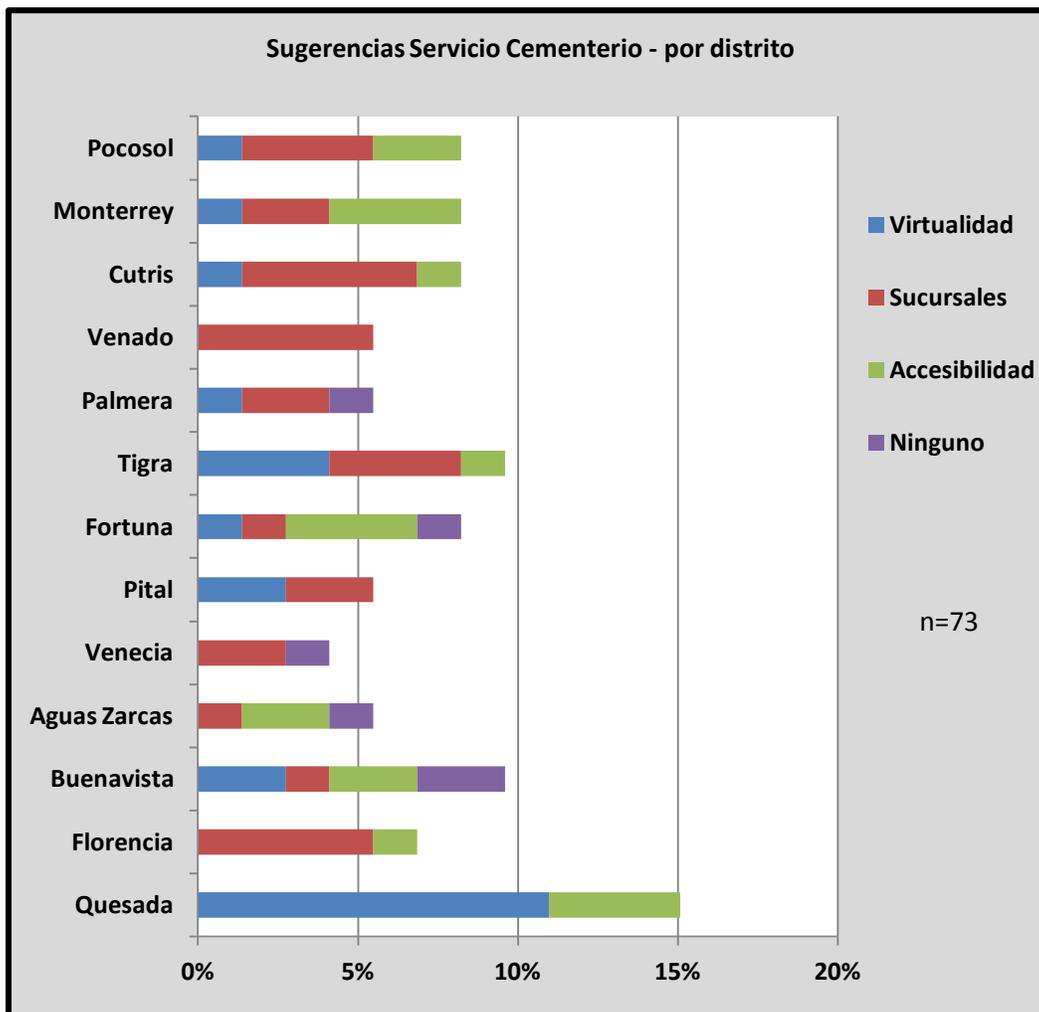


Figura 72. Gráfico: Sugerencias Servicio Cementerio – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Con el fin de mejorar el servicio brindado por la municipalidad, el 11% de los que son contribuyentes por servicio de cementerio y que a su vez pertenece al distrito Quesada, considera importante implementar un sistema virtual que agilice los trámites; por otro lado, un 4% sugiere la creación de puntos de accesibilidad para los usuarios.

Del total de contribuyentes por el servicio de cementerio que pertenece al distrito de Florencia, un 5% de ellos sugiere establecer sucursales en el cantón; y un 1%



de los usuarios destaca la creación de puntos de accesibilidad para mejorar el servicio brindado por la municipalidad.

Para mejorar el servicio de cementerio, del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Buenavista, un 3% sugiere implementar un servicio virtual que promueva la agilización de los trámites; también, un 3% sugiere establecer puntos de atención más accesibles; mientras que otro 3% de ellos no realiza sugerencias al servicio; y un 1% de los usuarios sugiere colocar algunas sucursales municipales fuera de la cabecera del cantón.

Con la finalidad de mejorar el servicio de cementerio, del total de usuarios que pertenece al distrito de Aguas Zarcas, un 3% sugiere colocar algunos puntos de accesibilidad para facilitar los trámites; un 1% de los contribuyentes sugiere establecer sucursales en puntos estratégicos; y otro 1% de los usuarios no realiza sugerencias al respecto.

Del total de los contribuyentes por servicio de cementerio pertenecientes al distrito de Venecia, un 3% de ellos sugiere el establecimiento de sucursales municipales para mejorar el servicio que se brinda; por otra parte, un 1% de los usuarios de este servicio no realiza sugerencias.

De la totalidad de usuarios que pertenece a Pital, el 3% sugiere implementar un servicio virtual que impulse la agilización tramitológica; otro 3% de los contribuyentes considera importante establecer oficinas sucursales para mejorar el servicio que se brinda al contribuyente.

Para mejorar el servicio de cementerio, un 4% del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Fortuna, sugiere establecer puntos de atención más accesibles; además un 1% sugiere implementar un servicio virtual para agilizar los trámites del servicio; mientras que otro 1% de los usuarios hace la sugerencia de establecer sucursales en puntos estratégicos del cantón; y un 1% no realiza sugerencias al respecto.



De la totalidad de contribuyentes por servicio cementerio que pertenece al distrito de La Tigra, un 4% de ellos propone incluir la virtualización para agilizar los trámites respectivos; otro 4% sugiere el establecimiento de sucursales fuera de la cabecera del cantón; y un 1% hace la sugerencia de crear puntos de atención más accesibles a los clientes.

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de La Palmera, un 3% de ellos sugiere establecer sucursales municipales; un 1% de los usuarios sugiere un sistema de virtualidad, y otro 1% de contribuyentes de este servicio no hace sugerencias.

De la totalidad de contribuyentes por servicio de cementerio y que a la vez pertenece al distrito Venado, un único 5% de los usuarios sugiere establecer sucursales para mejorar el servicio que se brinda en la municipalidad.

Para mejorar el servicio de cementerio, de la totalidad de clientes municipales pertenecientes al distrito de Cutris, un 5% de los usuarios hace la sugerencia de ubicar sucursales en puntos estratégicos del cantón; mientras que un 1% sugiere promover la agilidad en la tramitología por medio de un sistema virtual; y un 1% sugiere establecer puntos de atención más accesibles.

Del total de usuarios por servicio de cementerio que pertenece al distrito de Monterrey, un 4% de ellos sugiere ubicar puntos de accesibilidad para los contribuyentes; un 3% considera necesario el establecimiento de nuevas sucursales; y un 1% sugiere crear un sistema virtual para agilizar los procesos.

Con el fin de mejorar el servicio que se brinda en la municipalidad, del total de contribuyentes por servicio de cementerio pertenecientes al distrito de Pocosol, un 4% sugiere establecer sucursales fuera de la cabecera cantonal; un 3% sugiere establecer puntos de atención más accesibles a los usuarios; y un 1% sugiere implementar un servicio virtual que promueva la agilización de los trámites.



4.1.11. Parámetros sugerentes servicio de Agua

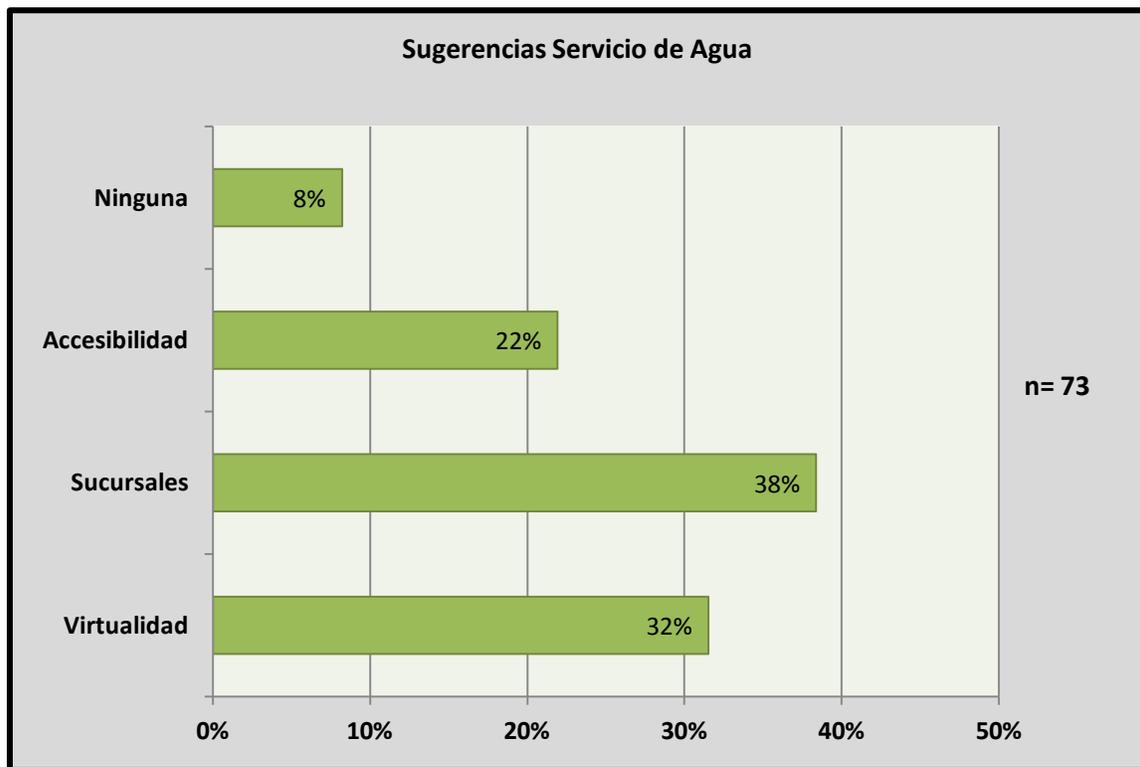


Figura 73. Gráfico: Sugerencias servicio de Agua

Fuente: Elaboración propia

El 38% de los entrevistados sugirió ubicar nuevas sucursales para mejorar el servicio de agua; el 32% opina que es mejor implementar un servicio virtual; mientras que el 22% opta por introducir más opciones accesibles a los usuarios, y el 8% no sugiere ningún parámetro para impulsar las mejoras en el servicio.



4.1.11.1. Sugerencias Servicio Agua – por distrito

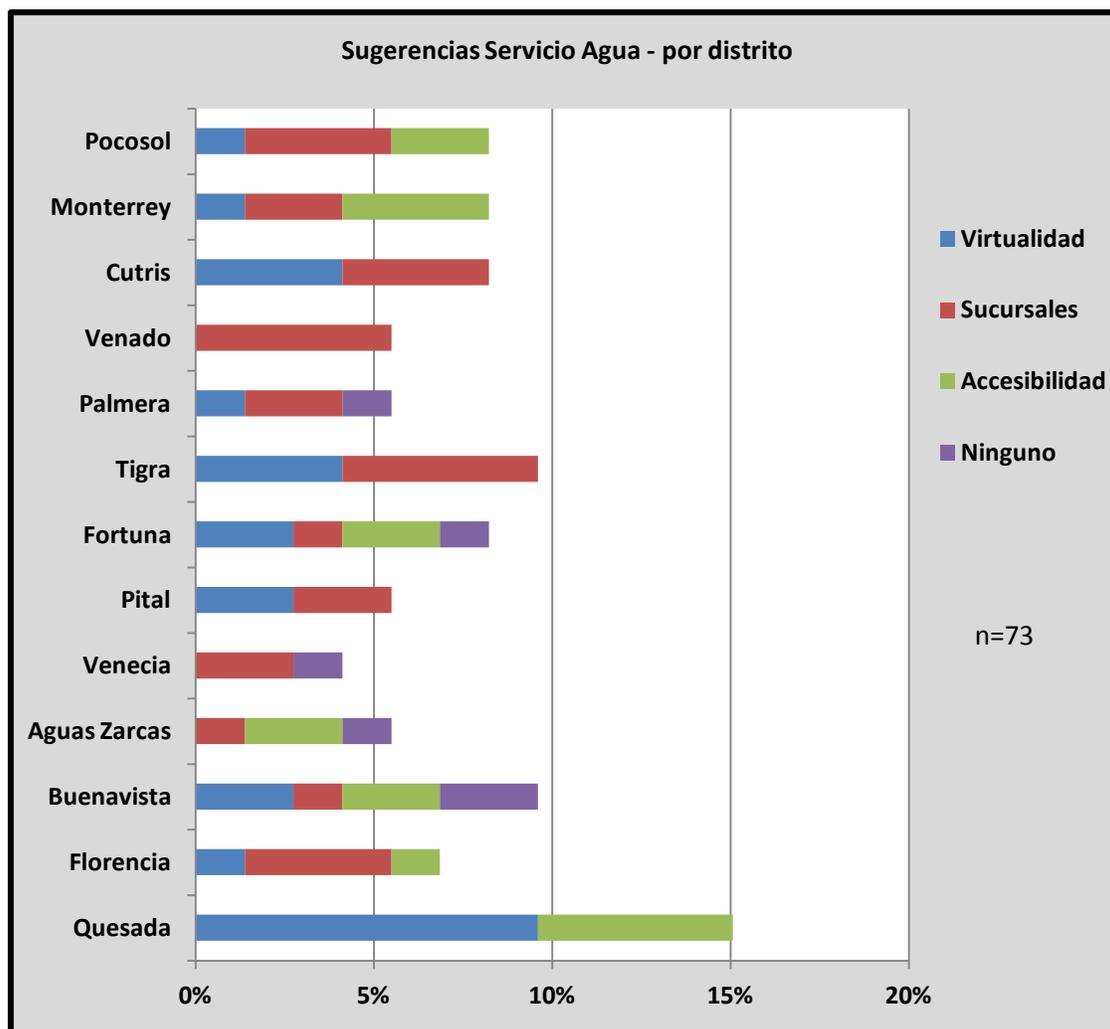


Figura 74. Gráfico: Sugerencias Servicio Agua – por distrito

Fuente: Elaboración propia

De la totalidad de contribuyentes por el servicio de agua que pertenecen al distrito Quesada, un 10% sugiere implementar un servicio virtual para agilizar los trámites del servicio; y un 5% de los usuarios hace la sugerencia de crear puntos de atención más accesibles.

Para mejorar el servicio que se brinda en la municipalidad; un 4% de los contribuyentes por servicio de agua que pertenece al distrito de Florencia sugiere



establecer oficinas sucursales fuera de la cabecera cantonal; el 1% hace la sugerencia de virtualizar los trámites del servicio; y otro 1% de los usuarios sugiere colocar puntos de atención más accesibles.

De la totalidad de los usuarios por servicio de agua, que a la vez pertenece al distrito de Buenavista, un 3% de ellos sugiere implementar un servicio virtual con el fin de mejorar el servicio que se brinda en la municipalidad; otro 3% de los usuarios sugiere crear puntos de accesibilidad para la población; y otro 3% no realiza sugerencias al respecto; por otra parte un 1% de los contribuyentes realiza la sugerencia de establecer nuevas sucursales en puntos estratégicos del cantón.

Con el fin de mejorar el servicio de agua, un 3% de los contribuyentes pertenecientes al distrito de Aguas Zarcas sugiere la creación de puntos de atención más accesibles; un 1% de los usuarios sugiere establecer sucursales fuera de la cabecera del cantón; y otro 1% no realiza sugerencias al respecto.

De la totalidad de los contribuyentes por servicio de agua que pertenece al distrito de Venecia, un 3% de los usuarios sugiere el establecimiento de nuevas oficinas sucursales fuera de la cabecera cantonal; y un 1% de los contribuyentes de este servicio no realiza sugerencias.

Para mejorar el servicio que brinda la municipalidad, un 3% de los contribuyentes por servicio de agua pertenecientes al distrito de Pital sugiere implementar un servicio virtual para agilizar los diferentes trámites; y otro 3% de los usuarios considera esencial la colocación de sucursales municipales en puntos estratégicos del cantón.

Del total de contribuyentes por servicio de agua pertenecientes al distrito de Fortuna, un 3% de ellos sugiere la creación de un sistema virtual; otro 3% realiza la sugerencia de establecer algunos puntos de atención más accesibles para los clientes; además un 1% de los usuarios sugiere ubicar nuevas sucursales; mientras que un 1% no realiza sugerencias al respecto.



Un 5% del total de los contribuyentes por servicio de agua y pertenecientes al distrito de La Tigra hace la sugerencia de establecer nuevas sucursales fuera de la cabecera del cantón; por otra parte un 4% de los clientes municipales cree necesario sugiere implementar un servicio virtual para mejorar el servicio.

De la totalidad de contribuyentes por servicio de agua que pertenece al distrito de La Palmera, un 3% de ellos sugiere el establecimiento de sucursales a lo largo del cantón; por otro lado, un 1% hace la sugerencia de implementar un sistema virtual para mejorar el servicio, mientras que otro 1% de los usuarios no hace sugerencias.

Un único 5% de los contribuyentes por servicio de agua que pertenece al distrito de Venado, sugiere establecer nuevas sucursales municipales con el fin de mejorar el servicio que se brinda a los usuarios.

Del distrito de Cutris, un 4% del total de contribuyentes por servicio de agua, hace la sugerencia de incluir un sistema virtual para mejorar el servicio que se brinda al usuario; además, un 4% sugiere el establecimiento de nuevas sucursales fuera de la cabecera cantonal.

Con el fin de mejorar el servicio que brinda la municipalidad, un 4% del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Monterrey sugiere establecer puntos más accesibles para atender al usuario; un 3% considera importante el establecimiento de sucursales; y un 1% sugiere la implementación de un servicio virtual.

Un 4% del total de contribuyentes por servicio de agua perteneciente al distrito de Pocosol, sugiere el establecimiento de nuevas sucursales para mejorar el servicio que brinda la municipalidad; además, un 3% de los usuarios considera importante definir puntos de atención de mayor accesibilidad; y un 1% sugiere un servicio más virtualizado.



4.1.12. Parámetros sugerentes servicio de Basura

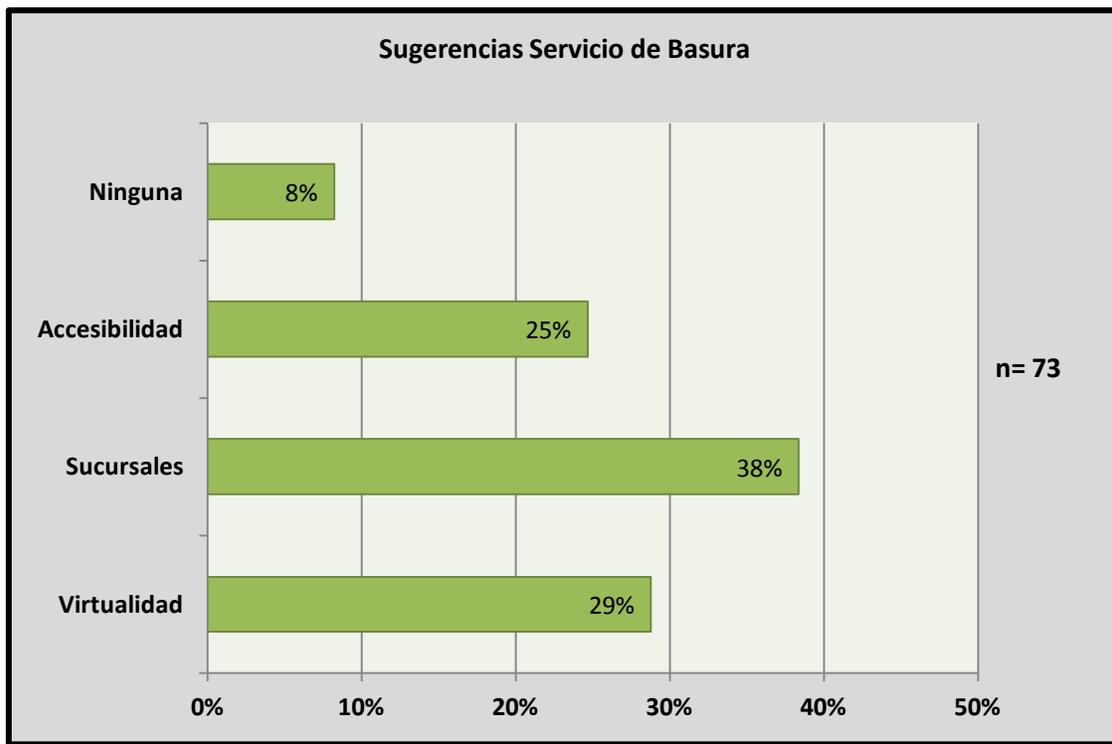


Figura 75. Gráfico: Sugerencias servicio de Basura

Fuente: Elaboración propia

Para mejorar el servicio de basura, el 38% de los contribuyentes sugirió establecer más sucursales en el cantón; el 29% considera importante implementar un servicio completo virtual y el 25% sugiere crear puntos de accesibilidad para los contribuyentes; mientras que el 8% no realizó sugerencias a este servicio.



4.1.12.1. Sugerencias Servicio Basura – por distrito

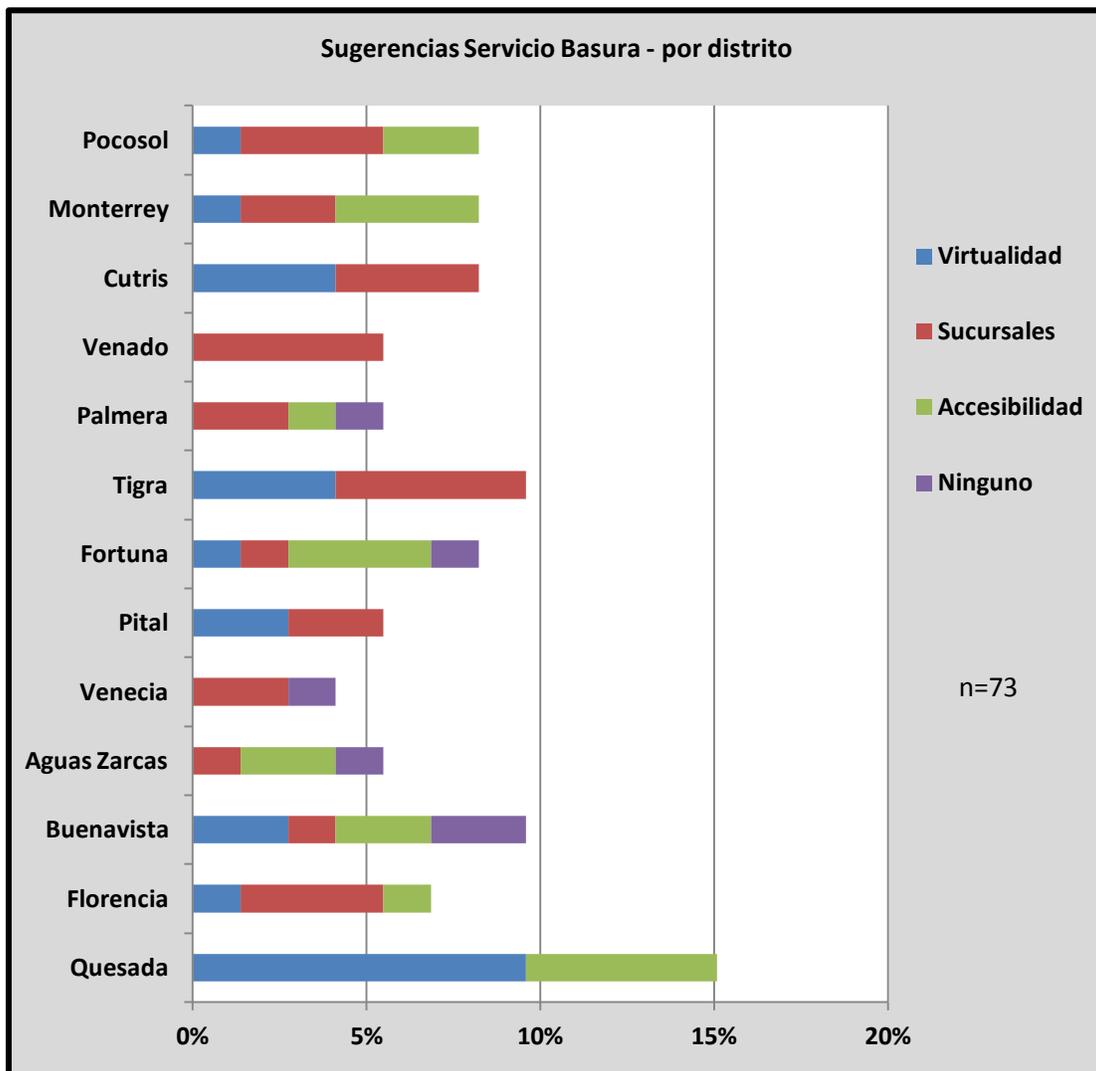


Figura 76. Gráfico: Sugerencias Servicio Basura – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total de contribuyentes por servicio de basura que pertenece al distrito Quesada, un 10% de los ellos sugiere implementar la virtualidad para mejorar el servicio que recibe de la municipalidad; y un 5% considera importante definir puntos de accesibilidad para la población.

Un 4% del total de los usuarios por servicio de basura y que pertenece al distrito de Florencia, sugiere como forma para mejorar la atención a los contribuyentes el



establecimiento de sucursales municipales en otras partes del cantón; además un 1% cree importante incorporar un sistema virtual en el proceso de mejora del servicio; y otro 1% sugiere la creación de puntos de atención más accesibles a la comunidad del cantón.

Del total de contribuyentes por servicio de basura, un 3% de los que pertenece al distrito de Buenavista, realiza la sugerencia para que la plataforma pueda brindar un servicio virtual; igualmente, un 3% sugiere crear puntos de accesibilidad para mejorar el servicio; mientras que otro 3% no realiza sugerencias al respecto, un 1% cree importante establecer nuevas sucursales fuera de la cabecera cantonal.

Del total de los usuarios por servicio de basura que pertenece al distrito de Aguas Zarcas, un 3% de ellos sugiere establecer puntos de accesibilidad para la población; y un 1% considera importante el establecimiento de nuevas sucursales municipales; finalmente un 1% de los contribuyentes no hace sugerencias para mejorar el servicio que se ofrece.

El 3% de los contribuyentes por servicio de basura que pertenece al distrito de Venecia, sugiere colocar nuevas sucursales municipales fuera de la cabecera cantonal; mientras que un 1% de los usuarios no hizo sugerencias al respecto.

Del total de contribuyentes por servicio de basura que pertenece al distrito de Pital, un 3% de ellos propone implementar un sistema virtual; también un 3% de los usuarios sugiere el establecimiento de sucursales municipales en áreas estratégicas para mejorar el servicio que recibe el contribuyente.

El 4% de los contribuyentes por servicio de basura que pertenece al distrito de Fortuna, sugirió el optar por un servicio virtual; un 1% de los contribuyentes cree importante introducir más opciones accesibles a los usuarios; mientras que otro 1% opina que es mejor ubicar nuevas sucursales; y un 1% no sugiere ningún parámetro para impulsar las mejoras en el servicio.



Del total de contribuyentes por servicio de basura, un 5% de ellos considera importante establecer nuevas sucursales; mientras que un 4% sugiere brindar un servicio virtual.

De la totalidad de usuarios por servicio de basura que pertenecen al distrito de La Palmera, un 3% de los contribuyentes sugiere ubicar sucursales municipales fuera de la cabecera del cantón; un 1% sugiere crear puntos de accesibilidad para mejorar el servicio; y otro 1% no realiza sugerencias al servicio.

Un 5% de los contribuyentes por servicio de basura pertenecientes al distrito de Venado sugiere el establecimiento de nuevas sucursales municipales en puntos estratégicos del cantón con el fin de mejorar el servicio que se brinda a los usuarios.

Con el fin de mejorar el servicio de basura, el 4% de los contribuyentes pertenecientes al distrito de Cutris realiza la sugerencia de que la plataforma pueda brindar un servicio virtual; mientras que otro 4% sugiere establecer nuevas sucursales municipales.

Del total de usuarios por servicio de basura que pertenece al distrito de Monterrey, un 4% sugiere crear puntos de accesibilidad para mejorar el servicio; un 3% de los contribuyentes considera importante establecer nuevas sucursales; y un 1% realiza la sugerencia de que la plataforma pueda ofrecer un servicio virtual a la comunidad.

De la totalidad de los contribuyentes por servicio de basura que pertenece al distrito de Pocosol, un 4% cree importante establecer nuevas sucursales municipales fuera de la cabecera del cantón; mientras que un 3% sugiere crear puntos de accesibilidad para mejorar el servicio; y un 1% de los usuarios sugiere brindar un servicio virtual.



4.1.13. Recomendaciones Generales

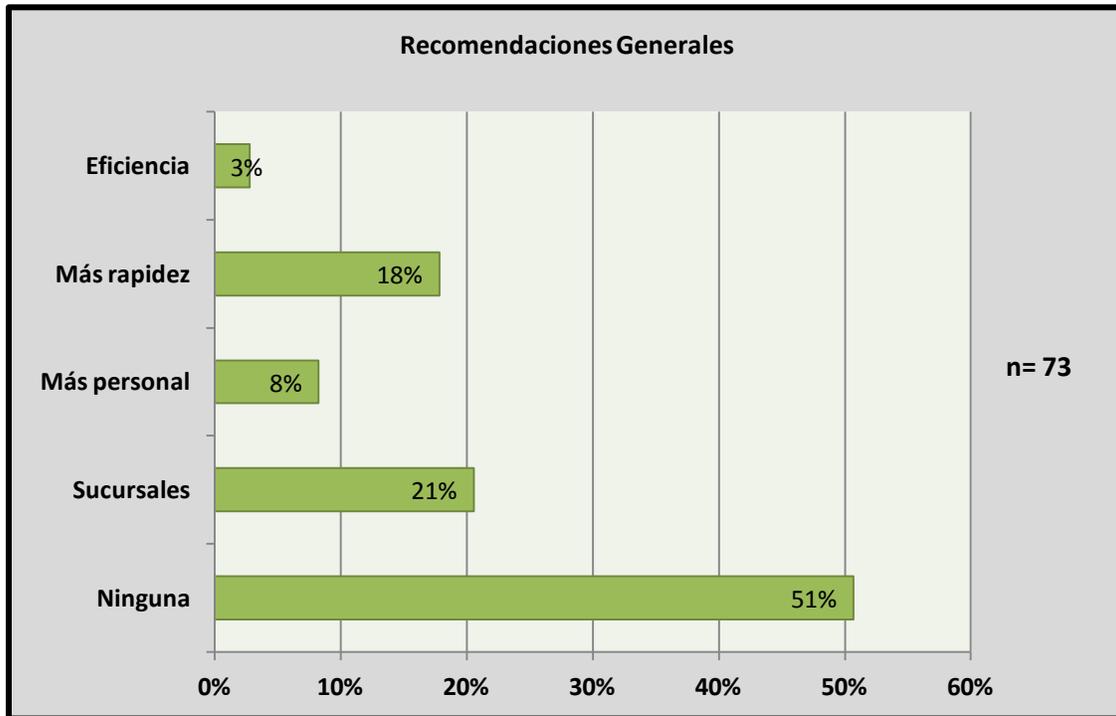


Figura 77. Gráfico: Recomendaciones Generales

Fuente: Elaboración propia

Los contribuyentes entrevistados realizaron recomendaciones a nivel general dirigidos a la plataforma y el departamento de la Administración Tributaria. El 51% de los usuarios no hace ninguna recomendación. El 21% de los contribuyentes considera de vital importancia la implementación de sucursales en otras zonas del cantón sancarleño; por otro lado el 18% considera que la plataforma debería brindar una atención más rápida a sus contribuyentes. Además el 8% recomienda la ampliación del personal para agilizar los trámites; y el 3% recomienda a la plataforma de servicios ser más eficiente.



4.1.14. Recomendaciones Generales – por distrito

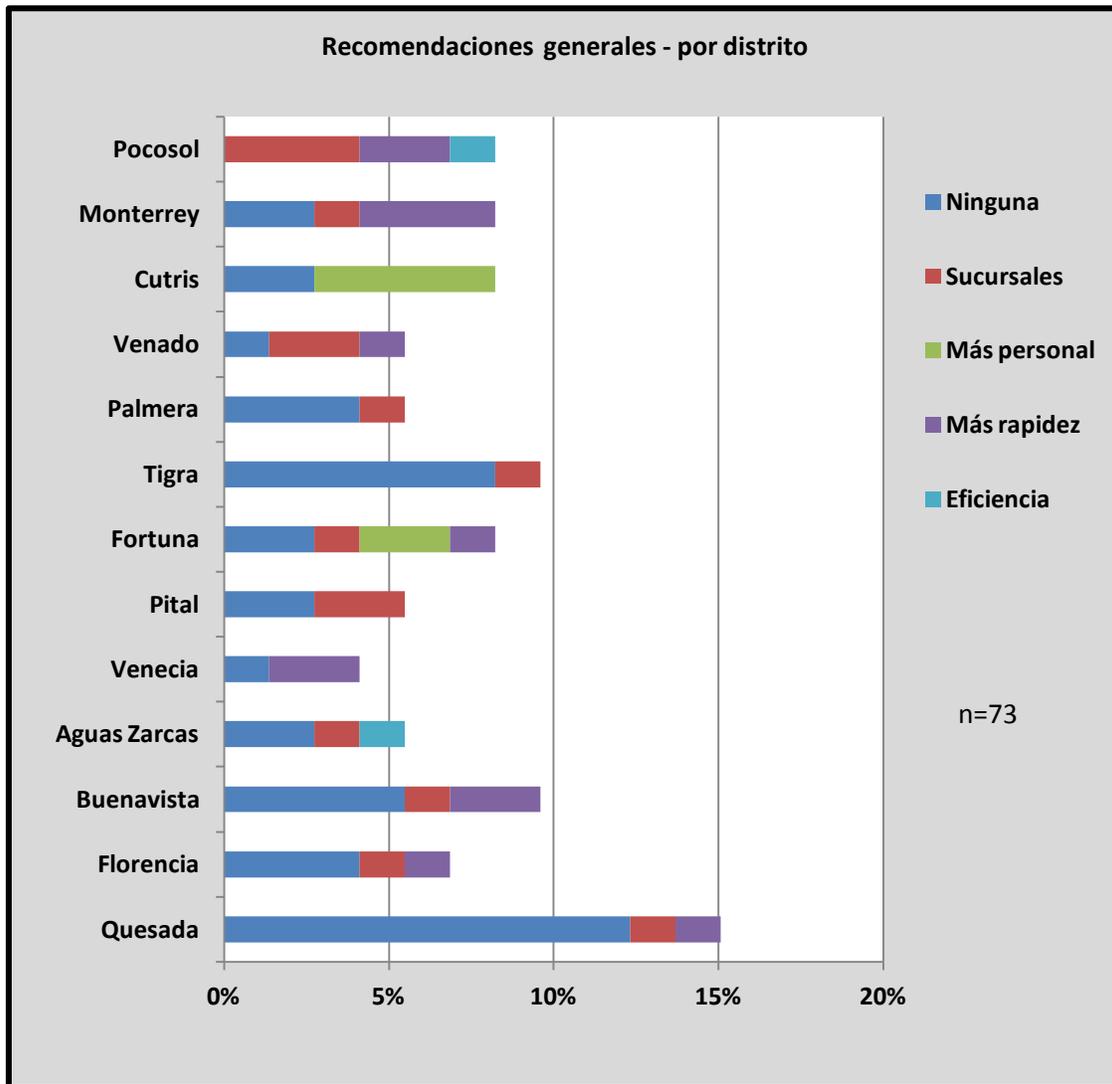


Figura 78. Gráfico: Recomendaciones generales – por distrito

Fuente: Elaboración propia

Del total perteneciente al distrito Quesada, un 12% de los contribuyentes no realiza recomendaciones en general para mejorar el servicio que se brinda en la plataforma de servicios; por otro lado, un 1% de los usuarios recomienda implementar nuevas sucursales en otras zonas del cantón; y otro 1% de los contribuyentes considera que la plataforma debería brindar una atención con mayor rapidez.



De la totalidad de contribuyentes que pertenece al distrito de Florencia, un 4% no realiza recomendaciones en general para mejorar el servicio que se brinda en la plataforma de servicios; mientras que un 1% recomienda establecer sucursales municipales en el cantón; y un 1% recomienda a la plataforma desempeñarse con más rapidez.

Del total de contribuyentes que pertenece al distrito de Buenavista, un 5% no hace recomendaciones para mejorar el servicio que se brinda en plataforma; mientras que un 3% de los usuarios recomienda que los colaboradores brinden una atención con mayor rapidez; y un 1% considera importante establecer sucursales municipales en el cantón.

De los contribuyentes pertenecientes al distrito de Aguas Zarcas, un 3% no realiza recomendaciones para mejorar el servicio que se ofrece en plataforma; mientras que un 1% hace la recomendación de establecer nuevas sucursales a lo largo del cantón; y un 1% recomienda a la plataforma de servicios ser más eficiente.

El 3% del total de contribuyentes que pertenece al distrito de Venecia recomienda a la plataforma de servicios brindar una atención más rápida; mientras que el 1% no hace recomendaciones al respecto.

Del total de contribuyentes pertenecientes al distrito de Pital, un 3% no realiza recomendaciones generales para mejorar el servicio en la plataforma; por otra parte, otro 3% de los usuarios recomienda establecer nuevas sucursales municipales en diferentes puntos del cantón.

De la totalidad de entrevistados que pertenece al distrito de Fortuna, un 3% de los usuarios no realiza recomendaciones generales para el servicio que se brinda; por otro lado, un 3% recomienda aumentar el personal para mejorar el servicio; además un 1% de los contribuyentes considera necesario el establecimiento de nuevas sucursales en puntos fuera de la cabecera cantonal; y un 1% recomienda que se trabaje con mayor rapidez.



Del total de contribuyentes que pertenecen a La Tigra, un 8% de los entrevistados del distrito no realiza recomendaciones para mejorar el servicio que ofrece la plataforma a la población sancarleña; mientras que un 1% de los usuarios considera importante el establecimiento de sucursales municipales en puntos estratégicos del cantón.

Un 4% de la población entrevistada perteneciente al distrito de La Palmera no realiza recomendaciones para mejorar el servicio que brinda la plataforma al contribuyente; por otro lado, un 1% de los usuarios recomiendan establecer sucursales en otras partes del cantón.

De la totalidad de contribuyentes que pertenece al distrito de Venado, un 3% de los usuarios recomienda establecer sucursales en puntos estratégicos del cantón; mientras que un 1% no brinda recomendaciones generales para mejorar el servicio que brinda la plataforma; y un 1% recomienda que la plataforma de servicios realice sus funciones con mayor rapidez.

Del total de usuarios entrevistados que pertenece al distrito de Cutris, un 5% recomienda en forma general que se incluya más personal para que la plataforma de servicios, muestre una mejoría al atender a los contribuyentes; mientras que un 3% no realiza recomendaciones al respecto.

Del total de los contribuyentes que pertenece al distrito de Monterrey, el 4% recomienda en forma general que la plataforma de servicios brinde una atención más rápida a la población; mientras que un 3% no realiza recomendaciones para mejorar el servicio; y un 1% recomienda el establecimiento de sucursales fuera de la cabecera del cantón.

Del total de contribuyentes que pertenece al distrito de Pocosol, un 4% de los usuarios recomienda establecer sucursales en otros puntos del cantón; un 3% le recomienda a la plataforma brindar una atención más rápida a la población con el fin de mejorar el servicio; y un 1% recomienda que sean más eficientes en los respectivos trámites.



4.2. Análisis de resultados

Luego de la recolección de los datos y su tabulación se procede a la elaboración de los gráficos. Después de establecer la visualización gráfica de los datos y sus respectivas descripciones; se hace necesaria, en una investigación como ésta, el análisis de la información que se obtuvo.

Se analizan los resultados con el fin de tomar decisiones concisas y pertinentes para el departamento de Administración Tributaria con respecto a la plataforma de servicios y la atención que brinda el personal al contribuyente.

A continuación se formula el diagnóstico general de cada uno de los procesos del departamento tributario. Se comparan los servicios de bienes inmuebles, patentes municipales y de licores, servicio de cementerio, de agua, y el servicio de basura; para cada uno se plantea una serie de variables calificativas para que los contribuyentes evaluaran el servicio en general.

En el siguiente cuadro (Tabla 1) se puede apreciar que para todos los procesos estudiados en la investigación, tomando en cuenta todos los distritos en general, más de la mitad de los entrevistados calificaron como muy bueno y excelente de acuerdo a las variables de evaluación establecidas; cabe destacar que para el servicio bienes inmuebles más del 50% de los contribuyentes ubica el aspecto tramitología entre los rangos malo y regular.

Es importante mencionar que las variables calificadas son: calidad del servicio, servicio al cliente, tiempo de respuesta, rapidez en el proceso y actitud del personal.



| Diagnóstico de Procesos | | Muy Malo | Malo | Regular | Muy bueno | Excelente |
|-------------------------|----------------------|----------|------|---------|-----------|-----------|
| Calidad del servicio | Bienes Inmuebles | 0% | 14% | 18% | 54% | 14% |
| | Patentes Municipales | 0% | 0% | 14% | 36% | 50% |
| | Patentes de Licores | 0% | 0% | 17% | 33% | 50% |
| | Cementerio | 0% | 0% | 0% | 83% | 17% |
| | Agua | 0% | 9% | 27% | 45% | 18% |
| | Basura | 0% | 13% | 25% | 25% | 38% |
| Tramitología | Bienes Inmuebles | 0% | 14% | 39% | 36% | 11% |
| | Patentes Municipales | 0% | 0% | 36% | 43% | 21% |
| | Patentes de Licores | 0% | 0% | 33% | 67% | 0% |
| | Cementerio | 0% | 0% | 50% | 33% | 17% |
| | Agua | 9% | 0% | 18% | 45% | 27% |
| | Basura | 0% | 13% | 25% | 38% | 25% |
| Servicio al cliente | Bienes Inmuebles | 0% | 0% | 21% | 68% | 11% |
| | Patentes Municipales | 0% | 0% | 7% | 64% | 29% |
| | Patentes de Licores | 0% | 0% | 17% | 67% | 17% |
| | Cementerio | 0% | 0% | 0% | 67% | 33% |
| | Agua | 9% | 9% | 0% | 36% | 45% |
| | Basura | 13% | 0% | 0% | 63% | 25% |
| Tiempo de respuesta | Bienes Inmuebles | 0% | 4% | 36% | 39% | 21% |
| | Patentes Municipales | 0% | 0% | 7% | 79% | 14% |
| | Patentes de Licores | 0% | 0% | 50% | 50% | 0% |
| | Cementerio | 0% | 0% | 0% | 83% | 17% |
| | Agua | 9% | 9% | 0% | 36% | 45% |
| | Basura | 13% | 0% | 25% | 13% | 50% |
| Rapidez en el proceso | Bienes Inmuebles | 0% | 14% | 29% | 32% | 25% |
| | Patentes Municipales | 0% | 0% | 36% | 43% | 21% |
| | Patentes de Licores | 0% | 0% | 17% | 83% | 0% |
| | Cementerio | 0% | 0% | 17% | 67% | 17% |
| | Agua | 9% | 9% | 0% | 45% | 36% |
| | Basura | 13% | 0% | 25% | 25% | 38% |
| Actitud del personal | Bienes Inmuebles | 0% | 0% | 25% | 46% | 29% |
| | Patentes Municipales | 0% | 0% | 7% | 50% | 43% |
| | Patentes de Licores | 0% | 0% | 0% | 50% | 50% |
| | Cementerio | 0% | 0% | 0% | 17% | 83% |
| | Agua | 9% | 0% | 9% | 18% | 64% |
| | Basura | 0% | 0% | 0% | 50% | 50% |

Tabla 1. Diagnóstico general de procesos tributarios
Fuente: Elaboración propia



Con respecto al nivel de satisfacción de los usuarios, se logró identificar cuatro puntos importantes a tomar en cuenta para impulsar el mejoramiento en la plataforma de servicios, y motivar la eficiencia en los trámites tributarios.

En primer lugar, se midió el tiempo aproximado que tarda el personal en atender a un contribuyente, al separarlos por distritos se puede notar que la mayoría de la población ha sido atendida en un rango de tiempo entre los 15 y 60 minutos (ver Tabla 2). Los entrevistados consideran que es un tiempo prudencial ya que depende de la cantidad de usuarios que llegan a la municipalidad así transcurre más rápido o más lento el tiempo de atención; sin embargo, ellos mismos aclaran que se podría agilizar aún más el proceso si los colaboradores de la plataforma de servicio se desempeñan con mayor rapidez y sin perder tanto el tiempo.

Por otro lado, la población coincide mayoritariamente en que el trato que se les brinda se ubica entre las variables muy bueno y regular; y cabe destacar como se observa en la Tabla 3 que ninguno de los usuarios considera que el trato recibido es muy malo.

Más del 60% de los contribuyentes están satisfechos porque sus demandas siempre han sido solucionadas de forma positiva, solamente un pequeño porcentaje considera que casi nunca o nunca se han resuelto sus solicitudes.

Finalmente, los niveles de satisfacción en cada uno de los distritos son bastante altos; en ninguna de las comunidades los contribuyentes están más insatisfechos que satisfechos, como se muestra en la Tabla 5 siempre los porcentajes de quienes están muy satisfechos y satisfechos superan a los no satisfechos.

Ya que es importante conocer los aspectos en los cuales debe mejorar el Departamento de Administración Tributaria su plataforma de servicios, se obtuvo de los contribuyentes las principales apreciaciones con respecto a cada proceso; es decir, se plantearon algunas sugerencias tomando en cuenta ciertos



parámetros, por otro lado se dieron recomendaciones en forma general por parte de los mismos usuarios.

Seguidamente se desglosan los procesos seleccionados en esta investigación, de manera que se plasman las sugerencias ofrecidas por los contribuyentes de acuerdo a cada distrito.

Para todos los servicios, los usuarios se muestran más interesados en que se establezcan más sucursales, y de esta forma no tener que trasladarse hasta el Palacio Municipal en Ciudad Quesada; los distritos más interesados en implementar esta idea son los que se encuentran más alejados como La Tigra, Venado, Cutris, Monterrey, y Pocosol.

Por otro lado, los distritos que sugieren un parámetro virtual o de accesibilidad son los más centrales del cantón, por ejemplo: Quesada, Florencia y Buenavista. Otra situación particular que se refleja es que esos mismos parámetros de virtualidad y accesibilidad son sugeridos aún en los distritos alejados pero en procesos con trámites sencillos como: Cementerio, Agua y Basura.



4.2.1. Cuadros resumen de análisis

| CUADRO SEMÁFORO | Grados de alerta ● ● ● | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|--|-------------------------------------|------------------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---|----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---|
| | Tiempo de atención | | | Trato brindado | | | Solución de demandas | | | Satisfacción general | | | | | | |
| Distrito | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | ● | ● | ● | Detalle de propuesta |
| Quesada | | ● | | Ofrecer al personal talleres que los motiven a trabajar con mayor eficiencia y rapidez, ya que el tiempo es uno de los factores que afectan a algunos de los contribuyentes, principalmente los que viven fuera de la cabecera cantonal. | | ● | | Fomentar dentro del departamento una actitud de compromiso con los usuarios para que el trato que reciben los contribuyentes no sea solamente bueno sino excelente. | | | ● | Promover la solución, en la medida de lo posible, de la totalidad de las demandas que los usuarios esperan se les resuelva positivamente. | | | ● | Se recomienda el planteamiento de nuevas estrategias que impulsen un aumento al 100% del grado de satisfacción de los usuarios de la plataforma de servicios. |
| Florencia | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Buenavista | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Aguas Zarcas | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Venecia | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Pital | | ● | | | | ● | | | | ● | | | ● | | | |
| Fortuna | | ● | | | | ● | | | | ● | | | ● | | | |
| Tigra | ● | | | | | ● | | | | ● | | | ● | | | |
| Palmera | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Venado | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Cutris | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Monterrey | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | |
| Pocosol | | ● | | | ● | | | ● | | | ● | | | | | |

Figura 79. Cuadro Semáforo
Fuente: Elaboración propia

Seguimiento:

Tiempo de atención _ ver Figura 58. Gráfico: Tiempo de atención – por distrito

Trato brindado _ ver Figura 60. Gráfico: Trato brindado – por distrito

Solución de demandas _ ver Figura 62. Gráfico: Solución de demandas – por distrito

Satisfacción general _ ver Figura 64. Gráfico: Satisfacción general – por distrito



| Variables a mejorar | Grados de alerta ●●● | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|----------------------|---|---|--|---|---|--------------|--|---|------------|---|--|---|---|---|--|---|--|
| | Eficiencia | | | Más rapidez | | | Más personal | | | Sucursales | | | | | | | | |
| Distrito | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | ● | ● | ● | Detalle de propuesta | | |
| Quesada | | | ● | Ofrecer al personal talleres que los motiven a trabajar con mayor eficiencia y rapidez, ya que el tiempo es uno de los factores que afectan a algunos de los contribuyentes, principalmente los que viven fuera de la cabecera cantonal. | | ● | | Ofrecer al personal talleres que los motiven a trabajar con mayor eficiencia y rapidez, ya que el tiempo es uno de los factores que afectan a algunos de los contribuyentes, principalmente los que viven fuera de la cabecera cantonal. | | | ● | Determinar la importancia real de incluir más personal en el Departamento, propiciando la rapidez en la plataforma de servicios y la satisfacción de los usuarios. | | ● | | Generar un análisis sobre la viabilidad de colocar sucursales municipales en otros distritos o puntos estratégicos de San Carlos, como lo solicita en su mayoría los contribuyentes de los distritos más alejados del cantón | | |
| Florencia | | | ● | | | ● | | | | ● | | | ● | | | | ● | |
| Buenavista | | | ● | | ● | | | | | ● | | | | | | | ● | |
| Aguas Zarcas | | ● | | | | | ● | | | ● | | | | | | | ● | |
| Venecia | | | ● | | ● | | | | | ● | | | | | | | ● | |
| Pital | | | ● | | | | ● | | | ● | | | | | ● | | | |
| Fortuna | | | ● | | | ● | | | | ● | | | | | ● | | | |
| Tigra | | | ● | | | | ● | | | ● | | | | | ● | | | |
| Palmera | | | ● | | | | ● | | | ● | | | | | ● | | | |
| Venado | | | ● | | | ● | | | | ● | | | | | ● | | | |
| Cutris | | | ● | | | | ● | | | ● | | | | | ● | | | |
| Monterrey | | | ● | | | ● | | | | ● | | | | | ● | | | |
| Pocosol | | ● | | | ● | | | ● | | | | ● | | | | | | |

Figura 80. Variables a mejorar por distrito
Fuente: Elaboración propia

Seguimiento:

Variables a mejorar _ ver Figura 77. Gráfico: Recomendaciones Generales

Conclusiones y



Recomendaciones



V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. La gran mayoría de los contribuyentes pertenecen a los distritos de Quesada, Buenavista y La Tigra, por su parte la minoría de los usuarios pertenece al distrito Venecia.
2. La mayor parte de los contribuyentes de los seis procesos definidos para analizar en la investigación pertenecen a los siguientes distritos:
 - Bienes inmuebles = Cutris.
 - Patentes municipales = Monterrey.
 - Patentes de licores = Fortuna.
 - Cementerio = Buenavista, Pital, Tigra, Cutris, Monterrey y Pocosol.
 - Agua = Quesada.
 - Basura = Quesada.
3. Los contribuyentes que pertenecen a los distritos alejados de Ciudad Quesada son los más afectados cuando no son atendidos con eficiencia, a veces son devueltos sin haber sido solucionados sus trámites o incluso pierden su transporte de regreso a las comunidades por la falta de rapidez del personal.
4. Los contribuyentes consideran la calidad del servicio como muy bueno o excelente para todos los procesos; el único aspecto que se encuentra entre los rangos malo y regular según el 50% de los usuarios es la tramitología para el servicio de bienes inmuebles.
5. Entre los 15 y 60 minutos se establece el tiempo aproximado en el cual los usuarios son atendidos por el personal de la plataforma de servicios.



6. Ninguno de los contribuyentes considera muy malo el trato que recibe en la plataforma de servicios; la mayoría de los usuarios recibe un trato muy bueno.
7. A la mayor parte de los contribuyentes se les ha solucionado sus demandas en forma positiva; por el contrario, a menos de la mitad de los usuarios no se les resuelven sus solicitudes de la forma en que ellos esperan.
8. Los contribuyentes satisfechos superan en cantidad a los que están insatisfechos, esto a nivel general, tomando en cuenta el buen trato recibido, la rapidez en la mayoría de los casos y la respuesta recibida por parte de los funcionarios.
9. La respuesta de los contribuyentes a sugerir parámetros para mejorar el servicio de la plataforma municipal, se centra principalmente en el establecimiento de sucursales en los distritos alejados de Ciudad Quesada.
10. Para los servicios de cementerio, agua y basura, es más conveniente implementar un parámetro virtual y de accesibilidad; de igual forma para todos los servicios pero en los distritos más céntricos del cantón.



5.2 RECOMENDACIONES

1. Al Departamento de Administración Tributaria de la Municipalidad de San Carlos se le recomienda considerar las sugerencias brindadas por los mismos usuarios para mejorar el servicio que se les brinda; y de esa forma aumentar el nivel de satisfacción de los contribuyentes sancarleños con respecto a la plataforma de servicios.
2. Se recomienda que para decidir con respecto a la implementación de estrategias para aumentar el grado de satisfacción de los usuarios, se aprovechen los aspectos que resultaron con mayor porcentaje en la investigación y favorecen más al departamento tributario.
3. Aprovechar los puntos fuertes que según consideran los contribuyentes tiene el personal de la plataforma de servicios, con el fin de minimizar las variables que resultaron con un menor porcentaje.
4. Generar un análisis sobre la viabilidad de colocar sucursales municipales en otros distritos o puntos estratégicos de San Carlos, como lo solicita en su mayoría los contribuyentes de los distritos más alejados del cantón.
5. Se recomienda realizar un estudio adicional para determinar qué tan posible es el manejar un sistema completamente virtual evitando que los contribuyentes tengan que trasladarse hasta el Palacio Municipal para efectuar algunos trámites municipales.
6. Ofrecer al personal talleres que los motiven a trabajar con mayor eficiencia y rapidez, ya que el tiempo es uno de los factores que afectan a algunos de los contribuyentes, principalmente los que viven fuera de la cabecera cantonal.



7. Determinar la importancia real de incluir más personal en el Departamento, propiciando la rapidez en la plataforma de servicios y la satisfacción de los usuarios.
8. Fomentar dentro del departamento una actitud de compromiso con los usuarios para que el trato que reciben los contribuyentes no sea solamente bueno sino excelente.
9. Promover la solución, en la medida de lo posible, de la totalidad de las demandas que los usuarios esperan se les resuelva positivamente.
10. Se recomienda el planteamiento de nuevas estrategias que impulsen un aumento al 100% del grado de satisfacción de los usuarios de la plataforma de servicios, considerando todas las variables señaladas en el presente estudio que promueven la eficiencia del Departamento de Administración Tributaria.

Referencias



Bibliográficas



VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D. K. (2001). *Investigación de Mercados*. México: Limusa S.A.
- Barquero, R. R. (2012). *Administración Estratégica. Material didáctico del curso Estrategia Empresarial Tecnológico de Costa Rica*.
- Barrantes, G. I. (2009). *Investigación de Mercados Generadora de Estrategias para la compañía Maxiservicios Meco*.
- Builes, M. T., Velásquez, L., & Oquendo, E. D. (2004). *Segmentación del mercado*. Medellín.
- Carvajal, M. Z. (2011). *Planeamiento de la Investigación. Material didáctico Tecnológico de Costa Rica*.
- Echavarría, R. B. (2002). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo*. San José, Costa Rica: EUNED.
- ESIC Business & Marketing School; CEEI Valencia. (2008). *Análisis de Satisfacción del Cliente. Ventas y marketing*. Valencia: IMPIVA.
- Hidalgo, G. (2012). *Material didáctico del curso Formulación y Evaluación de Proyectos. Tecnológico de Costa Rica. Elementos Básicos de un Proyecto de Inversión: Estudio de Mercado*.
- IFAM. (2006). *Recursos Municipales*. En *Fundamentos de Finanzas Municipales* (pág. 32). San José.
- Kinney, T., & Taylor, J. (1998). *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado*. México: Prentice Hall Hispanoamérica.
- Kinney, T., & James, R. (1993). *Investigación de Mercados*. México: Mac Graw Hill.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2008). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. *Dirección de mercadotecnia, análisis, planeación, implementación, y control*. Prentice Hall. 8va ed.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Marketing para Latinoamérica*. México: Pearson Education.
- Lanzillotta, A. (2004). *Master Magazine*. Recuperado el 5 de 8 de 2012, de Master Magazine: <http://www.mastermagazine.info/termino/4012.php>
- Orozco, L. R. (2008). "La Actividad Tributaria Municipal: situación actual y propuesta de reforma normativa"., (pág. 34). San José.



Ronda, G. (2002). *Gestiopolis*. Recuperado el 8 de agosto de 2012, de Gestipolis:
<http://www.gestiopolis.com>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

Solano, G. A., Solano, R. B., & Rodríguez, L. C. (2012). *Manual de Metodología de la Investigación*.

Thompson, A., & Stickland, A. (2004). *Administración Estratégica: textos y casos*. McGraw Hill.

Villalobos, C. (2011). Material didáctico. Curso Mercadotecnia II Tecnológico de Costa Rica.
Investigación de Mercados .

Weiers, R. (1986). *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado*. México: Mac Graw Hill.

Weiers, R. M. *Investigación de Mercados*.

Zikmund, W. G., & Babin, B. J. *Investigación de Mercados*.



Apéndices



VII. APÉNDICES

7.1. Cuestionario Usuarios Plataforma de Servicios

Introducción

Con el fin de conocer su opinión con respecto al servicio brindado por la Plataforma de Servicios de la Municipalidad de San Carlos, y ofrecerle una atención de mayor calidad requerimos de su colaboración para contestar el siguiente cuestionario. La información aquí tratada será utilizada de forma responsable y confidencial; tiene como fin principal medir el grado de satisfacción de los contribuyentes municipales en la plataforma de servicios.

Información General

1. Distrito al que pertenece

- | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Quesada | <input type="checkbox"/> f. Pital | <input type="checkbox"/> k. Cutris |
| <input type="checkbox"/> b. Florencia | <input type="checkbox"/> g. Fortuna | <input type="checkbox"/> l. Monterrey |
| <input type="checkbox"/> c. Buenavista | <input type="checkbox"/> h. Tigra | <input type="checkbox"/> m. Pocosol |
| <input type="checkbox"/> d. Aguas Zarcas | <input type="checkbox"/> i. Palmera | |
| <input type="checkbox"/> e. Venecia | <input type="checkbox"/> j. Venado | |

2. Tipo de contribuyente

- a. Bienes Inmuebles (pase a la preg. #3)
- b. Patentes Municipales (pase a la preg. #4)
- c. Patentes de Licores (pase a la preg. #5)
- d. Cementerio (pase a la pregunta. #6)
- e. Agua (pase a la preg. #7)
- f. Basura (pase a la preg. #8)



Evaluación de servicios

A continuación se mencionan una serie de variables para cada uno de los servicios de la plataforma de atención a los usuarios; califique las variables del servicios correspondiente con un (5) si lo considera excelente, un (4) si lo considera muy bueno, (3) si lo considera regular, un (2) si lo considera malo, y un (1) si lo considera muy malo.

3. Servicio Bienes Inmuebles (pase a la preg. #9)

| Variables | (5) Excelente | (4) Muy Bueno | (3) Regular | (2) Malo | (1) Muy Malo |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| a. Calidad del servicio | | | | | |
| b. Tramitología | | | | | |
| c. Servicio al cliente | | | | | |
| d. Tiempo de respuesta | | | | | |
| e. Rapidez en el proceso | | | | | |
| f. Actitud del personal | | | | | |
| g. Recomendación: | | | | | |

4. Servicio Patentes Municipales (pase a la preg. #9)

| Variables | (5) Excelente | (4) Muy Bueno | (3) Regular | (2) Malo | (1) Muy Malo |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| a. Calidad del servicio | | | | | |
| b. Tramitología | | | | | |
| c. Servicio al cliente | | | | | |
| d. Tiempo de respuesta | | | | | |
| e. Rapidez en el proceso | | | | | |
| f. Actitud del personal | | | | | |
| g. Recomendación: | | | | | |



5. Servicio Patentes de Licores (pase a la preg. #9)

| Variables | (5) Excelente | (4) Muy Bueno | (3) Regular | (2) Malo | (1) Muy Malo |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| a. Calidad del servicio | | | | | |
| b. Tramitología | | | | | |
| c. Servicio al cliente | | | | | |
| d. Tiempo de respuesta | | | | | |
| e. Rapidez en el proceso | | | | | |
| f. Actitud del personal | | | | | |
| g. Recomendación: | | | | | |

6. Servicio Cementerio (pase a la preg. #9)

| Variables | (5) Excelente | (4) Muy Bueno | (3) Regular | (2) Malo | (1) Muy Malo |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| a. Calidad del servicio | | | | | |
| b. Tramitología | | | | | |
| c. Servicio al cliente | | | | | |
| d. Tiempo de respuesta | | | | | |
| e. Rapidez en el proceso | | | | | |
| f. Actitud del personal | | | | | |
| g. Recomendación: | | | | | |

7. Servicio Agua (pase a la preg. #9)

| Variables | (5) Excelente | (4) Muy Bueno | (3) Regular | (2) Malo | (1) Muy Malo |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| a. Calidad del servicio | | | | | |
| b. Tramitología | | | | | |
| c. Servicio al cliente | | | | | |
| d. Tiempo de respuesta | | | | | |
| e. Rapidez en el proceso | | | | | |
| f. Actitud del personal | | | | | |
| g. Recomendación: | | | | | |



8. Servicio Basura

| Variables | (5) Excelente | (4) Muy Bueno | (3) Regular | (2) Malo | (1) Muy Malo |
|--------------------------|------------------|------------------|----------------|-------------|-----------------|
| a. Calidad del servicio | | | | | |
| b. Tramitología | | | | | |
| c. Servicio al cliente | | | | | |
| d. Tiempo de respuesta | | | | | |
| e. Rapidez en el proceso | | | | | |
| f. Actitud del personal | | | | | |
| g. Recomendación: | | | | | |

9. De acuerdo a los siguientes rangos en minutos, ¿cuánto tiempo debe esperar usualmente para ser atendido en la plataforma de servicios?

- a. Menos de 5 min. d. De 30 a 60 min.
 b. De 5 a 14 min. e. Más de 60 min.
 c. De 15 a 29 min.

10. En forma general, el trato brindado por el personal a los usuarios es determinado como:

- a. Excelente d. Malo
 b. Muy bueno e. Muy malo
 c. Regular

11. ¿La plataforma de servicios ha solucionado sus demandas de la forma esperada?

- a. Siempre d. Casi nunca
 b. Casi siempre e. Nunca
 c. A veces



7.2. Tablas sobre nivel general de satisfacción de los contribuyentes

| Tiempo de atención | | Rango en minutos | | | | |
|--------------------|--------------|------------------|-----------|------------|------------|-----------|
| | | Menos de 5 | De 5 a 14 | De 15 a 29 | De 30 a 60 | Más de 60 |
| Distrito | Quesada | 4% | 4% | 3% | 4% | 0% |
| | Florenia | 0% | 0% | 1% | 5% | 0% |
| | Buenavista | 4% | 1% | 3% | 1% | 0% |
| | Aguas Zarcas | 3% | 1% | 1% | 0% | 0% |
| | Venecia | 0% | 0% | 1% | 3% | 0% |
| | Pital | 0% | 0% | 1% | 3% | 1% |
| | Fortuna | 0% | 0% | 4% | 3% | 1% |
| | Tigra | 0% | 3% | 4% | 0% | 3% |
| | Palmera | 1% | 0% | 4% | 0% | 0% |
| | Venado | 1% | 0% | 3% | 1% | 0% |
| | Cutris | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% |
| | Monterrey | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% |
| | Pocosol | 0% | 3% | 1% | 4% | 0% |

Tabla 2. Análisis: Tiempo de atención
Fuente: Elaboración propia

| Trato Brindado | | Variables | | | | |
|----------------|--------------|-----------|-----------|---------|------|----------|
| | | Excelente | Muy bueno | Regular | Malo | Muy malo |
| Distrito | Quesada | 5% | 5% | 3% | 1% | 0% |
| | Florenia | 3% | 3% | 1% | 0% | 0% |
| | Buenavista | 1% | 4% | 4% | 0% | 0% |
| | Aguas Zarcas | 0% | 4% | 1% | 0% | 0% |
| | Venecia | 0% | 4% | 0% | 0% | 0% |
| | Pital | 0% | 4% | 1% | 0% | 0% |
| | Fortuna | 0% | 7% | 1% | 0% | 0% |
| | Tigra | 0% | 5% | 4% | 0% | 0% |
| | Palmera | 3% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| | Venado | 0% | 4% | 1% | 0% | 0% |
| | Cutris | 0% | 7% | 1% | 0% | 0% |
| | Monterrey | 1% | 7% | 0% | 0% | 0% |
| | Pocosol | 1% | 3% | 4% | 0% | 0% |

Tabla 3. Análisis: Trato brindado
Fuente: Elaboración propia



| Solución de Demandas | | Variables | | | | |
|----------------------|--------------|-----------|--------------|---------|------------|-------|
| | | Siempre | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Nunca |
| Distrito | Quesada | 10% | 3% | 1% | 1% | 0% |
| | Florencia | 0% | 4% | 3% | 0% | 0% |
| | Buenavista | 4% | 1% | 1% | 0% | 0% |
| | Aguas Zarcas | 4% | 1% | 0% | 0% | 0% |
| | Venecia | 1% | 1% | 1% | 0% | 0% |
| | Pital | 3% | 0% | 3% | 0% | 0% |
| | Fortuna | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| | Tigra | 7% | 1% | 1% | 0% | 0% |
| | Palmera | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| | Venado | 3% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| | Cutris | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| | Monterrey | 7% | 1% | 0% | 0% | 0% |
| | Pocosol | 7% | 0% | 1% | 0% | 0% |

Tabla 4. Análisis: Solución de demandas
Fuente: Elaboración propia

| Nivel de Satisfacción | | Variables | | | | |
|-----------------------|--------------|----------------|------------|-------------------------------|--------------|------------------|
| | | Muy satisfecho | Satisfecho | Ni satisfecho ni insatisfecho | Insatisfecho | Muy insatisfecho |
| Distrito | Quesada | 5% | 7% | 0% | 3% | 0% |
| | Florencia | 0% | 4% | 3% | 0% | 0% |
| | Buenavista | 1% | 5% | 3% | 3% | 0% |
| | Aguas Zarcas | 3% | 1% | 1% | 0% | 0% |
| | Venecia | 0% | 4% | 0% | 0% | 0% |
| | Pital | 1% | 3% | 1% | 0% | 0% |
| | Fortuna | 0% | 5% | 3% | 0% | 0% |
| | Tigra | 1% | 5% | 3% | 0% | 0% |
| | Palmera | 4% | 1% | 0% | 0% | 0% |
| | Venado | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% |
| | Cutris | 0% | 8% | 0% | 0% | 0% |
| | Monterrey | 1% | 7% | 0% | 0% | 0% |
| | Pocosol | 1% | 5% | 1% | 0% | 0% |

Tabla 5. Análisis: Nivel de satisfacción
Fuente: Elaboración propia



Anexos



VIII. ANEXOS

8.1. Resumen Manual Operativo de Plataforma de Servicios

Actualización Agosto 2012

Responsable: Liduvina Alemán García

OBJETIVO: Brindar un servicio de alta calidad, ASESORANDO a nuestros clientes del Cantón de San Carlos, para realizar con más facilidad las solicitudes y diferentes tramites que necesitan, mediante de una Plataforma de Servicios; con el fin de mejorar los ingresos municipales.

PROCESOS:

1. PROCESO DE BIENES INMUEBLES

Procedimientos:

- ✓ Declaración Digital de Bienes Inmuebles.
- ✓ Sacar el área por porcentaje para valorar
- ✓ Traspaso de propiedad
- ✓ Inclusión de propiedad y derechos
- ✓ Corrección: eliminación, inclusión, de derechos o pendientes de las propiedades.
- ✓ Prescripciones
- ✓ Exoneración de BIEN UNICO, Art. 4 de la Ley de Bienes Inmuebles.
- ✓ Exoneración por Ley
- ✓ Exoneración de parcelas del IDA de bienes inmuebles.



2. PROCESO DE PATENTES MUNICIPALES

Procedimientos:

- ✓ Solicitud de patentes comerciales
- ✓ Renovación certificados de patente comercial
- ✓ Traspaso de patente comercial
- ✓ Solicitud ampliación de patente comercial
- ✓ Cambio de actividad de patente comercial
- ✓ Inclusión actividad de patente comercial
- ✓ Solicitud de traslado de patente comercial
- ✓ Retiro de patente comercial
- ✓ Declaración de patente comercial
- ✓ Declaración extracción de tajos
- ✓ Permiso de Espectáculo publico

3. PROCESO PATENTE LICORES

Procedimientos:

- ✓ Renovación patente de licores
- ✓ Traspaso patente de licores
- ✓ Traslado patente de licores
- ✓ Inactividad patente de licores



4. PROCESO CEMENTERIO

Procedimientos:

- ✓ Contrato de Cementerio nuevo
- ✓ Renovación Contrato de Cementerio
- ✓ Traspaso de cementerio
- ✓ Permiso de construcción de nichos en el cementerio
- ✓ Defunciones en parcelas cementerio
- ✓ Exhumación en parcelas del cementerio
- ✓ Renuncias de parcelas del Cementerio

5. PROCESO SOLICITUD DE AGUA

Procedimientos:

- ✓ Solicitud de medidor de agua
- ✓ Inclusión basuras
- ✓ Basura esporádica por metro cúbico
- ✓ Solicitud de constancias municipales
- ✓ Solicitud de certificación municipal
- ✓ Constancias de valor (Certificación del valor de la propiedad)



8.2. Listado de los contribuyentes

| Nombre | Distrito | Teléfono |
|---|----------|-----------|
| MONTERO AGUILAR CARMEN OFELIA | 01 | 2460-8256 |
| MIRANDA PANIAGUA LUBIN | 01 | 2460-8258 |
| SIBAJA MONGE FREDDY DE LA TRINIDAD | 01 | 2460-9757 |
| SALAS MONTERO ANA ISABEL | 01 | 2460-0609 |
| ROJAS CAMPOS ISABEL MARINA | 01 | 2460-2550 |
| SALAS MONTERO CARLOS FRANCISCO | 01 | 2460-5060 |
| MORENO SABALLO ALICIAS | 01 | 2460-7018 |
| VILLALOBOS MONGRILLO ROLANDO | 01 | 2460-6696 |
| GONZALEZ JIMENEZ MARIA ISABEL | 01 | 2460-7665 |
| VILLEGAS ARAYA MARIA CECILIA | 01 | 2460-9068 |
| MENA MEDINA JOSEFA | 01 | 2460-5730 |
| MATAMOROS ARAYA ELIZABETH | 01 | 2461-2008 |
| CABEZAS HIDALGO CARMEN | 01 | 2460-0711 |
| RODRIGUEZ MURILLO MARIA DE LOS ANGELES | 02 | 2475-6194 |
| MONGE SIBAJA GUIDO ALFONSO | 02 | 2475-1542 |
| CAMPOS CORRALES JEANNETTE | 02 | 2475-8183 |
| CORDERO PEÑARANDA ALEXANDER | 02 | 2475-8048 |
| OVIEDO SALAS MARLENE | 02 | 2475-5881 |
| RODRIGUEZ RUIZ CESAR | 02 | 2475-5668 |
| RODRIGUEZ ARAYA FRANCISCO | 03 | 2260-3493 |
| BRENES RODRIGUEZ MARIA YANETH | 03 | 2471-7268 |
| MENDEZ QUESADA MILENA DE LOS ANGELES | 03 | 2460-8709 |
| MIRANDA MIRANDA RAFAEL ANGEL | 03 | 2460-8896 |
| VARGAS CHAVES FLORIBETH | 03 | 2460-8704 |
| BENAVIDEZ ESQUIVLE MIRIAN DEL CARMEN | 03 | 2460-8724 |
| NAVARRO GONZALEZ JUAN LUIS | 03 | 2460-6042 |
| SANCHEZ SALAS MAURICIO | 04 | 2473-2086 |
| GUZMAN AGUILAR RANDALL | 04 | 2474-4065 |
| QUESADA ELIZONDO ANA ISABEL | 04 | 2473-3376 |
| MADRIGAL MARTINEZ MARVIN DE LOS ANGELES | 04 | 2474-3217 |
| ORTIZ JARQUIN EVELYNG CAROLINA | 04 | 2474-3273 |
| ALFARO BARQUERO CARLOS MANUEL | 04 | 2474-0323 |
| VEGA CHAVEZ ANA CECILIA | 05 | 2472-2898 |
| SANCHEZ GUERRERO MARTHA | 05 | 2472-2518 |
| MEJIAS CHACON JEANNETTE | 05 | 2472-1569 |
| UGALDE GOMEZ INES ANITA | 05 | 2474-3981 |
| SEVILLA OROZCO SEBASTIANA AUXILIADORA | 05 | 2472-1274 |



| | | |
|-------------------------------------|----|-----------|
| NUÑEZ TORRES INESITA | 05 | 2472-1048 |
| RUIZ MUÑOZ ELSIE MARIA | 05 | 2472-2384 |
| HERNANDEZ TELLEZ JULIA CATALINA | 06 | 2403-8100 |
| SANDI BONILLA ARACELIA | 06 | 2403-8041 |
| QUIROS CASCANTE JOSE MARIA | 06 | 2403-8098 |
| FONSECA VARGAS ZENEIDA | 06 | 2473-0011 |
| RAMIREZ DELGADO VIRGINIA | 06 | 2474-2286 |
| RAMIREZ DELGADO MARIA AURORA | 06 | 2403-8249 |
| FERNANDEZ ROJAS EMILIA MARIA | 06 | 2403-8203 |
| BLANCO CONEJO SUSANA NICOLE | 07 | 2469-1670 |
| VILLEGAS SOLANO BELLA | 07 | 2479-9608 |
| MARIN CASTILLO MARIA ADONAY | 07 | 2449-6518 |
| VILLALOBOS JIMENEZ YANCINY | 07 | 2479-9369 |
| JIMENEZ LOPEZ ADRIANA MARIA | 07 | 2479-8108 |
| ESQUIVEL CORDERO DAMARIS | 07 | 2469-1738 |
| CESPEDES ESPINOZA EMERITA | 07 | 2469-2096 |
| PADILLA MARTINEZ FENICIA | 08 | 2468-8716 |
| CASTRO JIMENEZ MARIA EUGENIA | 08 | 2468-8968 |
| ARAYA SOLORZANO SONIA | 08 | 2468-8496 |
| MURILLO SALAZAR YOLANDA | 08 | 2468-8558 |
| ROJAS CAMPOS KATTIA | 08 | 2468-0126 |
| VILLEGAS BRENES GABRIELA | 08 | 2468-8027 |
| ESTRADA MASIS DOLORES | 08 | 2468-8392 |
| SABORIO CASTRO EVA | 09 | 2474-3024 |
| GONZALEZ ARIAS ZAIDA | 09 | 2474-3198 |
| ROJAS SOTO MARTHA LORENA | 09 | 2474-7006 |
| NUÑEZ ARIAS FLOR MARIA | 09 | 2474-4770 |
| ARROYO VARGAS CARMEN LIDIA | 09 | 2474-8362 |
| GUERRERO RODRIGUEZ ANA | 09 | 2474-3283 |
| CESPEDES MEJIAS XINIA MARIA | 09 | 2460-0705 |
| RIVERA CERROS MARIA ISABEL | 10 | 2478-8111 |
| CASTRO MARTINEZ YAMILETH | 10 | 2478-8115 |
| SOTO ARIAS ROSA | 10 | 2478-8009 |
| BRICEÑO UGALDE ANA RUTH | 10 | 2478-8128 |
| RODRIGUEZ VEGA CRISTINA | 10 | 2478-8104 |
| SALAZAR RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA | 10 | 2478-0260 |
| MENDEZ BERMUDEZ ANA MARIA | 10 | 2478-8098 |
| SEGURA RETANA JOSEFINA | 11 | 2469-9180 |
| VEGA VARGAS RITA ISABEL | 11 | 2469-9809 |
| SOLANO VILLAVEVERDE CARMEN LIZ | 11 | 2469-9493 |
| DIAZ RUIZ MAYRA CECILIA | 11 | 2469-9039 |
| ARLEY SEGURA SHIRLEY | 11 | 2467-3136 |
| SALAS SALAS CARMEN | 11 | 2469-9379 |
| JIMENEZ CARRANZA AURORA | 11 | 2317-0775 |



| | | |
|--|----|-----------|
| CALVO RODRIGUEZ MIRIAM | 12 | 2478-0098 |
| LOPEZ ALVARADO FLOR DE | 12 | 2478-0109 |
| BONILLA JIMENEZ EDUVIGIS | 12 | 2478-0553 |
| SALAS ARAYA MARIA ENID | 12 | 2479-1372 |
| TALABERA CHAVES GLADIS | 12 | 2478-0236 |
| MOLINA ROJAS VICTOR | 12 | 2478-0089 |
| MURILLO MENDEZ MARICELA DE LOS ANGELES | 12 | 2478-0371 |
| VARGAS CHAVARRIA MIREYA | 12 | 2478-0339 |
| CHAVES ALVARADO CANDIDA AURORA | 13 | 2477-8050 |
| PEREZ BOZA VILMA | 13 | 2477-8537 |
| AMADOR GARCIA LUIS FELIPE | 13 | 2477-7505 |
| VARELA PEREZ MANUEL | 13 | 2477-7272 |
| MADRIGAL RAMIREZ RAMONA | 13 | 2469-2420 |
| SEQUEIRA RUIZ CECILIA | 13 | 2477-7552 |
| SEQUEIRA RUIZ SOFIA | 13 | 2477-8339 |
| BERMUDEZ VEGA ELOY | 13 | 2477-8405 |