

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA SEDE SAN CARLOS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“Estudio de mercado para desarrollar una cartera de productos y estrategias de mercadeo para la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos, ASET”

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

DAYAN FRANCINNY PÉREZ SOLERA

PROFESOR ASESOR:

MAP. GABRIELA VÍQUEZ PANIAGUA

JUNIO 2015

Acta de tribunal

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

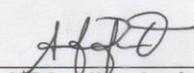
ACTA DE PRACTICA DE ESPECIALIDAD

En la Escuela de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica, en la Sede Regional San Carlos, a las 10 a.m., del 12 de junio del 2015, se procedió a la defensa pública del Trabajo Final de Graduación realizado por la estudiante **Pérez Solera Dayan**, para optar por el grado académico de Bachillerato Universitario.

El Tribunal examinador estuvo integrado por el **MBA. Allan José Pérez Orozco**, y por **MBA. Rony Mauricio Rodríguez Barquero**, como presidente del Jurado.

La estudiante **Pérez Solera** realizó la exposición de su trabajo, después de la cual el tribunal le interrogó sobre aspectos relacionados con el tema.

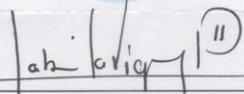
Terminada satisfactoriamente la defensa pública, se le otorga la aprobación de su Trabajo Final de Graduación.



MBA. Allan José Pérez Orozco
Jurado - Lector



MBA. Rony Mauricio Rodríguez Barquero
Jurado - Lector



MAP. Ana Gabriela Viquez Paniagua
Coordinación Trabajo Finales de Graduación

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios, quien ha sido mi guía a lo largo de los años, quien me ha brindado la fortaleza y la sabiduría necesaria para lograr este sueño y por haberme bendecido con una familia tan maravillosa.

A mi familia, formada por mis padres Roberto Pérez Granados y María Odilia Solera Salas y mi hermana Melissa Pérez Solera, quienes siempre han creído en mí y me han brindado su amor y su apoyo incondicional.

Mamita, eres mi modelo, mi pilar, mi más grande tesoro, este logro es por ti y para ti.

Dayan Pérez S.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a Dios por haberme dado la vida y por permitirme llegar hasta donde estoy hoy. A mis padres por todos los sacrificios y el esfuerzo que han hecho para brindarme una educación de calidad.

A los profesores y funcionarios del Tecnológico de Costa Rica que me han brindado su apoyo, pero en especial a mi profesora asesora Gabriela Víquez, por su apoyo, orientación, consejos y tiempo dedicado durante el desarrollo de este proyecto.

A la Junta Directiva de la ASET y a su administrador, el Señor Rolando Murillo Chávez por haberme dado la oportunidad de realizar este proyecto en la asociación y por la colaboración que me brindaron.

A mis compañeros, amigos y mejor equipo de trabajo: Eliuth Quesada Madrigal, Denisse Vargas Rojas, Tania Solís Abarca, Fabiola García García, Stephanie Jara Murillo, Ricardo Monge Castro y Adriana Picado Arias.

A mis amigas y cómplices incondicionales, las mejores amigas que se puedan tener, Mariana Rojas Córdoba y Tania Solís Abarca.

Y agradezco muy especialmente a mi ahijado Alejandro por haber sido una de mis mayores fuentes de inspiración.

¡Gracias infinitas a todos!

Resumen

El presente estudio de mercado tiene como objetivo principal desarrollar una cartera de productos e implementar estrategias de mercadeo para la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos (ASET).

La investigación fue de tipo cuantitativa y contó con tres poblaciones finitas que fueron los funcionarios asociados y no asociados de la ASET y los estudiantes del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos. La encuesta se empleó como técnica de investigación en la cual se diseñó un cuestionario para cada población en estudio y fue aplicado por medio de una muestra probabilística aleatoria simple a 68 funcionarios asociados y a 108 estudiantes y por medio de un sondeo a 14 funcionarios no asociados.

Al finalizar la investigación se logró determinar que la cartera de productos actual no satisface las necesidades y deseos de los asociados y de los no asociados y que las técnicas de comunicación, promoción y divulgación empleadas son deficientes. Por lo cual se propone una nueva cartera de productos y se plantean estrategias de mercadeo adecuadas.

Palabras claves: estudio de mercado, Asociación Solidarista, cartera de productos, estrategias de mercadeo.

Abstract

This marketing research has the main objective of developing a portfolio of products and implementing marketing strategies for Asociación Solidarista de Empleados, Tecnológico de Costa Rica Campus San Carlos (ASET).

The investigation used a quantitative approach and had three sample populations which were the employee's associates, non-associated employees, and the students at Tecnológico Campus San Carlos. The technique used for the investigation was a survey designed for each population. The survey was implemented through a random probability sample and applied to 68 employee's associates and 108 students. A poll was used for 14 non-associated employees.

At the end of the investigation, it was determined that the current portfolio of products does not meet the needs and desires of the associates and non-associated. In addition, the techniques of communication, promotion, and dissemination used are deficient. For this reason a new portfolio of products and appropriate marketing strategies is proposed.

Keywords: marketing research, Asociación Solidarista, portfolio of products, marketing strategies.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES	2
1.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	2
1.1.1. Reseña Histórica.....	2
1.1.2. Estructura Organizacional	5
1.1.3. Logotipo.....	5
1.1.4. Misión.....	6
1.1.5. Visión.....	6
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
1.3. PROBLEMA.....	7
1.4. OBJETIVO GENERAL	7
1.4.1. Objetivos específicos.....	7
1.5. ALCANCE	8
CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	9
2.1. MARKETING	9
2.1.1. Conceptos centrales con el cliente y el mercadeo.....	9
2.1.2. Marketing de servicios	11
2.1.3. Mezcla de Marketing.....	12
2.1.4. Segmentación de mercados.....	17
2.1.5. Planeación estratégica	18
2.1.6. Investigación de mercados.....	22
2.2. METODOLOGÍA.....	26
2.2.1. Proceso de la investigación	26
2.2.2. Investigación descriptiva	27
2.2.3. Enfoque de investigación	27
2.2.4. Sujetos de investigación.....	28
2.2.5. Fuentes de información	29

2.2.6. Instrumentos de recolección de información	29
2.2.7. Sondeo.....	31
2.2.8. Censo.....	31
2.2.9. Muestra	32
2.3. ASOCIACIONES SOLIDARISTAS.....	33
2.3.1. Origen.....	33
2.3.2. Concepto	34
2.3.3. Fines	34
2.3.4. Principales características	34
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	36
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.3. FUENTES CONSULTADAS	36
3.3.1. Fuentes de literatura.....	37
3.3.2. Fuentes de información	37
3.4. SUJETOS DE INVESTIGACIÓN	40
3.5. DISEÑO DE LA MUESTRA	40
3.5.1. Población.....	40
3.5.2. Unidad de muestreo.....	40
3.5.3. Tipo de muestra	41
3.5.4. Nivel de confianza y error	41
3.5.5. Cálculo de la muestra.....	42
3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	43
3.6.1. Encuesta	43
3.7. ETAPAS DE INVESTIGACIÓN	45
3.7.1. Primera etapa: Planeamiento de la investigación.....	45
3.7.2. Segunda etapa. Recopilación de datos	46
3.7.3. Tercera etapa. Tabulación y graficación de resultados.....	48
3.7.4. Cuarta etapa. Descripción y análisis de resultados.....	49
3.7.5. Quinta etapa: Elaboración de la cartera de productos.....	60
3.7.6. Sexta etapa: Redacción de conclusiones y recomendaciones	62

3.8. LIMITACIONES DEL TRABAJO	62
CAPÍTULO IV. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	63
4.1. ENCUESTA A LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	63
4.1.1. Perfil de los funcionarios asociados a la ASET	63
4.1.2. Diagnóstico de la ASET	69
4.1.3. Diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios asociados.....	74
4.1.4. Diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y Administrador.....	83
4.2. ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS	92
4.2.1. Perfil de los estudiantes del TEC Sede San Carlos.....	92
4.2.2. Diagnóstico de la Tienda ASET	97
4.2.3. Diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes.....	104
4.2.4. Diagnóstico del uso del servicio de bus estudiantil	110
4.3. ENCUESTA A LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET.....	114
4.3.1. Perfil de los funcionarios no asociados a la ASET.....	114
4.3.2. Diagnóstico de la ASET	119
4.3.3. Diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados.....	128
CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y COMPILACIÓN DE RESULTADOS.....	136
5.1. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL DE LA ASET	136
5.1.1. Cartera de productos actual para funcionarios asociados a la ASET	137
5.1.2. Cartera de productos actual para no asociados a la ASET	144
5.1.3. Acciones para la venta de lotes.....	145
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS CON BASE EN COLORIMETRÍA	150
5.2.1. Resultados funcionarios asociados a la ASET	150
5.2.2. Resultados estudiantes del TEC Sede San Carlos	161
5.2.3. Resultados funcionarios no asociados a la ASET.....	169
5.3. ACCIONES A REALIZAR EN LAS DIVERSAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN	175
5.3.1. Propuesta de mejora para los servicios ofrecidos a los funcionarios asociados a la ASET	175
5.3.2. Propuesta de mejora para los servicios ofrecidos a los estudiantes del TEC Sede San Carlos.....	181

5.3.3. Propuesta de mejora para los servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET	186
5.4. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	190
5.4.1. Formulación de estrategias resultados funcionarios asociados	190
5.4.2. Formulación de estrategias resultados estudiantes del TEC	195
5.4.3. Formulación de estrategias resultados funcionarios no asociados	198
CAPÍTULO VI. CARTERA DE PRODUCTOS PROPUESTA PARA LA ASET.....	203
6.1. CARTERA DE PRODUCTOS PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	204
6.1.1. Líneas de crédito	204
6.1.2. Planes de ahorros.....	213
6.1.3. Convenios	215
6.1.4. Otros productos y servicios.....	226
6.2. CARTERA DE PRODUCTOS PARA ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS	229
6.3. CARTERA DE PRODUCTOS PARA FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	232
6.4. ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LAS DIVERSAS CARTERAS DE PRODUCTOS.....	235
6.4.1. Marketing directo.....	235
6.4.2. Relaciones públicas	240
6.4.3. Promoción en ventas.....	241
6.5. SUGERENCIAS DE MECANISMOS PARA ESTRATEGIAS DE MERCADEO	242
6.5.1. Estrategia.....	242
6.5.2. Acciones	242
6.5.3. Propuestas de mecanismos.....	242
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	252
6.6. CONCLUSIONES.....	252
6.7. RECOMENDACIONES	253
REFERENCIAS.....	255
APÉNDICES	257
ANEXOS	316

Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ACTUAL ASET	5
ILUSTRACIÓN 2. LOGOTIPO ASET	6
ILUSTRACIÓN 3. CARACTERÍSTICAS DEL MARKETING DE SERVICIOS	11
ILUSTRACIÓN 4. MEZCLA DE MARKETING	12
ILUSTRACIÓN 5. TIPOS DE PRECIOS.....	15
ILUSTRACIÓN 6. PASOS EN LA SEGMENTACIÓN, DETERMINACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MERCADO	17
ILUSTRACIÓN 7. PASOS PARA DESARROLLAR LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	19
ILUSTRACIÓN 8. MATRIZ DE PARTICIPACIÓN DE CRECIMIENTO.....	20
ILUSTRACIÓN 9. MATRIZ DE EXPANSIÓN DE PRODUCTOS Y MERCADOS	21
ILUSTRACIÓN 10. FASES EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	23
ILUSTRACIÓN 11. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	25
ILUSTRACIÓN 12. PROCESO DE INVESTIGACIÓN	26
ILUSTRACIÓN 13. TIPOS DE ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	28
ILUSTRACIÓN 14. PROCESO DE DISEÑO DEL CUESTIONARIO	30
ILUSTRACIÓN 15. TIPOS DE MUESTRAS PROBABILÍSTICAS	32
ILUSTRACIÓN 16. TIPOS DE MUESTRAS NO PROBABILÍSTICAS	33
ILUSTRACIÓN 17. FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA	42
ILUSTRACIÓN 18. BOLETÍN PARA LA VENTA DE LOTES A LA COMUNIDAD INSTITUCIONAL TEC.....	146

ILUSTRACIÓN 19. BOLETÍN PARA LA VENTA DE LOTES AL PÚBLICO EN GENERAL-REDES SOCIALES	148
ILUSTRACIÓN 20. BOLETÍN PARA LA VENTA DE LOTES AL PÚBLICO EN GENERAL-LUGARES PÚBLICOS	149
ILUSTRACIÓN 21. ESCALA DE COLORIMETRÍA DEL SEMÁFORO	150
ILUSTRACIÓN 22. PERFIL ASET EN FACEBOOK	236
ILUSTRACIÓN 23. BOLETÍN SOBRE CONVENIOS PARA ASOCIADOS.....	243
ILUSTRACIÓN 24. BOLETÍN SOBRE LÍNEAS DE CRÉDITO PARA ASOCIADOS.....	244
ILUSTRACIÓN 25. BOLETÍN SOBRE PLANES DE AHORRO PARA ASOCIADOS.....	245
ILUSTRACIÓN 26. BOLETÍN SOBRE PRÉSTAMOS PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA ASOCIADOS	246
ILUSTRACIÓN 27. BOLETÍN CARTERA DE PRODUCTOS ASOCIADOS	247
ILUSTRACIÓN 28. BROCHURE CARTERA DE PRODUCTOS ASOCIADOS-PARTE 1	248
ILUSTRACIÓN 29. BROCHURE CARTERA DE PRODUCTOS PARTE 2.....	249
ILUSTRACIÓN 30. BOLETÍN DÍA DEL PADRE	250
ILUSTRACIÓN 31. BOLETÍN NAVIDAD	251

Índice de Tablas

TABLA 1. JUNTA DIRECTIVA PERIODO 1981	3
TABLA 2. JUNTA DIRECTIVA PERIODO 2015	4
TABLA 3. FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN UTILIZADAS EN EL ESTUDIO.....	37
TABLA 4. FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN UTILIZADAS EN EL ESTUDIO.....	38
TABLA 5. INFORMACIÓN SECUNDARIA UTILIZADA DE LAS ENTREVISTAS CON ADMINISTRADORES DE ASOCIACIONES SOLIDARISTAS.....	39
TABLA 6. UNIDADES DE MUESTREO DEL ESTUDIO	41
TABLA 7. TIPOS DE MUESTRAS UTILIZADAS	41
TABLA 8. NIVEL DE CONFIANZA Y ERROR DEL ESTUDIO	42
TABLA 9. SIMBOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DE LAS MUESTRAS.....	42
TABLA 10. CÁLCULO DE MUESTRAS DEL ESTUDIO.....	43
TABLA 11. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS A FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET.....	47
TABLA 12. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS A ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS	48
TABLA 13. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-LÍNEAS DE CRÉDITO	50
TABLA 14. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-PLANES DE AHORRO	50
TABLA 15. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-CONVENIOS.....	51
TABLA 16. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS	51
TABLA 17. ESCALAS COLORIMETRÍA MATRICES DE RESULTADOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	52

TABLA 18. ESCALAS COLORIMETRÍA MATRICES DE RESULTADOS ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS	54
TABLA 19. ESCALAS COLORIMETRÍA MATRICES DE RESULTADOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	56
TABLA 20. FORMATO UTILIZADO EN EL ANÁLISIS DE RESULTADOS CON BASE EN COLORIMETRÍA	59
TABLA 21. FORMATO UTILIZADO EN LAS ACCIONES A REALIZAR EN LAS DIVERSAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN	59
TABLA 22. FORMATO UTILIZADO EN LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	60
TABLA 23. PLAZO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS	60
TABLA 24. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA-LÍNEAS DE CRÉDITO.....	61
TABLA 25. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA-PLANES DE AHORRO.....	61
TABLA 26. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA-CONVENIOS.....	61
TABLA 27. FORMATO PARA CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA-OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS	62
TABLA 28. RESUMEN PERFIL DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	68
TABLA 29. SUGERENCIAS BRINDADAS POR LOS ASOCIADOS PARA MEJORAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ACTUALES	73
TABLA 30. SUGERENCIAS DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS BRINDADAS POR LOS ASOCIADOS	79
TABLA 31. SUGERENCIAS BRINDADAS POR LOS ASOCIADOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN	86
TABLA 32. SUGERENCIAS BRINDADAS POR LOS ASOCIADOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA....	89
TABLA 33. SUGERENCIAS BRINDADAS POR LOS ASOCIADOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN DEL ADMINISTRADOR	91
TABLA 34. RESUMEN PERFIL DE LOS ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS.....	96
TABLA 35. GASTO MENSUAL POR CONCEPTO DEL SERVICIO DE BUS ESTUDIANTIL.....	113
TABLA 36. TOTAL DE USUARIOS, PROMEDIO Y MODA DEL SERVICIO DE BUS ESTUDIANTIL.....	113
TABLA 37. MONTOS ACREDITADOS POR LA CONTRATACIÓN EXTERNA DE SERVICIOS DE TRANSPORTE.....	114

TABLA 38. RESUMEN PERFIL DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	119
TABLA 39. SUGERENCIAS DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS BRINDADAS POR LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	132
TABLA 40. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL DE LA ASET.....	136
TABLA 41. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-LÍNEAS DE CRÉDITO	137
TABLA 42. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-PLANES DE AHORROS.....	142
TABLA 43. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-CONVENIOS	143
TABLA 44. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL-OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS	144
TABLA 45. CARTERA DE PRODUCTOS NO ASOCIADOS ACTUAL-OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS	144
TABLA 46. PÁGINAS EN FACEBOOK PARA VENTA DE LOTES	147
TABLA 47. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	151
TABLA 48. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ACTUALES Y PASADOS DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS.....	152
TABLA 49. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS EN CASO DE SER BRINDADOS POR LA ASET	154
TABLA 50. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS.....	156
TABLA 51. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	157
TABLA 52. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	158
TABLA 53. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DEL ADMINISTRADOR POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	160

TABLA 54. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	161
TABLA 55. MATRIZ FRECUENCIA DE USO DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDABA LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	163
TABLA 56. MATRIZ CALIFICACIÓN DE LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	164
TABLA 57. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES EN CASO DE SER BRINDADOS POR LA ASET	165
TABLA 58. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS ESTUDIANTES	167
TABLA 59. MATRIZ DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE BUS ESTUDIANTIL	168
TABLA 60. MATRIZ DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE BUS ESTUDIANTIL	168
TABLA 61. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	169
TABLA 62. MATRIZ FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDA LA ASET EN CASO DE AFILIARSE A LA ASET	171
TABLA 63. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS EN CASO DE SER BRINDADOS POR LA ASET	172
TABLA 64. MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	174
TABLA 65. ACCIONES A REALIZAR PARA LAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	175
TABLA 66. ACCIONES A REALIZAR PARA LAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS	181
TABLA 67. ACCIONES A REALIZAR PARA LAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS A LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	186
TABLA 68. ESTRATEGIA 1 FUNCIONARIOS ASOCIADOS	191

TABLA 69. ESTRATEGIA 2 FUNCIONARIOS ASOCIADOS	192
TABLA 70. ESTRATEGIA 3 FUNCIONARIOS ASOCIADOS	193
TABLA 71. ESTRATEGIAS 4 FUNCIONARIOS ASOCIADOS.....	194
TABLA 72. ESTRATEGIA 5 ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS.....	195
TABLA 73. ESTRATEGIA 6 ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS.....	197
TABLA 74. ESTRATEGIA 7 ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS.....	198
TABLA 75. ESTRATEGIA 8 FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	199
TABLA 76. ESTRATEGIA 9 FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	200
TABLA 77. ESTRATEGIA 10 FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	202
TABLA 78. CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS-LÍNEAS DE CRÉDITO	204
TABLA 79. CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS-PLANES DE AHORRO	213
TABLA 80. CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS-CONVENIOS	215
TABLA 81. CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS- OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS	226
TABLA 82. CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA PARA ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS	229
TABLA 83. CARTERA DE PRODUCTOS FUTURA PARA FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS.....	232
TABLA 84. PROCEDIMIENTO PARA EL USO DEL PERFIL DE LA ASET EN FACEBOOK.....	236
TABLA 85. COSTOS POR DISEÑO DE PÁGINA WEB	239

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1. RANGOS DE EDAD DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	64
GRÁFICO 2. GÉNERO DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	64
GRÁFICO 3. ESTADO CIVIL DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	65
GRÁFICO 4. DEPENDENCIA EN QUE LABORAN LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	66
GRÁFICO 5. PUESTO QUE DESEMPEÑAN LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	66
GRÁFICO 6. AÑOS QUE LLEVAN LABORANDO EN EL TEC LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	67
GRÁFICO 7. TIEMPO QUE TIENEN LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS DE PERTENECER A LA ASET (DESDE LA ÚLTIMA AFILIACIÓN)	68
GRÁFICO 8. MEDIOS POR LOS CUALES SE ENTERARON DE LA EXISTENCIA DE LA ASET LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	69
GRÁFICO 9. FRASES QUE IDENTIFICAN A LOS FUNCIONARIOS COMO ASOCIADOS DE LA ASET.....	70
GRÁFICO 10. CALIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ACTUALES Y PASADOS POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	72
GRÁFICO 11. CONVENIO DE INTERÉS PARA LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	75
GRÁFICO 12. FRECUENCIA DE USO POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A POSIBLES PRODUCTOS Y SERVICIOS	78
GRÁFICO 13. HORARIO QUE PREFIEREN LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS PARA LA VENTA DE POSIBLES PRODUCTOS O SERVICIOS.....	81
GRÁFICO 14. FACILIDADES QUE LES GUSTARÍA RECIBIR A LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS EN LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN	82

GRÁFICO 15. MEDIOS DE INFORMACIÓN PREFERIDOS POR LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	83
GRÁFICO 16. CALIFICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	85
GRÁFICO 17. CALIFICACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	88
GRÁFICO 18. CALIFICACIÓN DEL ADMINISTRADOR POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	91
GRÁFICO 19. AÑO DE INGRESO DE LOS ESTUDIANTES AL TEC	93
GRÁFICO 20. EDAD DE LOS ESTUDIANTES	94
GRÁFICO 21. GÉNERO DE LOS ESTUDIANTES	94
GRÁFICO 22. ESTADO CIVIL DE LOS ESTUDIANTES	95
GRÁFICO 23. CARRERA QUE CURSAN LOS ESTUDIANTES	96
GRÁFICO 24. USO DE LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	97
GRÁFICO 25. RAZONES POR LAS QUE LOS ESTUDIANTES NO HACÍAN USO DE LA TIENDA ASET	98
GRÁFICO 26. FRECUENCIA DE USO DE LA TIENDA ASET DURANTE EL SEMESTRE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES...	99
GRÁFICO 27. FRECUENCIA DE USO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE BRINDABA LA TIENDA ASET	101
GRÁFICO 28. MONTO MENSUAL QUE DESTINABAN LOS ESTUDIANTES A COMPRAS EN LA TIENDA ASET	102
GRÁFICO 29. PERCEPCIÓN QUE TENÍAN LOS ESTUDIANTES DE LOS PRECIOS DE LA TIENDA ASET	103
GRÁFICO 30. CALIFICACIÓN DE LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	104
GRÁFICO 31. FRECUENCIA DE USO DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A POSIBLES PRODUCTOS Y SERVICIOS	106
GRÁFICO 32. HORARIO QUE PREFIEREN LOS ESTUDIANTES PARA LA VENTA DE POSIBLES PRODUCTOS O SERVICIOS	108
GRÁFICO 33. FACILIDADES QUE A LOS ESTUDIANTES LES GUSTARÍA RECIBIR EN LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN...	109

GRÁFICO 34. MEDIOS DE INFORMACIÓN PREFERIDOS POR LOS ESTUDIANTES	110
GRÁFICO 35. USO DEL BUS ESTUDIANTIL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	111
GRÁFICO 36. FRECUENCIA DE USO DE LOS DISTINTOS HORARIOS DEL BUS ESTUDIANTIL	112
GRÁFICO 37. RANGOS DE EDAD DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	115
GRÁFICO 38. GÉNERO DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	115
GRÁFICO 39. ESTADO CIVIL DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	116
GRÁFICO 40. DEPENDENCIA EN QUE LABORAN LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	117
GRÁFICO 41. PUESTO QUE DESEMPEÑAN LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	118
GRÁFICO 42. AÑOS QUE LLEVAN LABORANDO EN EL TEC LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	118
GRÁFICO 43. CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS DE ESTAR AFILIADO A UNA ASOCIACIÓN SOLIDARISTA.....	120
GRÁFICO 44. CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS QUE BRINDA LA ASET.....	121
GRÁFICO 45. MEDIOS POR LOS CUALES LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS SE ENTERARON DE LA EXISTENCIA DE LA ASET.....	122
GRÁFICO 46. AFILIACIÓN EN ALGÚN MOMENTO A LA ASET	123
GRÁFICO 47. MOTIVOS POR LOS CUALES SE RETIRARON DE LA ASET LOS FUNCIONARIOS QUE HAN PERTENECIDO A LA ASOCIACIÓN	124
GRÁFICO 48. TIEMPO QUE PERTENECIERON A LA ASET LOS FUNCIONARIOS EX AFILIADOS	125
GRÁFICO 49. INTERÉS QUE TIENEN LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS EN REINGRESAR O INGRESAR A LA ASET ..	126
GRÁFICO 50. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ACTUALES DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	128

GRÁFICO 51. FRECUENCIA DE USO POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A POSIBLES PRODUCTOS Y SERVICIOS	131
GRÁFICO 52. HORARIO QUE PREFIEREN LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS PARA LA VENTA DE POSIBLES PRODUCTOS O SERVICIOS	133
GRÁFICO 53. FACILIDADES QUE LES GUSTARÍA RECIBIR A LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS EN LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN	134
GRÁFICO 54. MEDIOS DE INFORMACIÓN PREFERIDOS POR LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	135

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado pretende desarrollar una cartera de productos para la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos (ASET) y a la vez proponer estrategias de mercadeo para lograr su correcta promoción y divulgación.

En el primer capítulo se muestran las principales características de la Asociación, como su reseña histórica, estructura organizacional, logotipo, misión y visión. Además se presenta información relativa al estudio, como lo es la justificación, problema, objetivos y alcance.

En el capítulo de revisión de literatura se definen los conceptos teóricos y términos técnicos relacionados con marketing, metodología de la investigación y Asociaciones Solidaristas, a los cuales se hace referencia a lo largo del estudio.

El tercer capítulo se refiere a la metodología empleada y se detallan los procedimientos que siguió la investigación. Destacan aspectos como el diseño de la muestra, las técnicas de recolección de información, las etapas de investigación y el análisis de datos utilizado.

En el cuarto capítulo se describen los resultados obtenidos por medio de las encuestas aplicadas, estructurados por poblaciones de estudio y detallados por medio de gráficos y tablas con sus correspondientes descripciones.

El quinto capítulo de análisis y compilación de resultados incluye información relacionada con la cartera de productos actual de la Asociación, un análisis de los resultados basado en la colorimetría del semáforo, acciones a realizar para cumplir con las propuestas de solución y finalmente se formulan estrategias para cumplir las acciones planteadas.

En el sexto capítulo se muestran las carteras de productos que debería ofrecer la ASET a los diversos clientes y se muestran estrategias y mecanismos de mercadeo para la correcta promoción y comercialización de los productos y servicios. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones que arrojó el estudio.

CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES

En el presente apartado se abarcarán temas relativos a la empresa, como su reseña histórica, misión, visión y estructura organizativa, esto con el fin de tener un panorama más amplio de la empresa. Así mismo se abarcan aspectos propios del estudio como lo son la justificación, problema, objetivos y alcances.

1.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Dentro de las generalidades de la empresa se abarcaron aspectos como la reseña histórica de la Asociación, la estructura organizacional, logotipo, misión y visión de la ASET.

1.1.1. Reseña Histórica

La Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos (en adelante ASET), fue fundada en el año 1981 con el objetivo de crear posibilidades de desarrollo a los empleados de la Institución, generando ventajas de ahorro y acceso al crédito. Dicha Asociación cumple con los principios solidaristas puesto que facilita a los afiliados la prestación de servicios según sus necesidades.

Esta Asociación se originó con los siguientes fines:

- Fomentar la armonía, los vínculos de unión y la cooperación solidarista entre los empleados, entre estos y la empresa.
- Formular, analizar y difundir todo tipo de programas de interés para sus asociados, que contribuyan a fomentar la solidaridad entre sus asociados y sus familias.
- Defender los intereses socioeconómicos del trabajador asociado, a fin de procurarle un nivel de vida digno, decoroso y que sea partícipe de los servicios y beneficios que le brinde la Asociación o la empresa.

- Desarrollar campañas de divulgación dentro de la empresa, cursos y seminarios, así como editar folletos que llevarán como objetivo principal informar a sus afiliados sobre las actividades de la empresa, el solidarismo y la doctrina que lo inspira.

Por otra parte, en sus inicios la Junta Directiva estuvo conformada por:

Tabla 1. Junta Directiva periodo 1981

Junta Directiva periodo 1981		
Puesto	Nombre	Ocupación
Presidente	Rafael Ángel Montero Rojas	Director del Departamento de Agronomía
Vicepresidente	Carlos Rodríguez Chaves	Ingeniero Eléctrico
Secretario	Enid Ulate Herrera	Coordinadora Administrativa
Tesorero	Oscar Bogantes Bogantes	Contador Público
Vocal 1	Ezequiel Ramírez Bejarano	Albañil
Vocal 2	Claudio Pacheco Ramírez	Ingeniero Agrónomo
Fiscal	Uriel Barrantes Cartín	Biólogo
Suplente Fiscal	Antonio Gadea Baltodano	Trabajador Social

Fuente: Elaboración propia basado en datos ASET.

Actualmente la Asociación cuenta con 125 asociados, los cuales aportan mensualmente el 5% de su salario bruto, lo que al adicionarle el aporte patronal del 2% conforman la base de recursos financieros que permite la implementación de proyectos productivos sobre los cuales se genera la expectativa de obtener los excedentes que al final de cada año son distribuidos entre los asociados. Cabe mencionar que dentro de la gestión de la ASET se destacan los siguientes proyectos:

- Otorgamiento de créditos a los asociados, bajo el cual se tienen establecidas líneas de crédito comerciales (préstamos personal ordinario, préstamo personal de consumo y préstamos solidarios) y líneas de crédito sociales (préstamo para mejoras a vivienda, préstamos personales para educación, préstamos personales para salud y préstamos para gastos fúnebres).
- Planes de ahorro (a la vista, vacacional medio periodo, navideño y cuesta de enero).
- Convenios con distintos entes privados, como Adobe Rent a Car, Hoteles Barceló y Grupo Monge, los cuales ofrecen diversos descuentos en sus servicios a los asociados.
- Inversiones, dentro de las cuales se encuentra la compra de bienes inmuebles (terrenos) con el fin de lotificar y ofrecer a los asociados la oportunidad de adquirir lotes para construcción de viviendas a precios bastante accesibles.
- Beneficios a los asociados tales como: Apoyo con el 50% de los cursos matriculados con FUNDATEC, fiesta de medio y fin de año y distribución de excedentes.

Actualmente la Junta Directiva está compuesta de la siguiente manera:

Tabla 2. Junta Directiva periodo 2015

Junta Directiva periodo 2015		
Puesto	Nombre	Ocupación
Presidente	Sergio Torres Portuguez	Jefe CIDASTH
Vicepresidente	Wilfrido Paniagua Madrigal	Profesor Escuela de Agronomía
Secretario	Kattia Murillo Barquero	Admisión y Registro
Tesorero	Gabriela Víquez Paniagua	Profesora Carrera de Administración de Empresas
Vocal 1	Joaquín Durán Mora	Profesor Escuela de Agronomía

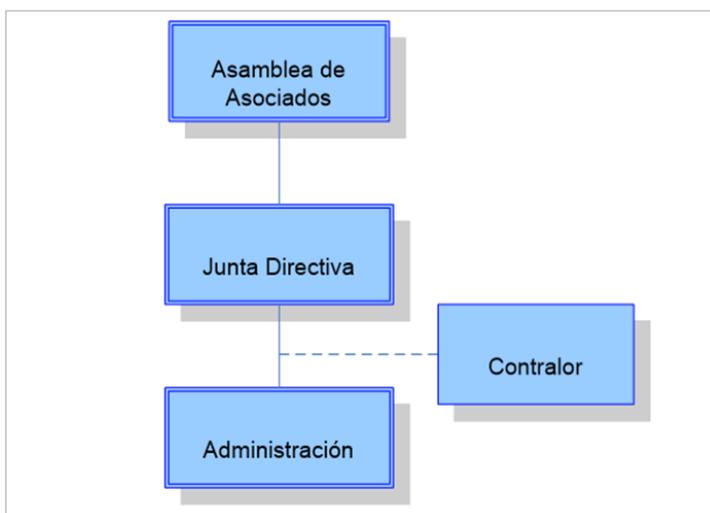
Vocal 2	Mildred Zúñiga Carvajal	Directora Administrativa
Vocal 3	Rogelio Gonzáles Quirós	Director CTEC
Fiscal	Rebeca Rojas Chaves	Bibliotecaria
Suplente Fiscal	Jaime Galindo Badilla	Profesor Escuela de Agronomía

Fuente: Elaboración propia basado en datos ASET.

1.1.2. Estructura Organizacional

El organigrama actual de la ASET se muestra a continuación:

Ilustración 1. Estructura organizacional actual ASET



Fuente: (ASET, 2014).

1.1.3. Logotipo

A continuación se presenta el logotipo de la ASET.

Ilustración 2. Logotipo ASET



Fuente: (ASET, 2014).

1.1.4. Misión

Mejorar la calidad de vida de nuestros asociados mediante la prestación de servicios financieros y sociales apegados a la normativa legal y principios solidaristas (ASET, 2014).

1.1.5. Visión

Contribuir en el desarrollo social y económico de nuestros asociados, creando oportunidades de crédito que se ajusten a sus diferentes necesidades, así como el desarrollo de proyectos que aseguren rendimiento (ASET, 2014).

1.2. JUSTIFICACIÓN

La Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos al no contar con una cartera de productos no tiene claridad sobre cuáles son las necesidades y deseos de sus clientes y por ende no cuentan con las estrategias adecuadas de promoción y comercialización, a su vez, no conocen el grado de satisfacción que tienen sus clientes con los productos o servicios ofrecidos actualmente. Como resultado de esta situación, la Junta Directiva de la ASET ha propuesto llevar a cabo un estudio de mercado que le permita conocer cuáles son las necesidades y deseos de sus clientes con el objetivo de desarrollar una cartera de productos para dicha Asociación.

1.3. PROBLEMA

Resulta de vital importancia para cualquier empresa contar con una cartera de productos que le permita satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes y que a su vez le indique las estrategias de mercadeo a seguir para su correcta promoción y comercialización. Para la ASET es trascendental contar con productos y servicios adecuados a las necesidades de sus asociados y de aquellos posibles servicios rentables que se puedan otorgar a personas no asociadas, de dicha necesidad surge el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la propuesta óptima de productos y servicios a desarrollar y las estrategias de mercadeo adecuadas para la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos para satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes?

1.4. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una cartera de productos y estrategias de mercadeo para la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.

1.4.1. Objetivos específicos

Específicamente este trabajo pretende:

- Determinar el perfil de los asociados y no asociados de la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.
- Realizar un diagnóstico de los productos actuales y de las necesidades y deseos de los asociados y no asociados de la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.
- Realizar un diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y administrador de la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.

- Proponer una cartera de productos para la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos adecuada a las necesidades de los diversos clientes.
- Formular estrategias para la cartera de productos propuesta y sobre lo referente a la mezcla de marketing de la misma.

1.5. ALCANCE

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, debido a que el estudio buscó conocer la opinión de los asociados y no asociados de la ASET sobre sus necesidades y deseos con el propósito de realizar un diagnóstico sobre los productos actuales y futuros de dicha Asociación. Así mismo, la investigación se clasificó como no experimental de tipo transversal debido a que no se manipularon las variables, sino que solo se recolectaron datos en un único momento para su posterior análisis.

Por otra parte, el estudio es de tipo organizacional, debido a que solamente involucra a la ASET y a sus clientes, los cuales se encuentran en las instalaciones del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.

El producto final se ve reflejado en la cartera de productos propuesta y en las acciones desarrolladas para la misma, a razón de su óptima promoción y comunicación.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

En este capítulo se detallarán algunos aspectos teóricos importantes que se mencionan en la investigación, esto con el objetivo de facilitarle al lector una mejor comprensión de los temas que se tratarán en el estudio.

2.1. MARKETING

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2008) “marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos”. Para cualquier empresa es fundamental conocer cuáles son las necesidades y deseos de sus clientes para ofrecer productos y servicios que los satisfagan de la mejor manera posible y de esta forma crear relaciones duraderas.

2.1.1. Conceptos centrales con el cliente y el mercadeo

Kotler y Armstrong (2008) argumentan que existen cinco conceptos fundamentales para entender el mercado y las necesidades de los clientes, los cuáles son necesidades, deseos y demandas, las ofertas de mercado, el valor y la satisfacción, intercambios y relaciones y finalmente el mercado.

A. Necesidades, deseos y demandas del cliente

El marketing toma como referencia ciertos conceptos que son fundamentales para comprender a los clientes, según Kotler y Armstrong (2008) el primer concepto hace referencia a las necesidades que son “estados de carencia percibida”, así mismo, los deseos los describe como “ la forma que adoptan las necesidades humanas moldeadas por la cultura y la personalidad individual” y finalmente argumenta que las demandas son “deseos humanos respaldados por el poder de compra”.

B. Ofertas de mercado

Las ofertas de mercado permiten satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Para Kotler y Armstrong (2008) las ofertas de mercado son “una combinación de productos, servicios, información o experiencias ofrecidas a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo”.

C. Valor y satisfacción

Kotler y Armstrong (2008) manifiestan que “los clientes satisfechos vuelven a comprar y comunican a otros sus experiencias positivas con el producto” mientras que “los clientes insatisfechos a menudo se van con la competencia y desdeñan los productos ante otras personas”. Todas las empresas tienen una amplia competencia en el mercado, y todas van a tratar de atraer la mayor cantidad posible de clientes, es por esto que resulta de gran importancia para las empresas generar valor y satisfacción, para de esta forma aumentar el grado de lealtad en los clientes.

D. Intercambios y relaciones

Las empresas deben enfocarse sus acciones en establecer relaciones de intercambio con sus clientes y de acuerdo con Kotler y Armstrong (2008) el intercambio es “el acto de obtener de alguien un objeto deseado mediante el ofrecimiento de algo a cambio”.

Todas las relaciones comerciales están basadas en el intercambio de productos y/o servicios por algo de valor para la empresa, por esta razón el marketing juega un papel trascendental al atraer y retener a los clientes.

E. Mercados

Un mercado se puede definir como “el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto” (Kotler & Armstrong, 2008).

Mullins, Walker, Boyd, y Larréché (2007) argumentan que un Mercado “está formado por personas y organizaciones que están interesadas y dispuestas a comprar un producto particular para obtener beneficios que satisfagan una necesidad o deseo específico, y quienes tienen los recursos (tiempo, dinero) para intervenir en esa transacción”.

2.1.2. Marketing de servicios

De acuerdo con Stanton, Etzel y Walker (2007) los servicios presentan cuatro características, las cuales se detallan a continuación:

Ilustración 3. Características del marketing de servicios

Intangibilidad	Inseparabilidad	Heterogeneidad	Carácter perecedero
<ul style="list-style-type: none"> • Resulta imposible probar, degustar, tocar, ver, oír u oler un servicios antes de comprarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se pueden separar los servicios de su creador o vendedor. Esto significa que los encargados de proveer el servicios se "ven envueltos de manera concurrente en la producción y los esfuerzos de marketing". 	<ul style="list-style-type: none"> • Resulta muy difícil estandarizar los productos ofrecidos, debido a la influencia que ejerce el factor humano en la producción y la entrega de los mismos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Son altamente perecederos porque "la capacidad existente no se guardar ni mandar a un inventario para uso futuro".

Fuente: Elaboración propia con base en Stanton, Etzel y Walker (2007).

De acuerdo con Zeithamal y Bitner (2002), “la dificultad para sincronizar la oferta y la demanda, la imposibilidad de inventariar y los retos que implica el control de la calidad del desempeño de las interacciones humanas son algunas de las dificultades presentes en el marketing de servicios”. Por lo cual resulta trascendental el desarrollo de estrategias de marketing adecuadas para este tipo de empresas.

Según Kotler y Armstrong (2008), “los prestadores de servicios deben de interactuar eficazmente con los clientes para crear valor superior durante los encuentros de servicio”. Así mismo, este autor argumenta que la interacción depende en gran medida de la habilidad de los empleados y de los procesos de apoyo que los respaldan. Algunas consideraciones de este autor en lo referente a las estrategias de marketing de servicios son:

- **Cadena servicio-utilidades:** factor que vincula las utilidades de una compañía de servicio con la satisfacción de sus empleados y de los clientes.
- **Marketing interno:** Se realiza para “capacitar y motivar eficazmente a sus empleados de contacto con los clientes y a todo el personal de servicio de apoyo para que trabajen como un equipo con el fin de proporcionar satisfacción al cliente”.
- **Marketing interactivo:** realizado cuando se reconoce que la calidad que se percibe del servicio depende de la calidad de la interacción comprador-vendedor.

2.1.3. Mezcla de Marketing

La mezcla de marketing es “el conjunto de herramientas de marketing tácticas y controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta” (Kotler & Armstrong, 2008). La mezcla de marketing es conocida como las 4P’s e incluye las siguientes variables:

Ilustración 4. Mezcla de marketing

Producto	Precio	Plaza	Promoción
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad • Calidad • Diseño • Características • Marca • Envase • Servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de lista • Descuentos • Periodo de pago • Condiciones de crédito 	<ul style="list-style-type: none"> • Canales • Cobertura • Surtido • Ubicaciones • Inventario • Transporte • Logística 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Ventas personales • Promoción de ventas • Relaciones públicas

Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2008).

A. Producto

Un producto es “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”, además “los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo” (Kotler & Armstrong, 2008).

(i) Clasificación de los productos y servicios

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2008) los productos y servicios se clasifican con base en los tipos de consumidores que los usan, ya sean en productos de consumo o en productos industriales. Los productos de consumo “son aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal” y los productos industriales “son los que se compran para darles un procesamiento posterior o para usarse en un negocio”.

(ii) Ciclo de vida del producto

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2007) el ciclo de vida de un producto es el curso de las ventas y utilidades de un producto durante su existencia. El ciclo de vida de un producto lo conforman cinco etapas que se describen a continuación:

1. **El desarrollo del producto:** “inicia cuando la compañía encuentra y desarrolla una idea para el nuevo producto. Durante el desarrollo del producto las ventas son de cero mientras los costos de inversión de la compañía se incrementan”.
2. **Etapas de introducción:** “se inicia cuando se lanza un producto. La introducción toma tiempo, y el crecimiento de las ventas suele ser lento”. Algunas de las características de esta etapa son:
 - Bajos volúmenes de ventas, pero en constante crecimiento.

- Fuerte énfasis en la comunicación y promoción.
 - Distribución es limitada.
 - Los esfuerzos de marketing se orientan a lograr a que el producto se pruebe.
3. **Etapa de crecimiento:** “Etapa del ciclo de vida del producto en la que las ventas del producto comienzan a aumentar rápidamente”. Esta segunda etapa se caracteriza por:
- Incremento en ventas y ganancias, en algunas ocasiones a ritmo acelerado.
 - Aparición de competidores en el mercado.
 - La promoción se hace más intensiva.
4. **Etapa de madurez:** “Etapa del ciclo de vida del producto en la que el crecimiento de las ventas se reduce o detiene”. La tercera etapa incluye características como:
- Las ventas continúan aumentando pero a un ritmo decreciente.
 - La competencia se agudiza y se aborda vía precio.
 - Los esfuerzos promocionales procuran la conservación del mercado.
5. **Etapa de decadencia** “es el período en el que tanto las ventas como las utilidades disminuyen”. La etapa final del ciclo de vida del producto se caracteriza por:
- Los volúmenes de ventas comienzan a bajar a tasas importantes.
 - Algunos oferentes abandonan el producto.
 - La promoción y distribución comienzan a disminuir en intensidad.

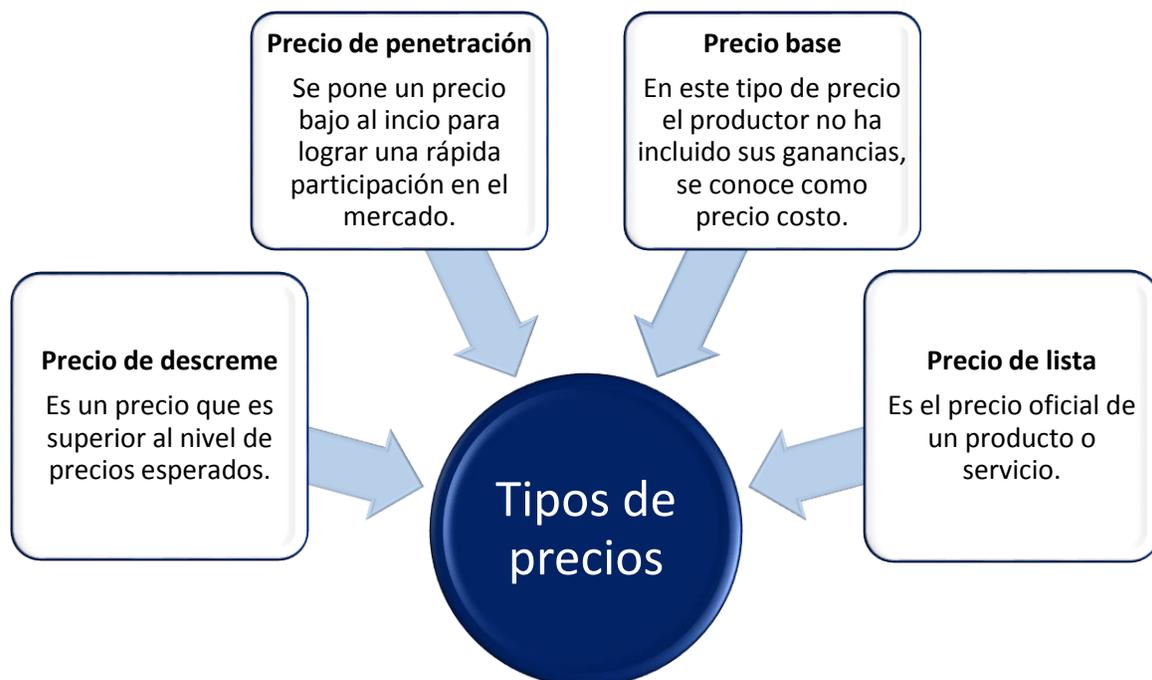
B. Precio

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2008) precio es la “cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. Según Prieto Herrera (2009) “el precio es un elemento importante que no debe establecerse a la ligera, ya que es quien da estabilidad económica a la empresa”.

(i) Tipos de precios

De acuerdo con Prieto Herrera (2009), existen cuatro tipos de precios, los cuales se describen a continuación:

Ilustración 5. Tipos de precios



Fuente: Elaboración propia con base en (Prieto Herrera, 2009).

De acuerdo con Stanton, Etzel y Walter (2007) la asignación de precios busca los siguientes objetivos:

- Maximizar las utilidades.

- Hacer frente a la Competencia.
- Favorecer el Intercambio entre Oferentes y Demandantes.
- Lograr una retribución meta.

C. Plaza

El poner a disposición de los clientes un producto o servicio requiere de una serie de relaciones con proveedores, distribuidores y clientes. Plaza “incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta” (Kotler & Armstrong, 2008).

Así mismo, un canal de distribución es “el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste del productor al consumidor o usuario de negocios final; el canal incluye siempre al productor y al cliente final del producto en su forma presente, así como a cualquier intermediario, como los detallistas y mayoristas” (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

D. Promoción

“Es la función del marketing mix relacionada con la comunicación persuasiva hacia públicos objetivos que le brinda beneficios tangibles al producto o servicio” (Prieto Herrera, 2009). Por otro lado, Kotler y Armstrong (2008) señalan que “el concepto de promoción comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo”.

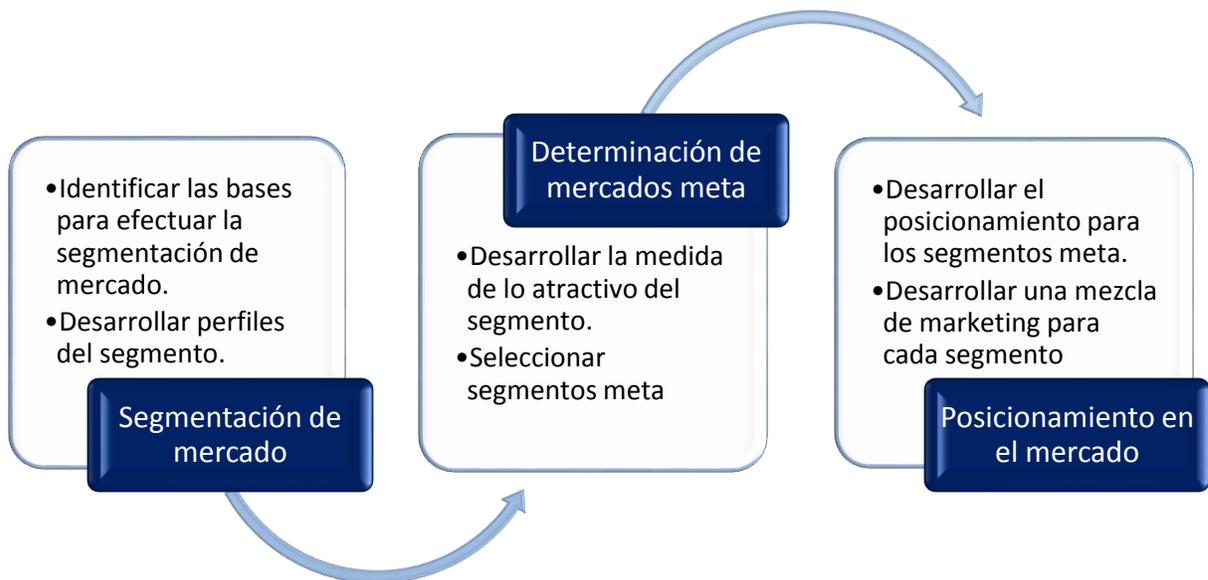
De acuerdo con Stanton, Etzel y Walker (2007) la promoción se lleva a cabo de cuatro formas: venta personal, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. Cada una de ellas cuenta con características que determinan la función que pueden desempeñar en un programa de promoción.

2.1.4. Segmentación de mercados

La segmentación de mercados es dividir el mercado homogéneamente según sus gustos y necesidades y un segmento de mercado es un grupo de personas que comparten gustos o necesidades similares (Kotler & Keller, 2012).

Según Kotler y Armstrong (2008) la segmentación, determinación y posicionamiento del mercado se conforman por una serie de pasos los cuales se presentan a continuación:

Ilustración 6. Pasos en la segmentación, determinación y posicionamiento de mercado



Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2008).

A. Segmentación geográfica

“La segmentación geográfica requiere dividir un mercado en diferentes unidades geográficas como naciones, regiones, estados, municipios, ciudades, o incluso vecindarios” (Kotler & Armstrong, 2008).

B. Segmentación demográfica

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2008), “la segmentación demográfica divide al mercado en grupos con base en variables demográficas como edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, y nacionalidad”.

C. Segmentación psicográfica

Kotler y Armstrong (2008), argumentan que “la segmentación psicográfica divide a los compradores en diferentes grupos con base en su clase social, estilo de vida, o características de personalidad. Los miembros de un mismo grupo demográfico pueden tener características psicográficas muy diversas”.

D. Segmentación conductual

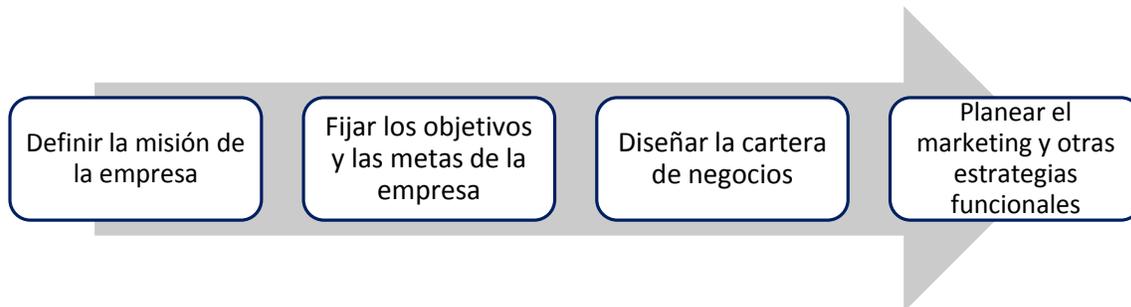
Según Kotler y Armstrong (2008) “la segmentación conductual divide a los compradores en grupos con base en sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas a un producto. Muchos mercadólogos piensan que las variables de la conducta son el mejor punto de partida para formar segmentos de mercado”.

2.1.5. Planeación estratégica

“Es el proceso de crear y mantener congruencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus cambiantes oportunidades de marketing” (Kotler & Armstrong, 2008). Es función de cada empresa definir el plan estratégico más acorde con su situación tanto a nivel interno como externo.

Para llevar a cabo la planeación estratégica se deben de seguir una serie de pasos, los cuales se describen a continuación:

Ilustración 7. Pasos para desarrollar la planeación estratégica



Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2008).

A. Definir la misión de la empresa

Las empresas necesitan una misión que guíe las acciones y el proceder de la empresa. Kotler y Armstrong (2008) expresan que una declaración de misión es una “expresión del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio”.

B. Fijar los objetivos y las metas de la empresa

Una vez fijada la misión de la empresa se deben de fijar objetivos que den soporte a los directivos de la empresa. Según Kotler y Armstrong (2008) “es preciso desarrollar estrategias de marketing que apoyen los objetivos de marketing”.

C. Diseñar la cartera de negocios

El tercer paso consiste en diseñar la cartera de negocios y según Kotler Y Armstrong (2008) esta se define como “el conjunto de negocios y productos que constituyen la empresa”. Así mismo, estos autores manifiestan que existen dos pasos en el diseño de una cartera de negocios, en primer lugar se debe analizar la cartera actual con el objetivo de decidir cuáles negocios deben de continuar y la inversión que requieren cada uno de ellos. En segundo lugar se debe de definir cuál será la cartera futura para asegurar el crecimiento de la empresa.

(i) Matriz de participación de crecimiento

Con el objetivo de evaluar las unidades estratégicas de negocios, se emplea la matriz de participación de crecimiento, la cual evalúa dichas unidades en términos de crecimiento del mercado y la participación relativa en el mercado. Así mismo, clasifican las unidades en productos estrellas, vacas generadoras de dinero, interrogaciones y perro (Kotler & Armstrong, 2012).

Ilustración 8. Matriz de participación de crecimiento



Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2012).

1. **Estrellas:** Son negocios o productos de gran participación y crecimiento. Necesitan inversiones muy fuertes para financiar el rápido crecimiento. Con el paso del tiempo el crecimiento disminuye y se convierten en vacas generadoras de dinero.
2. **Vacas generadoras de dinero:** Tienen una alta participación y un bajo crecimiento. Necesitan menos inversión para mantener la participación en el mercado.
3. **Interrogaciones:** Tienen una baja participación en mercados de alto crecimiento. Necesitan grandes sumas de dinero para para mantener la participación en el mercado y aún más para incrementarla.

4. **Perro:** Tienen un bajo crecimiento y participación. Pueden generar recursos económicos suficientes para mantenerse a sí mismos, pero no son fuente de dinero significado.

(ii) Matriz de expansión de productos y mercados

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2007) la matriz de expansión de productos y mercados es una “herramienta de planeación de cartera que sirve para identificar las oportunidades de crecimiento de la empresa mediante la penetración de mercados, el desarrollo del mercado, el desarrollo de productos o la diversificación”.

Ilustración 9. Matriz de expansión de productos y mercados



Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2007).

1. **Penetración de mercado:** “Estrategia de crecimiento de una empresa que consiste en aumentar las ventas de los productos actuales en segmentos de mercado actuales, sin modificar el producto” (Kotler & Armstrong, 2008).
2. **Desarrollo del mercado:** “Estrategia de crecimiento de una empresa que busca identificar y desarrollar nuevos segmentos de mercado para sus productos actuales” (Kotler & Armstrong, 2008).

3. **Desarrollo de productos:** “Estrategia de crecimiento de una empresa que consiste en ofrecer productos nuevos o modificados a segmentos de mercado actuales” (Kotler & Armstrong, 2008).
4. **Diversificación:** “Estrategia de crecimiento de una empresa que consiste en iniciar o adquirir negocios que están fuera de los productos y mercados actuales de la empresa” (Kotler & Armstrong, 2008).

D. Planear el marketing y otras estrategias funcionales

Todos los departamentos funcionales de las empresas deben de contribuir a alcanzar los objetivos estratégicos propuestos por la organización. Planear el marketing tiene un papel fundamental dentro de la planeación estratégica, debido a que proporciona una guía para lograr la satisfacción del cliente y ayuda a identificar oportunidades de mercado (Kotler & Armstrong, 2008).

Es crucial a la hora de definir una orientación estrategia elaborar de previo una investigación de mercado que permita diagnosticar el entorno en que se desenvuelve la empresa, de manera que las propuestas vayan acorde al estudio del entorno tanto interno como externo.

2.1.6. Investigación de mercados

Una investigación de mercados es una herramienta de administración que facilita la toma de decisiones, brinda la posibilidad de conocer el mercado y también conduce al desarrollo y mejoramiento de productos y servicios.

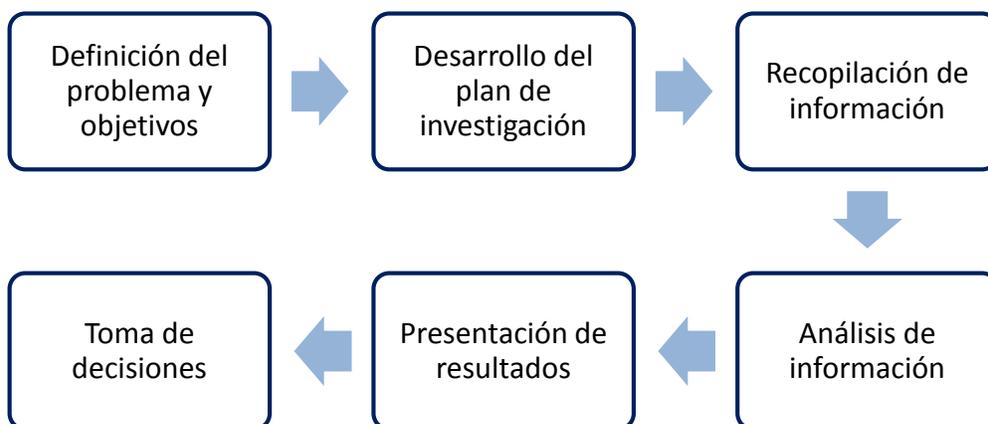
“La investigación de mercados comprende un proceso sistemático de diseño, obtención, análisis, y presentación de los datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización” (Kotler & Armstrong, 2008).

Por otra parte, Malhora (2008) argumenta que la investigación de mercados es “la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (y oportunidades) de marketing”.

A. Fases en la investigación de mercados

De acuerdo con Kotler y Keller (2012), el proceso de investigación de mercados se compone de seis pasos que orientan las acciones y tareas a desarrollar en este tipo de estudios, las cuales se resumen a continuación:

Ilustración 10. Fases en la investigación de mercados



Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Keller, 2012).

(i) Definición del problema, de las alternativas de decisión y de los objetivos de investigación

El primer paso en una investigación de mercados consiste en definir el problema de investigación, el cuál no debe de ser ni muy extenso ni muy limitado, para que permita abarcar el problema de estudio de la mejor manera posible. Así mismo se deben de plantear las alternativas de decisión y los objetivos que guiarán el estudio.

(ii) Desarrollo del enfoque del problema

La segunda fase consiste en diseñar el plan más eficaz para el estudio, lo cual incluye tomar decisiones relacionadas con las fuentes de información, los métodos e instrumentos de investigación, el plan de muestreo y métodos de contacto. Así mismo se debe de estimar cual será el costo de la investigación.

(iii) Recopilación de información

La recopilación de información es una de las etapas más caras y la más susceptible a errores debido a que el proceso de obtener información puede ocasionar inconvenientes como que los sujetos de investigación no puedan ser localizados o que no quieran cooperar en brindar información e incluso que los investigadores sesguen las respuestas.

(iv) Análisis de información

Con la información recopilada se procede a realizar el análisis y la formulación de conclusiones. Para ello de tabulan datos, se plantean tablas de distribución de frecuencia, se extraen medidas y se someten a prueba las hipótesis y teorías.

(v) Presentación de resultados

Se deben de presentar los resultados de mayor relevancia para los problemas de la organización asociados con la toma de decisiones de marketing, para lo cual los investigadores deben de desempeñar un rol proactivo en sus labores.

(vi) Toma de decisiones

Finalmente, con base en las conclusiones y resultados obtenidos se debe de proceder a tomar las decisiones sobre los problemas que enfrenta la empresa.

B. Técnicas de investigación de mercado

Para llevar a cabo la tarea de recolección de datos primarios se utilizan diversas técnicas, las cuales se detallan a continuación:

Ilustración 11. Técnicas de investigación de mercados

Investigación observacional	Investigación por encuesta	Investigación experimental	Investigación online
<ul style="list-style-type: none"> •Consiste en observar personas, acciones y situaciones para obtener datos primarios. Es muy utilizada para recolectar información que las personas no pueden o no quieren proporcionar. 	<ul style="list-style-type: none"> •Es la técnica mas recomendable para obtener información descriptiva y consiste en preguntas acerca de actitudes, preferencias, comportamientos de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> •Esta técnica consiste en seleccionar grupos de sujetos para aplicarles diferentes tratamientos y controlando factores relacionados, además de observar las diferencias en sus respuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> •Consiste en la recopilación de información al aplicar encuestas por internet o al realizar sesiones de grupo o grupos de enfoque en línea.

Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2007).

Con lo anteriormente presentado se pretende que el lector obtenga una visión panorámica de la conceptualización del área temática de estudio, de manera que pueda comprender la secuencia y planteamiento que sigue la investigación. A continuación se pretende abarcar de manera ilustrada y puntual la conceptualización metodológica, importante para conocer la terminología relacionada con las etapas que siguió la investigación.

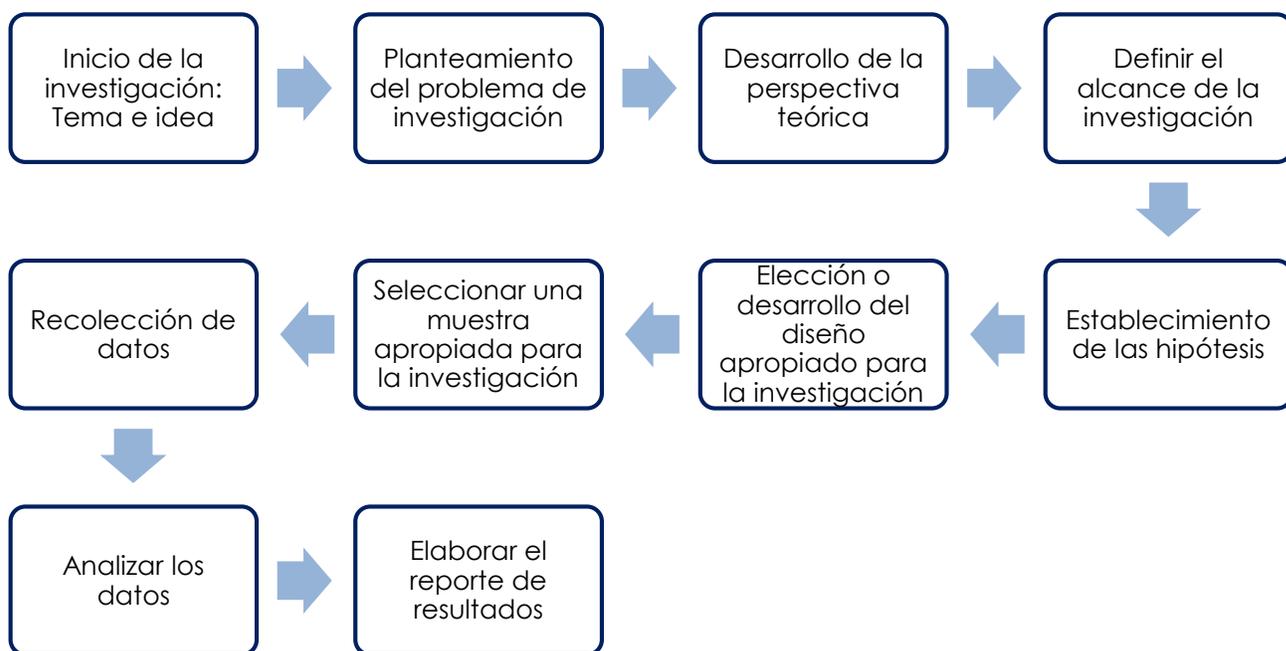
2.2. METODOLOGÍA

Es importante conocer los términos que se utilizan en una investigación porque esto permitirá tener una mejor comprensión del estudio. Por esta razón a continuación se muestran algunos de los conceptos más relevantes.

2.2.1. Proceso de la investigación

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), el proceso de investigación se compone de 10 pasos, los cuales se citan a continuación:

Ilustración 12. Proceso de investigación



Fuente: Elaboración propia con base en (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

2.2.2. Investigación descriptiva

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010) “en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga”.

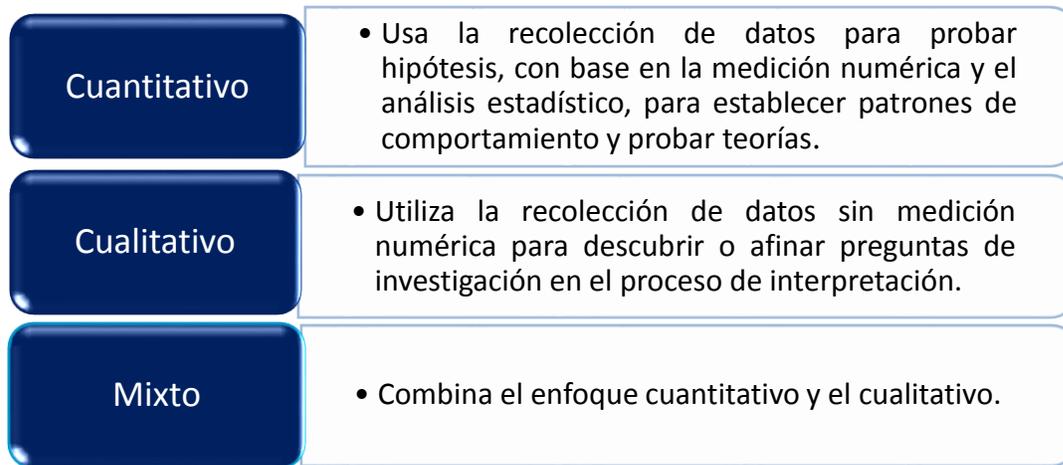
Además Malhotra (2008) expresa que el principal objetivo de este tipo de investigación es “describir algo, por lo regular las características o funciones del mercado”. Así mismo, señala que la investigación descriptiva se puede realizar por las siguientes razones:

1. Describir las características de grupos pertinentes, como consumidores, vendedores, organizaciones o áreas del mercado.
2. Calcular el porcentaje de unidades de una población específica que muestran cierta conducta.
3. Determinar la percepción de las características de productos.
4. Determinar el grado en que las variables de marketing están asociadas.
5. Hacer predicciones específicas.

2.2.3. Enfoque de investigación

Una investigación de mercados puede tener tres tipos de enfoques, el cuantitativo, el cualitativo y el mixto (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación quinta edición, 2010).

Ilustración 13. Tipos de enfoque de investigación



Fuente: Elaboración propia con base en (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

En la presente investigación se hará uso de un enfoque cuantitativo, el cual presenta las siguientes características:

- Es un estudio secuencial y probatorio.
- Se parte de una idea que va acotándose, y una vez delimitada, se derivan los objetivos y preguntas de investigación.
- Pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento a una colectividad mayor.

2.2.4. Sujetos de investigación

“Sujeto de la investigación es aquella persona que participa en la investigación, ya sea de la definición del problema, la construcción del diseño metodológico o aportando datos para el estudio” (Gutierrez Rojas, 1998).

2.2.5. Fuentes de información

A. Fuente primaria

Las fuentes primarias de información implican recoger la información de manera directa, por medio de técnicas como observación, entrevistas, encuestas, sondeos entre otros (Méndez Álvarez, 2001).

B. Fuente secundaria

Este tipo de fuente brinda información básica para el estudio y se encuentra en libros, periódicos, revistas, documentales, enciclopedias, entre otros (Méndez Álvarez, 2001).

2.2.6. Instrumentos de recolección de información

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010) un instrumento de medición es “un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente”. Todo instrumento de medición debe de cumplir con requisitos de confiabilidad, validez y objetividad.

A. Cuestionario

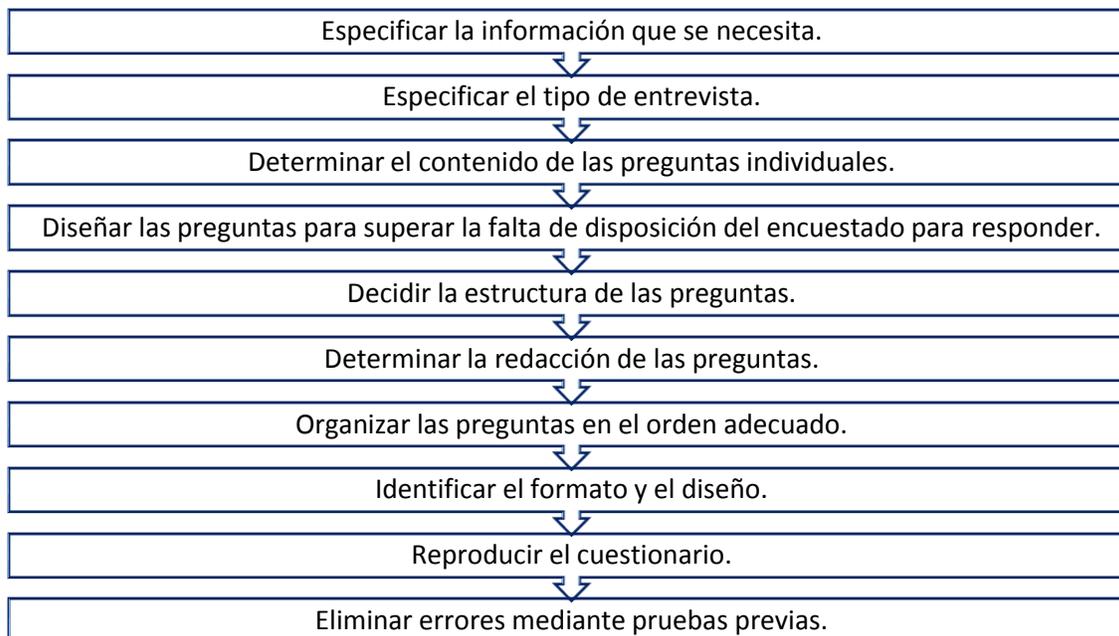
El cuestionario es una de los instrumentos más utilizados para la recolección de datos. En palabras de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006) “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

Por otra parte, Malhotra (2008) argumenta que los cuestionarios tienen tres objetivos específicos, que son traducir la información necesaria en preguntas que los encuestados puedan responder, además debe de animar, motivar y alentar al encuestado para que colabore activamente en el proceso y finalmente, el cuestionario debe de tratar de minimizar el error en las respuestas.

(i) Proceso de diseño del cuestionario

Según Malhotra (2008) el proceso de diseño del cuestionario se compone de 10 pasos, los cuales se describen a continuación:

Ilustración 14. Proceso de diseño del cuestionario



Fuente: Elaboración propia con base en (Malhotra, 2008).

(ii) Tipos de preguntas

El diseño de las preguntas es de vital importancia para evitar errores y reducir el sesgo en una investigación. Un cuestionario puede contener preguntas tanto no estructuradas como estructuradas.

1. **Preguntas Abiertas:** Las preguntas abiertas son preguntas no estructuradas, en las cuales los encuestados contestan con sus propias palabras. “Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

- 2. Preguntas cerradas:** Las preguntas cerradas o estructuradas son las que necesitan que el encuestado elija su respuesta de un conjunto predeterminado de opciones de respuesta (Hair, Bush, & Ortinau, 2003). Este tipo de preguntas puede ser de opción múltiple, dicotómica o una escala. De acuerdo con Malhotra (2008), en las preguntas de opción múltiple “el investigador ofrece las opciones de respuesta y se le pide al encuestado que seleccione una o más alternativas dadas” la pregunta dicotómica “solo tiene dos alternativas de respuesta” y las escalas le establecen números o patrones a los objetos.

B. Entrevistas

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), existen diversos tipos de entrevistas. Las entrevistas semiestructuradas requieren una guía de entrevista, sin embargo el entrevistador puede realizar preguntas adicionales con el fin de obtener la información que requiere. Por otra parte, las entrevistas no estructuradas dan la libertad al entrevistador para que realice las preguntas de acuerdo a su criterio personal, sin necesidad de una guía previa.

2.2.7. Sondeo

De acuerdo con Malhotra (2008) el sondeo es una “técnica motivacional usada al formular las preguntas de la encuesta para inducir a los encuestados a ampliar, aclarar o explicar sus respuestas, y ayudarlos a que se concentren en el contenido específico de la entrevista”.

2.2.8. Censo

El censo es una técnica que consiste en incluir en el estudio a todos los elementos de la población u objetos de estudio. Los censos se recomiendan en poblaciones pequeñas debido a que requiere mayor inversión económica y de tiempo (Malhotra, 2008).

2.2.9. Muestra

Muestra es “un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006). Las muestras se clasifican en probabilísticas y no probabilísticas.

A. Muestra probabilística

En la muestra probabilística “todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006). Existen tres tipos de muestras probabilística, los cuales se describen a continuación:

Ilustración 15. Tipos de muestras probabilísticas

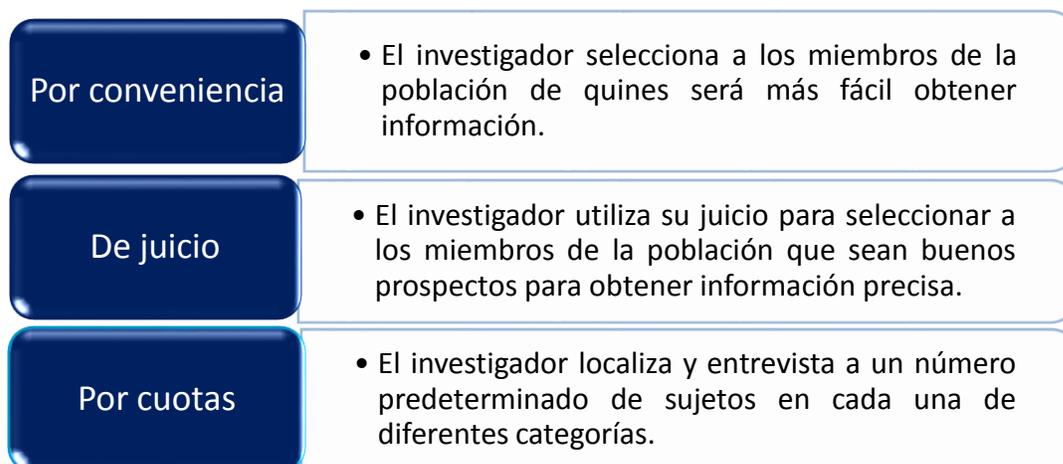
Aleatoria simple	<ul style="list-style-type: none"> • Cada uno de los miembros de la población tiene la misma probabilidad conocida de ser seleccionado.
Aleatoria estratificada	<ul style="list-style-type: none"> • Se divide la población en grupos mutuamente excluyentes (Como grupos de edades), y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo.
Por racimos (área)	<ul style="list-style-type: none"> • Se divide la población en grupos mutuamente excluyentes (como por cuadras), y le investigador saca una muestra de los grupos que entrevistará.

Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2007).

B. Muestra no probabilística

En la muestra no probabilística o dirigida “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006). La muestra no probabilística se clasifica en muestra por conveniencia, de juicio y por cuotas.

Ilustración 16. Tipos de muestras no probabilísticas



Fuente: Elaboración propia con base en (Kotler & Armstrong, 2007)

Con la información presentada se busca que el lector obtenga una mejor claridad sobre cómo se llevará a cabo el proceso de investigación para así evitar confusiones sobre el planteamiento del estudio. Seguidamente, se brindará información relacionada con el movimiento solidarista, para que el lector pueda comprender algunas generalidades de estas organizaciones.

2.3. ASOCIACIONES SOLIDARISTAS

El solidarismo es uno de los movimientos organizados más importantes del país y es un sistema que fomenta la producción, satisface las necesidades de sus asociados y fortalece la relación obrero-patronal y este movimiento es normado por la ley número 6970. Por ello, resulta de vital importancia conocer en que consiste este grupo organizado y algunas de sus características.

2.3.1. Origen

El movimiento solidarista costarricense tiene como principal antecedente las reformas sociales de 1940-1943. En el año 1947 el Lic. Alberto Martén Chavarría inicia este movimiento como una solución a los problemas obreros patronales que surgieron por la

difusión del Código de Trabajo. Finalmente en el año 1949, se establecieron las bases filosóficas del solidarismo, lo que permitió su posterior desarrollo y expansión (Movimiento Solidarista Costarricense, 2015).

2.3.2. Concepto

El artículo N°1 de la Ley de Asociaciones Solidaristas (1984) establece que estas son “Organizaciones sociales que se inspiran en una actitud humana, por medio de la cual el hombre se identifica con las necesidades y aspiraciones de sus semejantes, comprometiendo el aporte de sus recursos y esfuerzos para satisfacer esas necesidades y aspiraciones de manera justa y pacífica. Su gobierno y su administración competen exclusivamente a los trabajadores afiliados a ellas”.

Así mismo, el artículo N°4 (1984) señala que “las asociaciones solidaristas son entidades de duración indefinida, con personalidad jurídica propia, que, para lograr sus objetivos podrán adquirir toda clase de bienes, celebrar contratos de toda índole y realizar toda especie de operaciones lícitas encaminadas al mejoramiento socioeconómico de sus afiliados, en procura de dignificar y elevar su nivel de vida”.

2.3.3. Fines

De acuerdo con la Ley de Asociaciones Solidaristas (1984) en el Artículo N°2 los fines primordiales de estas organizaciones son “procurar la justicia y la paz social, la armonía obrero-patronal y el desarrollo integral de sus asociados”.

2.3.4. Principales características

La Ley de Asociaciones Solidaristas (1984) establece en sus diversos artículos algunas de las características fundamentales de las asociaciones:

- Las asociaciones podrán llevar a cabo programas de vivienda, deportivos, artísticos, educativos y recreativos, culturales, sociales, económicos y cualquier otro programa legal (Artículo N°4).
- Cualquier trabajador de la empresa podrá afiliarse y desafilarse libremente y deberán de asegurarle la igual de derechos y deberes (Artículo N°7).
- Se deben de constituir por no menos de doce trabajadores mayores de edad (Artículo N°11).
- Los estatutos de la Asociación solidarista deberán de indicar el nombre de la entidad, su domicilio, los fines que busca y los medios de alcanzarlos, la forma de afiliación y desafilación, el monto mínimo de ahorro, los órganos de la Asociación y su funcionamiento (Artículo N°13).
- Los asociados son todas aquellas personas que suscriban la escritura constitutiva y también los que sean admitidos posteriormente de acuerdo con los estatutos (Artículo N°15)
- La asamblea general es el órgano supremo de la Asociación y expresa su voluntad colectiva (Artículo N°26).
- La Asociación solidarista es dirigida y administrada por una junta directiva compuesta por mínimo cinco miembros (Artículo N°42).

En este capítulo se explicaron detalladamente conceptos relacionados con marketing, metodología de la investigación y sobre Asociaciones Solidaristas, los cuales servirán de guía para que el lector obtenga una visión panorámica de la investigación y pueda comprender la terminología utilizada a la largo del estudio.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se detallarán cada una de las etapas del estudio y se explicará la forma en que se desarrollaron las variables involucradas en la investigación, de tal manera que el lector comprenda la forma en que se desarrolló el proyecto. Se tratarán aspectos como el tipo de investigación, enfoques de investigación, fuentes consultadas, sujetos de investigación, diseño de la muestra, técnicas de investigación, análisis de datos y las limitaciones del estudio.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Debido a las características del estudio, la presente investigación de mercado utilizó un diseño de tipo descriptivo, debido a que la información recolectada se empleó para describir el perfil y las necesidades de los asociados y no asociados y para realizar el diagnóstico de los servicios que ofrece la ASET, con lo cual se logró elaborar la cartera de productos.

3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Tomando en consideración la naturaleza de la investigación, el proyecto se clasificó como cuantitativo, esto debido a que se utilizó la recolección de datos numéricos y el análisis estadístico para realizar los diagnósticos necesarios para cumplir con los objetivos del estudio.

3.3. FUENTES CONSULTADAS

Para el presente trabajo se consultaron diversas fuentes, tanto de literatura como de información, las cuales se detallan a continuación:

3.3.1. Fuentes de literatura

Se utilizaron diversas fuentes de información primaria con el objetivo de brindarle al lector una guía conceptual sobre los temas tratados en la investigación.

A. Primarias

En el estudio se consultaron gran variedad de libros de diversos temas y autores, como lo son marketing, investigación de mercados y metodología de la investigación, así mismo, se consultó la Ley de Asociaciones Solidaristas de Costa Rica, todo con el objetivo de brindarle al lector un esquema general de los temas tratados en el estudio.

3.3.2. Fuentes de información

En la realización del estudio se utilizaron tanto fuentes primaras como fuentes secundarias de información. A continuación se detallan cada una de ellas:

A. Fuentes primarias

Las fuentes primarias constituyen la principal fuente de información del estudio y está conformada por los cuestionarios y conversaciones realizadas de manera directa a los sujetos de estudio. En la tabla 3, se muestran en detalle las fuentes empleadas.

Tabla 3. Fuentes primarias de información utilizadas en el estudio

Fuentes primarias de información utilizadas en el estudio	
Cuestionarios	Los resultados de los cuestionarios constituyen la principal fuente primaria de información del estudio. Se aplicó un cuestionario diferente tanto para funcionarios asociados, funcionarios no asociados y estudiantes del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.

Entrevistas no estructuradas con la Junta Directiva y Administrador de la ASET	En estas conversaciones se obtuvo información indispensable para los diagnósticos y análisis que se realizaron.
--	---

B. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias de información complementaron el proceso de recolección de información y apoyaron el desarrollo de la investigación. En la tabla 4 se detallan cada una ellas.

Tabla 4. Fuentes secundarias de información utilizadas en el estudio

Fuentes secundarias de información utilizadas en el estudio	
Información de la Junta Directiva y Administrador de la ASET	La Junta Directiva y el Administrador de la Asociación brindaron datos y documentos relacionados con el tema de estudio. Así mismo, facilitaron la base de datos interna de los asociados, con la cual se logró realizar el cálculo de la muestra y aplicar los cuestionarios.
Información del Departamento de Admisión y Registro del Tecnológico Sede San Carlos	Esta oficina facilitó la información sobre la población estudiantil del Campus Regional San Carlos, con lo cual fue posible el cálculo de la muestra para la aplicación de los cuestionarios.
Información de la Dirección Administrativa del Tecnológico Sede San Carlos	La Dirección Administrativa del Tecnológico de Costa Rica facilitó una base de datos con la información del personal que labora en la Sede, con lo cual fue posible el cálculo de la muestra y la aplicación de los cuestionarios.
Información del Departamento Financiero Contable del Tecnológico Sede San Carlos	Este departamento facilitó información indispensable para el análisis del eventual servicio de transporte estudiantil, como lo fue el monto egresado por la contratación externa de servicios de transporte y la frecuencia de contratación.
Información del área de Servicios Generales del Tecnológico Sede San Carlos	Brindaron información sobre la frecuencia de uso del bus estudiantil, información empleada en el análisis realizado sobre este posible servicio.
Información brindada por un ex miembro de la Junta Directiva ASET	Facilitó información relacionada con diversos servicios que ofrece o que ofreció la Asociación Solidarista, datos que fueron utilizados en la descripción de la cartera actual de la ASET.

<p>Entrevistas a Asociaciones Solidaristas homólogas</p>	<p>En el momento en que se llevó a cabo esta investigación de mercado para la ASET, se realizó un plan estratégico por parte de la estudiante Adriana Picado Arias, por lo cual, se utilizó como fuente secundaria la información obtenida por medio de uno de los instrumentos de recolección de información que ella empleó, el cual consistió en entrevistas (Ver anexo 1) a cinco Asociaciones Solidaristas, las cuales fueron la Asociación Solidarista de Empleados de TicoFrut S.A. (ASETICO), Asociación Solidarista de Empleados de Cooquite R.L. (ASEMCO), Asociación Solidarista de Empleados de COOPELESCA R.L. (ASECOOP), Asociación Solidarista de Empleados Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos R.L. (ASECOOPROLE), Asociación Solidarista de empleados del Instituto Tecnológico de Costa Rica (ASETEC).</p>
--	--

(i) Información secundaria utilizada de las entrevistas con administradores de Asociaciones Solidaristas

A continuación se detalla la información utilizada de las entrevistas con administradores de Asociaciones Solidaristas homólogas a la ASET.

Tabla 5. Información secundaria utilizada de las entrevistas con administradores de Asociaciones Solidaristas

Información utilizada	Propósito	Resultado de la entrevista
<p>Pregunta 9. ¿Cuáles beneficios y servicios se les brinda a los asociados?</p>	<p>La información fue utilizada en la cartera de productos para funcionarios asociados, específicamente para los planes de ahorros.</p>	<p>La mayoría de Asociaciones Solidaristas utilizan ahorro navideño, ahorro para pago de marchamo y ahorro para vacaciones de fin de año.</p>
<p>Pregunta 11. ¿Cuentan con convenios o alianzas? ¿Han sido beneficiosos?</p>	<p>La información se utilizó para plantear el parámetro de colorimetría de los convenios para funcionarios asociados a la ASET.</p>	<p>Todas las Asociaciones Solidaristas entrevistadas cuentan con más de 25 convenios para los asociados.</p>

3.4. SUJETOS DE INVESTIGACIÓN

El principal sujeto de estudio de la investigación fueron los funcionarios asociados a la ASET, los cuales brindaron la información necesaria para realizar los análisis y cumplir con los objetivos del estudio. Por otra parte, los funcionarios no asociados a la ASET y los estudiantes del Tecnológico de Costa Rica también formaron parte de los sujetos de investigación y facilitaron datos importantes para el estudio.

3.5. DISEÑO DE LA MUESTRA

En el diseño de la muestra se definieron aspectos como la población de estudio, unidad de muestreo, tipo de muestra, niveles de confianza y error y además de realizó el cálculo de las muestras del estudio.

3.5.1. Población

La presente investigación contó con tres poblaciones finitas, debido a que en los tres casos se contaba con una base de datos que proporcionaba la información de los sujetos que podrían ser encuestados.

- Funcionarios del Tecnológico de Costa Rica asociados a la ASET.
- Estudiantes activos del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos.
- Funcionarios del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos no asociados a la ASET.

3.5.2. Unidad de muestreo

Las unidades de muestreo para la presente investigación se detallan a continuación en la tabla 6.

Tabla 6. Unidades de muestreo del estudio

Funcionarios asociados a la ASET	Estudiantes del TEC Sede San Carlos	Funcionarios no asociados a la ASET
Según la base de datos actualizada al 09 de Marzo del 2015, la ASET está conformada por 125 asociados. No obstante, para este estudio se excluyeron los 9 miembros de la Junta Directiva ¹ , por lo cual la unidad de muestreo se conformó por 116 funcionarios asociados.	Se compone por los estudiantes activos del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos, los cuáles según la Oficina de Admisión y Registro eran de 923 estudiantes para el primer semestre 2015.	Esta unidad de muestreo se conforma por los funcionarios del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos no asociados a la ASET, quienes según la base de datos actualizada al 29 de Enero del 2015, corresponde a 87 funcionarios.

3.5.3. Tipo de muestra

A continuación, en la tabla 7 se detalla el tipo de muestra utilizada en el estudio.

Tabla 7. Tipos de muestras utilizadas

Funcionarios asociados a la ASET	Estudiantes del TEC Sede San Carlos	Funcionarios no asociados a la ASET
Se hizo uso de una muestra probabilística de tipo aleatoria simple, en la cual todos los miembros de la población tuvieron la misma posibilidad de ser elegidos.		Se realizó un sondeo entre la población en estudio.

3.5.4. Nivel de confianza y error

Partiendo del hecho de que se conocen las poblaciones finitas del estudio, se decidió utilizar los siguientes niveles de confianza y error:

¹ Se excluyen debido a que se consideró que podía paralizarse su posición en el estudio a razón del cargo que desempeñan actualmente.

Tabla 8. Nivel de confianza y error del estudio

Funcionarios asociados a la ASET	Estudiantes del TEC Sede San Carlos
Se decidió utilizar un nivel de confianza de un 90%; es decir una estimación del parámetro poblacional de un 1,645. Así mismo, se decidió aceptar un error de un 6,45%.	Se empleó un nivel de confianza de un 90%; lo que equivale a una estimación del parámetro poblacional de un 1,645 y un error de un 7,45%.

3.5.5. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de las muestras de los funcionarios asociados y estudiantes se utilizó la siguiente fórmula:

Ilustración 17. Fórmula para el cálculo de la muestra

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

Fuente: Elaboración propia.

En donde:

Tabla 9. Simbología para el cálculo de las muestras

Simbología para el cálculo de las muestras	
N	Tamaño de la muestra
N	Población total
P	Proporción esperada de éxito
E	Límite aceptable de error muestral
Z	Nivel de confianza

A continuación se detallan los cálculos de las muestras para el presente estudio:

Tabla 10. Cálculo de muestras del estudio

Funcionarios asociados a la ASET	Estudiantes del TEC Sede San Carlos
$n = \frac{0,5(1 - 0,5)}{\frac{0,0645^2}{1,645^2} + \frac{0,5(1 - 0,5)}{116}}$	$n = \frac{0,5(1 - 0,5)}{\frac{0,0745^2}{1,645^2} + \frac{0,5(1 - 0,5)}{923}}$
n= 68	n= 108

En el caso de los funcionarios no asociados a la ASET, se decidió realizar un sondeo entre 14 funcionarios.

3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este trabajo se empleó como técnica de investigación la encuesta.

3.6.1. Encuesta

El cuestionario fue el instrumento utilizado para aplicar las diversas encuestas. Estos instrumentos se elaboraron de manera estructurada, con el fin de facilitar las labores de tabulación y análisis de información brindada por los sujetos de investigación. Se crearon tres cuestionarios diferentes para cada población en estudio, los cuales se detallan a continuación:

A. Cuestionario a funcionarios asociados a la ASET

El cuestionario constó de 23 preguntas que dieron respuesta al problema de estudio ([ver Apéndice 1](#)) y se estructuró de manera tal que permitiera conocer el perfil del asociado, diagnóstico de los servicios actuales y pasados, diagnóstico de sus necesidades y deseos y finalmente un diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y del Administrador de la ASET.

El cuestionario utilizó dos tipos de preguntas, las abiertas se utilizaron para conocer la opinión de los asociados y brindarles un espacio en el cual pudieran expresar sus sugerencias para mejorar la gestión de la ASET. Así mismo, se emplearon preguntas cerradas de opción múltiple, dicotómicas y de escala, las cuales permitieron conocer la opinión de los asociados sobre diversos temas y además facilitaron la tarea de realizar una valoración de los servicios y una calificación del proceder de la Asociación y sus directivos.

B. Cuestionario a estudiantes del TEC Sede San Carlos

El cuestionario constó de 19 preguntas que dieron respuesta al problema de estudio ([ver apéndice 2](#)) y se estructuró de tal manera que permitiera conocer el perfil de los estudiantes, realizar un diagnóstico de la Tienda ASET, así como conocer cuáles son las necesidades de los estudiantes a razón de productos o servicios potenciales que pudiese ofrecer la ASET.

El cuestionario empleó principalmente preguntas cerradas de opción múltiple, dicotómicas y de escala, pero adicionalmente se utilizaron preguntas abiertas con el objetivo de obtener mayor información para realizar los análisis necesarios.

C. Cuestionario a funcionarios no asociados a la ASET

El cuestionario se conformó por 20 preguntas ([ver apéndice 3](#)) elaboradas para definir el perfil del funcionario no asociado, conocer la percepción que tenían de la Asociación y conocer cuál sería la frecuencia de uso de ciertos productos y servicios en caso de ser brindados por la ASET.

Se emplearon tanto preguntas abiertas como cerradas de opción múltiple y de escala, con el fin de conocer la opinión de dichos funcionarios sobre los temas de interés para el presente estudio.

3.7. ETAPAS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se llevó a cabo en seis etapas, las cuales permitieron cumplir con los objetivos planteados. Seguidamente se detallan cada una de esas etapas:

3.7.1. Primera etapa: Planeamiento de la investigación

La etapa de planeación abarcó la elaboración de los tres primeros capítulos del estudio, que son aspectos generales, revisión de literatura y metodología. Estos capítulos le brindan al lector un esquema general de la investigación y le permite comprender la forma en que se llevó a cabo el estudio.

A. Capítulo I. Aspectos generales

En este primer apartado se abarcaron generalidades de la Asociación y del estudio. Se procedió en primer lugar a plantear los objetivos generales y específicos, problema y justificación, tomando como base el problema mencionado por la Junta Directiva y Administrador de la ASET. Posterior a esto, se plantearon las generalidades de la Asociación, la cual incluyó la reseña histórica (de elaboración propia con base en información de libros de actas y otros documentos), la estructura organizacional, logotipo, misión, y visión de la Asociación, datos que fueron suministrados por la administración de la ASET. Finalmente, se estableció el alcance que tendría la investigación.

B. Capítulo II. Revisión de literatura

Este apartado abarcó aspectos teóricos relacionados con la investigación, como lo son marketing, metodología y generalidades sobre las Asociaciones Solidaristas. Esto se elaboró con el objetivo de facilitarle al lector la comprensión de la terminología empleada a lo largo de la investigación.

C. Capítulo III. Metodología

En este capítulo se define el tipo de investigación y el enfoque utilizado. Así mismo se presentan las fuentes consultadas en el desarrollo del estudio, tanto las de literatura como las de información. Posteriormente se definieron los sujetos de investigación, se realizó el cálculo de la muestra y se definieron las técnicas de investigación. Finalmente se redactaron las limitaciones presentadas a lo largo del desarrollo del proyecto.

3.7.2. Segunda etapa. Recopilación de datos

En el proceso de recolección de datos se utilizaron diversas metodologías, las cuales se describen a continuación:

- Autoaplicación: Se imprimieron las encuestas y se distribuyeron entre sujetos de estudio en específico, a los cuales se les otorgó un periodo de tiempo de entre 1 y 3 días para que completaran el cuestionario. Así mismo, se les informaba que en el momento en que lo completaran lo podían entregar en las oficinas de la ASET, o en caso contrario este se pasaba a recoger a partir del tercer o cuarto día a sus respectivos lugares de trabajo.
- Autoaplicación por medio del correo electrónico: Se envió un enlace vía correo electrónico con el cuestionario que se formuló en google docs (herramienta que permite crear encuestas en línea), de esta forma los sujetos de estudio completaban de manera online el cuestionario y enviaban su respuesta automáticamente.
- Aplicación personal mediante entrevista cara a cara: Consistió en aplicar el cuestionario oralmente y de manera directa a los sujetos de estudio. Sin embargo, este método no fue muy utilizado debido a que al aplicar algunas de las encuestas se determinó que los encuestados no se sentían a gusto y limitaban algunas de sus respuestas.

A continuación se detallará el proceso de recopilación de datos seguido para las tres poblaciones en estudio.

A. Funcionarios asociados a la ASET

Antes de aplicar el cuestionario se realizó una prueba piloto con dos asociados de la ASET, esto con el fin de verificar que la estructura del instrumento fuera la adecuada y que resultara fácil de comprender por el encuestado. Seguidamente se detallará el procedimiento utilizado en la recopilación de datos.

Tabla 11. Procedimiento para la recopilación de datos a funcionarios asociados a la ASET

Procedimiento para la recopilación de datos a funcionarios asociados a la ASET	
Primer paso	<ul style="list-style-type: none"> Se envió un enlace desde el correo electrónico de la ASET a los correos electrónicos de 81 funcionarios asociados para que completaran la encuesta de manera online. De esta forma se recibieron 23 respuestas.
Segundo paso	<ul style="list-style-type: none"> A los 35 asociados restantes de la población en estudio por laborar en puestos en los cuales no utilizaban correo electrónico o internet con mucha frecuencia no se les envió el enlace, si no que se decidió aplicarles el cuestionario de manera personal. Se aplicaron 2 encuestas personalmente mediante una entrevista cara a cara y a 19 asociados se procedió a entregarles el cuestionario para que ellos mismos lo completaran.
Tercer paso	<ul style="list-style-type: none"> Una semana después se procedió a enviar nuevamente un correo electrónico a los asociados para recordarles a aquellas personas que aún no habían completado la encuesta. Posterior a esto se recibieron 12 respuestas.
Cuarto paso	<ul style="list-style-type: none"> Finalmente, se entregaron encuestas a 12 sujetos de estudio para ser completadas.

B. Estudiantes del TEC Sede San Carlos

Primeramente se realizó una prueba piloto entre 5 estudiantes de distintas carreras y años de ingreso al Tecnológico para verificar que la estructura del instrumento fuera la adecuada y que las preguntas fueran fáciles de comprender.

Finalmente se procedió a aplicar el cuestionario a los 108 estudiantes según los cálculos de la muestra, siguiendo el procedimiento que se detalla a continuación:

Tabla 12. Procedimiento para la recopilación de datos a estudiantes del TEC Sede San Carlos

Procedimiento para la recopilación de datos a estudiantes del TEC Sede San Carlos	
Primer paso	<ul style="list-style-type: none"> Se publicó el enlace para completar la encuesta online a través de 2 páginas en Facebook que incluyen a la mayoría de estudiantes del Tecnológico (Sede y Estudiantes TEC) así como en tres grupos que tiene la Oficina de Trabajo Social (Beca Mauricio Campos, Beca préstamo y exoneración). De esta forma se obtuvieron 57 respuestas.
Segundo paso	<ul style="list-style-type: none"> Una semana después, se volvió a publicar el enlace en las mismas páginas citadas anteriormente, con el fin de que los estudiantes recordaran la importancia de completar la encuesta. De esta forma se obtuvieron 14 respuestas.
Tercer paso	<ul style="list-style-type: none"> Seis días después se publicó el enlace en la página de Facebook de Residencias Estudiantiles del TEC Sede San Carlos y nuevamente en el grupo Estudiantes TEC, logrando de esta forma completar 37 respuestas.

C. Funcionarios no asociados a la ASET

En primer lugar se aplicó una prueba piloto a un funcionario no asociado de la ASET para la verificación del instrumento de recolección de información. Luego de aplicar la prueba piloto, se procedió a aplicar el cuestionario mediante el método sondeo a los funcionarios no asociados.

El cuestionario fue enviado por medio de un enlace vía correo electrónico a los funcionarios no asociados y de esta forma se recibieron 14 respuestas.

3.7.3. Tercera etapa. Tabulación y graficación de resultados

Al diseñar el cuestionario en google docs las respuestas de las personas que lo completaron en línea se registraron automáticamente en una hoja de datos en Excel. En cuanto a los cuestionarios que se distribuyeron de manera impresa, conforme estos se recibieron se registraron de igual manera en google docs.

Luego de recopilar todas las respuestas, se procedió a crear los gráficos para cada una de las preguntas de los cuestionarios y el análisis de las preguntas de opción abierta.

En la graficación de la información se hizo uso del redondeo, con el objetivo de facilitar el análisis de la información al usar números enteros.

3.7.4. Cuarta etapa. Descripción y análisis de resultados

Una vez graficada la información de los cuestionarios se procedió a realizar la descripción y análisis de la información con el objetivo de explicar los principales hallazgos del estudio. En el Capítulo IV. Descripción de resultados, se describieron los resultados obtenidos en el instrumento de recolección de información elaborado para cada población en estudio. La información se describió siguiendo el siguiente orden:

- Funcionarios asociados a la ASET
- Estudiantes del TEC Sede San Carlos
- Funcionarios no asociados a la ASET

Por otra parte, en el Capítulo V. Análisis y compilación de resultados, la información que se presenta sigue el mismo orden que se presentó en el Capítulo IV, esto con el objetivo de facilitarle al lector una mejor comprensión de la información. En este capítulo se realizaron cuatro análisis, los cuales se detallan a continuación:

A. Análisis cartera de productos actual

La ASET no cuenta con una cartera de productos definida, por tal motivo se procedió a definir un formato para el análisis de la cartera de negocios actual. A razón de lograr una mejor comprensión de la información, este mismo formato fue utilizado en la cartera de productos propuesta para la ASET.

(i) Líneas de crédito

Las líneas de crédito ofrecidas por la ASET a los funcionarios asociados fueron analizadas siguiendo el siguiente formato. Los créditos se clasificaron según las dos líneas de crédito con que cuenta la Asociación y se incluyeron aspectos como el tipo de crédito, la descripción, el monto máximo a prestar, el plazo máximo para el crédito, la tasa de interés y los requisitos para optar por los mismos.

Tabla 13. Formato para cartera de productos actual-líneas de crédito

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos
LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES					
LÍNEAS DE CRÉDITO SOCIALES					

(ii) Planes de ahorro

En la descripción de los planes de ahorros ofrecidos actualmente a los funcionarios asociados se tomó en cuenta el tipo de ahorro, la descripción del producto, el monto mínimo mensual a ahorrar, la tasa de interés y los requisitos para la apertura de la cuenta de ahorros.

Tabla 14. Formato para cartera de productos actual-planes de ahorro

Tipo de ahorro	Descripción	Monto mínimo mensual	Tasa de interés	Requisitos apertura

(iii) Convenios

La descripción de los convenios actuales utilizó el siguiente formato. Se hizo una clasificación según los tipos o áreas de los convenios y se detalló el nombre del local comercial, la descripción del convenio, las facilidades o beneficios que ofrece el convenio y los requisitos para hacer uso del mismo.

Tabla 15. Formato para cartera de productos actual-convenios

Convenio	Descripción	Facilidades	Requisitos
HOTELES Y CENTROS RECREATIVOS			

(iv) Otros productos y servicios

En la descripción de otros productos y servicios que la ASET ofrece tanto a los funcionarios asociados como a no asociados se utilizó la siguiente matriz, en la cual se detalla el producto o servicio ofrecido, la descripción del mismo, las facilidades que se brindan y el precio o tarifa del mismo.

Tabla 16. Formato para cartera de productos actual-otros productos y servicios

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio

B. Análisis de resultados con base en colorimetría

La información arrojada por los cuestionarios fue analizada utilizando una escala de colorimetría de colores del semáforo, las cuales se detallan a continuación.

(i) Matrices de resultados funcionarios asociados a la ASET

En el análisis de la información de los funcionarios asociados a la ASET se utilizaron las siguientes matrices con su correspondiente colorimetría.

Tabla 17. Escalas colorimetría matrices de resultados funcionarios asociados a la ASET

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico de la ASET	Medios por los cuales se enteraron de la existencia de la ASET	<p>Negativo: Menos de 2 medios.</p> <p>Precaución: De 2 a 3 medios con un 40% o más.</p> <p>Positivo: Más de 3 medios con un 40% o más.</p>	Apéndice 4
	Frase que los identifica como asociados	<p>Negativo: Hubo mucha disparidad de respuestas.</p> <p>Precaución: No se identifica una frase preponderante entre los asociados.</p> <p>Positivo: Hay una frase preponderante en la preferencia de los asociados.</p>	Apéndice 4
Matriz diagnóstico de los productos y servicios actuales y pasados de la ASET	Calificación de los productos y servicios actuales y pasados de la ASET	<p>Negativo: Mayoritariamente las calificaciones pésimo y malo.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente las calificaciones regular y no sé/no respondo.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las calificaciones bueno y excelente.</p>	Apéndice 5
Matriz diagnóstico de la frecuencia de adquisición de productos o servicios	Frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET	<p>Negativo: Mayoritariamente las opciones nunca y casi nunca.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente las opciones a veces y no sé/no respondo.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las opciones casi siempre y siempre.</p>	Apéndice 6

Tabla 17. Escalas colorimetría matrices de resultados funcionarios asociados a la ASET (continuación)

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios asociados.	Convenios de interés	<p>Negativo: Menos de 10 convenios.</p> <p>Precaución: De 10 a 25 convenios.</p> <p>Positivo: Más de 25 convenios.</p>	Apéndice 7
	Horario para los servicios	<p>Negativo: No se adecua a las necesidades de los asociados.</p> <p>Precaución: Se adecua parcialmente a las necesidades de los asociados.</p> <p>Positivo: Se adecua completamente a las necesidades de los asociados.</p>	Apéndice 7
	Facilidades que les gustaría recibir	<p>Negativo: No se satisfacen las facilidades que les gustaría recibir.</p> <p>Precaución: Se satisfacen parcialmente las facilidades que les gustaría recibir.</p> <p>Positivo: Se satisfacen completamente las facilidades que les gustaría recibir.</p>	Apéndice 7
	Medios de información	<p>Negativo: Menos de 2 medios.</p> <p>Precaución: De 2 a 3 medios.</p> <p>Positivo: Más de 3 medios.</p>	Apéndice 7
Matriz diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y Administrador de la ASET	Calificación de la Asociación, Junta Directiva y Administrador de la ASET	<p>Negativo: Mayoritariamente las calificaciones pésimo y malo.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente las calificaciones regular y no sé/no respondo.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las calificaciones bueno y excelente.</p>	Apéndice 8 Apéndice 9 Apéndice 10

(ii) Matrices de resultados estudiantes del TEC Sede San Carlos

La siguiente tabla muestra las escalas de colorimetría empleadas en el análisis de las matrices de resultados de los estudiantes del TEC.

Tabla 18. Escalas colorimetría matrices de resultados estudiantes del TEC Sede San Carlos

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico de la Tienda ASET	Uso de la Tienda ASET	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 11
	Porque no hacía uso de la Tienda ASET	<p>Negativo: Más de 2 opciones con un 40% o más.</p> <p>Precaución: De 1 a 2 opciones con un 40% o más.</p> <p>Positivo: Ninguna de las opciones brindadas.</p>	Apéndice 11
	Frecuencia de uso de la Tienda ASET	<p>Negativo: De 1 a 3 veces al semestre.</p> <p>Precaución: De 4 a 6 veces al semestre.</p> <p>Positivo: Más de 6 veces al semestre.</p>	Apéndice 11
	Monto mensual destinado a compras en la Tienda ASET	<p>Negativo: Menos de 2000 colones.</p> <p>Precaución: De 2000 a 6000 colones.</p> <p>Positivo: Más de 6000 colones.</p>	Apéndice 11
	Percepción de los precios de la Tienda ASET	<p>Negativo: Precios altos.</p> <p>Precaución: Precios moderados.</p> <p>Positivo: Precios bajos.</p>	Apéndice 11
Matriz frecuencia de uso de los productos o servicios que brindaba la Tienda ASET	Frecuencia de uso de los productos o servicios que brindaba la Tienda ASET	<p>Negativo: Mayoritariamente las opciones nunca y casi nunca.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente la opción a veces.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las opciones casi siempre y siempre.</p>	Apéndice 12

Tabla 18. Escalas colorimetría matrices de resultados estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz calificación de la Tienda ASET	Calificación de la Tienda ASET	<p>Negativo: Mayoritariamente las calificaciones pésimo y malo.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente la calificación regular.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las calificaciones bueno y excelente.</p>	Apéndice 13
Matriz diagnóstico de la frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET	Frecuencia de adquisición de productos o servicios	<p>Negativo: Mayoritariamente las opciones nunca y casi nunca.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente la opción a veces.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las opciones casi siempre y siempre.</p>	Apéndice 14
Matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes	Horario adecuado para los servicios.	<p>Negativo: No se adecua a las necesidades de los estudiantes.</p> <p>Precaución: Se adecua parcialmente a las necesidades de los estudiantes.</p> <p>Positivo: Se adecua completamente a las necesidades de los estudiantes.</p>	Apéndice 15
Matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes	Facilidades que les gustaría recibir	<p>Negativo: No se satisfacen las facilidades que les gustaría recibir.</p> <p>Precaución: Se satisface parcialmente las facilidades que les gustaría recibir.</p> <p>Positivo: Se satisfacen completamente las facilidades que les gustaría recibir.</p>	Apéndice 15
	Medios de información.	<p>Negativo: Menos de 2 medios.</p> <p>Precaución: De 2 a 3 medios.</p> <p>Positivo: Más de 3 medios.</p>	Apéndice 15

Tabla 18. Escalas colorimetría matrices de resultados estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico del servicio de bus estudiantil	Uso del bus estudiantil	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 16
	Frecuencia de uso de los horarios	<p>Negativo: Mayoritariamente las opciones nunca y casi nunca.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente la opción a veces.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las opciones casi siempre y siempre.</p>	Apéndice 17

(iii) Matrices de resultados funcionarios no asociados a la ASET

En el análisis de esta información se emplearon las siguientes matrices y colorimetrías.

Tabla 19. Escalas colorimetría matrices de resultados funcionarios no asociados a la ASET

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico de la ASET	Conocimiento de los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 18
	Conocimiento de la existencia de la ASET	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 18

Tabla 19. Escalas colorimetría matrices de resultados funcionarios no asociados a la ASET (continuación)

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico de la ASET	Conocimiento de los servicios que brinda la ASET	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 18
	Medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET	<p>Negativo: Menos de 2 medios.</p> <p>Precaución: De 2 a 3 medios con un 40% o más.</p> <p>Positivo: Más de 3 medios un 40% o más.</p>	Apéndice 18
	Afiliación en algún momento a la ASET	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 18
	Porque se retiraron de la ASET	<p>Negativo: Se afiliaron a la ASETEC, no les resultó beneficioso o no satisfacía sus necesidades y deseos.</p> <p>Precaución: Imposibilidad de hacer el ahorro obrero.</p> <p>Positivo: Ninguna de las opciones brindadas.</p>	Apéndice 18
	Interés en ingresar o reingresar a la ASET	<p>Negativo: Menos de un 60% de los encuestados.</p> <p>Precaución: Entre un 60% y un 80% de los encuestados.</p> <p>Positivo: Más de un 80% de los encuestados.</p>	Apéndice 18
Matriz frecuencia de adquisición de productos o servicios que brinda la ASET en caso de afiliarse a la ASET	Frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de afiliarse a la ASET	<p>Negativo: Mayoritariamente las opciones nunca y casi nunca.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente las opciones a veces y no sé/no respondo.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las opciones casi siempre y siempre.</p>	Apéndice 19

Tabla 19. Escalas colorimetría matrices de resultados funcionarios no asociados a la ASET (continuación)

Matriz	Variable	Parámetro de medida	Referencia
Matriz diagnóstico de la frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET	Frecuencia de adquisición de productos o servicios	<p>Negativo: Mayoritariamente las opciones nunca y casi nunca.</p> <p>Precaución: Mayoritariamente las opciones a veces y no sé/no respondo.</p> <p>Positivo: Mayoritariamente las opciones casi siempre y siempre.</p>	Apéndice 20
Matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados	Horario adecuado para los servicios.	<p>Negativo: No se adecua a las necesidades de los estudiantes.</p> <p>Precaución: Se adecua parcialmente a las necesidades de los estudiantes.</p> <p>Positivo: Se adecua completamente a las necesidades de los estudiantes.</p>	Apéndice 21
	Facilidades que les gustaría recibir	<p>Negativo: No se satisfacen las facilidades que les gustaría recibir.</p> <p>Precaución: Se satisface parcialmente las facilidades que les gustaría recibir.</p> <p>Positivo: Se satisfacen completamente las facilidades que les gustaría recibir.</p>	Apéndice 21
	Medios de información.	<p>Negativo: Menos de 2 medios.</p> <p>Precaución: De 2 a 3 medios.</p> <p>Positivo: Más de 3 medios.</p>	Apéndice 21

Cabe señalar que en la mayoría de escalas de colorimetrías se establecieron los parámetros tomando como base los patrones de respuesta de las respectivas preguntas, sin embargo, en ciertas variables se tomó un parámetro diferente, tal como se detalla a continuación:

- Convenios de interés: Se empleó como base los datos obtenidos de las entrevistas realizadas a diversas Asociaciones Solidaristas.

- Horario para los servicios, facilidades que les gustaría recibir, medios de información: Se realizó el parámetro tomando en consideración la relación existente entre lo que la ASET ofrece actualmente y lo que los diversos clientes desean.

Las preguntas de los diferentes cuestionarios se clasificaron en diversos apartados y cada uno de ellos se analizó utilizando la siguiente matriz, en la cual se detalla la variable en estudio, el resultado obtenido en la encuesta, la referencia al gráfico respectivo, el estado arrojado por el colorímetro empleado en cada variable y finalmente se planteó una propuesta de solución.

Tabla 20. Formato utilizado en el análisis de resultados con base en colorimetría

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución

C. Acciones a realizar en las diversas propuestas de solución

Para cada propuesta de solución se procedió a plantear acciones específicas para cumplir efectivamente con las soluciones brindadas.

Tabla 21. Formato utilizado en las acciones a realizar en las diversas propuestas de solución

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar

D. Formulación de estrategias

Las acciones específicas a realizar se agruparon en categorías, y para cada categoría se planteó una estrategia, un objetivo estratégico y para cada objetivo estratégico se hizo uso de la siguiente matriz, en la cual se detallan actividades a realizar, metas por alcanzar, tareas por cumplir, tiempo estimado para ejecutarlo y la persona (s) responsable (s) de su ejecución.

Tabla 22. Formato utilizado en la formulación de estrategias

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable

3.7.5. Quinta etapa: Elaboración de la cartera de productos

Con toda la información recopilada, y según los resultados de las encuestas se procedió a plantear la cartera de productos que debería de implementar la ASET para cada uno de sus mercados metas. Así mismo, se estableció el plazo máximo en que debería de implementarse el producto o servicio.

Tabla 23. Plazo de implementación de la cartera de productos

Variable	Plazo	Aspecto considerado
Continuar ofreciendo	Productos o servicios que se ofrecen actualmente y que obtuvieron calificaciones positivas para continuarlos ofreciendo.	Productos o servicios ofrecidos actualmente
Corto plazo	El producto o servicio se debe de implementar en un periodo máximo de un año.	Productos o servicios que obtuvieron calificaciones positivas y/o que no requieren mucha inversión.
Mediano plazo	El producto o servicio se debe de implementar en un periodo de entre uno y dos años.	Productos o servicios con calificaciones de precaución y/o que requieren una inversión considerable.
Largo plazo	El producto o servicio se debe de implementar en un periodo de más de dos años pero menos de cuatro años.	Productos o servicios sugeridos por los encuestados y/o que requieren inversión elevada.

(i) Líneas de crédito

La cartera de crédito que debe de ofrecer la Asociación se planteó utilizando el siguiente formato.

Tabla 24. Formato para cartera de productos futura-líneas de crédito

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES						
LÍNEAS DE CRÉDITO SOCIALES						

(ii) Planes de ahorro

Los planes de ahorro que debe brindar la ASET se plantearon según el siguiente formato.

Tabla 25. Formato para cartera de productos futura-planes de ahorro

Tipo de ahorro	Descripción	Monto mínimo mensual	Tasa de interés	Requisitos apertura	Plazo para implementación

(iii) Convenios

Tabla 26. Formato para cartera de productos futura-convenios

Convenio	Descripción	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
HOTELES Y CENTROS RECREATIVOS				

(iv) Otros productos y servicios

Los otros productos que debe ofrecer la ASET a sus asociados así como la cartera de productos que debe de ofrecer a los estudiantes y a los funcionarios no asociados se plantearon utilizando la siguiente matriz.

Tabla 27. Formato para cartera de productos futura-otros productos y servicios

Producto/ Servicio	Descripción	Facilidades	Tarifa/precio	Plazo para implementación

3.7.6. Sexta etapa: Redacción de conclusiones y recomendaciones

Finalmente, se procedió a redactar las principales conclusiones del estudio, así como a plantear recomendaciones para mejorar la gestión de la ASET y lograr una correcta implementación de la cartera de productos.

3.8. LIMITACIONES DEL TRABAJO

Se presentó la limitante de no poder asegurar solo una respuesta por sujeto de estudio en el instrumento de recolección de información formulado en línea para los funcionarios asociados y no asociados, esto debido a que se pretendía mantener la confidencialidad de la información.

CAPÍTULO IV. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

En el presente apartado se detallarán los resultados obtenidos en la aplicación de los cuestionarios a funcionarios asociados a la ASET, estudiantes del TEC Sede San Carlos y a funcionarios no asociados a la ASET. Así mismo, se presentan los resultados de una investigación realizada con el Departamento Financiero Contable el Tecnológico con respecto al servicio de bus estudiantil.

4.1. ENCUESTA A LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET

A continuación se detallarán los resultados de las encuestas aplicadas a los funcionarios asociados a la ASET. Los resultados se subdividen en perfil del asociado, diagnóstico de los productos y servicios actuales y pasados, diagnóstico de las necesidades y deseos de los asociados y finalmente un diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y Administrador de la ASET.

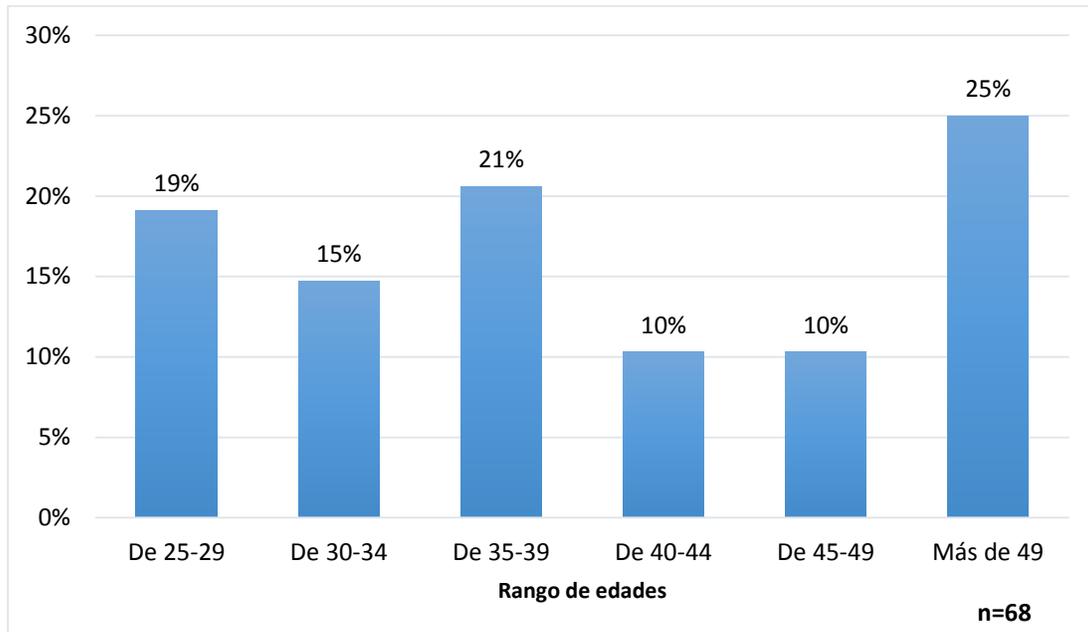
4.1.1. Perfil de los funcionarios asociados a la ASET

Mediante la encuesta aplicada a los asociados, se logró determinar el perfil del asociado, el cual incluye aspectos como edad, género, estado civil, dependencia en la que laboran, clase de puesto que desempeñan, número de años laborando en el TEC y el tiempo de pertenecer a la Asociación.

A. Edad

El siguiente gráfico muestra los rangos de edad de los asociados encuestados y se puede observar que el rango de edad de más de 49 años es el que contempla a la mayoría de asociados. En segundo lugar se encuentra el rango de entre los 35 y 39 años. En la tercera posición se encuentran las edades de los 25 a los 29 años.

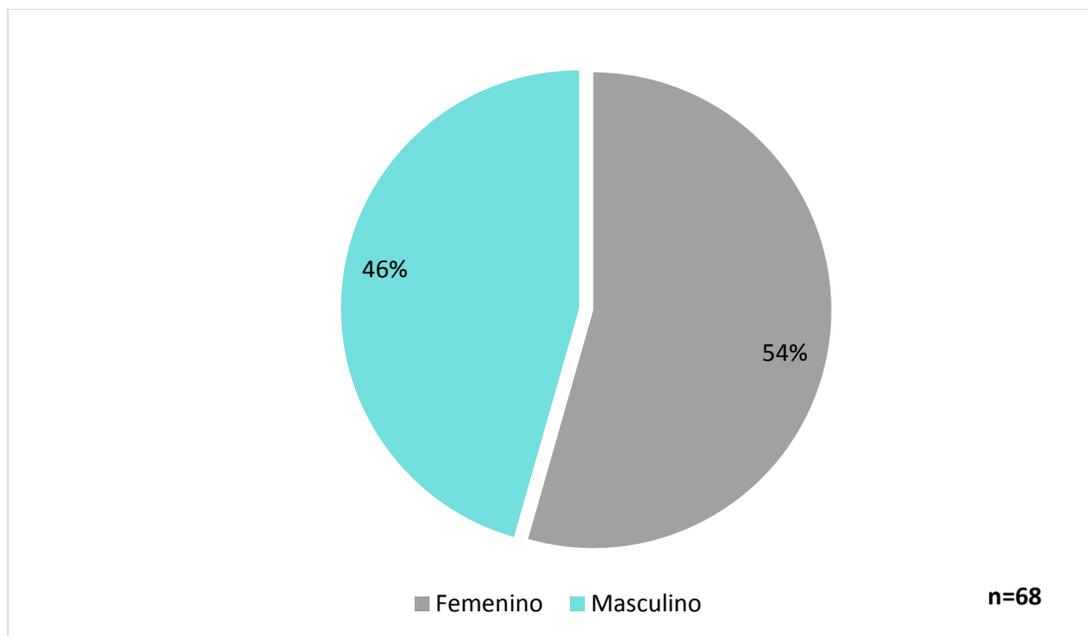
Gráfico 1. Rangos de edad de los funcionarios asociados a la ASET



B. Género

Como se puede observar en el siguiente gráfico, un 54% de los asociados encuestados son mujeres, mientras que el restante 46% estuvo conformado por hombres.

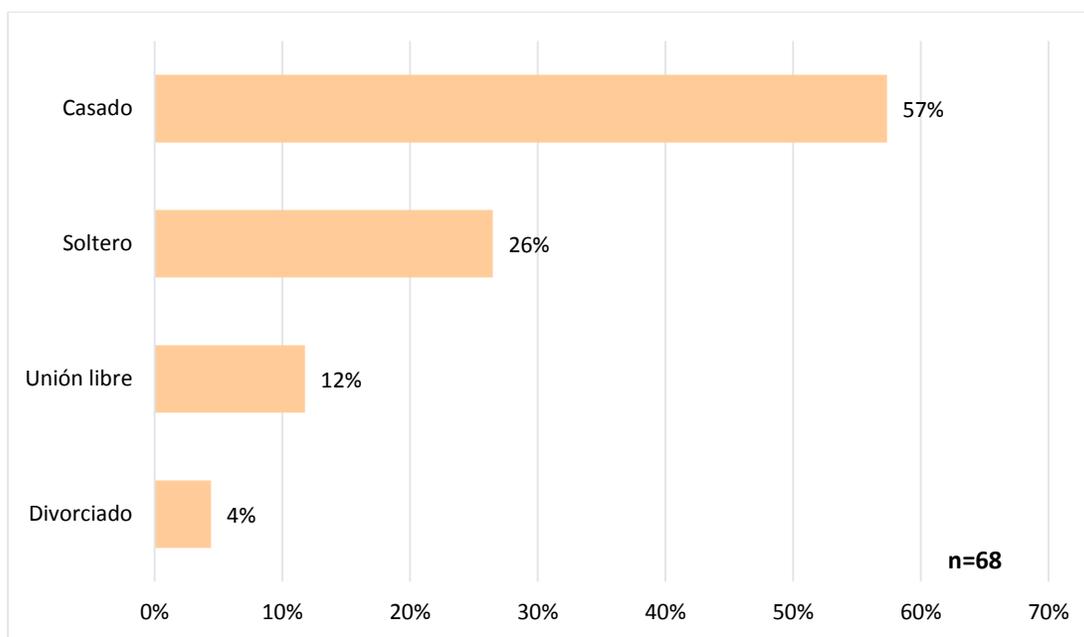
Gráfico 2. Género de los funcionarios asociados



C. Estado civil

Según los datos recolectados, el 57% de los encuestados son personas casadas. Así mismo, un 26% son solteros y una minoría se encuentra en unión libre y divorciados, con un 12% y un 4% respectivamente.

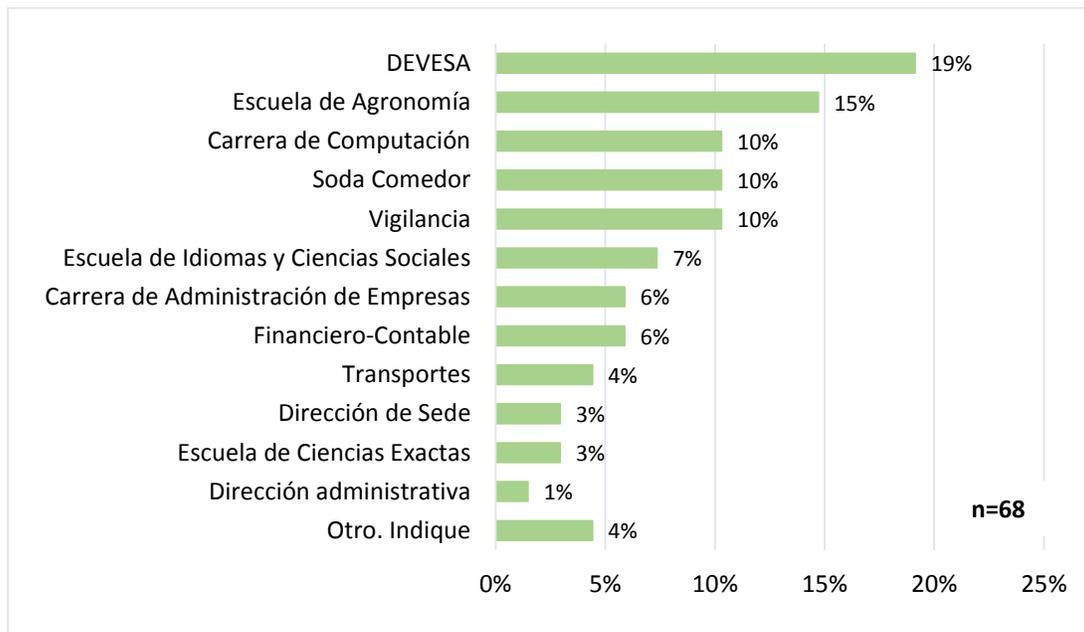
Gráfico 3. Estado civil de los funcionarios asociados



D. Dependencia en que laboran

Con respecto a la dependencia en que laboran los encuestados, los resultados fueron muy diversos debido a que se abarcaron los principales departamentos y/o áreas del Tecnológico. El 19% de encuestados laboraban en el DEVESA (Departamento de Vida Estudiantil y Servicios Académicos). En segundo lugar y con un 15% la Escuela de Agronomía. En tercer lugar la Carrera de Computación, Soda Comedor y Vigilancia con un 10% de encuestados en cada caso. Otros departamentos contaron con una minoría de porcentajes.

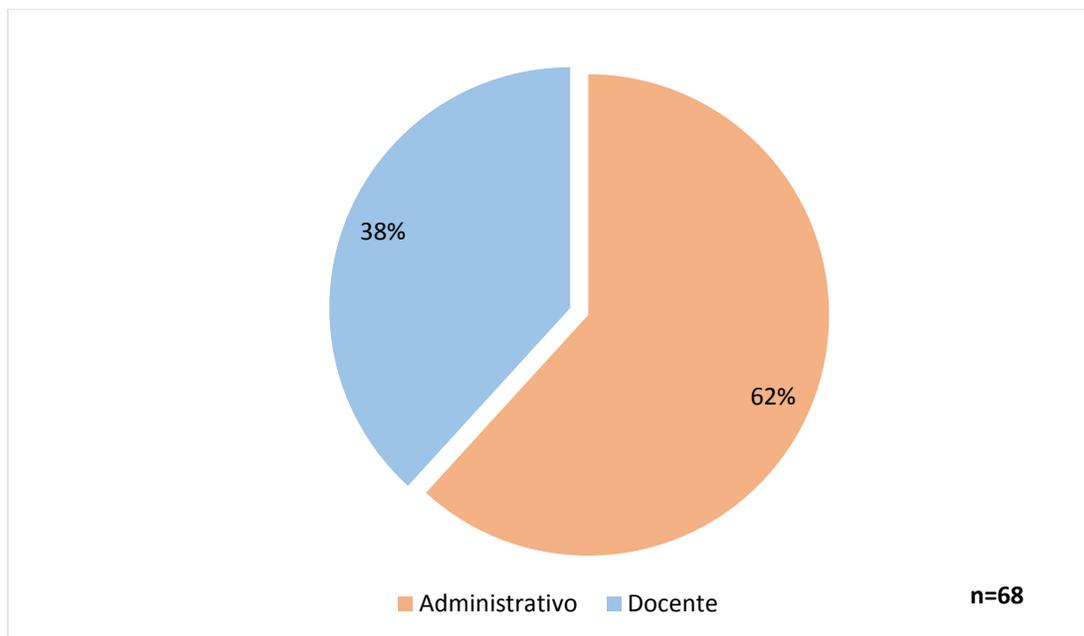
Gráfico 4. Dependencia en que laboran los funcionarios asociados



E. Puesto que desempeñan

En relación con el puesto que desempeñan los funcionarios asociados, un 62% pertenece a puestos administrativos, mientras que el restante un 38% desempeña puestos docentes.

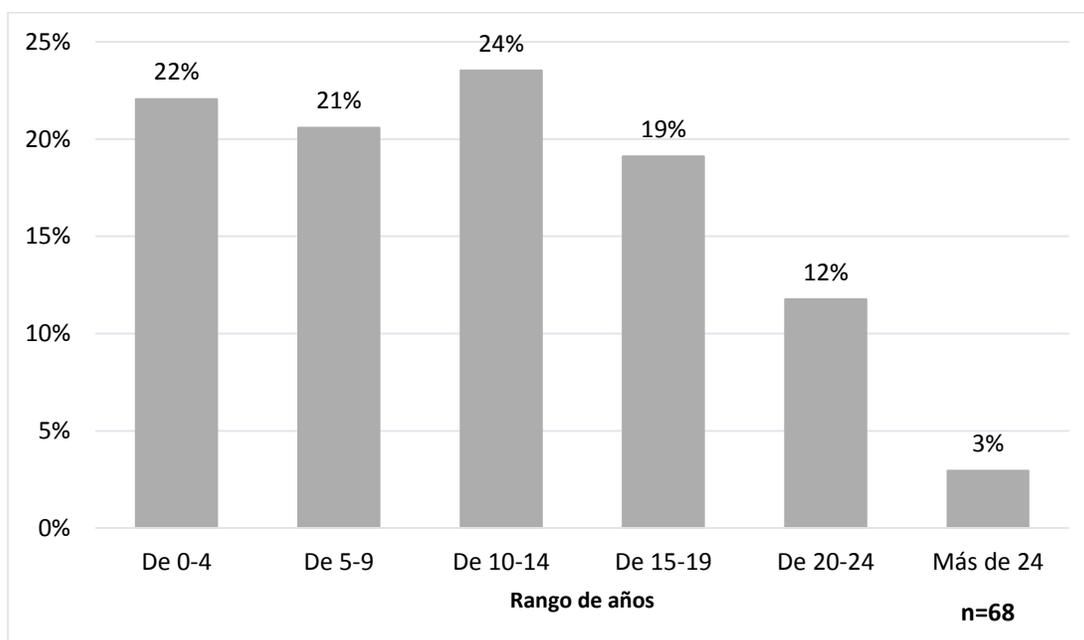
Gráfico 5. Puesto que desempeñan los funcionarios asociados



F. Años laborando en el TEC

En cuanto al número de años que llevan los funcionarios asociados encuestados laborando en el Tecnológico, se puede observar que en primer lugar y con un 24% de las respuestas se encuentra el rango de entre los 10 y los 14 años. Con un 22%, 21% y 19% se encuentran respectivamente los rangos de entre los 0 y los 4 años, entre los 5 y los 9 años y entre los 15 y los 19 años. Los demás rangos de edades representan una minoría.

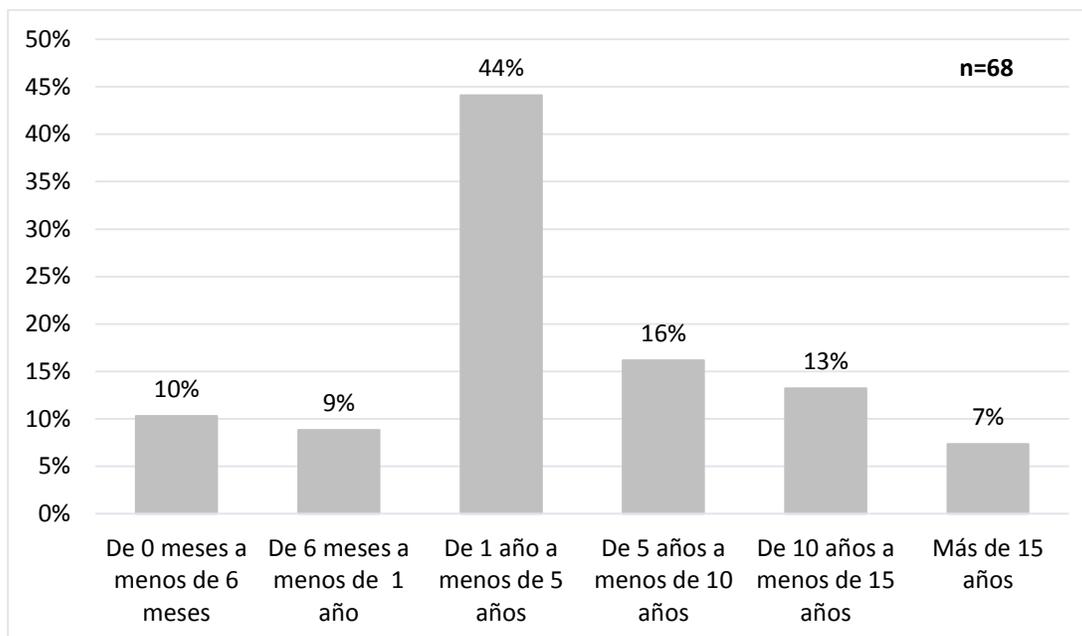
Gráfico 6. Años que llevan laborando en el TEC los funcionarios asociados



G. Tiempo de pertenecer a la ASET

Al preguntarles a los funcionarios asociados el tiempo de pertenecer a la ASET desde la última afiliación realizada, un 44% manifestó haberse afiliado en un periodo de entre 1 año y menos de 10 años. Así mismo, un 16% manifestó haberlo hecho de 5 años a menos de 10 años, un 10% de 0 meses a menos de 6 meses y con un 13% de 10 años a menos de 15 años.

Gráfico 7. Tiempo que tienen los funcionarios asociados de pertenecer a la ASET (Desde la última afiliación)



A continuación se presenta un resumen del perfil de los funcionarios asociados a la ASET, con las opciones que prevalecieron en cada una de las variables.

Tabla 28. Resumen perfil de los funcionarios asociados a la ASET

Variable	Descripción
Edad	Una cuarta parte de los funcionarios asociados tienen más de 49 años.
Género	La gran mayoría de encuestados con un 54% fueron mujeres.
Estado civil	El estado civil que predominó fue el casado con un 57%.
Dependencia en que laboran	La dependencia que prevaleció fue el DEVESA con un 19% y la Escuela de Agronomía con un 15%.
Puesto que desempeñan	62% de los funcionarios encuestados desempeñan puestos administrativos.
Años laborando en el TEC	El rango de los 10 a los 14 años de laborar en la Institución es el que prevalece con un 24%.
Tiempo de pertenecer a la ASET	Un 44% de los encuestados tienen de 1 año a menos de 5 años de pertenecer a la Asociación.

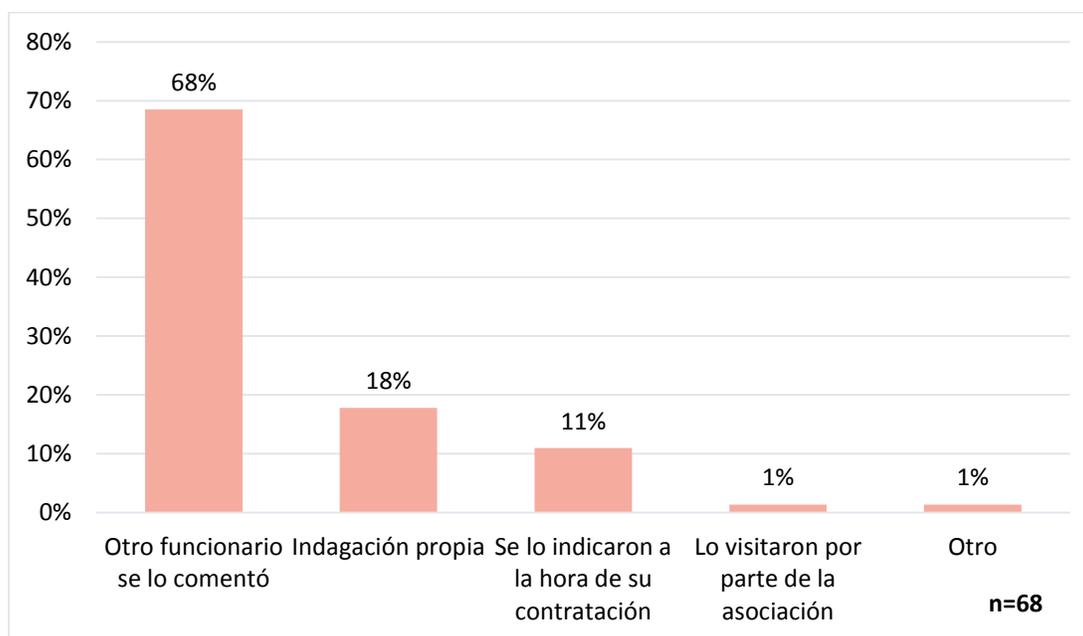
4.1.2. Diagnóstico de la ASET

La encuesta permitió realizar un diagnóstico de la Asociación, lo que incluyó los medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET, la frase que los identifica como asociados, y una valoración de los productos y servicios actuales y pasados de la ASET.

A. Medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET

Se puede apreciar como el medio por el cual la mayoría de asociados se enteraron de la existencia de la Asociación fue por los comentarios de otros funcionarios y por indagación propia, con un 68% y un 18%.

Gráfico 8. Medios por los cuales se enteraron de la existencia de la ASET los funcionarios asociados²



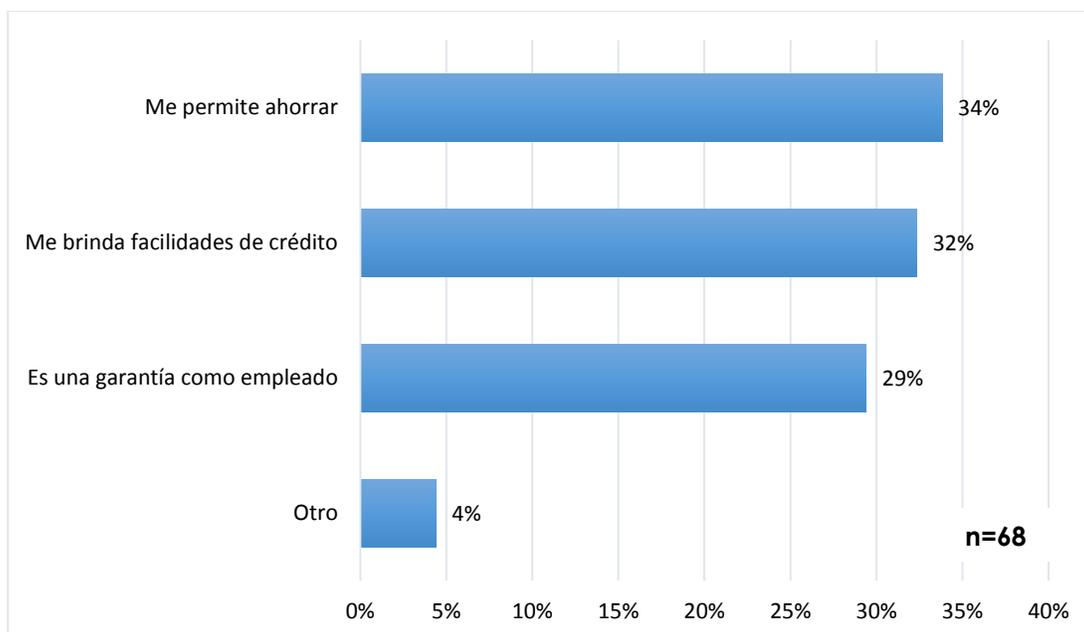
B. Frase que lo identifica como asociado

Al preguntarle a los encuestados las frases que lo definían como asociado, los asociados seleccionaron con un 34% y un 32% respectivamente las frases de me permite ahorrar y me brinda facilidades de crédito. Un 29% eligió la opción de es una garantía como

² En esta pregunta se recibieron 74 respuestas efectivas debido a que se podía seleccionar más de una opción.

empleado. La pregunta además tenía la frase “Me ofrece facilidades de compra en otros establecimientos”, sin embargo, **NINGÚN** asociado se identificó con esa frase, por este motivo, es importante prestar atención a este beneficio y tratar de buscar soluciones para cambiar esta situación.

Gráfico 9. Frases que identifican a los funcionarios como asociados de la ASET



C. Calificación de los productos y servicios actuales y pasados

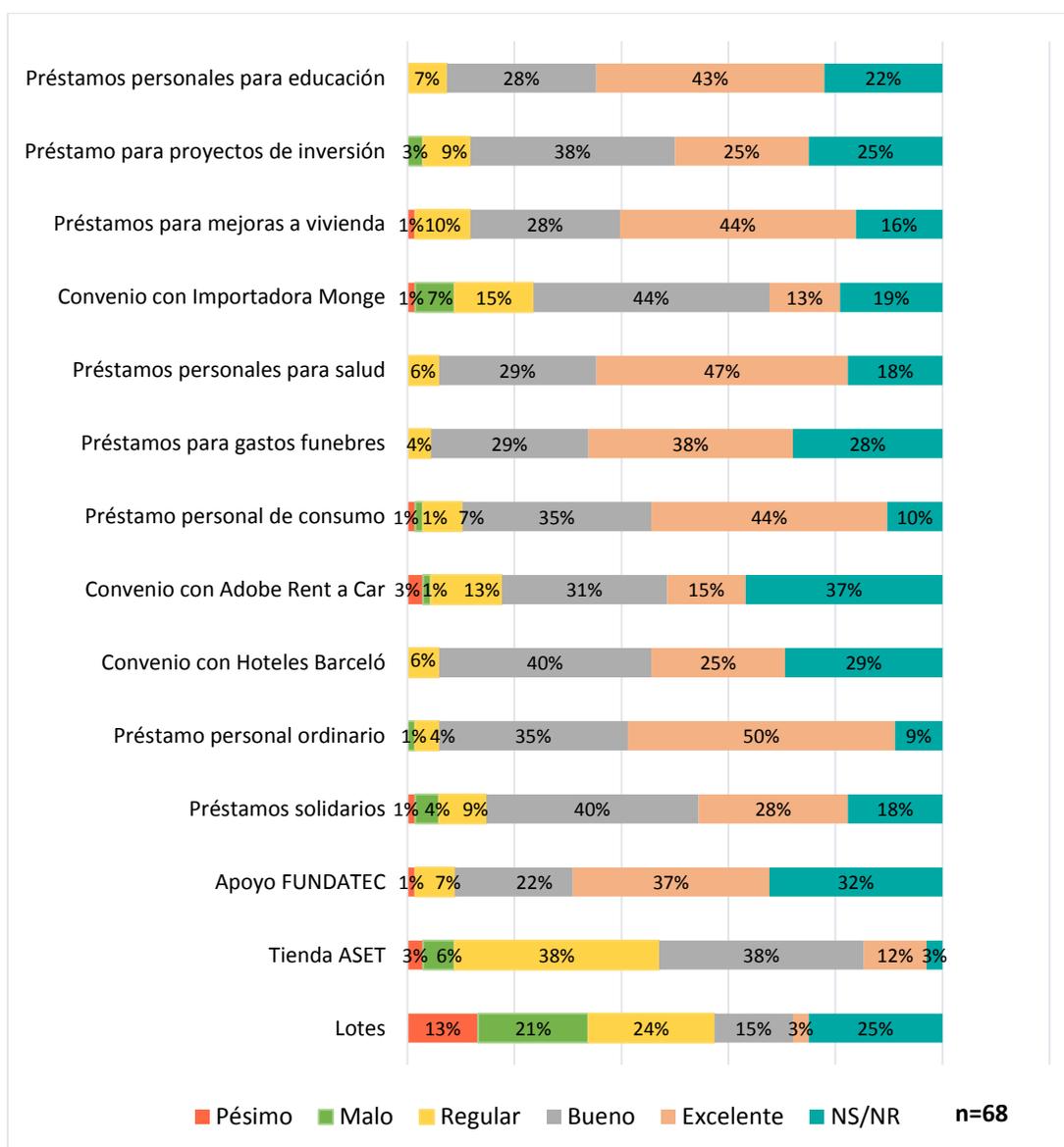
Según los datos obtenidos de las encuestas, la calificación de los productos y servicios es la siguiente:

- Préstamos personales para educación: Un 43% de los encuestados calificó este servicio como excelente, un 28% como bueno y un 22% afirma no saber.
- Préstamos para proyectos de inversión: Con 38% de las respuestas, los asociados califican este servicio como bueno, un 25% lo cataloga como excelente y otro 25% manifiesta no saber.

- Préstamos para mejoras a vivienda: Un 44% argumenta que este servicio es excelente, un 28% que es bueno. Además, un 16% manifiesta no saber al respecto.
- Convenio con Importadora Monge: 44% de los encuestados asociados consideran que este convenio es bueno, 19% manifiesta no saber o no responder, mientras que un 15% lo considera regular.
- Préstamos personales para salud: De los asociados encuestados, 47% considera que este tipo de préstamo es excelente, un 29% que es bueno y un 18% que no saben.
- Préstamos para gastos fúnebres: Un 38% lo considera excelente, un 29% bueno, no obstante un 28% afirma no saber.
- Préstamo personal de consumo: 44% de los encuestados lo consideran excelente, mientras que un 35% lo califica como bueno.
- Convenio con Adobe Rent a Car: Un 37% manifiesta no saber de este convenio, un 31% que es bueno y un 15% que es excelente.
- Convenio con Hoteles Barceló: 40% de la muestra encuestada afirma que este convenio es bueno, un 29% argumenta no saber al respecto y un 25% lo considera excelente.
- Préstamo personal ordinario: Con un 50% los asociados lo calificaron como excelente y un 35% como bueno.
- Préstamos solidarios: 40% considera que es un tipo de préstamo bueno, 28% que es excelente y un 18% que no saben.
- Apoyo FUNDATEC: Un 37% considera este apoyo como excelente, un 32% manifiesta no saber y un 22% opina que es bueno.

- Tienda ASET: Un 38% considera que este servicio era regular y en el mismo porcentaje que era bueno.
- Lotes: Un 25% de encuestados manifiesta no saber de este servicio, un 24% lo considera regular y un 15% bueno. Sin embargo, destaca un 13% de asociados que lo califican como pésimo.

Gráfico 10. Calificación de los productos y servicios actuales y pasados por parte de los funcionarios asociados



D. Sugerencias para mejorar los productos y servicios actuales

Algunas de las sugerencias brindadas para mejorar los productos y servicios actuales se detallan en la siguiente tabla.

En lo que respecta a las sugerencias brindadas por los asociados para la mejora de los productos o servicios, las mismas se pudieron clasificar en dos categorías:

- Relacionadas con préstamos: Dentro de esta categoría los asociados brindaran diversas sugerencias, no obstante destacan las opciones de bajar las tasas de interés y flexibilizar los trámites para los préstamos. Adicionalmente, los asociados mencionan enviar estados de cuentas mensuales, aumentar el monto de los préstamos sin fiador entre otros.
- Relacionadas con otros productos y servicios: En esta categoría destaca la falta de divulgación y/o promoción de los diversos productos o servicios, así como el hecho de realizar estudios profundos y objetivos cuando se desee iniciar un nuevo proyecto de inversión.

Tabla 29. Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar los productos y servicios actuales³

Sugerencias brindadas por los asociados para la mejora de los productos y servicios actuales			
Categorías	Detalle	Número de respuestas	Porcentaje
Otros productos y servicios	Mantener precios competitivos.	2	64%
	Aumento del plazo para pago de compras bajo el Convenio Importadora Monge.	1	
	Continuar con el servicio de fotocopiado y librería para los estudiantes y venta de artículos TEC.	1	
	Mayor divulgación y/o promoción de los diversos productos o servicios.	18	

³ En esta pregunta se recibieron 42 sugerencias por parte de 12 funcionarios asociados.

	Invertir o trabajar en áreas en las que se posea capacitación.	1	
	Realizar estudios objetivos cuando se desee iniciar nuevos proyectos de inversión.	2	
	Mejorar las garantías para los asociados.	2	
Préstamos	Aumentar monto refundición deudas.	1	36%
	Enviar estados de cuenta mensuales.	1	
	Llevar mayor orden en los cobros de los préstamos.	1	
	Implementar préstamo de trámite rápido para atrasos en los pago del TEC.	1	
	Bajar las tasas de interés (competitivas al mercado).	6	
	Flexibilizar los trámites para préstamos.	3	
	Aumentar el monto de préstamos sin fiador.	1	
	Implementar préstamos para vivienda.	1	
Total de sugerencias		42	100%

4.1.3. Diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios asociados

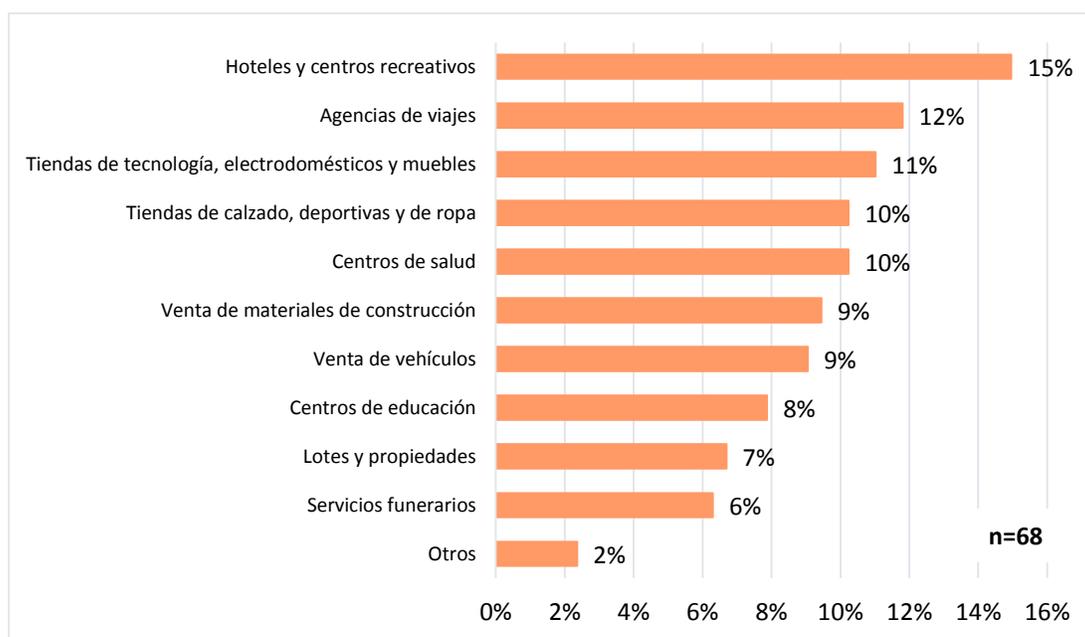
La encuesta realizada permitió realizar un diagnóstico de las necesidades y deseos de los asociados, lo que incluyó aspectos como convenios de interés, frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET, horario más adecuado para los servicios, facilidades que les gustaría recibir en los diversos productos o servicios y los medios de información por los cuales les gustaría mantenerse informados.

A. Convenios de interés

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, con un 15%, 12% y 11% de las respuestas, los asociados eligieron convenios con hoteles y centros recreativos, agencias de viajes y con tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles. Así mismo, las tiendas de calzado, deportivas y de ropa y los centros de salud fueron seleccionadas con un 10% cada opción.

Con un 9% los asociados eligieron convenios con ventas de materiales de construcción y con agencias de ventas de vehículos. Con una minoría se encontraron los convenios con centros de educación, lotes y propiedades, servicios funerarios y otros. Dentro de la opción otros, figuraron convenios con gimnasios, venta de seguros, hostelería y hospedaje para actividades del TEC, centros de spa, fisioterapeutas, parque nacionales y supermercados.

Gráfico 11. Convenio de interés para los funcionarios asociados⁴



⁴ En esta pregunta se recibieron 254 respuestas efectivas debido a que se permitía seleccionar más de una opción.

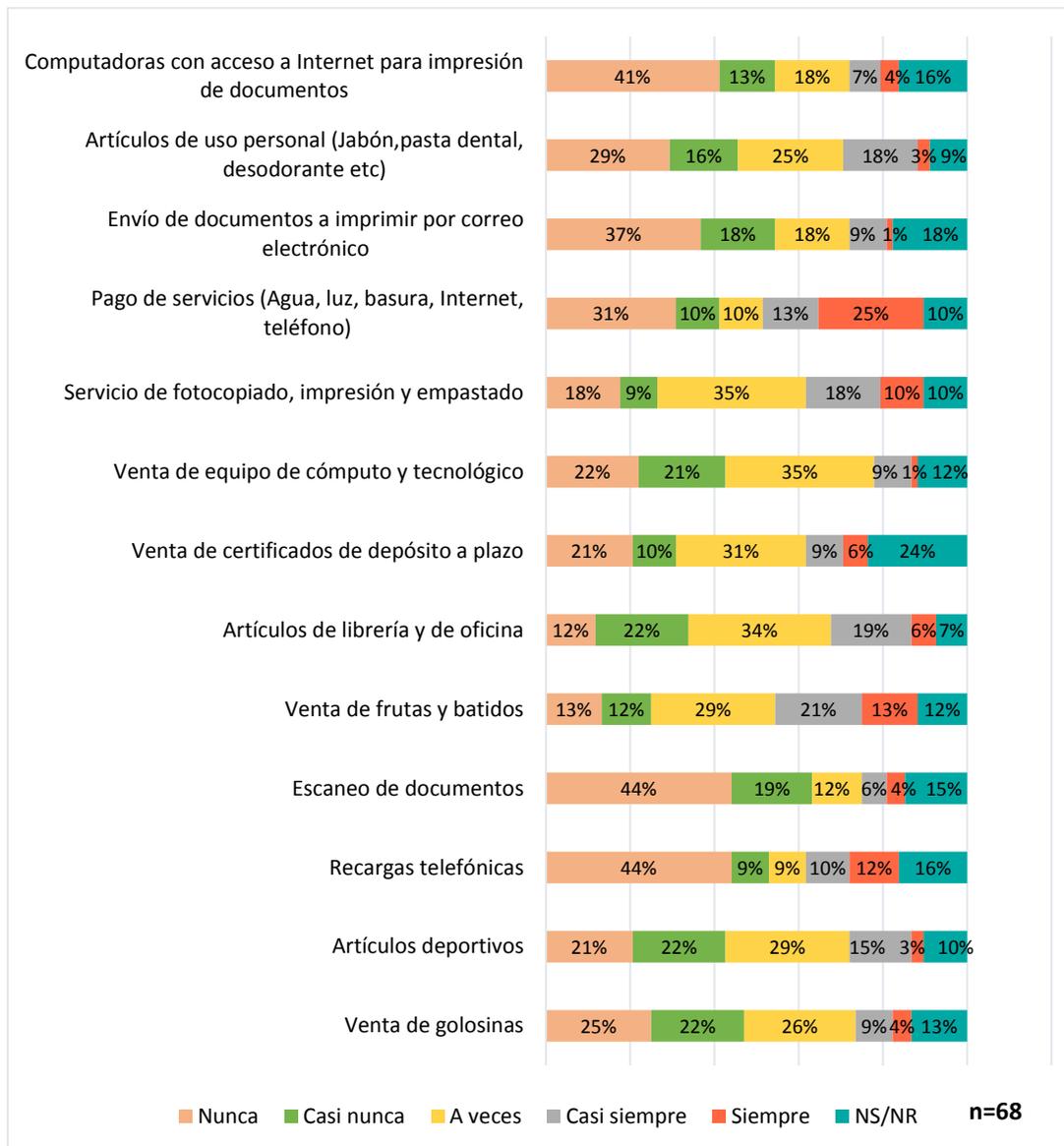
B. Frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET

De acuerdo con los resultados de las encuestas los asociados estarían dispuestos a utilizar los posibles servicios con la siguiente frecuencia:

- Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos: 41% de los asociados encuestados afirma que nunca adquiriría este servicio, un 18% que a veces y un 16% que no sabría si lo adquiriría.
- Artículos de uso personal: Con un 29% de las respuestas, los asociados afirman que nunca adquirirían este servicio, un 25% que lo harían a veces y un 18% que lo adquirirían casi siempre.
- Envío de documentos a imprimir por correo electrónico: De los asociados encuestados, 37% afirman que nunca adquirirían este servicio. Así mismo, un 18% argumenta que casi nunca lo adquirirían y con el mismo porcentaje, hay quienes afirman que lo adquirirían a veces o que no saben.
- Pago de servicios: En este servicio un 31% de los encuestados manifiesta que nunca lo adquirirían, un 25% que siempre y un 13% que casi siempre.
- Servicio de fotocopiado, impresión y empastado: Según los resultados de las encuestas un 35% indica que a veces adquiriría este servicio, un 18% afirma que nunca lo adquiriría, así mismo, otro 18% manifiesta que lo utilizarían casi siempre.
- Venta de equipo de cómputo y tecnológico: Un 35% de los asociados afirma que adquirirían el servicio a veces, un 22% que nunca y un 21% que casi nunca.
- Venta de certificados de depósito a plazo: Con un 31% de las respuestas los asociados argumentan que adquirirían este servicio a veces, un 24% manifiesta que no saben y un 21% que nunca lo utilizarían.

- Artículos de librería y oficina: Un 34% de los encuestados afirmó que adquiriría este tipo de artículos a veces, 22% manifestó que casi nunca lo utilizarían y 19% que casi siempre.
- Venta de frutas y batidos: 29% de los funcionarios encuestados manifestó que adquirirían frutas y batidos a veces, un 21% que casi siempre, un 13% que nunca y en el mismo porcentaje algunos asociados expresaron que siempre adquirirían estos productos.
- Escaneo de documentos: Los asociados encuestados manifestaron en un 44% que nunca harían uso de este servicio, un 19% que casi nunca y un 15% que no responde.
- Recargas telefónicas: Con un 44% de las respuestas los asociados afirman que nunca utilizarían este servicio, un 16% que no sabe o no responde y un 12% manifiesta que siempre haría uso del mismo.
- Artículos deportivos: Un 29% de los asociados encuestados manifestó que a veces adquirirían este servicio. Así mismo, un 22% expresa que casi nunca lo adquiriría y un 21% que nunca.
- Venta de golosinas: 26% de los asociados encuestados indica que a veces adquirirían este tipo de productos, un 25% que nunca y un 22% que casi nunca.

Gráfico 12. Frecuencia de uso por parte de los funcionarios asociados a posibles productos y servicios



C. Sugerencias de nuevos productos o servicios

Los funcionarios asociados sugirieron nuevos productos o servicios que consideran necesarios o indispensables y que pueden ser solventados por medio de la ASET. A continuación se detallan dichas sugerencias según su categoría.

Tabla 30. Sugerencias de nuevos productos o servicios brindadas por los asociados⁵

Sugerencias de nuevos productos o servicios brindadas por los asociados			
Categoría	Detalle	Número de respuestas	Porcentaje
Productos y/o servicios para uso personal	Venta de joyas, bisutería, cosméticos y perfumes finos.	1	17%
	Venta de ropa y zapatos de hombre, mujer y niños.	1	
	Abastecedor con artículos varios a mejor precio.	1	
	Convenio con Estéticas y gimnasios.	1	
Artículos oficina y afines	Envío de documentos a empastar, escanear.	1	17%
	Fotocopiado de documentos.	1	
	Artículos varios con el logo TEC.	2	
Alimenticios	Comida sana	2	17%
	Cafetería	1	
	Venta de repostería	1	
Compras en el extranjero	Convenio con Mario Barquero para envío de cajas desde el extranjero.	1	13%
	Trámites de compras por Internet y casilleros.	1	
	Importación y financiamiento de equipos electrónicos.	1	

⁵ En esta pregunta se recibieron 24 sugerencias por parte de 19 funcionarios asociados.

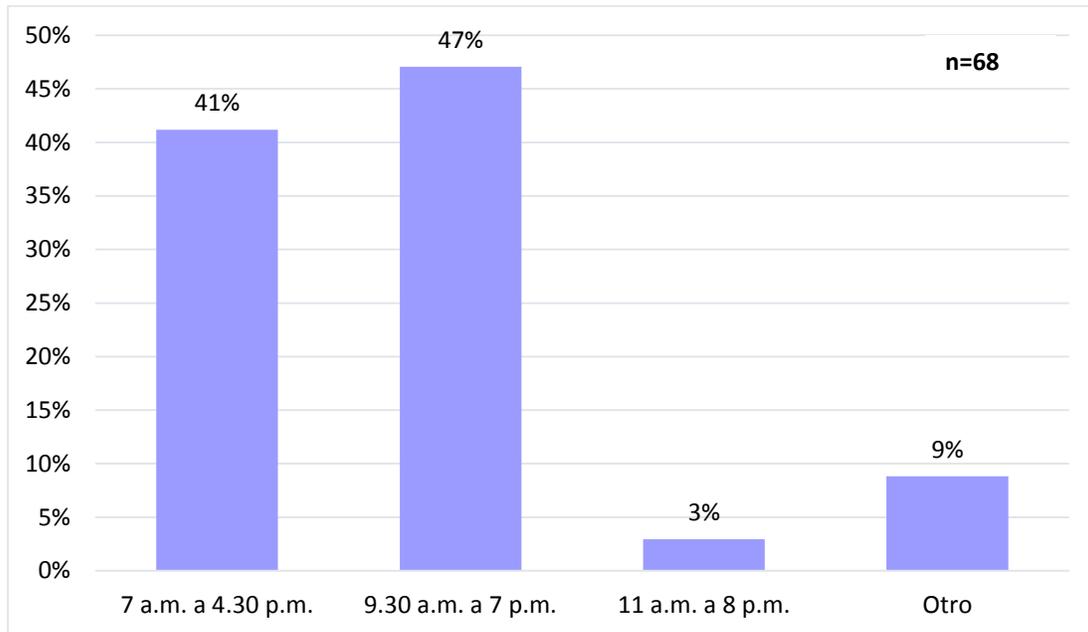
Financieros	Ahorros futuros con buen rendimiento	1	13%
	Mayor cantidad de créditos rápidos y ágiles.	1	
	Mejores intereses que en el banco para depósitos a plazo.	1	
Profesional/ Académico	Apoyo para desarrollo profesional	2	8%
Belleza y salud	Plan complementario de pensiones.	1	8%
	Convenio con casas farmacéuticas.	1	
Turismo	Servicios de alquiler y hospedaje	1	8%
	Mayores opciones de descuento en turismo	1	
Total		24	100%

Se puede apreciar como los productos o servicios que sugieren primordialmente los asociados encuestados están relacionados con los productos o servicios para uno personal, los artículos de librería y oficina y los servicios alimenticios. Así mismo, los servicios relacionados con compras en el extranjero y los financieros se encontraron en segundo lugar con un 13% cada uno.

D. Horario para los servicios

Como se puede observar, el horario que prefieren los funcionarios asociados para la adquirir posibles productos o servicios es de 9.30 a.m. a 7 p.m. En segundo lugar y con un 41% de respuestas, los encuestados eligieron la opción de 7 a.m. a 4.30 p.m.

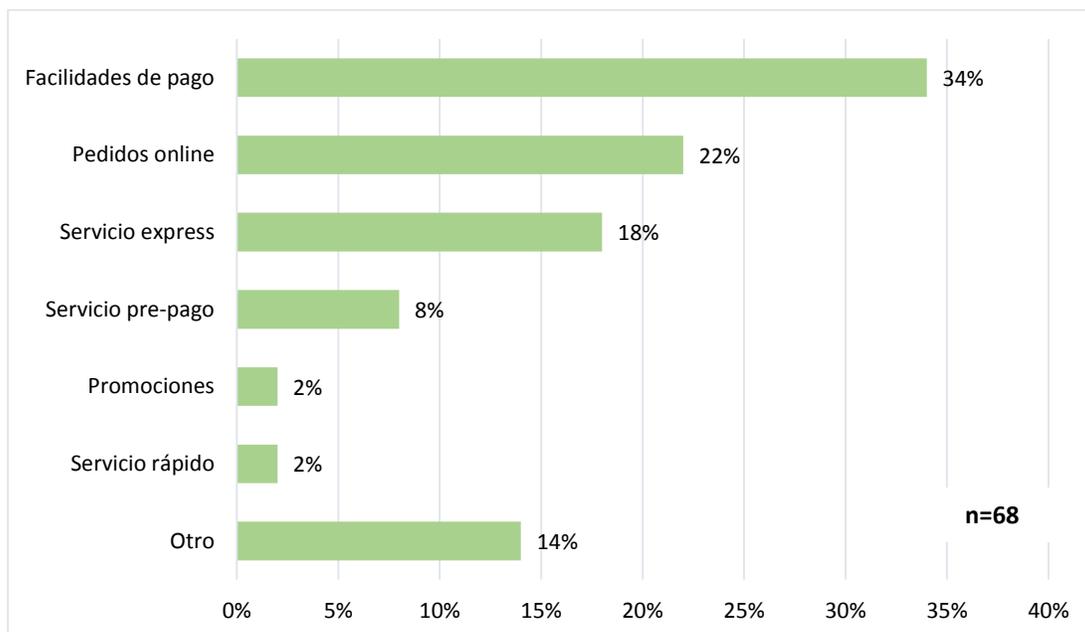
Gráfico 13. Horario que prefieren los funcionarios asociados para la venta de posibles productos o servicios



E. Facilidades que le gustaría recibir

Se puede apreciar como los asociados encuestados están primordialmente interesados en facilidades de pago, pedidos online y en recibir servicio express, con un 32%, 22% y 18% respectivamente.

Gráfico 14. Facilidades que les gustaría recibir a los funcionarios asociados en los servicios que se brindan⁶

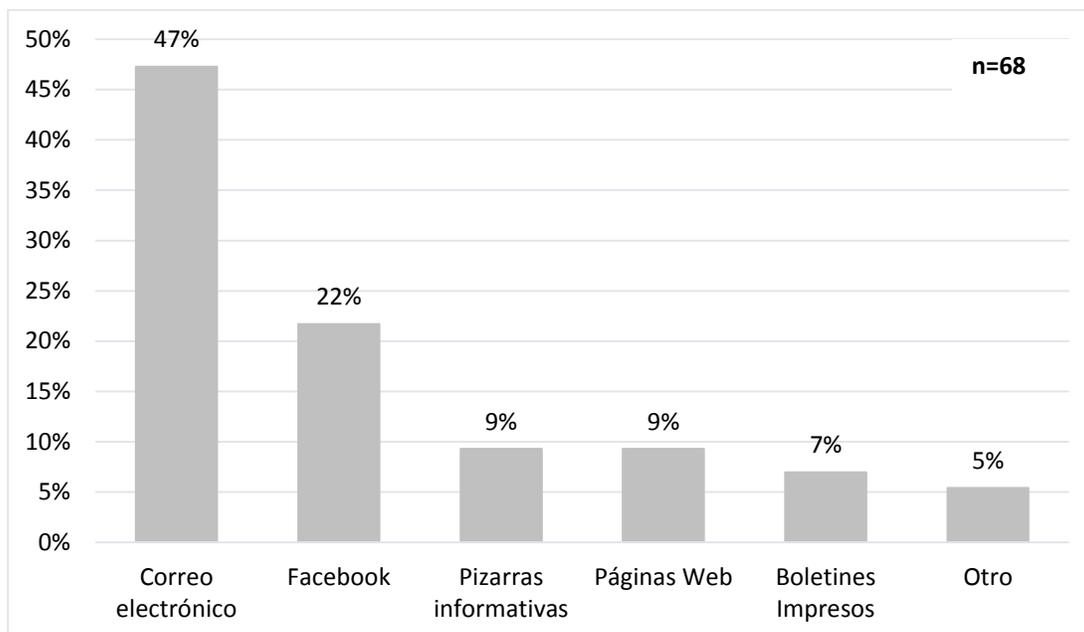


F. Medios de información

En relación con los medios de información preferidos por los asociados se encuentran con un 47% el correo electrónico, con un 22% la red social Facebook, con un 9% se encuentran las pizarras informativas y las páginas web y con un 7% los boletines. Dentro de la opción otros los encuestados indicaron la televisión, el teléfono, megáfonos, WhatsApp y de manera personal.

⁶ En esta pregunta se recibieron 50 respuestas efectivas debido a que se no era obligatoria.

Gráfico 15. Medios de información preferidos por los funcionarios asociados⁷



4.1.4. Diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y Administrador

Finalmente, la encuesta permitió realizar un diagnóstico de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y del Administrador de la ASET.

A. Calificación de la Asociación

La calificación que los asociados encuestados dieron a la Asociación se detalla a continuación:

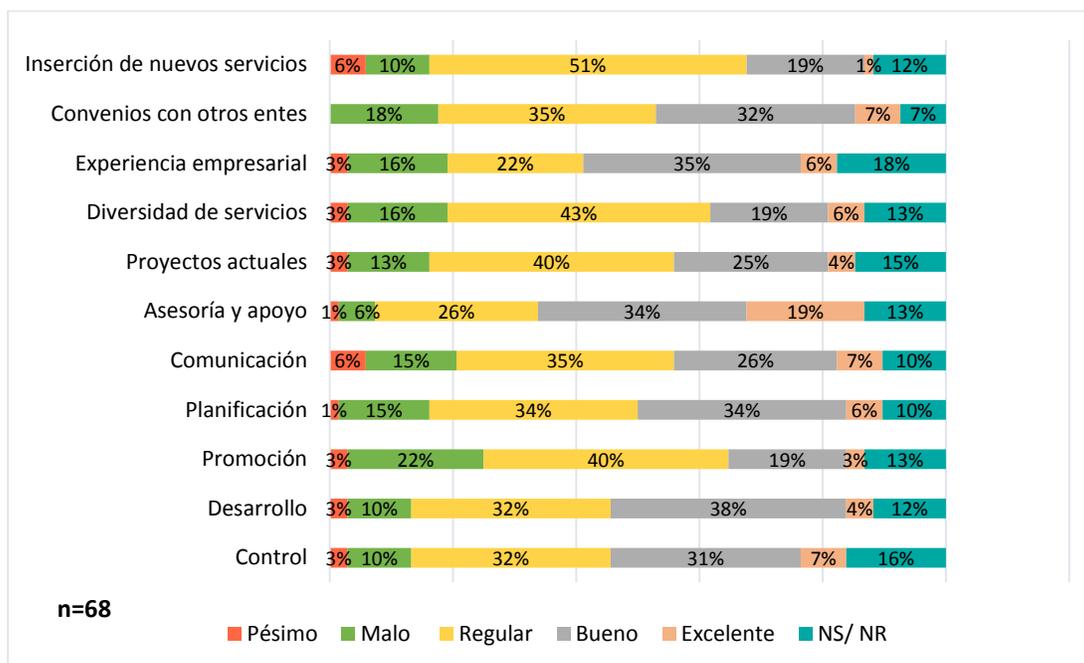
- Inserción de nuevos servicios: En lo que respecta a la inserción de nuevos servicios, un 51% califica a la Asociación como regular, un 19% afirma que es bueno y un 12% que no sabe.

⁷ En esta pregunta se recibieron 129 respuestas efectivas debido a que se permitía seleccionar más de una opción.

- Convenios con otros entes: Un 35% de los encuestados califica a la ASET como regular en esta variable, un 32% como bueno y un 18% considera que se encuentra mal.
- Experiencia empresarial: 35% de los encuestados manifiestan que la Asociación tiene una buena experiencia empresarial, un 22% afirma que es regular y un 18% que no conoce cómo se encuentra la Asociación en este aspecto.
- Diversidad de servicios: Con 43% de las respuestas, los asociados consideran que la Asociación se encuentra regular, un 19% que la diversidad de servicios es buena y 16% que es mala.
- Proyectos actuales: En lo referente a la calificación de los proyectos actuales, un 40% afirma que son regulares, un 25% que son buenos y un 15% que no saben o no responden.
- Asesoría y apoyo: 34% considera que la asesoría y apoyo es buena, un 26% que es regular y un 19% que es excelente.
- Comunicación: Con un 35% los asociados encuestados consideran que la comunicación es regular, un 26% que es buena y un 15% considera que es mala.
- Planificación: En igualdad de porcentaje con un 34%, los encuestados consideran que la planificación de la Asociación es regular o buena, mientras que un 15% considera que es mala.
- Promoción: En cuanto a la promoción, 40% consideran que es regular, un 22% expresa que es malo y un 19% que es buena.
- Desarrollo: Con 38% de las respuestas, los asociados consideran que es bueno, un 32% que es regular y un 12% afirma que no conocen como se encuentra la Asociación en cuanto a esta variable.

- Control: 32% de los asociados consideran que el control de la Asociación es regular, un 31% lo califica como bueno y un 16% manifiesta que no sabe.

Gráfico 16. Calificación de la Asociación por parte de los funcionarios asociados



B. Sugerencias para mejorar la gestión de la Asociación

Los funcionarios asociados realizaron sugerencias para mejorar la gestión de la Asociación. En la siguiente tabla se puede apreciar como las sugerencias principales están representadas en primer lugar con un 57%, por desarrollo y experiencia empresarial. Los asociados manifestaron la necesidad de realizar estudios donde se analicen todos los escenarios para un posible proyecto de inversión y no tomar decisiones basadas en la intuición. Así mismo, señalan la necesidad de tener proyectos en el corto, mediano y largo plazo para beneficio de los asociados y la comunidad institucional. En segundo lugar, se encuentran las sugerencias relacionadas con la promoción y comunicación, donde se hace evidente que es necesario mantener al asociado informado de las acciones de la ASET. Además, se brindaron sugerencias relacionadas con los proyectos actuales y otras recomendaciones.

Tabla 31. Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar la gestión de la Asociación⁸

Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar la gestión de la Asociación			
Categoría	Detalle	Número de respuestas	Porcentaje
Desarrollo y experiencia empresarial	Analizar todos los escenarios de un posible proyecto y darles seguimiento.	5	57%
	Tener visión y proyección seria y empresarial.	4	
	Promover más proyectos que beneficien a los asociados y a la comunidad institucional.	4	
Promoción/ Comunicación	Comunicar las diversas actividades, servicios y productos.	3	30%
	Acercarse más al asociado.	1	
	Información periódica sobre los logros de la Asociación.	1	
	Tomar en cuenta la opinión de los asociados.	2	
Proyectos actuales	Analizar si los convenios realmente generan beneficios a los asociados.	1	9%
	Aumentar montos de los préstamos.	1	
Otras recomendaciones	Aumentar el Recurso Humano.	1	4%
	Total sugerencias	23	100%

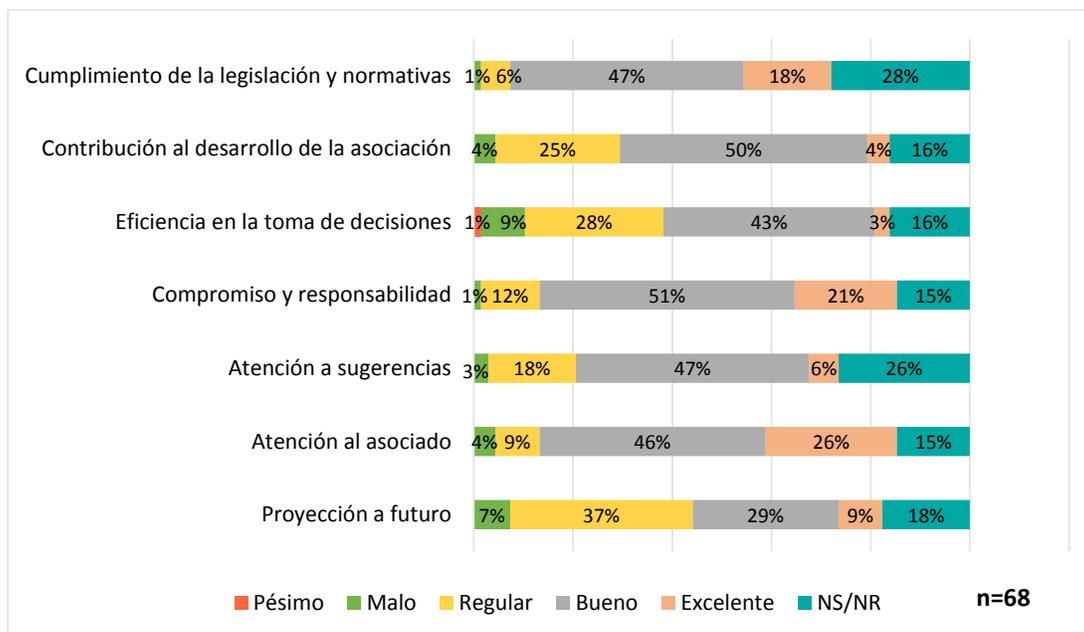
C. Calificación de la Junta Directiva

Los asociados encuestados calificaron la gestión de la Junta Directiva de la siguiente manera:

⁸ En esta pregunta se recibieron 2 sugerencias por parte de 21 funcionarios asociados.

- Cumplimiento de la legislación y normativas: Un 47% de los encuestados considera que la Junta Directiva cumple de buena manera la legislación y normativas, un 28% manifiesta que no sabe y un 18% que lo hace de excelente forma.
- Contribución al desarrollo de la Asociación: 50% de los asociados encuestados manifiestan que la Junta Directiva contribuye en buena medida al desarrollo de la Asociación, un 25% que lo hace de manera regular y un 16% afirma no saber.
- Eficiencia en la toma de decisiones: Con 43% de las respuestas, los asociados consideran que la eficiencia en la toma de decisiones por parte de la Junta Directiva es buena, un 28% que es regular, y un 16% que no saben.
- Compromiso y responsabilidad: Un 51% considera que el compromiso y responsabilidad de la Junta Directiva es bueno, un 21% lo encuentra excelente y un 15% afirma no saber.
- Atención a sugerencias: En lo que respecta a la atención a sugerencias, un 47% considera que es buena, un 26% manifiesta que no sabe y un 18% lo considera regular.
- Atención al asociado: En cuanto a la atención al asociado, un 46% afirma que es buena, un 26% que es excelente y un 15% manifiesta que no sabe.
- Proyección a futuro: Con 37% de las respuestas, los encuestados consideran que la proyección a futuro de la Junta Directiva es regular, un 29% que es buena y un 18% manifiesta no saber.

Gráfico 17. Calificación de la Junta Directiva por parte de los funcionarios asociados



D. Sugerencias para mejorar la gestión de la Junta Directiva

La siguiente tabla presenta las sugerencias brindadas para mejorar la gestión de la Junta Directiva de la ASET. Se puede apreciar como las principales sugerencias están enfocadas en la atención al asociado, donde destaca la necesidad de información que tienen los asociados sobre la ASET en general y sobre la Junta Directiva, pues algunos de ellos argumentan no conocer quiénes son los miembros. Se hicieron sugerencias relacionadas con la proyección a futuro, atención a sugerencias y la contribución al desarrollo de la Asociación. Los asociados manifestaron que la Junta Directiva debe de trabajar por el bienestar de los asociados más que por lograr ingresos económicos.

Tabla 32. Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar la gestión de la Junta Directiva⁹

Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar la gestión de la Junta Directiva			
Categoría	Detalle	Número de respuestas	Porcentaje
Atención al asociado	Envío de cápsulas informativas.	1	57%
	Mayor información al asociado.	2	
	Apoyar más al asociado.	1	
	Hacer sentir al asociado parte de la Asociación.	1	
	Conocer a los miembros.	3	
Proyección a futuro	Planificación en el mediano y largo plazo.	1	14%
	Tener claro un objetivo en el cual enfocar los esfuerzos.	1	
Contribución al desarrollo de la Asociación	Invitar a los funcionarios charla sobre ASET.	1	14%
	Trabajar por los intereses del asociado.	1	
Atención a sugerencias	Toma de decisiones colegiadas.	1	14%
	Retroalimentación.	1	
	Total sugerencias	14	100%

E. Calificación del Administrador

Los asociados calificaron la gestión del administrador de la siguiente forma:

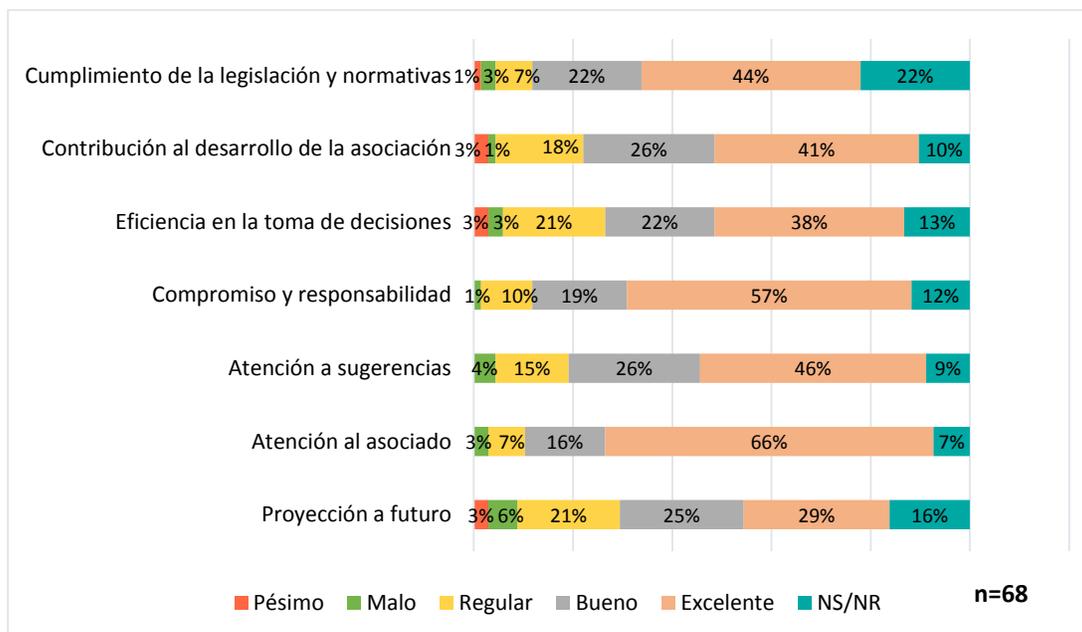
- Cumplimiento de la legislación y normativas: Con un 44% de las respuestas, los asociados consideran que el administrador cumple de excelente manera esta

⁹ En esta pregunta se recibieron 14 sugerencias por parte de 12 funcionarios asociados.

función, mientras que en igual porcentaje, con un 22%, otros asociados consideran que lo hace de buena manera y que no saben.

- Contribución al desarrollo de la Asociación: Un 41% de los asociados encuestados consideran que el administrador ha contribuido de manera excelente en el desarrollo de la Asociación, un 26% que de buena forma y un 18% que de manera regular.
- Eficiencia en la toma de decisiones: En lo referente a la toma de decisiones, un 38% considera que ha lo hecho de manera excelente, 22% que lo ha hecho bien y 21% que lo ha hecho regular.
- Compromiso y responsabilidad: 57% consideran que el compromiso y la responsabilidad del administrador es excelente, así mismo un 19% de los asociados considera que es bueno y un 10% manifiesta no saber.
- Atención a sugerencias: En lo referente a atención a sugerencias, un 46% afirma que lo hace de excelente manera, un 26% que de buena forma y un 15% considera que lo hace regular.
- Atención al asociado: Con 66% de las respuestas, los encuestados consideran que la atención al asociado es excelente, un 16% opina que es buena y un 7% considera que es regular y en el mismo porcentaje, otros asociados manifiestan no saber cómo es la atención que se le da al asociado.
- Proyección a futuro: Un 29% consideran que la proyección a futuro del administrador es excelente, 25% que buena y 21% que regular.

Gráfico 18. Calificación del Administrador por parte de los funcionarios asociados



F. Sugerencias para mejorar la gestión del Administrador

La siguiente tabla describe las sugerencias brindadas por los asociados encuestados para la mejora de la gestión del Administrador de la ASET.

Tabla 33. Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar la gestión del Administrador¹⁰

Sugerencias brindadas por los asociados para mejorar la gestión del Administrador			
Categoría	Detalle	Número de respuestas	Porcentaje
Contribución al desarrollo de la Asociación	Buscar nuevas modalidades beneficios y opciones para el desarrollo de la ASET.	2	60%
	Mayor dinamismo.	1	
Atención al asociado	Comunicación con el asociado de lo que se hizo y se dejó de hacer.	1	40%
	Informar sobre planes y proyectos.	1	
Total sugerencias		5	100%

¹⁰ En esta pregunta se recibieron 5 sugerencias por parte de 5 funcionarios asociados.

Las sugerencias estuvieron enfocadas en la contribución al desarrollo de la Asociación, donde destaca la búsqueda de nuevos beneficios y opciones para el desarrollo de la ASET. Así mismo los encuestados hicieron sugerencias relacionadas con la atención al asociado, donde manifestaron la falta de comunicación que existe.

4.2. ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS

Seguidamente se detallarán los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes del TEC Sede San Carlos, los cuales se dividieron en perfil de los estudiantes, diagnóstico de la Tienda ASET, diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes y finalmente un diagnóstico del uso del servicio de bus estudiantil.

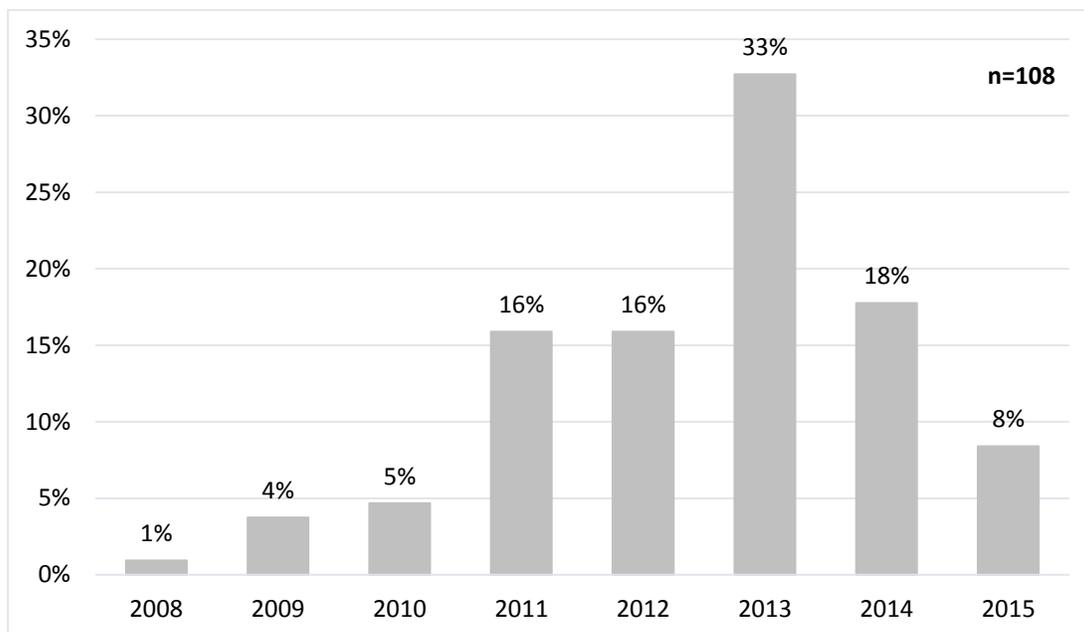
4.2.1. Perfil de los estudiantes del TEC Sede San Carlos

En la elaboración del perfil de los estudiantes se consideran aspectos como el año de ingreso al Tecnológico, edad, género, estado civil y la carrera que cursan los estudiantes.

A. Año de ingreso al TEC

Como se puede apreciar, los estudiantes encuestados están representados en un 33% con estudiantes carné 2013, 18% estudiantes 2014, 16% estudiantes carné 2011 y 2012. Estudiantes con carné 2015, 2010, 2009 y 2008 representan una minoría.

Gráfico 19. Año de ingreso de los estudiantes al TEC¹¹

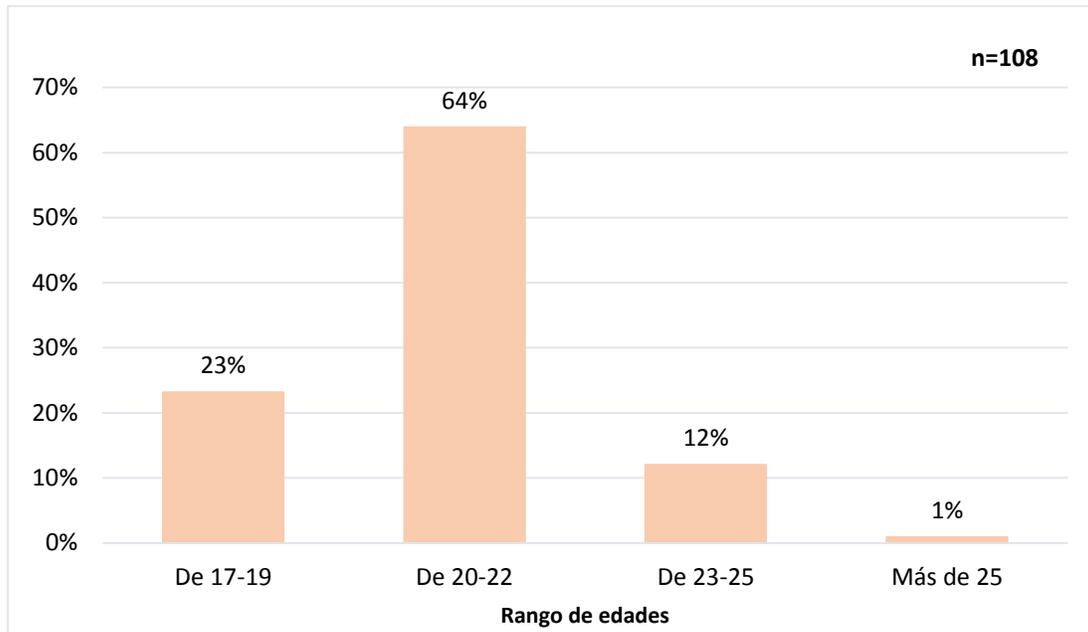


B. Edad

En lo referente a la edad de los encuestados, un 64% se encuentra en el rango de edad de entre los 20 y los 22 años. Con un 23% las edades de entre los 17 y los 19 años y con un 12% las edades de entre los 23 y los 25 años. Únicamente un 1% de los encuestados manifiesta tener más de 25 años.

¹¹ En esta pregunta se recibieron 107 respuestas efectivas, debido a que un estudiante no indicó su año de ingreso al TEC.

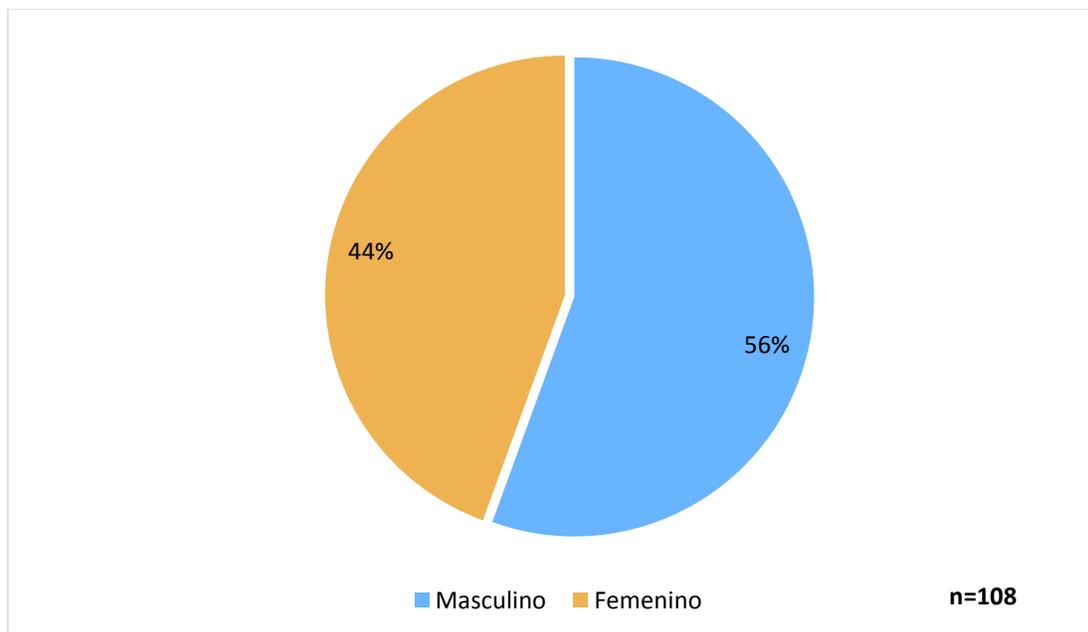
Gráfico 20. Edad de los estudiantes



C. Género

Los estudiantes encuestados se conformaron en un 56% por hombres y en un 44% por mujeres.

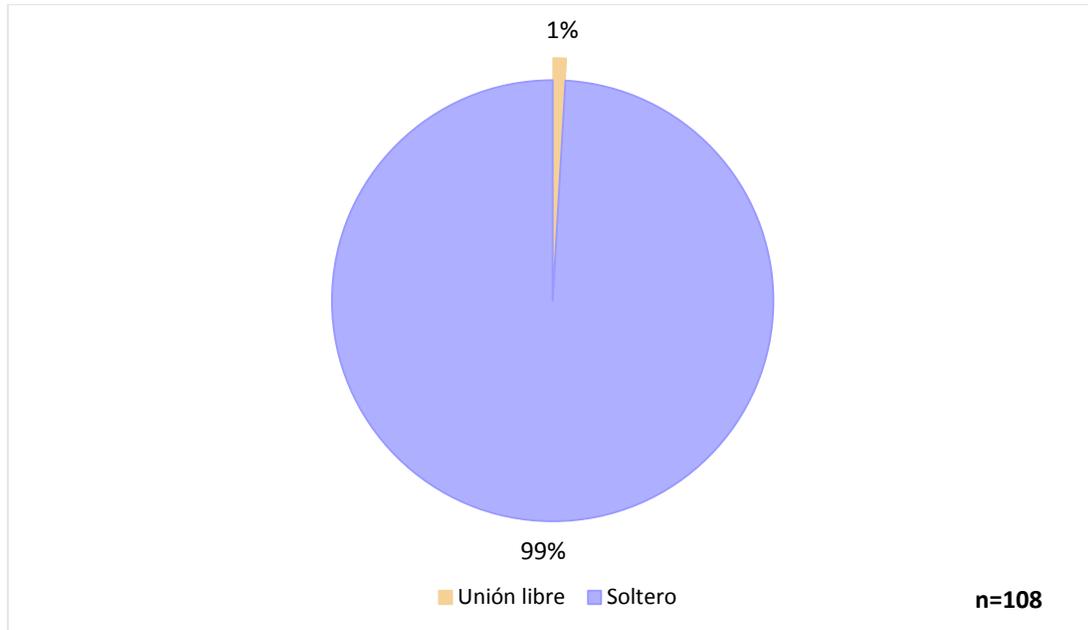
Gráfico 21. Género de los estudiantes



D. Estado civil

Un 99% de los estudiantes encuestados son solteros y un 1% se encuentra en unión libre.

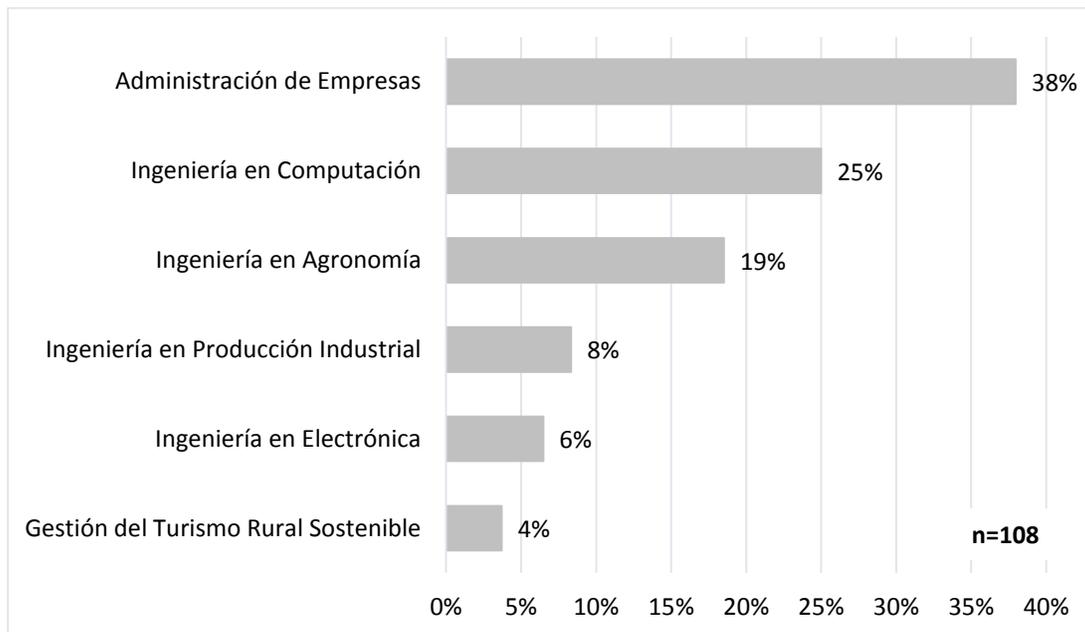
Gráfico 22. Estado civil de los estudiantes



E. Carrera

Los encuestados pertenecían en un 38% a la carrera de Administración de Empresas, 25% a la carrera de Ingeniería en Computación y un 19% a la carrera de Ingeniería en Agronomía. Con menor porcentaje se encontraron las carreras de Ingeniería en Producción Industrial, Ingeniería en Electrónica y Gestión del Turismo Rural Sostenible con un 8%, 6% y 4% respectivamente.

Gráfico 23. Carrera que cursan los estudiantes



En la siguiente tabla se detalla un resumen del perfil de los estudiantes del TEC Sede San Carlos.

Tabla 34. Resumen perfil de los estudiantes del TEC Sede San Carlos

Variable	Descripción
Año de ingreso al TEC	Un 33% de los estudiantes encuestados corresponden a carné 2013.
Edad	La edad prevalectante entre los estudiantes, es el rango de 20 a 22 años con un 64%.
Género	56% de los estudiantes resultaron ser de género masculino.
Estado civil	El estado civil predominante fue el soltero con un 99%.
Carrera	Las carreras que prevalecieron fueron Administración de Empresas e Ingeniería en Computación con un 38% y 25% respectivamente.

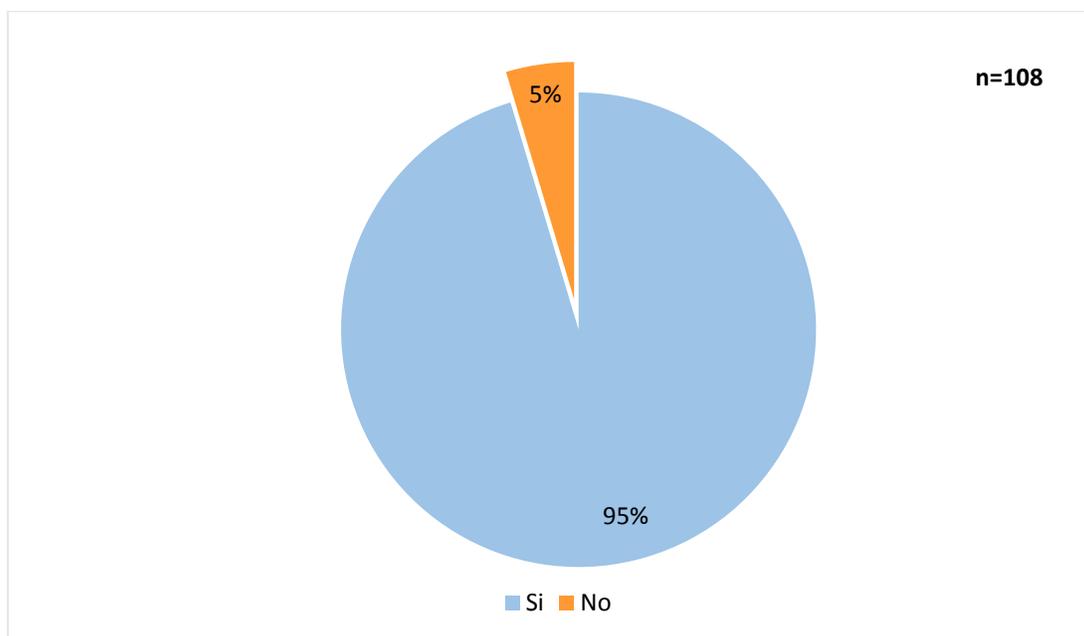
4.2.2. Diagnóstico de la Tienda ASET

El cuestionario también permitió realizar un diagnóstico sobre la Tienda ASET, lo que incluyó aspectos como el uso de la tienda por parte de los estudiantes, las razones por las cuales algunos de ellos no la utilizaban, la frecuencia de uso de la tienda, la frecuencia de uso de ciertos productos y servicios que la tienda ofrecía, el monto que destinaban para compras en la tienda, la percepción que tenían de los precios y finalmente una calificación de la tienda con respecto a ciertas variables.

A. Uso de la Tienda

Un 95% de los estudiantes encuestados manifestaron haber hecho uso en alguna ocasión de las Tienda ASET. Únicamente un 5% afirmó no haber hecho uso en ningún momento de la tienda.

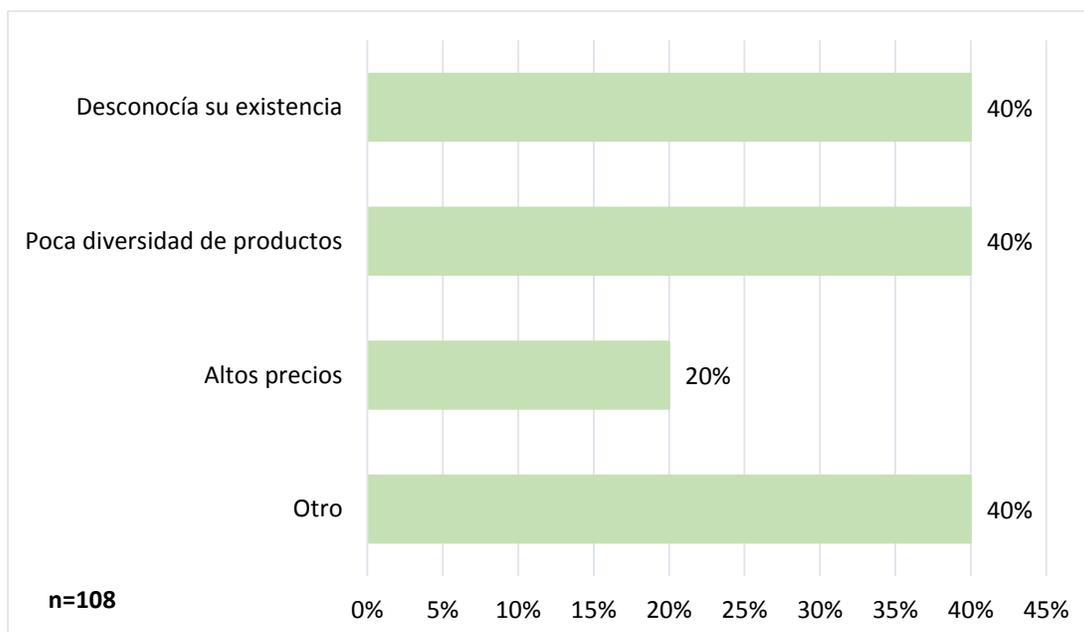
Gráfico 24. Uso de la Tienda ASET por parte de los estudiantes



B. Razones por las que no hacían uso de la Tienda ASET

El 5% de encuestados que manifestaron no haber hecho uso de la tienda, expresó que se debía principalmente a que desconocían su existencia, por la poca diversidad de productos y por otras razones, dentro de la cual destaca el hecho de estar cerrada al momento de necesitarla. Además un 20% afirmó que no hacían uso debido a los altos precios de la tienda.

Gráfico 25. Razones por las que los estudiantes no hacían uso de la Tienda ASET¹²

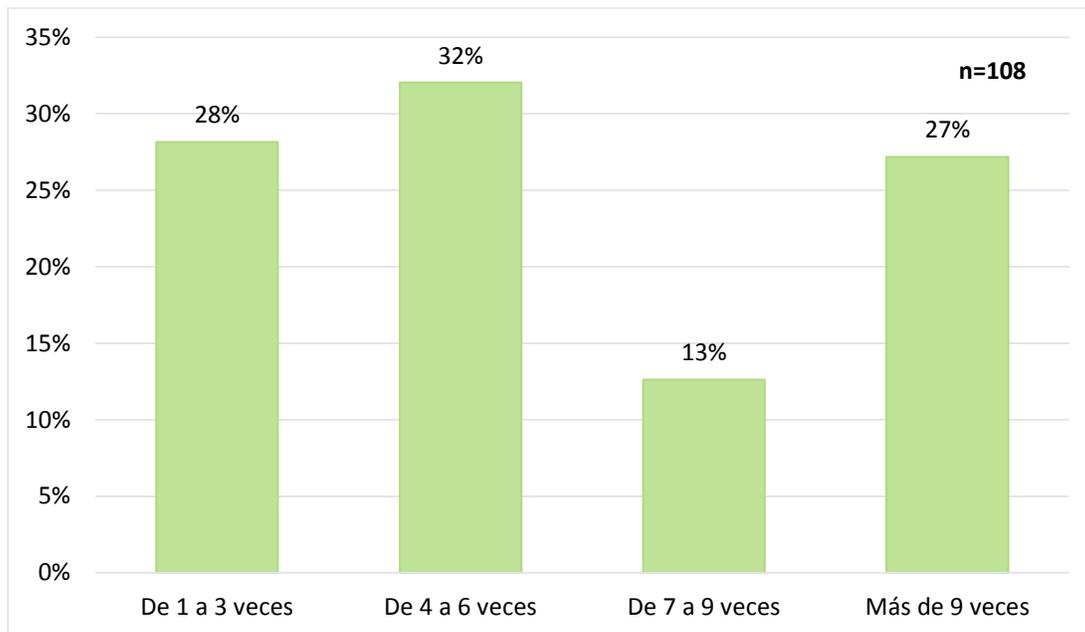


C. Frecuencia uso de la Tienda ASET

Como se puede apreciar, la mayoría de encuestados manifestó haber hecho uso de la Tienda ASET de 4 a 6 veces durante el semestre. Un 28% argumentó que de 1 a 3 veces y un 27% indicó que más de 9 veces.

¹² En esta pregunta se recibieron 5 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Gráfico 26. Frecuencia de uso de la Tienda ASET durante el semestre por parte de los estudiantes¹³



D. Frecuencia de uso de productos y servicios que brindaba la Tienda ASET

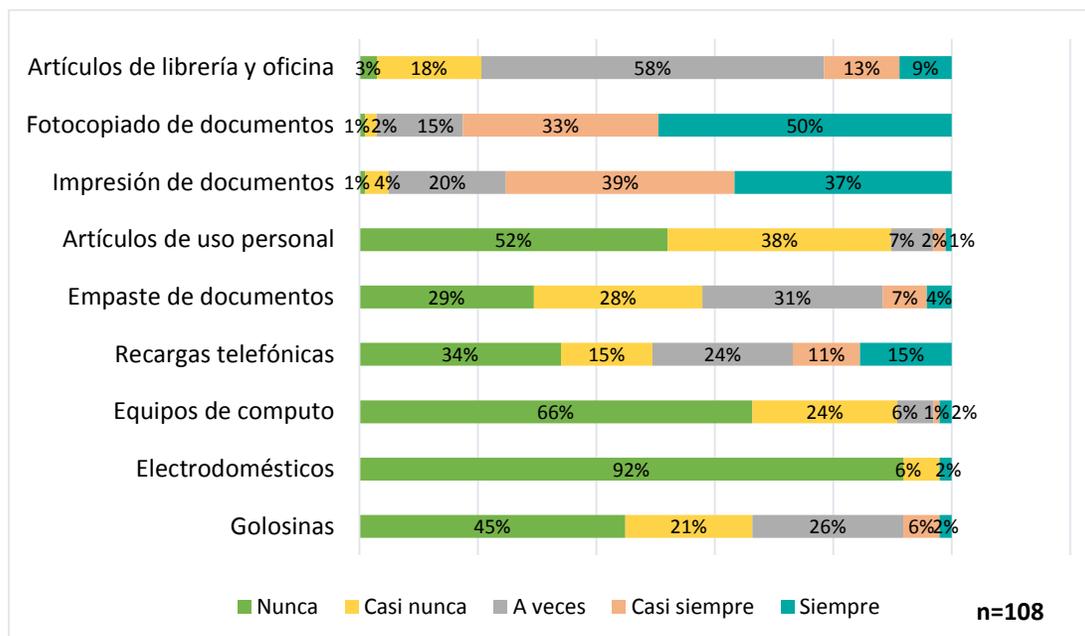
Seguidamente se detalla la frecuencia de uso por parte de los estudiantes del TEC de los diversos productos y servicios que se ofrecían en la Tienda ASET.

- Artículos de librería y oficina: En lo que respecta a la adquisición de artículos de librería y oficina, un 58% de los encuestados afirma que a veces adquirirían estos productos, un 18% que casi nunca y un 13% que casi siempre.
- Fotocopiado de documentos: 50% de los estudiantes encuestados manifestaron que siempre hacían uso de este servicio, 33% que casi siempre y 15% que a veces.
- Impresión de documentos: Con 39% de las respuestas los encuestados afirmaron que casi siempre utilizaban este servicio, 37% afirmó que siempre y 20% que a veces.

¹³ En esta pregunta se recibieron 103 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

- Artículos de uso personal: 52% de los estudiantes encuestados manifestaron que nunca adquirirían este tipo de productos, 38% que casi nunca y un 7% que a veces.
- Empaste de documentos: 31% de los encuestados afirmaron que a veces hacían uso de este servicio, 29% que nunca lo utilizaban y un 28% que casi nunca.
- Recargas telefónicas: En este servicio un 34% argumentó que nunca lo utilizaba, un 24% que a veces y un 15% que casi nunca.
- Equipos de cómputo: 66% afirmaron que nunca adquirieron equipos de cómputo, 24% que casi nunca y un 6% que a veces los adquirirían.
- Electrodomésticos: Con 92% de las respuestas los estudiantes encuestados manifestaron que nunca adquirieron este tipo de productos, un 6% que casi nunca y un 2% manifestó que siempre los adquirirían.
- Golosinas: Un 45% manifestó que nunca compraron estos productos, un 26% que a veces y un 21% afirmó que casi nunca los adquirirían.

Gráfico 27. Frecuencia de uso por parte de los estudiantes de los productos y servicios que brindaba la Tienda ASET¹⁴

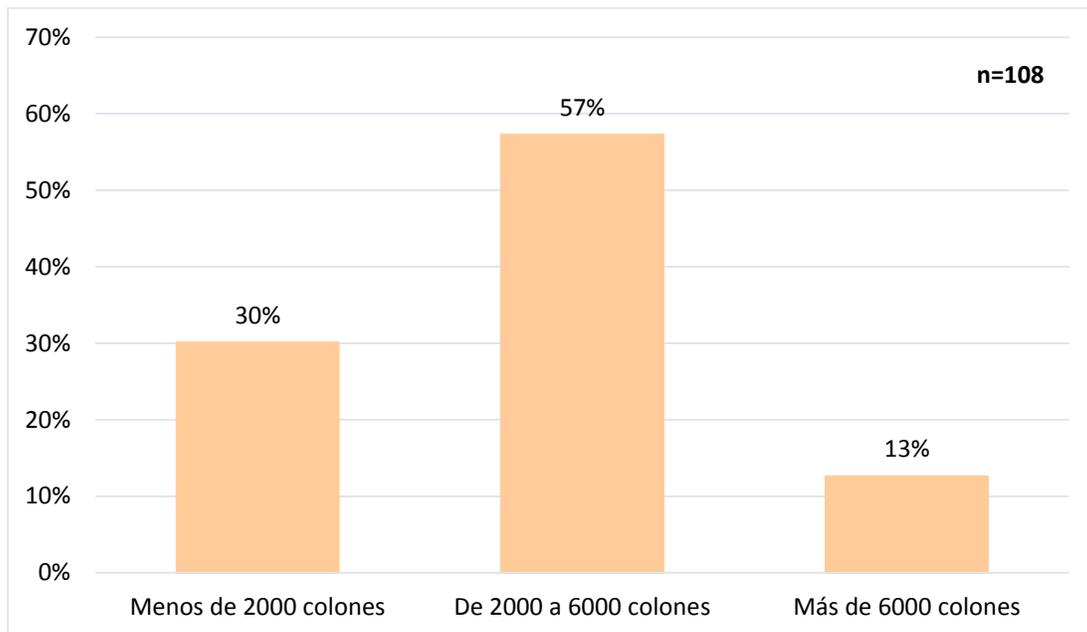


E. Monto mensual destinado a compras en la Tienda ASET

En lo referente al monto mensual que destinaban los estudiantes para compras en la Tienda ASET, 57% de los encuestados manifestaron que su presupuesto era de 2000 a 6000 colones, 30% que menos de 2000 colones y un 13% indicó que más de 6000 colones.

¹⁴ En esta pregunta se recibieron 103 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Gráfico 28. Monto mensual que destinaban los estudiantes a compras en la Tienda ASET¹⁵

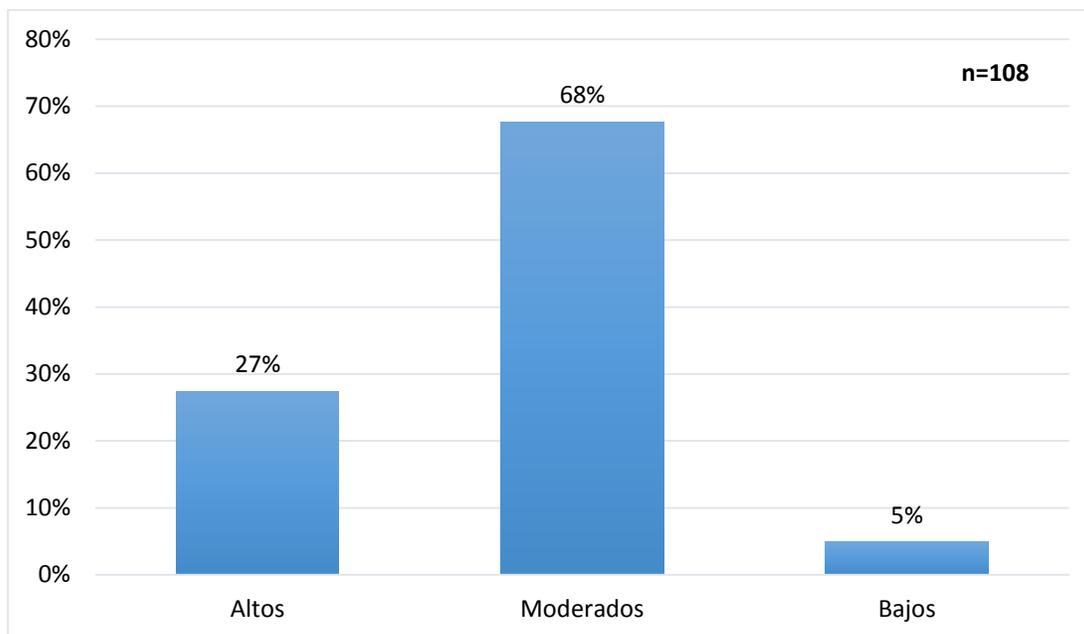


F. Percepción de los precios de la Tienda ASET

Un 68% de los estudiantes encuestados consideraron que los precios de la Tienda ASET eran moderados y un 27% manifestó que eran altos. Únicamente un 5% los consideró bajos.

¹⁵ En esta pregunta se recibieron 103 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Gráfico 29. Percepción que tenían los estudiantes de los precios de la Tienda ASET¹⁶



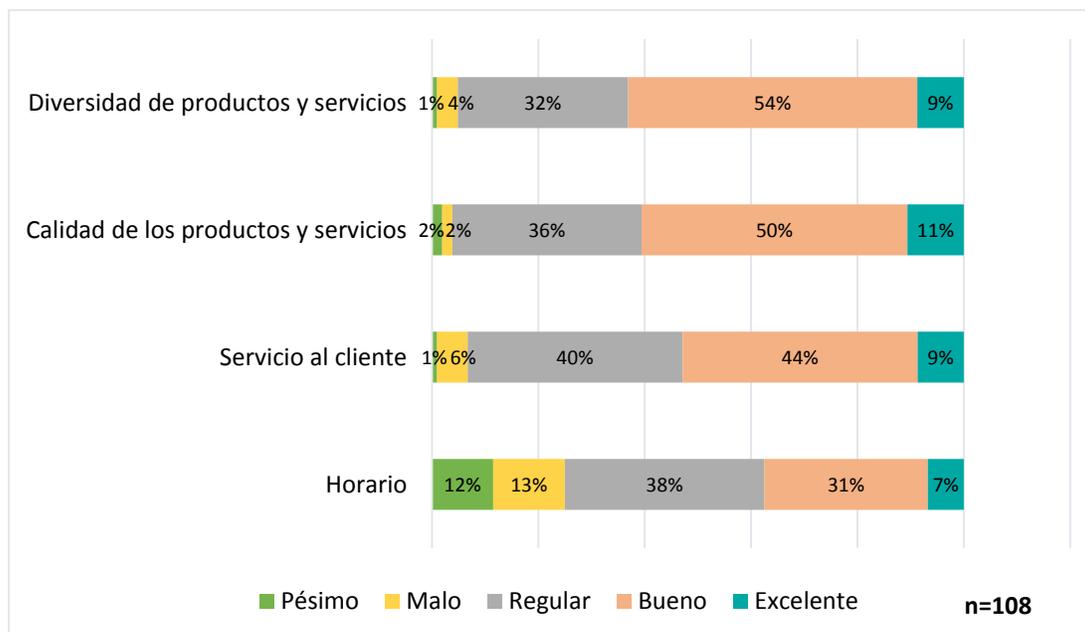
G. Calificación de la Tienda ASET

Las calificaciones que otorgaron los estudiantes a la Tienda ASET fueron las siguientes:

- Diversidad de productos y servicios: Un 54% de los encuestados consideró que la diversidad era buena, un 32% que era regular y un 9% que excelente.
- Calidad de los productos y servicios: Con 50% de las respuestas, los estudiantes consideraron que la calidad era buena. Por su parte, 36% manifestó que era regular y un 11% que era excelente.
- Servicio al cliente: En lo referente al servicio al cliente 44% afirmó que era bueno, 40% que era regular y un 9% que era excelente.
- Horario: 38% manifestaron que el horario era regular, 31% que era bueno y un 13% consideró que era malo.

¹⁶ En esta pregunta se recibieron 102 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Gráfico 30. Calificación de la Tienda ASET por parte de los estudiantes¹⁷



4.2.3. Diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes

La encuesta pretendía realizar un diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes, lo cual incluyó aspectos como la frecuencia de uso de determinados productos y servicios, horarios, facilidades que les gustaría recibir y medios de información por los que les gustaría enterarse de los diversos servicios.

A. Frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET

A continuación se detallará la frecuencia con la que los estudiantes encuestados manifestaron que adquirirían los productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET:

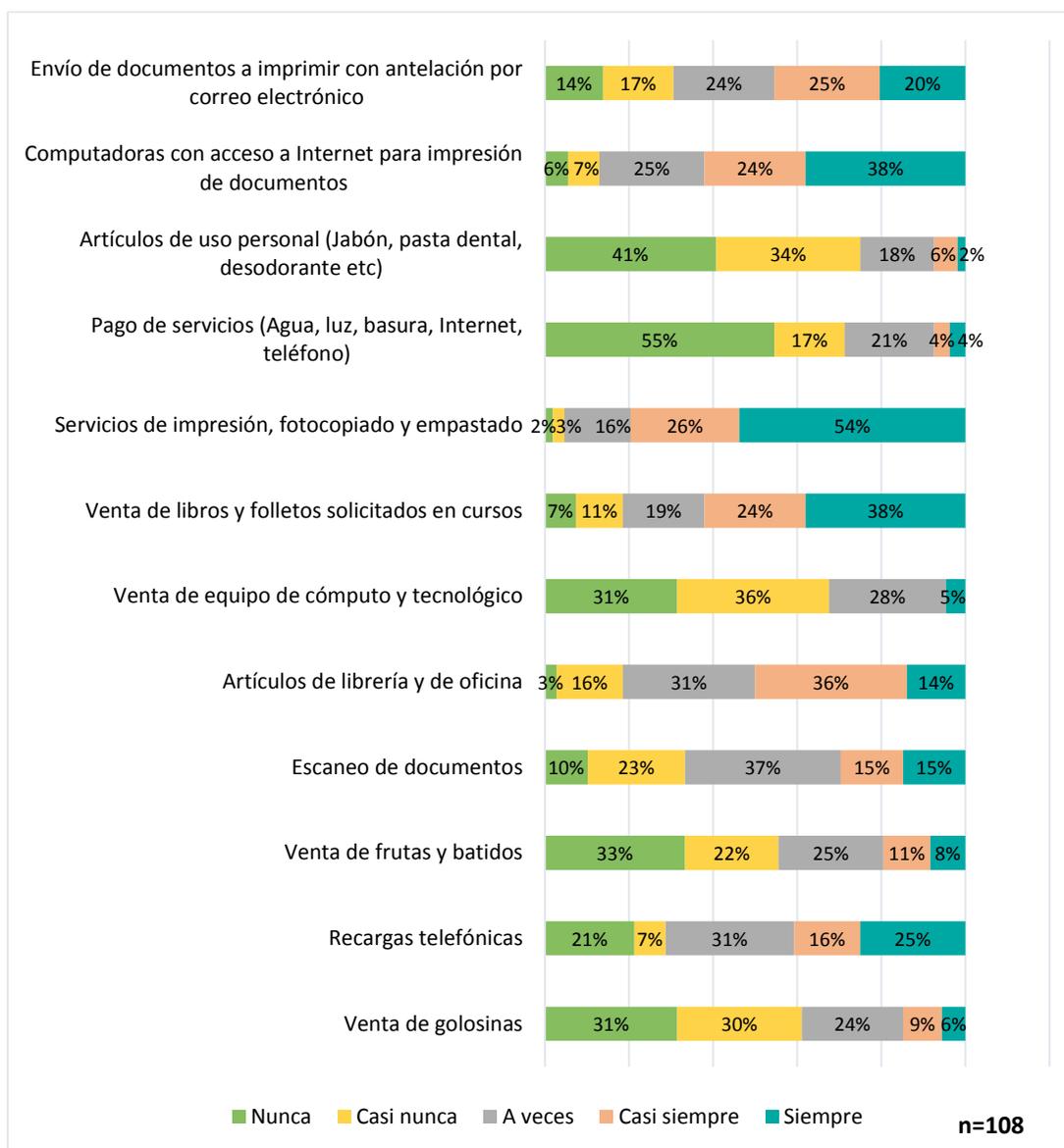
- Envío de documentos a imprimir con antelación por correo electrónico: Un 25% de los estudiantes encuestados manifiesta que casi siempre haría uso de este servicio, un 24% que a veces y un 20% que siempre.

¹⁷ En esta pregunta se recibieron 104 preguntas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

- Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos: 38% de los encuestados afirmaron que siempre harían uso de este servicio, un 25% que a veces y 24% que casi siempre.
- Artículos de uso personal: En lo que respecta a este tipo de artículos, 41% de los estudiantes encuestados manifestaron que nunca los adquirirían, un 34% que casi nunca y un 18% que a veces.
- Pago de servicios: Un 55% de los estudiantes encuestados nunca harían uso de este servicio, un 21% afirma que a veces y un 17% que casi nunca.
- Servicios de impresión, fotocopiado y empastado: En lo referente a estos servicios, un 54% manifestó que siempre los adquirirían, un 26% que casi siempre y un 16% que a veces.
- Venta de libros y folletos solicitados en cursos: Con 38% de las respuestas, los estudiantes manifestaron que siempre adquirirían estos productos, 24% que casi siempre y 19% que a veces.
- Venta de equipo de cómputo y tecnológico: 36% opinó que casi nunca comprarían este tipo de productos, 31% que nunca y un 28% que a veces.
- Artículos de librería y oficina: Un 36% casi siempre adquiriría este tipo de productos, mientras que un 31% dijo que a veces y un 16% que casi nunca.
- Escaneo de documentos: De los estudiantes encuestados, un 37% afirmó que a veces harían uso de este servicio, 23% que casi nunca y en igualdad de porcentaje con un 15% estudiantes manifestaron que casi siempre y siempre harían uso de este servicio.
- Venta de frutas y batidos: 33% de los encuestados manifestó que nunca adquirirían estos productos, 25% que a veces y un 22% que casi nunca.

- Recargas telefónicas: Un 31% afirmó que a veces harían uso de este servicio, 25% que siempre y 21% que nunca lo utilizarían.
- Venta de golosinas: 31% de los estudiantes encuestados manifestaron que nunca adquirirían estos productos, un 30% que casi nunca y un 24% que a veces.

Gráfico 31. Frecuencia de uso de los funcionarios asociados a posibles productos y servicios



B. Sugerencias de nuevos productos o servicios

Algunas de las sugerencias de nuevos productos o servicios que brindaron los estudiantes fueron:

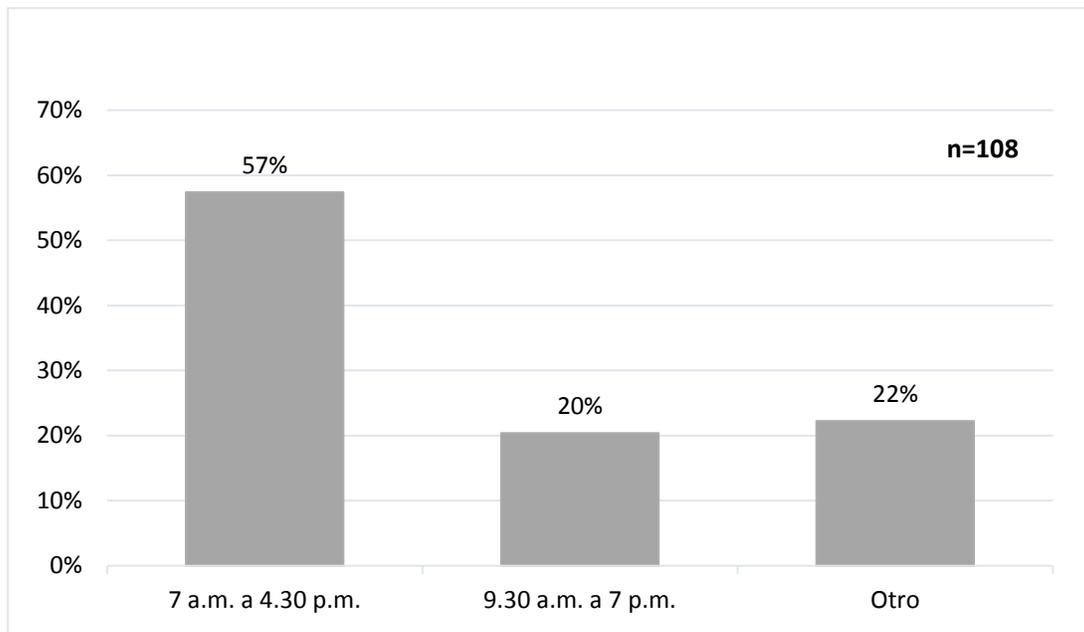
- Venta de tiquetes del bus estudiantil
- Medicamentos
- Material didáctico, reglas para fluxogramas y libros
- Cafetería
- Fotocopiado
- Lugar para revisar el correo electrónico
- Supermercado con productos a precios moderados
- Botellas para agua

Así mismo, un estudiante sugiero que los servicios se brinden en horario nocturno y a precios que se ajustaran al presupuesto de los estudiantes.

C. Horario para los servicios

Un 57% de los estudiantes encuestados prefieren el horario de 7 a.m. a 4.30 .m., un 22% prefieren otros horarios y un 20% manifestó preferir el horario de 9.30 a.m. a 7 p.m. Dentro de los otros horarios que señalaron los estudiantes destacan los horarios de 7 a.m. u 8 a.m. a 7 p.m. u 8 p.m.

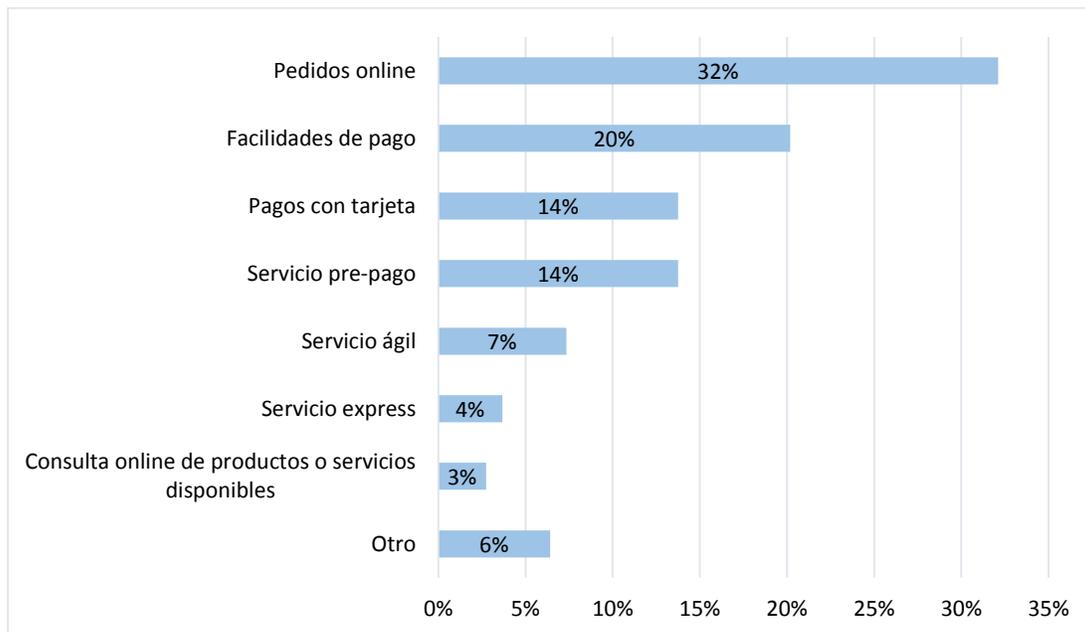
Gráfico 32. Horario que prefieren los estudiantes para la venta de posibles productos o servicios



D. Facilidades que les gustaría recibir

A un 32% de los encuestados les gustaría hacer pedidos online, a un 20% les gustaría contar con facilidades de pago y a un 14% le interesa realizar pagos con tarjeta y con el mismo porcentaje, a los estudiantes les interesa el servicio pre-pago. Dentro de la opción otros, los encuestados señalaron la importancia de contar con un área exclusiva para fotocopiado e impresión de documentos y que sea una persona diferente la que se encargue de las demás áreas de la librería.

Gráfico 33. Facilidades que a los estudiantes les gustaría recibir en los servicios que se brindan¹⁸

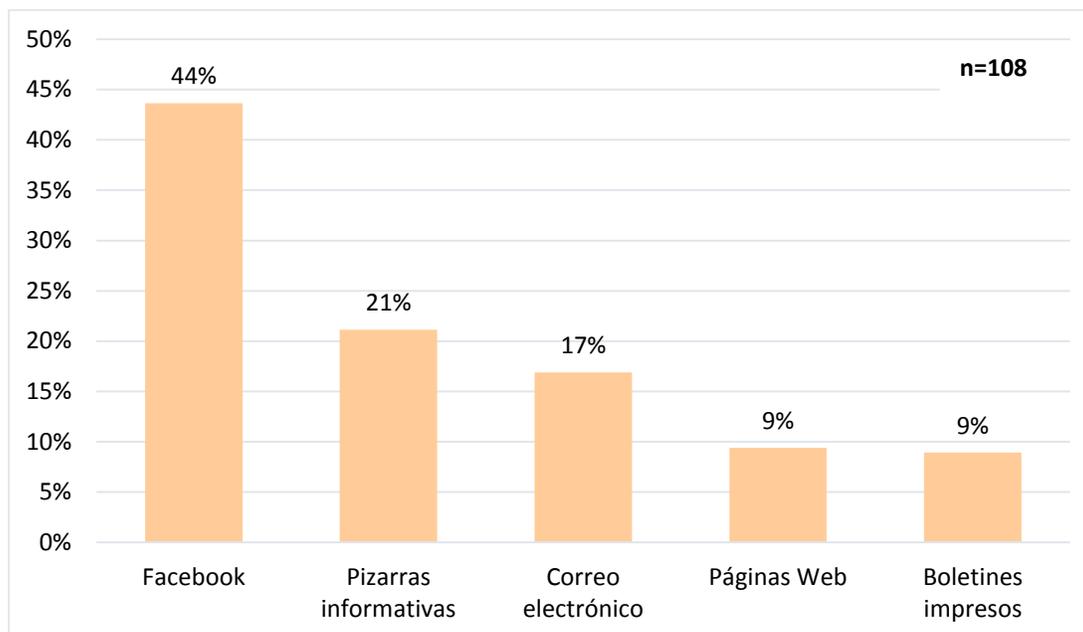


E. Medios de información

En lo que respecta a los medios de información preferidos por los estudiantes para enterarse los productos y servicios que ofrecería la ASET, la red social Facebook ocupa el primer lugar con un 44%. Así mismo, con un 21% se encuentran las pizarras informativas y con un 17% el correo electrónico. Con menor cantidad de respuestas se encuentran las páginas Web y los boletines impresos.

¹⁸ En esta pregunta se recibieron 109 sugerencias.

Gráfico 34. Medios de información preferidos por los estudiantes¹⁹



4.2.4. Diagnóstico del uso del servicio de bus estudiantil

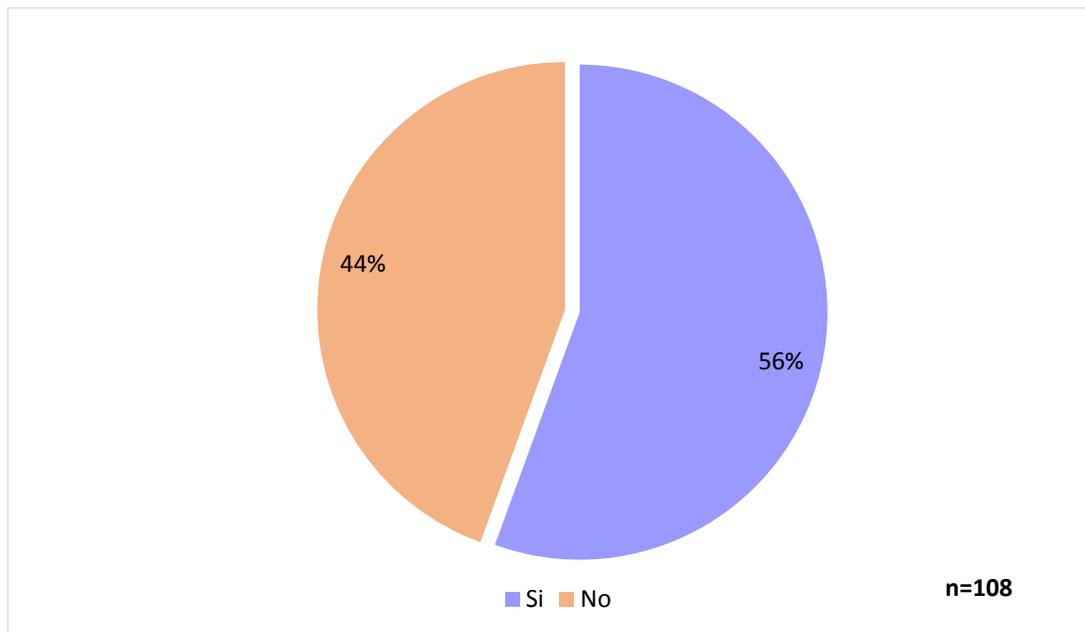
La encuesta permitió realizar un diagnóstico del uso del servicio de bus estudiantil y la frecuencia de uso de los diversos horarios con que se cuenta. Además se incluye un apartado con información suministrada por el Departamento Financiero-Contable del Tecnológico relacionada con este servicio y con la contratación externa de transporte.

A. Uso del bus estudiantil

Relacionado con el uso del estudiantil un 56% de los encuestados manifiesta hacer uso de este servicio, mientras que un 44% afirma no hacer uso del mismo.

¹⁹ En esta pregunta se recibieron 213 respuestas efectivas debido a que se permitía seleccionar más de una opción.

Gráfico 35. Uso del bus estudiantil por parte de los estudiantes

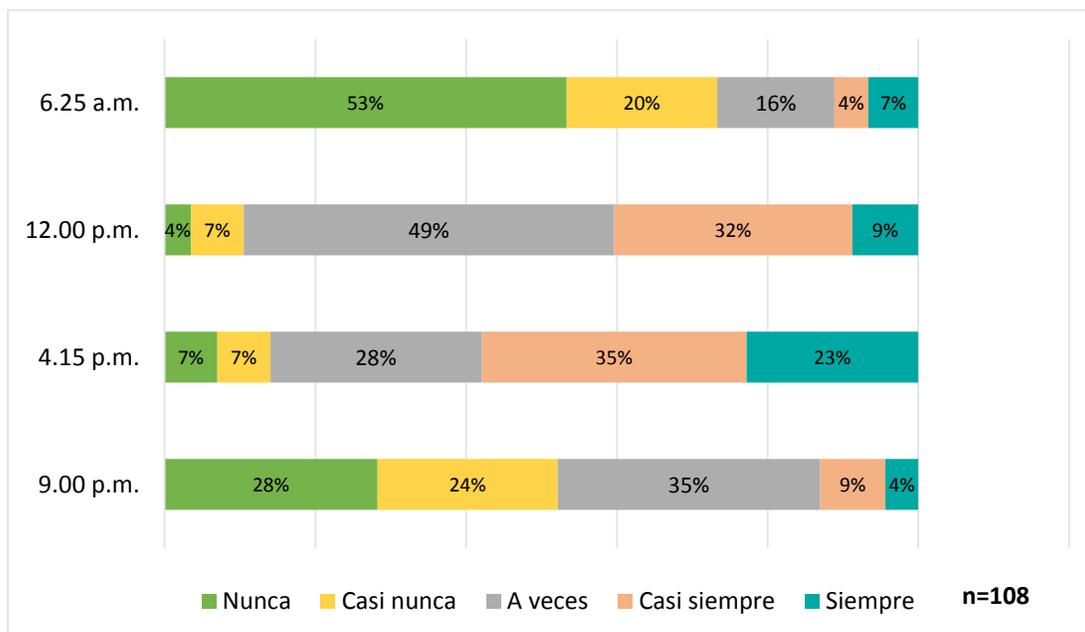


B. Frecuencia de uso de los distintos horarios del bus estudiantil

En cuanto a la frecuencia de uso de los distintos horarios del bus estudiantil, estos son los resultados obtenidos:

- 6:25 a.m.: 53% de los estudiantes encuestados afirmaron no hacer uso de este horario, un 20% dijo que casi nunca y un 16% que a veces.
- 12:00 p.m.: Un 32% manifestó que casi siempre hacen uso de este horario, un 28% que a veces y un 23% expresó que siempre lo utilizan.
- 4:15 p.m.: En este horario, 35% de los encuestados afirmaron que casi siempre lo utilizaban, 28% que a veces y un 23% que siempre.
- 9:00 p.m.: 35% afirmaron que a veces lo utilizaban, 28% que nunca y 24% que casi nunca.

Gráfico 36. Frecuencia de uso de los distintos horarios del bus estudiantil²⁰



C. Características del servicio de bus estudiantil

El Departamento Financiero-Contable del Tecnológico brindó las principales características de este servicio, las cuales se detallan a continuación:

- De lunes a jueves se realizan cuatro carreras (6:15 a.m., 12:15 p.m., 4:15 p.m. y 9:00 p.m.)
- Los viernes se realizan tres carreras (6:15 a.m., 12:15 p.m. y 4:15 p.m.)
- El monto pagado por cada carrera es de ₡37.500, independientemente de la cantidad de estudiantes o funcionarios que viajen en el bus.
- La contratación se da por medio de un concurso de licitación pública para un periodo de 1 año, el cual es prorrogable 3 años más por mutuo acuerdo y si se cumplen con los requisitos estipulados.

²⁰ En esta pregunta se recibieron 45 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Tabla 35. Gasto mensual por concepto del servicio de bus estudiantil

	Carreras diarias	Carreras a la semana	Carreras al mes	Monto por carrera	Gasto mensual	Gasto mensual total
Lunes a Jueves	4	16	64	₡37.500	₡2.400.000	₡2.850.000
Viernes	3	3	12	₡37.500	₡450.000	

Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Departamento Financiero-Contable.

Así mismo, la Oficina de Servicios Generales facilitó el registro de la frecuencia de uso del servicio de bus estudiantil, el cual va del mes de abril 2014 al mes de marzo 2015.

Tabla 36. Total de usuarios, promedio y moda del servicio de bus estudiantil

Variable	6:15 a.m.	12:15 p.m.	4:15 p.m.	9:00 p.m.
Total de usurarios	2484	1952	5263	1099
Promedio	16	12	33	9
Moda	8	9	36	9

Fuente: Elaboración propia con base en datos brindados por Oficina de Servicios Generales.

Por otra parte, el Tecnológico de Costa Rica contrata servicios de transporte cuando los vehículos institucionales no pueden cubrir ciertas giras, lo cual obedece principalmente a la disponibilidad de vehículos y choferes o porque en ocasiones las giras son de grupos grandes y las busetas del TEC no tienen la capacidad necesaria.

Seguidamente se detallan los montos acreditados por este concepto durante los años 2013 y 2014.

Tabla 37. Montos acreditados por la contratación externa de servicios de transporte

Semestre	Monto semestral	Monto anual
I S 2013	₡1.985.000	₡3.469.500
II S 2013	₡1.484.500	
I S 2014	₡2.826.000	₡4.082.000
II S 2014	₡1.256.000	
Total		₡7.551.500

4.3. ENCUESTA A LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET

Seguidamente se detallarán los resultados del sondeo realizado entre 14 funcionarios no asociados a la ASET. Los resultados se dividen en perfil de los funcionarios no asociados, diagnóstico de la ASET y finalmente un diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados.

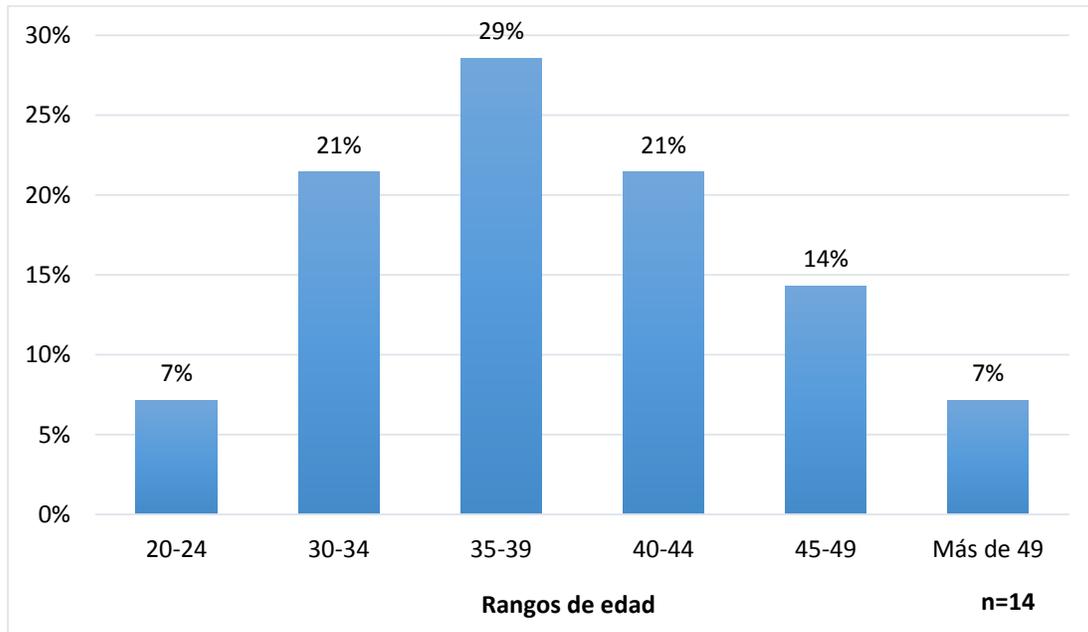
4.3.1. Perfil de los funcionarios no asociados a la ASET

El perfil de los funcionarios no asociados a la ASET está conformado por la edad, género, estado civil, dependencia en que laboran, puesto que desempeñan y años que llevan laborando en el TEC.

A. Edad

En lo que respecta a la edad de los encuestados, el 29% se encuentra en el rango de edad de entre los 35 y los 39 años, un 21% se encuentra entre los 30 y los 34 años y con el mismo porcentaje, los rangos de entre los 40 y 44 años. Los demás porcentajes representan una minoría.

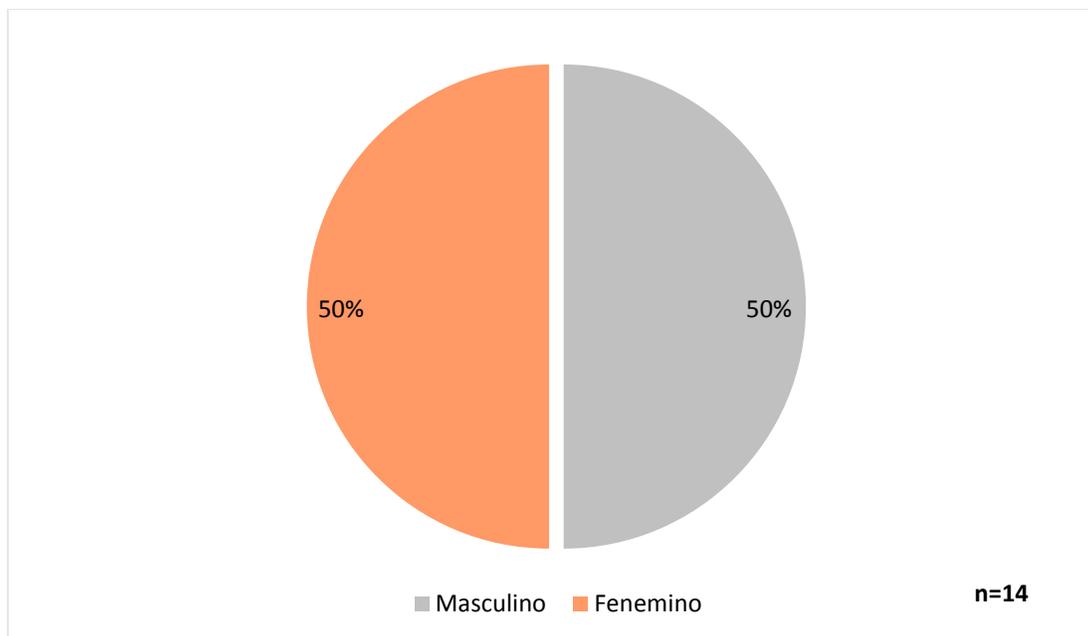
Gráfico 37. Rangos de edad de los funcionarios no asociados a la ASET



B. Género

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, un 50% de los encuestados fueron mujeres y el restante 50% hombres.

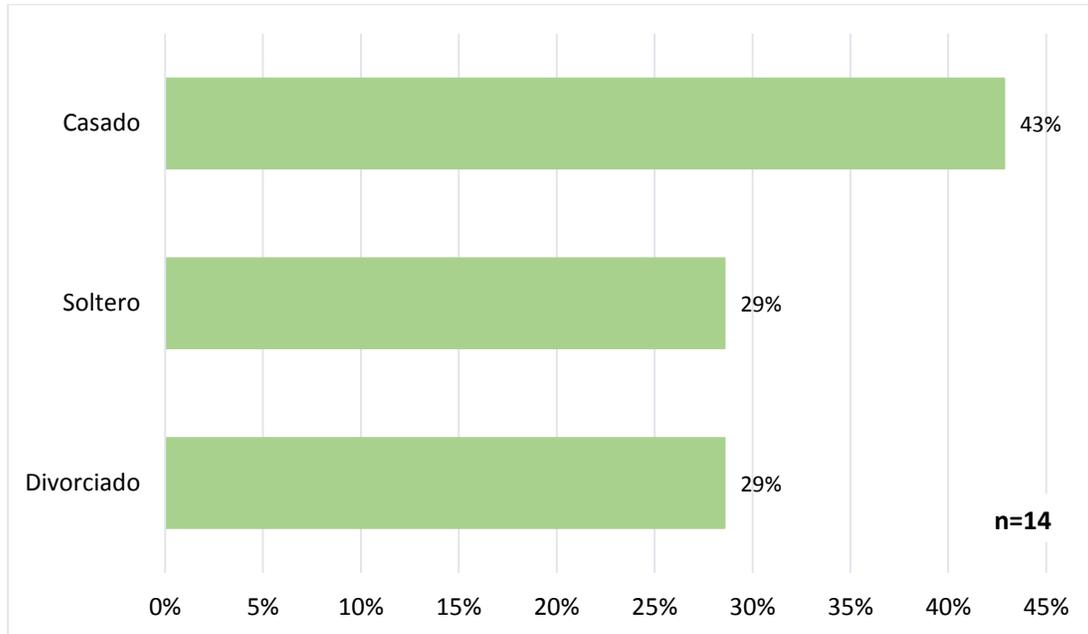
Gráfico 38. Género de los funcionarios no asociados



C. Estado civil

Un 43% de los encuestados son casados, 29% solteros y el restante 29% divorciados.

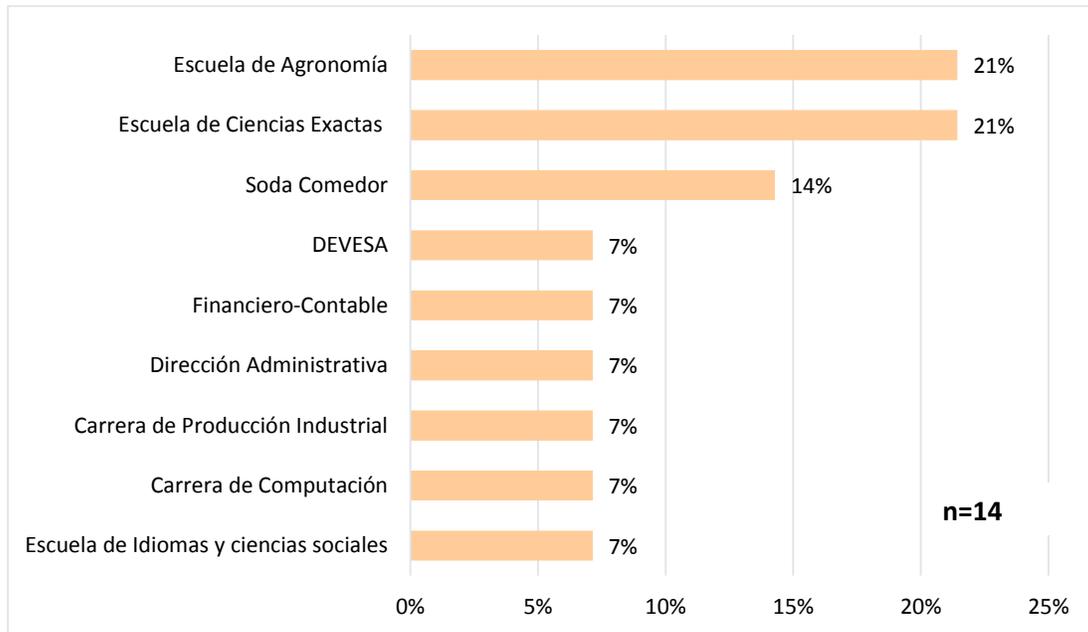
Gráfico 39. Estado civil de los funcionarios no asociados



D. Dependencia en que laboran

Con un 21% de respuestas, se encuentran la Escuela de Agronomía y la Escuela de Ciencias Exactas y con un 14% la Soda comedor. Con 7% se encuentran el DEVESA, Financiero-Contable, Dirección Administrativa, Carrera de Producción Industrial, Carrera de Computación y la Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales.

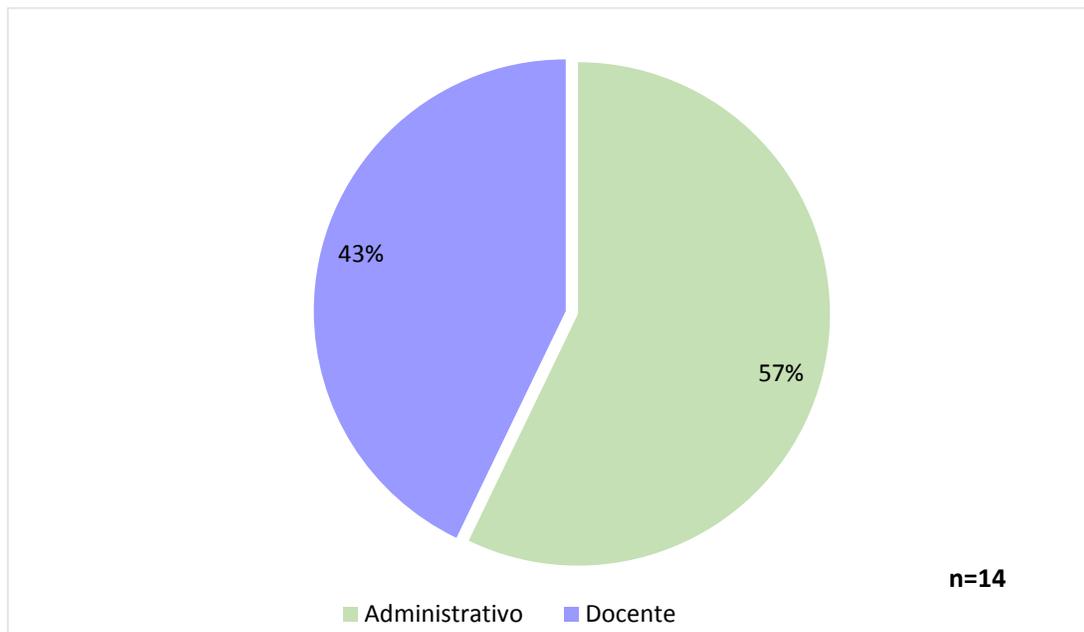
Gráfico 40. Dependencia en que laboran los funcionarios no asociados



E. Puesto que desempeñan

Un 57% desempeña puestos administrativos y un 43% labora en puestos docentes.

Gráfico 41. Puesto que desempeñan los funcionarios no asociados



F. Años laborando en el TEC

Un 36% de los encuestados tiene de entre 10 y 14 años de laborar en el TEC, 29% tienen de 0 a 4 años y de 15 a 19 años. Finalmente un 7% tiene de 20 a 24 años de laborar en el TEC.

Gráfico 42. Años que llevan laborando en el TEC los funcionarios no asociados

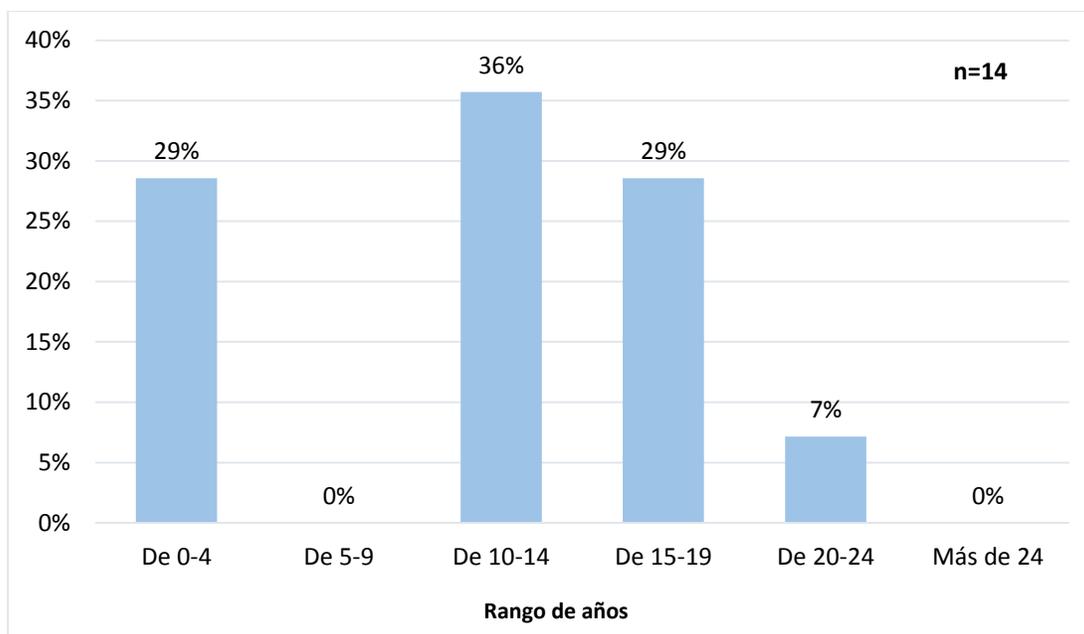


Tabla 38. Resumen perfil de los funcionarios no asociados a la ASET

Variable	Descripción
Edad	Un 29% de los funcionarios no asociados de la ASET, se encuentra en el rango de edad de entre los 35 y 39 años.
Género	La mitad de los encuestados fueron hombres y el restante mujeres.
Estado civil	43% de los funcionarios no asociados se encontraban casados.
Dependencia en que laboran	La Escuela y Agronomía y la Escuela de Ciencias Exactas son las dependencias donde laboran la mayoría de encuestados con un 21% en ambos casos.
Puesto que desempeñan	Un 57% de los funcionarios desempeñan puestos administrativos.
Años laborando en el TEC	El mayor porcentaje de asociados tiene entre 10 y 14 años de laborar en el TEC, esto con un 36%.

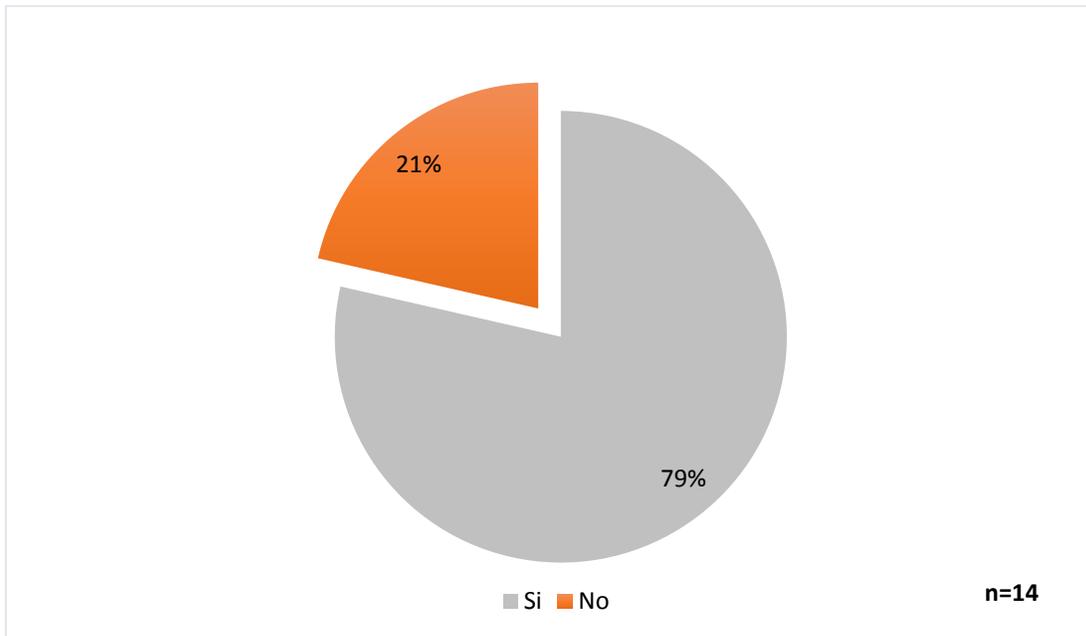
4.3.2. Diagnóstico de la ASET

El sondeo permitió realizar un diagnóstico de la ASET, lo que incluye aspectos como el conocimiento de los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista y de la existencia de la ASET, así mismo, si conocen de los servicios que brinda la misma. Por otra parte, medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET, motivos por los que no pertenecen a la Asociación, interés en ingresar o reingresar a la Asociación y finalmente una calificación de los productos y servicios actuales.

A. Conocimiento de los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista

Un 79% de los encuestados afirma conocer los beneficios que le brinda estar afiliado a una Asociación Solidarista, pero el 21% manifiesta desconocer estos beneficios.

Gráfico 43. Conocimiento de los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista



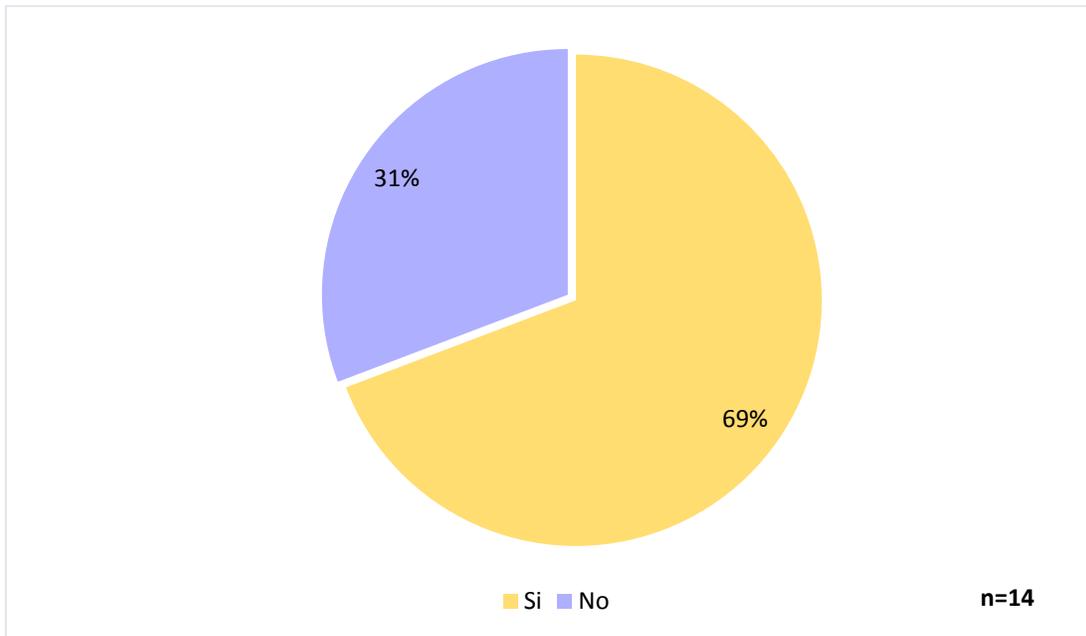
B. Conocimiento de la existencia de la ASET

En lo referente al conocimiento que tienen los funcionarios no asociados de la existencia de la ASET, la **totalidad** de los encuestados manifestaron **SI** conocer la existencia de la ASET.

C. Conocimiento de los servicios que brinda la ASET

Un 69% afirma conocer los servicios que brinda la ASET, mientras el restante 31% expresa que desconoce cuáles servicios ofrece.

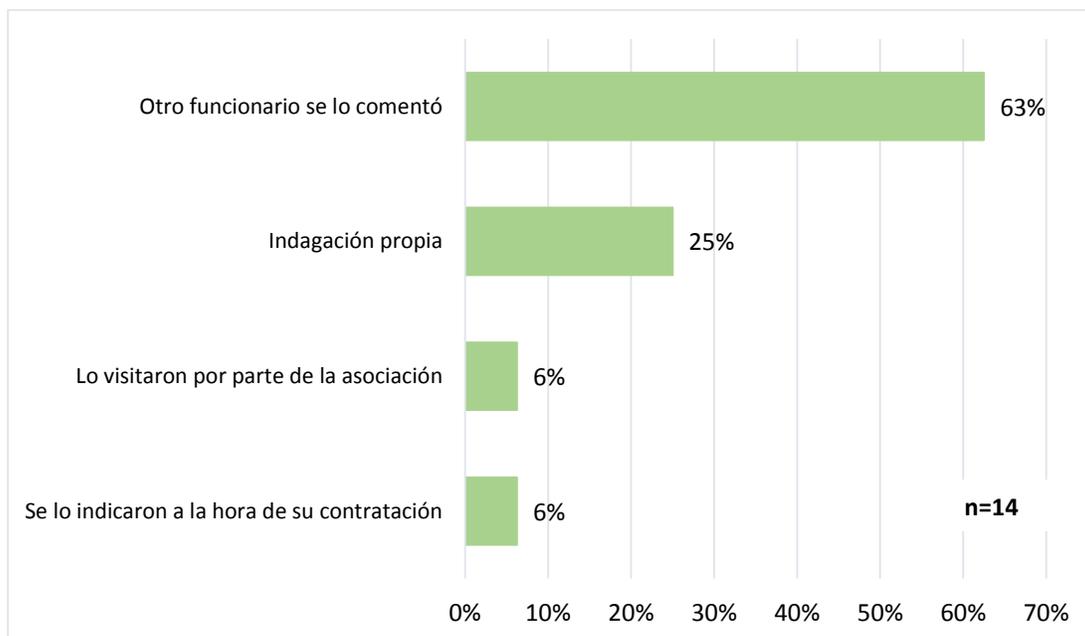
Gráfico 44. Conocimiento de los servicios que brinda la ASET



D. Medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET

Un 63% afirma que se enteraron de la existencia de la ASET debido a que otro funcionario se lo comentó. Un 25% se dio cuenta por medio de indagación propia. Las visitas por partes de la Asociación y la indicación a la hora de la contratación representan una minoría con un 6% cada una de ellas.

Gráfico 45. Medios por los cuales los funcionarios no asociados se enteraron de la existencia de la ASET²¹

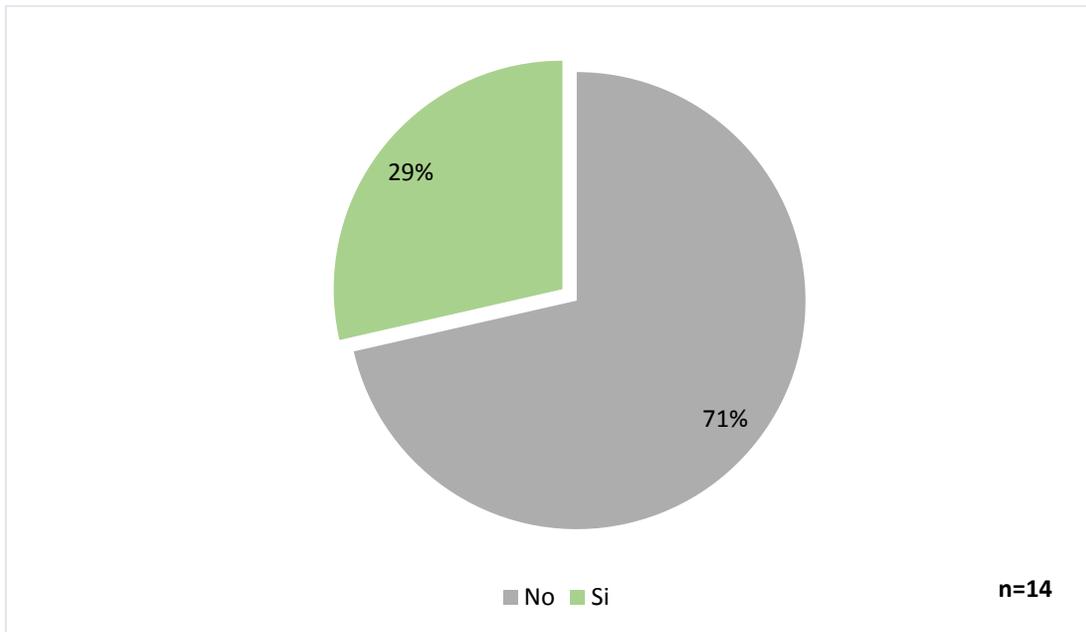


E. Afiliación en algún momento a la ASET

Un 71% de los funcionarios no asociados encuestados ha pertenecido en algún momento a la ASET, el restante 29% nunca ha pertenecido a la Asociación.

²¹ En esta pregunta se recibieron 16 respuestas efectivas debido a que se permitía seleccionar más de una opción.

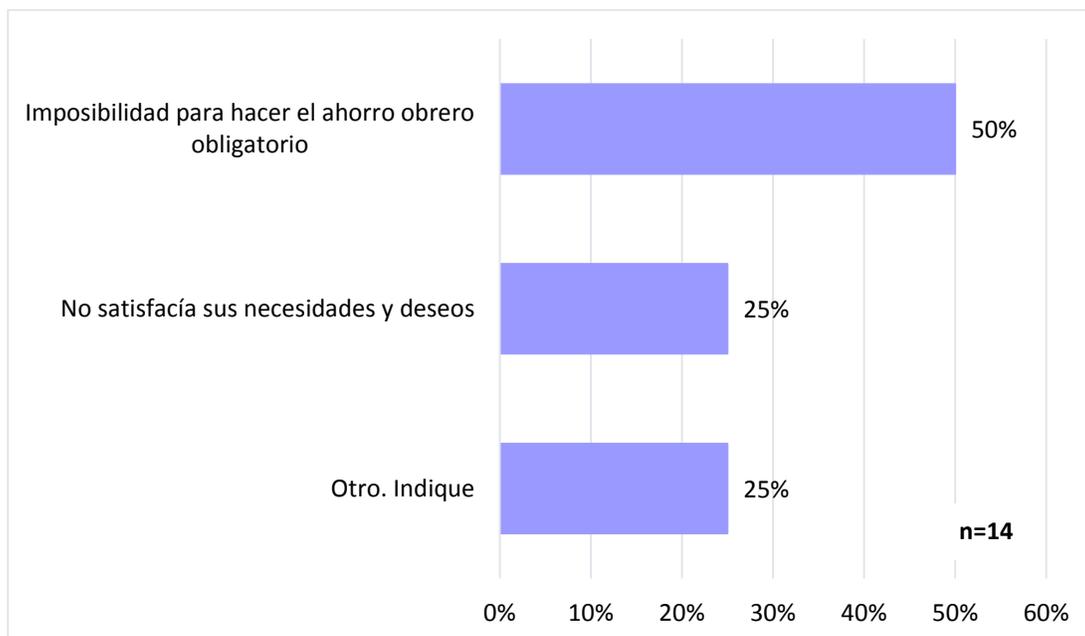
Gráfico 46. Afiliación en algún momento a la ASET



F. Motivos por los cuales se retiraron de la ASET

Un 50% manifestó que se retiró de la Asociación debido a la imposibilidad de hacer el ahorro obrero patronal obligatorio, 25% porque la ASET no satisfacía sus necesidades y deseos y el restante 25% por otros motivos.

Gráfico 47. Motivos por los cuales se retiraron de la ASET los funcionarios que han pertenecido a la Asociación²²

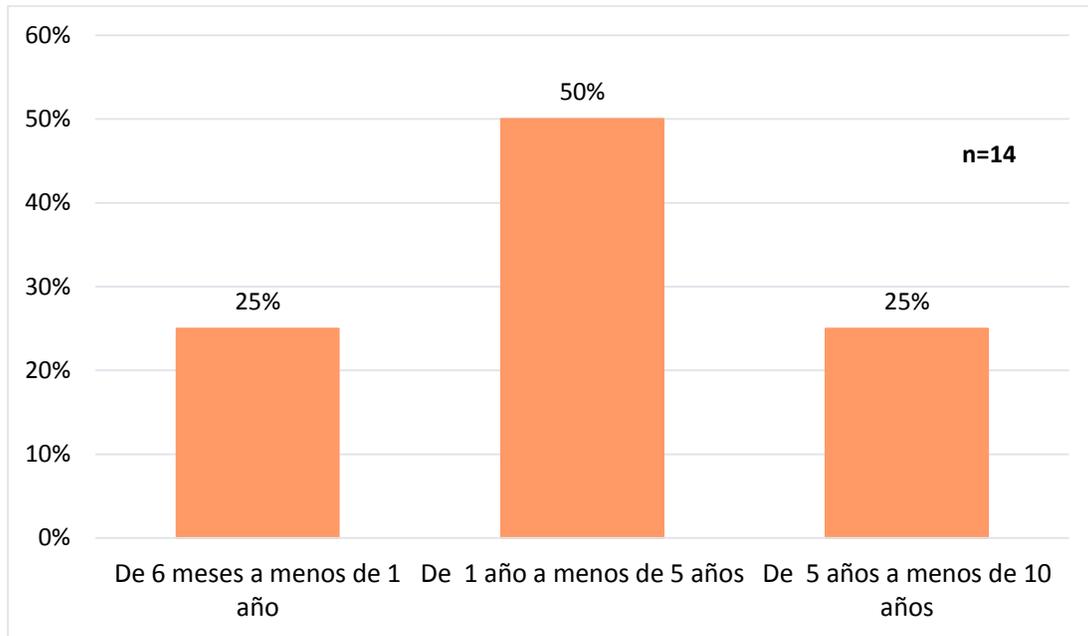


G. Tiempo que pertenecieron a la ASET

De los encuestados que en algún momento estuvieron afiliados a la ASET, un 50% lo estuvo de 1 año a menos de 5 años. Los rangos de entre 6 meses y menos de 1 año y de 5 años a menos de 10 años ocuparon el segundo lugar con un 25% cada uno.

²² En esta pregunta se recibieron 4 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Gráfico 48. Tiempo que pertenecieron a la ASET los funcionarios ex afiliados²³

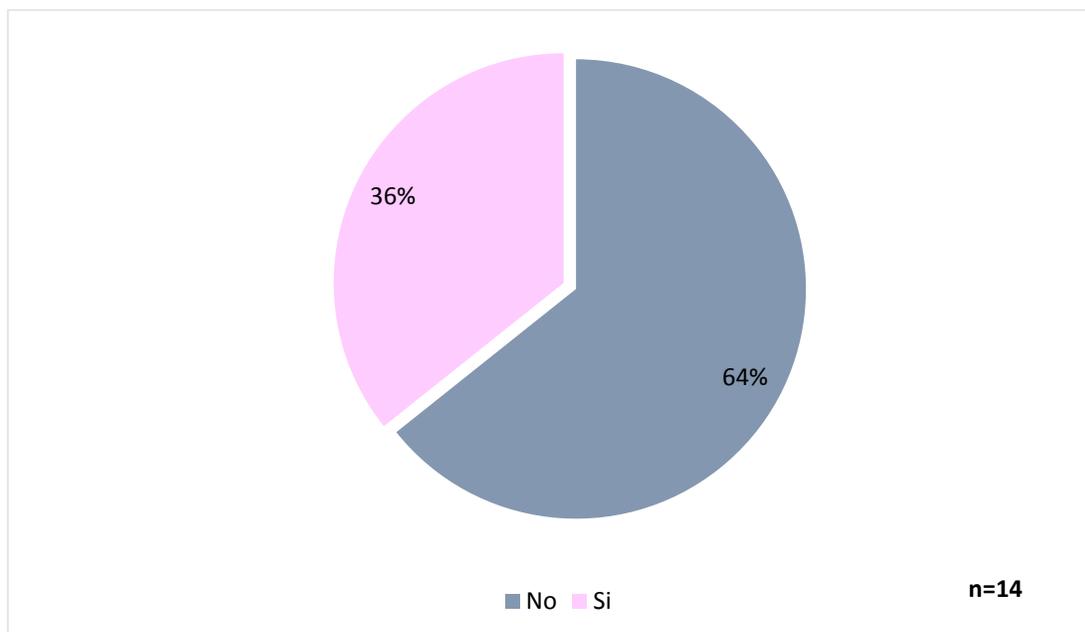


H. Interés en reingresar o ingresar a la ASET

Un 64% de los funcionarios no asociados no se encuentra interesado en reingresar o ingresar a la ASET, mientras que el 36% restante si se interesa en hacerlo.

²³ En esta pregunta se recibieron 4 respuestas efectivas debido a que era una pregunta filtro.

Gráfico 49. Interés que tienen los funcionarios no asociados en reingresar o ingresar a la ASET²⁴



I. Frecuencia de adquisición de los productos y servicios actuales de la ASET

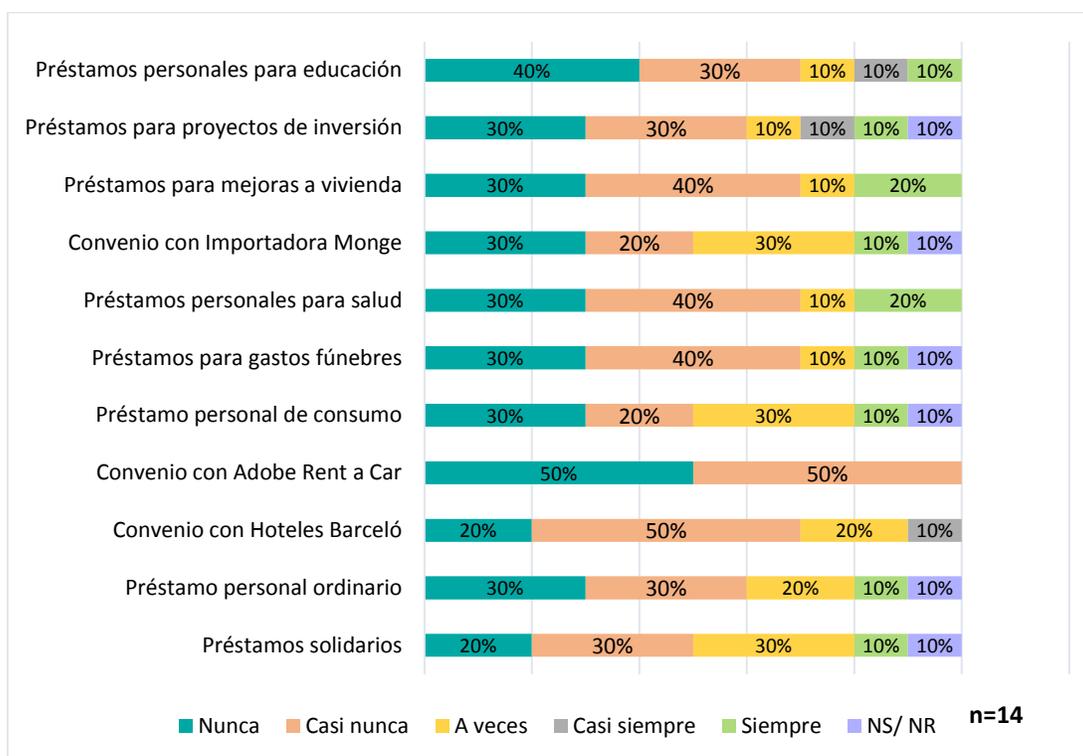
Los funcionarios no asociados interesados en reingresar o ingresar a la ASET adquirirían los productos o servicios que actualmente se ofrecen con la siguiente frecuencia.

- Préstamos personales para educación: 40% de los encuestados nunca adquirirían este servicio, un 30% casi nunca. Las opciones a veces, casi siempre y siempre obtuvieron un 10% de respuesta cada una.
- Préstamos para proyectos de inversión: Las opciones nunca y casi nunca encabezan la lista con un 30% en ambos casos. Los demás porcentajes representan una minoría.
- Préstamos para mejoras a vivienda: Con un 40% los encuestados manifestaron que casi nunca harían uso de este servicio, un 30% que nunca y un 20% que siempre lo utilizaría.

²⁴ En esta pregunta se recibieron 10 respuesta efectivas debido a que era una pregunta filtro.

- Convenio con Importadora Monge: Con un 30% en ambos casos, los funcionarios manifestaron que nunca y a veces utilizarían este convenio, mientras un 20% expresó que casi nunca haría uso de éste.
- Préstamos personales para salud: En lo referente a los préstamos para salud, un 40% afirma que casi nunca lo utilizaría, 30% que nunca y un 20% que siempre.
- Préstamos para gastos fúnebres: 40% manifiesta que casi nunca llegaría a utilizar este servicio, mientras un 30% afirma que nunca lo utilizaría.
- Préstamo personal de consumo: Las opciones nunca y a veces encabezan la lista con un 30% cada una de ellas, y un 20% manifiesta que casi nunca usaría este tipo de préstamo.
- Convenio con Adobe Rent a Car: 50% de los encuestados afirman que nunca necesitarían este convenio. El restante 50% expresa que casi nunca.
- Convenio con Hoteles Barceló: 50% de los encuestados manifiestan que casi nunca usarían este convenio. Con un 20% los funcionarios manifestaron que nunca o a veces harían uso de este.
- Préstamo personal ordinario: 60% de los encuestados manifiesta que nunca y casi nunca requerirían este tipo de préstamos. Un 20% expresa que a veces lo utilizaría.
- Préstamos solidarios: Con un 30% en ambos casos, los funcionarios no asociados manifestaron que casi nunca o que a veces lo emplearían y un 20% manifestó que nunca lo utilizaría.

Gráfico 50. Frecuencia de adquisición de los productos y servicios actuales de la ASET por parte de los funcionarios no asociados ²⁵



4.3.3. Diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados

El diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados incluye aspectos como la frecuencia de adquisición de posibles productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET, sugerencias de nuevos productos o servicios, horario de mayor preferencia, facilidades que les gustaría recibir y los medios por los que les gustaría mantenerse informados.

A. Frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET

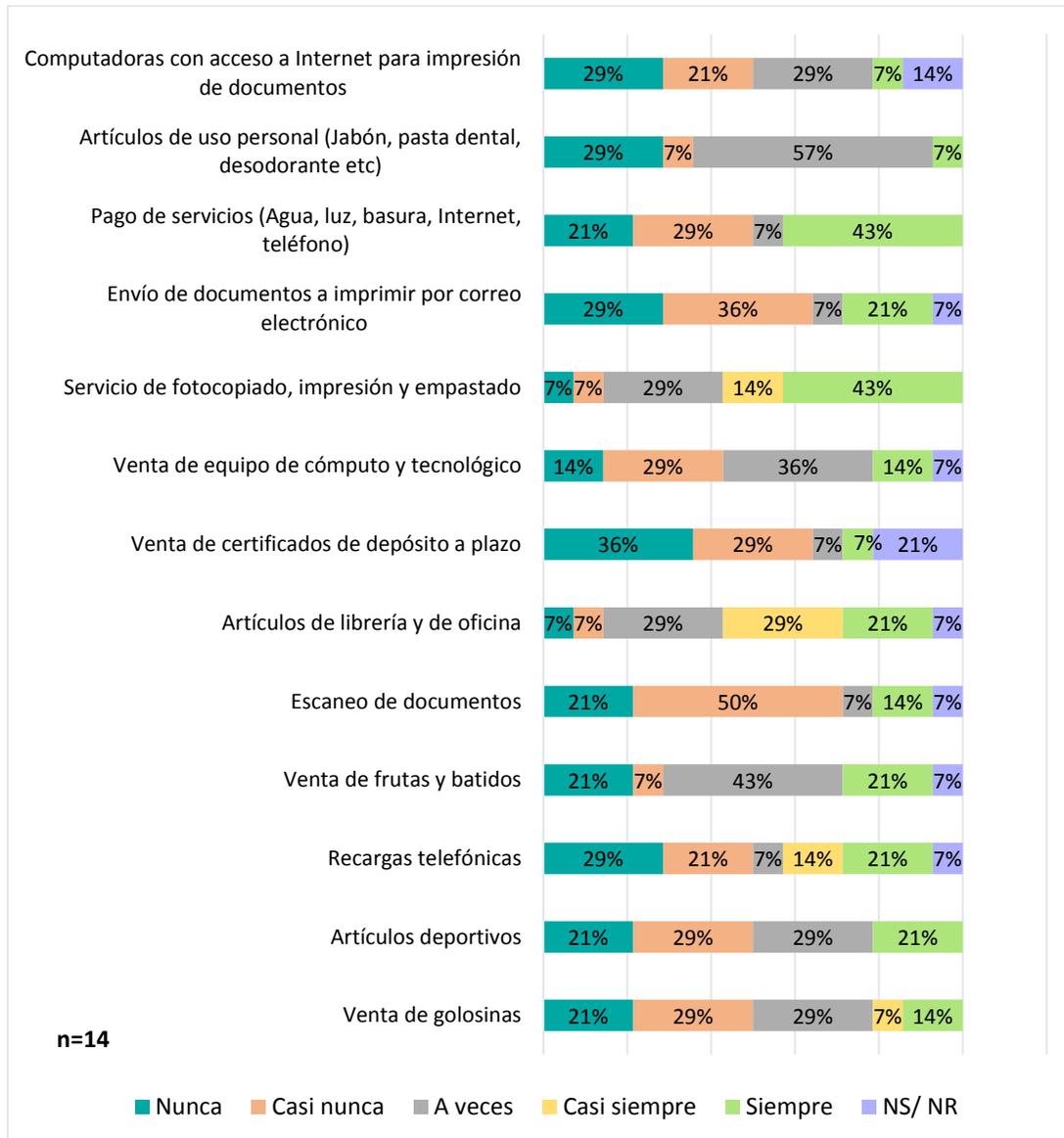
Seguidamente se detallará la frecuencia con la que los funcionarios no asociados adquirirían diversos productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET.

²⁵ En esta pregunta se recibieron 10 respuesta efectivas debido a que era una pregunta filtro.

- Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos: un 29% de los encuestados afirman que nunca harían uso de este servicio y con el mismo porcentaje otros funcionarios afirman que a veces lo utilizarían. Un 21% manifiesta que casi nunca lo requeriría.
- Artículos de uso personal: 57% de los encuestados afirma que a veces requeriría este tipo de productos y un 29% manifiesta que nunca los requeriría.
- Pago de servicios: En lo que respecta al pago de servicios, un 43% manifiesta que siempre harían uso de este servicio, un 29% que casi nunca y un 21% que nunca.
- Envío de documentos a imprimir por correo electrónico: 36% afirma que casi nunca utilizarían este servicio, 29% que nunca y un 21% afirma que siempre lo utilizaría.
- Servicio de fotocopiado, impresión y empastado: Con 43% de las respuestas, los encuestados expresan que siempre utilizarían este servicio, 29% que a veces y un 14% que casi siempre.
- Venta de equipo de cómputo y tecnológico: 36% manifestó que a veces adquirirían este tipo de productos, 29% que casi nunca. Un 14% que nunca y en el mismo porcentaje que siempre.
- Venta de certificados de depósito a plazo: En cuanto a este servicio, un 36% manifiesta que nunca lo adquiriría, 29% que casi nunca y un 21% que no sabría.
- Artículos de librería y de oficina: A veces y casi siempre encabezan los primeros lugares con un 29% cada una. Un 21% afirma que siempre adquirirían estos productos.
- Escaneo de documentos: 50% de los encuestados manifiestan que casi nunca harían uso de este servicio, 21% que nunca y un 14% que siempre lo utilizarían.

- Venta de frutas y batidos: Un 4% de los funcionarios encuestados afirma que a veces adquiriría este tipo de productos, mientras que un 21% expresa que nunca y en el mismo porcentaje, hay quienes expresan que siempre los comprarían.
- Recargas telefónicas: En cuanto a este servicio, un 29% expresa que nunca lo utilizaría, un 21% manifiesta que casi siempre. Otro 21% indica que siempre lo usaría.
- Artículos deportivos: Las opciones casi nunca y a veces fueron las que los encuestados escogieron con un mayor porcentaje, un 29% en cada opción. Con 21% de las respuestas otros encuestados afirmaron que nunca adquirirían estos artículos.
- Venta de golosinas: Los encuestados eligieron con igual porcentaje, un 29%, las opciones casi nunca y a veces. Un 21% afirmó que nunca adquirirían estos productos y un 14% que siempre los comprarían.

Gráfico 51. Frecuencia de uso por parte de los funcionarios no asociados a posibles productos y servicios



B. Sugerencias de nuevos productos o servicios

Algunos funcionarios no asociados encuestados brindaron sugerencias de nuevos productos o servicios que puede implementar la ASET. La siguiente tabla describe las sugerencias que estos brindaron.

Tabla 39. Sugerencias de nuevos productos o servicios brindadas por los funcionarios no asociados²⁶

Sugerencias de nuevos productos o servicios brindadas por los funcionarios no asociados			
Categoría	Detalle	Número de respuestas	Porcentaje
Artículos de librería y oficina	Apertura de la fotocopidora	2	38%
	Venta de artículos de librería a precios similares a otras librerías.	1	
Convenios	Convenios con gimnasios, servicios de salud, restaurantes, supermercados, farmacias	2	25%
Alimentación	Cafetería bien acondicionada	1	25%
	Venta de golosinas	1	
Otros	Preescolar para hijos de funcionarios y estudiantes	2	13%
	Total sugerencias	8	100%

Se puede apreciar como la principal sugerencia se relaciona con artículos de librería y oficina, donde la apertura de la fotocopidora encabeza la lista. Destacan además los convenios con diversos entes y el servicio de alimentación, específicamente la apertura de una cafetería y la venta de golosinas.

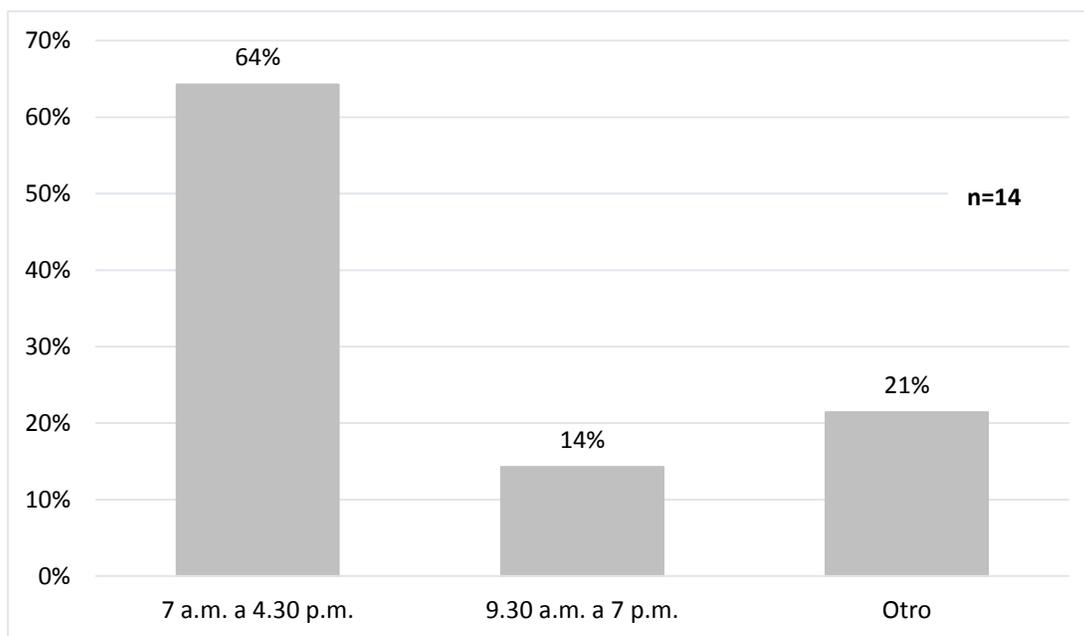
C. Horarios para los servicios

Se puede apreciar como el horario preferido por los encuestados es el de 7 a.m. a 4.30 p.m., esto con un 64%. Con un 21% se encuentra la opción otro, dentro del cual destacó la

²⁶ En esta pregunta se recibieron 8 sugerencias por parte de 6 funcionarios asociados.

posibilidad de abrir temprano y cerrar tarde. Con un 14% los encuestados eligieron el horario de 9.30 a.m. a 7 p.m.

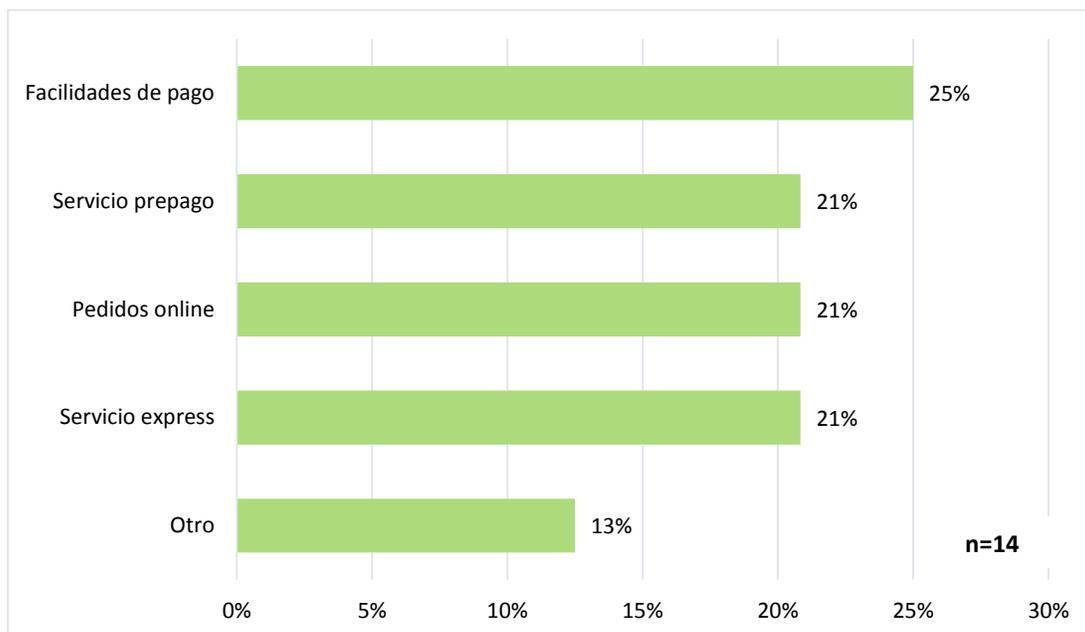
Gráfico 52. Horario que prefieren los funcionarios no asociados para la venta de posibles productos o servicios



D. Facilidades que le gustaría recibir

En lo referente a las facilidades que les gustaría recibir los encuestados eligieron principalmente las facilidades de pago, con un 25%. En segundo lugar eligieron el servicio prepago, los pedidos online y el servicio express, todas con un 21%. Dentro de la opción otros, los encuestados mencionaron las rebajas de planillas y recibir un servicio ágil, de calidad y una buena atención.

Gráfico 53. Facilidades que les gustaría recibir a los funcionarios no asociados en los servicios que se brindan²⁷

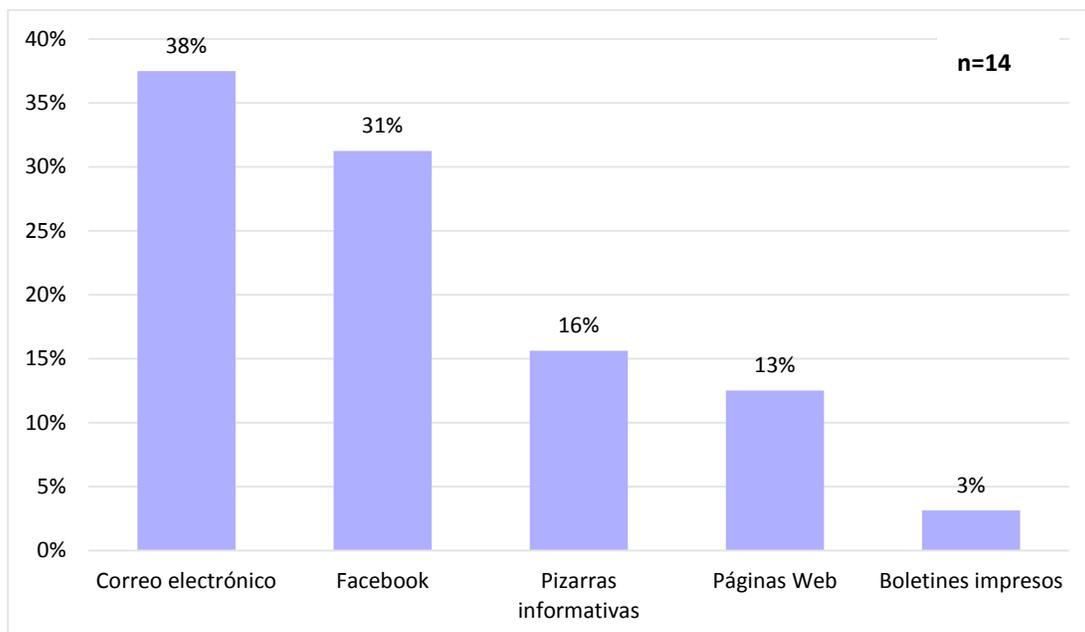


E. Medios de información

Los medios de información preferidos por los funcionarios no asociados son el correo electrónico con un 38%, la red social Facebook con un 31% y las pizarras informativas con un 16%.

²⁷ En esta pregunta se recibieron 24 sugerencias de facilidades.

Gráfico 54. Medios de información preferidos por los funcionarios no asociados ²⁸



²⁸ En esta pregunta se recibieron 32 respuestas efectivas.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y COMPILACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se abarcarán aspectos como la cartera de productos actual de la ASET, un análisis de los resultados basado en la colorimetría de colores del semáforo, además las acciones a realizar para cumplir con las diversas propuestas de solución y finalmente se plantean estrategias para la mejora de la cartera de productos actual y futura.

5.1. CARTERA DE PRODUCTOS ACTUAL DE LA ASET

A continuación se detallará la cartera de productos que ofrece en estos momentos la ASET a los funcionarios asociados y a personas no asociadas a la ASET.

Tabla 40. Cartera de productos actual de la ASET

Cliente	Producto o servicio	Detalle
Funcionarios asociados a la ASET	Líneas de crédito	9 líneas de crédito
	Planes de ahorros	4 planes de ahorro
	Convenios	3 convenios
	Otros productos o servicios	4 productos o servicios adicionales
No asociados a la ASET	Otros productos o servicios	1 servicio

5.1.1. Cartera de productos actual para funcionarios asociados a la ASET

La cartera de productos que la ASET ofrece a los funcionarios asociados está conformada por líneas de crédito, planes de ahorros y otros productos y servicios.

A. Líneas de crédito²⁹

Tabla 41. Cartera de productos actual-líneas de crédito

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar ³⁰	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos
LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES					
Préstamo Personal Ordinario	Préstamo de otorgamiento rápido destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo.	Disponible del ahorro obrero más excedentes acumulados.	72 meses	16% anual	-Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 2).

²⁹ En créditos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 se requiere un fiador y en créditos de más de ₡3.000.000 se requieren dos fiadores.

³⁰ A pesar de que en la mayoría de créditos existen montos máximos a prestar, en algunas ocasiones se prestan montos más elevados si la capacidad de pago del asociado lo permite y si la Junta Directiva lo aprueba.

Tabla 41. Cartera de productos actual-líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos
Préstamos sobre excedentes	Préstamos de otorgamiento rápido destinados a brindar adelantos de los excedentes a los asociados.	Excedentes generados el año anterior considerando los pronósticos de aumento o disminución.	4 meses	16% anual	-Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 3).
Préstamos para proyectos de inversión	Destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de capital con el objetivo de ayudar al asociado en la creación de una actividad productiva.	₡5.000.000,00	96 meses	17% anual	-Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 4). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Estudio sobre perfil de viabilidad económica. -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13)

Tabla 41. Cartera de productos actual-líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos
Préstamo personal de consumo	Destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo, cancelación de deudas entre otros.	₡10.000.000, ⁰⁰	96 meses	18.5% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 5). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13).
Préstamos Solidarios	Destinado a solidarizarse con funcionarios del TEC no afiliados a la ASET y con personas relacionadas laboralmente con la Asociación, en necesidades de dinero.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	25% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 6). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13)

Tabla 41. Cartera de productos actual-líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos
LÍNEAS DE CRÉDITO SOCIALES					
Préstamo para Mejoras a Vivienda	Destinado a financiar la compra de materiales y pago de la mano de obra necesaria para la ampliación y/o reparación de la vivienda.	₡5.000.000,00	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 7) -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13).
Préstamos Personales para Educación	Destinado al pago de cursos de formación, colegiaturas, matrículas y otros, que el asociado y su familia necesiten.	₡2.000.000,00	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 8) -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13).

Tabla 41. Cartera de productos actual-líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos
Préstamos Personales para Salud	Destinado al pago de medicamentos, servicios médicos y otros rubros, que el asociado y su familia necesiten financiar.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 9). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13).
Préstamo para Gastos Fúnebres	Destinados a cancelar gastos relacionados con los funerales del asociado y sus familiares de primer orden; incluye ataúd, nicho, y otros gastos relacionados.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver anexo 10). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (Ver anexo 11) y fiador(es) (Ver anexo 12). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (Ver anexo 13).

B. Planes de ahorros

Tabla 42. Cartera de productos actual-Planes de ahorros

Tipo de ahorro	Descripción	Monto mínimo mensual	Tasa de interés	Requisitos apertura ³¹
Ahorro a la vista	Sistema de ahorro para aquellos asociados que deseen iniciar un plan para utilizar en cualquier momento sin tener que esperar hasta la fecha de vencimiento.	₡5,000,00	4,50%	-Formulario autorización para deducción de planilla (Ver anexo 14).
Ahorro vacacional medio periodo	El objetivo de este ahorro es que sirva de apoyo financiero para cubrir los gastos familiares de vacaciones de medio periodo.	₡5,000,00	7%	-Formulario autorización para deducción de planilla (Ver anexo 14).
Ahorro navideño	El objetivo de este ahorro es permitirle al asociado disponer de un ingreso adicional para los gastos de la temporada navideña, como fiesta y regalos de navidad y año nuevo, pago de marchamo, vacaciones fin de año entre otros.	₡5,000,00	8%	-Formulario autorización para deducción de planilla (Ver anexo 14).
Cuenta de enero	El objetivo es servir de apoyo financiero para cubrir los gastos de inicio de año como útiles escolares, matrículas entre otros.	₡5,000,00	8%	-Formulario autorización para deducción de planilla (Ver anexo 14).

³¹ A pesar de que existe el formulario para la apertura y autorización para deducción de planilla, el documento es poco utilizado y se trabaja más con autorizaciones enviadas por medio del correo electrónico, las cuales el administrador imprime y archiva como respaldo.

C. Convenios

Tabla 43. Cartera de productos actual-Convenios

Convenio	Descripción	Facilidades	Requisitos
HOTELES Y CENTROS RECREATIVOS			
Hoteles Barceló	Brindar opciones de recreación al asociado y su familia.	Descuento de un 10% a todos los asociados y familiares y un porcentaje mayor en giras grupales entre asociados.	Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios.
TIENDAS DE TECNOLOGÍA, ELECTRODOMÉSTICOS Y MUEBLES			
Importadora Monge	Facilitar las compras de tecnología, electrodomésticos y muebles a los asociados.	La ASET se encarga de todos los trámites de compra. Si es a crédito la Asociación cancela el monto a la importadora y la deuda pasa a manos de la Asociación, a 6 meses no se cobran intereses y si es más de 6 meses se les cobra un interés de un 18,5%.	Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios.
ALQUILER DE VEHÍCULOS			
Adobe Rent a Car	Facilitarle al asociado el alquiler de vehículos.	Exonera del pago de la prima al alquilar cualquier vehículo.	Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios.

D. Otros productos y servicios

Tabla 44. Cartera de productos actual-Otros productos y servicios

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio
Lotes	Dos lotes de 502 m ² y uno de 758 m ² , destinados a la construcción de vivienda y localizados en la Vega de Florencia.	-Financiamiento por parte de la Asociación.	502 m ² : ₡7.530.000, ⁰⁰ 758 m ² : ₡9.096.000, ⁰⁰

5.1.2. Cartera de productos actual para no asociados a la ASET

La ASET ofrece únicamente un servicio a los no asociados a la ASET, el cual se detalla a continuación:

A. Otros productos o servicios

Tabla 45. Cartera de productos no asociados actual-Otros productos y servicios

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio
Lotes	Dos lotes de 502 m ² y uno de 758 m ² , destinados a la construcción de vivienda y localizados en la Vega de Florencia.	-Financiamiento por parte de la Asociación.	502 m ² : ₡7.530.000, ⁰⁰ 758 m ² : ₡9.096.000, ⁰⁰

5.1.3. Acciones para la venta de lotes

El terreno con que cuenta la Asociación fue adquirido por medio de un remate con el Banco Popular por un monto de \$25.000.100,00, debido a que se contaba con un presupuesto para proyectos de inversión y en un sondeo realizado los asociados manifestaron interés en compra de lotes para construcción de vivienda; por tal motivo se decidió adquirir el terreno. En marzo de 2011 se acuerda dividir el terreno en 4 lotes con un tamaño aproximado de 758 metros cuadrados cada uno, sin embargo a inicios del 2015 solo habían podido vender uno de los lotes.

La Junta Directiva tomó la decisión de dividir los terrenos en tres lotes de 502 m² cada uno y dejar solamente uno de 758 m². En mayo 2015 se logró vender uno de los lotes de 502 m², por lo cual a la fecha la ASET cuenta con dos lotes de 502 m² y uno de 758 m².

Es por este motivo, que resulta de vital importancia para la ASET diseñar estrategias que permitan la pronta colocación de esos lotes. Algunas propuestas para lograr este objetivo son:

A. Comunidad Institucional TEC

- ✓ Enviar toda la información de los lotes a la comunidad institucional TEC por medio del correo electrónico, de la red social Facebook y por medio de las pizarras informativas. Se puede hacer uso de un boletín informativo como el descrito a continuación:

Ilustración 18. Boletín para la venta de lotes a la comunidad institucional TEC

Lotes en venta



Estimados asociados y comunidad institucional:

La Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos (ASET) tiene para la venta 3 lotes destinados a la construcción de vivienda.

- **Ubicación:** La Vega de Florencia, San Carlos, sobre carretera principal.
- **Facilidades:** Cuenta con todos los servicios básicos
- **Extensión:** 2 lotes de 502 m² y 1 lote de 758m²
- **Precio:** 502 m² = ₡7.500.000,⁰⁰
758 m² = ₡9.096.000,⁰⁰

¡Financiamiento disponible!



Teléfono: 2401-3107

Correo electrónico: aset2006@gmail.com

Facebook: Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico - ASET

O visítenos en nuestras oficinas

B. Público en general

- ✓ Publicar la información en la red social Facebook en páginas dedicadas a la venta de lotes y otros artículos en las zonas aledañas a la zona en que se localiza el lote, como son:

Tabla 46. Páginas en Facebook para venta de lotes

Página	Vínculo
Hagamos negocios en San Carlos	https://www.facebook.com/groups/151001851702063/?ref=browser
Casas y lotes en venta SAN CARLOS	https://www.facebook.com/groups/408336172665993/?ref=browser
Compre y venda en San Carlos	https://www.facebook.com/groups/compreyventaensancarlos/?ref=browser
Real Estate Costa Rica	https://www.facebook.com/groups/347591688746647/

Así mismo, se puede utilizar un boletín como el siguiente:

Ilustración 19. Boletín para la venta de lotes al público en general-Redes sociales

SE VENDEN LOTES



Lotes para construcción de vivienda localizados en la **Vega de Florencia, San Carlos.**

- * 2 lotes de 502 m² valorados en ₡7.500.000,⁰⁰ cada uno.
- * 1 lote de 758 m² valorado en ₡9.096.000,⁰⁰.
- * Cuentan con todos los servicios básicos



aset
Asociación Solidarista de Empleados
ITCR-SSC

Para mayor información:
Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos (ASET)
Teléfono: 2401-3107
Correo electrónico: aset2006@gmail.com

- ✓ Anunciar los lotes en programas de radio y televisión de la zona, como lo son Telenegocios y Radio Santa Clara.
- ✓ Colocar rótulos de “SE VENDE” en la propiedad con la información de los mismos y del contacto.
- ✓ Publicar boletines en las paradas de taxis y autobuses en los lugares cercanos a donde se localizan los lotes (Santa Clara, Pénjamo, Florencia, La Vega, Javillos), para lo cual se puede emplear el siguiente boletín:

Ilustración 20. Boletín para la venta de lotes al público en general-lugares públicos

SE VENDEN LOTES

**Lotes para
construcción de
vivienda** localizados
en la **Vega de
Florencia, San
Carlos**



* 2 lotes de 502 m²
valorados en
₡7.500.000,⁰⁰ cada uno

* 1 lote de 758 m²
valorado en
₡9.096.000,⁰⁰

* Cuentan con todos los
servicios básicos

Para mayor información:

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico

Sede San Carlos (ASET)

Teléfono: 2401-3107

Correo: aset2006@gmail.com



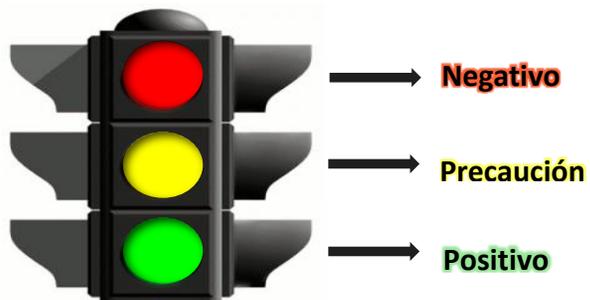
Mayor información:

Teléfono: 2401 3107
Correo: aset2006@gmail.com

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS CON BASE EN COLORIMETRÍA

Los resultados obtenidos con en el instrumento de recolección de información se analizarán haciendo uso de la colorimetría del semáforo, donde el indicador rojo significa alerta o que los resultados son negativos, el color amarillo denota precaución y el color verde significa que los resultados son positivos.

Ilustración 21. Escala de colorimetría del semáforo



5.2.1. Resultados funcionarios asociados a la ASET

Los resultados de los cuestionarios realizados a los funcionarios asociados se dividen en cinco matrices que detallan la opinión de los asociados encuestados sobre las diversas variables planteadas.

A. Matriz diagnóstica de la ASET

Tabla 47. Matriz diagnóstica de la ASET por parte de los funcionarios asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET	El medio principal por el cual los funcionarios asociados se enteraron de la existencia de la ASET fue por los comentarios de otros funcionarios.	Gráfico #8		Aumentar y mejorar los medios de comunicación, promoción y divulgación que emplea la Asociación actualmente para darse a conocer.
Frase que lo identifica como asociado	Los asociados se identificaron principalmente con las frases me permite ahorrar y me brinda facilidades de crédito.	Gráfico #9		Se debe de posicionar una frase de mercadeo tomando en consideración las frases que identificó mayoritariamente a los asociados.

B. Matriz diagnóstica de los productos y servicios actuales y pasados de la ASET

Tabla 48. Matriz diagnóstica de los productos y servicios actuales y pasados de la ASET por parte de los funcionarios asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Préstamos personales para educación	Los encuestados calificaron este servicio como excelente y bueno.	Gráfico #10		<p>Se recomienda continuar ofreciendo los servicios que obtuvieron calificaciones positivas (los cuales consistieron mayoritariamente en la línea de crédito que ofrece la ASET), sin embargo, se debe de tomar en cuenta las sugerencias de mejora brindadas por los asociados.</p> <p>En el caso de los servicios que resultaron en alerta se deben de realizar los cambios necesarios para hacerlos más atractivos y lograr una mayor aceptación por parte de los asociados.</p> <p>Se debe de implementar un sistema que permita evaluar constante los productos o servicios que se ofrecen, con el fin de garantizar su mejora continua.</p> <p>Adicionalmente se debe de invertir en comunicación, promoción y publicidad, para que</p>
Préstamos para proyectos de inversión	Los asociados califican este servicio como bueno o excelente en un 63%.	Gráfico #10		
Préstamos para mejoras a vivienda	Los asociados argumentaron en un 72% que este servicio es excelente o bueno.	Gráfico #10		
Convenio con Importadora Monge	57% calificó este convenio de manera positiva.	Gráfico #10		
Préstamos personales para salud	Un importante porcentaje considera que este préstamo es excelente o bueno.	Gráfico #10		
Préstamos para gastos fúnebres	Un 67% de los asociados encuestados consideran que es entre excelente y bueno.	Gráfico #10		
Préstamo personal de consumo	Los encuestados lo consideran este servicio como excelente y bueno.	Gráfico #10		

Convenio con Hoteles Barceló	Muchos encuestados afirman que este convenio es bueno.	Gráfico #10		<p>el asociado conozca y tenga siempre presente los productos y servicios que se ofrecen. Finalmente, se deben de realizar estudios previos a la implementación de cualquier servicio con el fin de asegurar que estos cumplan con los intereses de los asociados.</p>
Préstamo personal ordinario	Más de la mitad de asociados consideran este servicio como excelente y bueno.	Gráfico #10		
Préstamos solidarios	40% considera que es un tipo de préstamo bueno.	Gráfico #10		
Apoyo FUNDATEC	Muchos asociados consideran este apoyo como excelente, sin embargo un importante porcentaje afirma no saber al respecto.	Gráfico #10		
Tienda ASET	Los asociados consideran que este servicio era bueno o excelente.	Gráfico #10		
Convenio con Adobe Rent a Car	Un porcentaje considerable de encuestados afirman no conocer sobre este convenio, otros aseguran que a veces harían uso del mismo.	Gráfico #10		
Lotes	Una cuarta parte de los encuestados manifiestan no saber de este servicio. Mientras que un porcentaje considerable lo considera regular o malo.	Gráfico #10		

C. Matriz diagnóstica de la frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET

Tabla 49. Matriz diagnóstica de la frecuencia de adquisición de productos o servicios por parte de los funcionarios asociados en caso de ser brindados por la ASET

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	Un importante porcentaje indica que a veces adquiriría este servicio.	Gráfico #12		<p>En el caso de los productos o servicios que se catalogaron en precaución o para los que fueron sugeridos por los asociados, se debe de invertir en publicidad y promoción, así mismo se deben ofrecer precios adecuados y las facilidades sugeridas, con el fin de incentivar el poder de compra.</p> <p>En cuanto a los productos y servicios que no resultaron atractivos para los funcionarios asociados a la ASET, no se recomienda ofrecerlos en el corto o mediano plazo.</p>
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	47% de los asociados expresan que a veces adquirirían este servicio o que no saben o no responden.	Gráfico #12		
Venta de certificados de depósito a plazo	Un 31% de los asociados argumentan que adquirirían este servicio a veces, mientras que un porcentaje considerable manifiesta no saber.	Gráfico #12		
Artículos de librería y oficina	Un importante porcentaje de encuestados manifestaron que adquirirían este tipo de artículos a veces.	Gráfico #12		
Venta de frutas y batidos	Un 41% de los encuestados aseguran que a veces adquirirían estos productos o que no saben o no responden.	Gráfico #12		
Computadoras con acceso a Internet	Un 54% de los funcionarios encuestados manifiestan que nunca o que casi nunca harían uso de este servicio.	Gráfico #12		

para impresión de documentos				
Artículos de uso personal	Los encuestados aseguran que nunca adquirirían este servicio.	Gráfico #12		
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico	De los asociados encuestados, 37% afirman que nunca adquirirían este servicio y un 18% argumenta que casi nunca lo adquirirían.	Gráfico #12		
Pago de servicios	41% afirma que nunca o casi nunca utilizarían este servicio.	Gráfico #12		
Escaneo de documentos	Muchos de los encuestados expresaron que nunca o que casi nunca harían uso de este servicio.	Gráfico #12		
Recargas telefónicas	Un 53% de los encuestados aseguran que nunca o que casi nunca utilizarían este servicio.	Gráfico #12		
Artículos deportivos	29% de los encuestados manifestaron que a veces adquirirían este servicio, mientras que un 43% expresa que nunca o casi nunca.	Gráfico #12		
Venta de golosinas	De los funcionarios encuestados un 47% afirmó que nunca o casi nunca adquirirían este producto.	Gráfico #12		

D. Matriz diagnóstica de las necesidades y deseos de los funcionarios asociados

Tabla 50. Matriz diagnóstica de las necesidades y deseos de los funcionarios asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Horario para los servicios	El horario que prefieren los funcionarios asociados para la adquirir posibles productos o servicios es de 9.30 a.m. a 7 p.m.	Gráfico #13		La ASET debe de tomar en cuenta el horario regular de trabajo del TEC y ampliar o definir el horario en los servicios que ofrezca de manera tal que los asociados puedan adquirirlos una vez terminada su jornada laboral.
Convenios de interés	A los asociados les interesa convenios con hoteles y centros recreativos, agencias de viajes y con tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles. Así como con tiendas de calzado, deportivas y de ropa y los centros de salud.	Gráfico #11		La ASET no está logrando satisfacer las necesidades y deseos de los asociados en cuanto a convenios con otros entes, por tal motivo se deben de establecer convenios en diversas áreas comerciales.
Facilidades que les gustaría recibir	Los asociados encuestados están primordialmente interesados en facilidades de pago, pedidos online y en recibir servicio express.	Gráfico #14		Se recomienda brindarle al asociado diversas facilidades en los productos o servicios que se ofrezcan.
Medios de información	En relación con los medios de información preferidos por los asociados se encuentran el correo electrónico y la red social Facebook. Además, en menor cuantía los asociados seleccionaron las pizarras informativas y las páginas web.	Gráfico #15		La ASET debe de invertir en comunicación, promoción y publicidad debido a que estas funciones son deficientes y los asociados manifiestan que no están informados de los servicios que ofrece la Asociación y de la gestión que realiza.

E. Matriz diagnóstica de la gestión de la Asociación, Junta Directiva y Administrador de la ASET

(i) Asociación

Tabla 51. Matriz diagnóstica de la gestión de la Asociación por parte de los funcionarios asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Asesoría y apoyo	Un 34% de los asociados encuestados considera que la asesoría y apoyo es buena y mientras que un 19% afirma que es excelente.	Gráfico #16		<p>Se recomienda continuar con las estrategias actuales en las variables que obtuvieron resultados positivos.</p> <p>En las variables que obtuvieron resultados de precaución se recomienda realizar los cambios necesarios para cumplir con las expectativas de los asociados.</p> <p>Así mismo se recomienda la implementación de sistema de evaluación que permitan conocer la opinión que tienen los asociados sobre la ASET y por ende su mejora continua.</p>
Experiencia empresarial	Los asociados consideran la experiencia empresarial como buena o regular.	Gráfico #16		
Convenios con otros entes	Un 42% califica a la Asociación como regular o manifiestan no tener información al respecto o no contestar.	Gráfico #16		
Inserción de nuevos servicios	63% de los encuestados expresa que la Asociación se encuentra regular o que no conoce cómo se encuentra.	Gráfico #16		
Diversidad de servicios	Con 43% de las respuestas, los asociados consideran que la Asociación se encuentra regular, un 19% que la diversidad de servicios es buena y 16% que es mala.	Gráfico #16		
Proyectos actuales	Un 40% afirma que son regulares y un 15% que no saben o no responden.	Gráfico #16		

Comunicación	35% los asociados encuestados consideran que la comunicación es regular, un 26% que es buena y un 15% considera que es mala.	Gráfico #16		
Planificación	44% de los encuestados consideran este aspecto como regular o que no conocen como se encuentra la Asociación en esta variable.	Gráfico #16		
Promoción	40% consideran que es regular, un 22% expresa que es malo y un 19% que es buena.	Gráfico #16		
Desarrollo	Un 32% considera el desarrollo como regular y un 12% manifiesta no saber al respecto.	Gráfico #16		
Control	32% de los asociados consideran que el control de la Asociación es regular y un 16% manifiesta que no sabe.	Gráfico #16		

(ii) Junta Directiva

Tabla 52. Matriz diagnóstico de la gestión de la Junta Directiva por parte de los funcionarios asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Cumplimiento de la legislación y normativas	Un 47% de los encuestados considera que la Junta Directiva cumple de buena manera esta función y un 18% que lo hace de excelente forma.	Gráfico #17		La Junta Directiva obtuvo calificaciones positivas en todas las variables en estudio. Sin embargo

Contribución al desarrollo de la Asociación	54% de los encuestados aseguran que la Junta Directiva ha contribuido de buena o excelente manera al desarrollo de la Asociación.	Gráfico #17		muchos asociados afirman que no conocen cual es el papel que desempeña la Junta Directiva en la Asociación, por lo cual se debe de propiciar un mayor acercamiento con el asociado y tomar en consideración las sugerencias brindadas por los asociados.
Eficiencia en la toma de decisiones	Con 46% de las respuestas, los asociados consideran que la eficiencia en la toma de decisiones por parte de la Junta Directiva es buena y un 16% que no saben.	Gráfico #17		
Compromiso y responsabilidad	72% califican esta variable como buena o excelente.	Gráfico #17		
Atención a sugerencias	Con un 53% los asociados consideran que la atención a sugerencias es buena o excelente.	Gráfico #17		
Atención al asociado	Los asociados califican la atención al asociado como buena o excelente.	Gráfico #17		
Proyección a futuro	Los asociados consideran que la proyección a futuro de la Junta Directiva es regular, pero un porcentaje considerable manifiesta que no conoce al respecto.	Gráfico #17		

(iii) Administrador

Tabla 53. Matriz diagnóstica de la gestión del Administrador por parte de los funcionarios asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Cumplimiento de la legislación y normativas	66% de los encuestados consideran que el administrador cumple de buena o excelente manera esta función.	Gráfico #18		El administrador de la ASET fue calificado de manera muy positiva por parte de los encuestados, sin embargo existe un porcentaje de asociados que argumentan que no conocen como es el desempeño del administrador. Por este motivo se recomienda propiciar un mayor acercamiento con el asociado.
Contribución al desarrollo de la Asociación	Un 41% de los asociados encuestados consideran que el administrador ha contribuido excelentemente en el desarrollo de la Asociación y un 26% que lo ha hecho de buena forma.	Gráfico #18		
Eficiencia en la toma de decisiones	En lo referente a la toma de decisiones, un 38% considera que ha lo hecho de manera excelente y un 22% que lo ha hecho bien.	Gráfico #18		
Compromiso y responsabilidad	76% de los encuestados consideran que el compromiso y responsabilidad del administrador de la ASET ha sido bueno o excelente.	Gráfico #18		
Atención a sugerencias	En lo referente a la atención a sugerencias, un 46% de los encuestados afirma que el administrador lo hace de excelente manera y un 26% que de buena forma.	Gráfico #18		
Atención al asociado	Un 82% considera que la atención recibida por el administrador es buena y excelente.	Gráfico #18		

Proyección a futuro	Un 29% consideran que la proyección a futuro del administrador es excelente y un 25% que es buena.	Gráfico #18		
---------------------	--	-----------------------------	---	--

5.2.2. Resultados estudiantes del TEC Sede San Carlos

Seguidamente se analizarán los resultados obtenidos en el instrumento de recolección de información aplicado a los estudiantes del TEC Sede San Carlos.

A. Matriz diagnóstica de la Tienda ASET

Tabla 54. Matriz diagnóstica de la Tienda ASET por parte de los estudiantes

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Uso de la tienda	Un 95% de los estudiantes encuestados manifestaron haber hecho uso en alguna ocasión de las Tienda ASET.	Gráfico #24		A pesar de que muchos encuestados afirmaron haber hecho uso de la Tienda, existe un porcentaje que manifestó no haber hecho uso de la misma debido a que desconocía su existencia o por la poca diversidad de productos y servicios que ofrecía. Esto refleja la falta de promoción y publicidad que existe, por lo cual se recomienda hacer uso de los medios de información, así como de estudios para conocer
Razones por las que no hacían uso de la Tienda ASET	Los estudiantes que manifestaron no haber hecho uso de la Tienda ASET, expresaron que se debía a que desconocían su existencia, por la poca diversidad de productos y por algunas otras razones.	Gráfico #25		
Frecuencia de uso de la tienda ASET	Un 40% manifestó que hacía uso de la Tienda ASET más de 6 veces al semestre.	Gráfico #26		

<p>Monto mensual destinados a compras en la tienda ASET</p>	<p>57% de los encuestados manifestaron que su presupuesto era de 2000 a 6000 colones.</p>	<p>Gráfico #28</p>		<p>las verdaderas necesidades del mercado y conocer su opinión respecto a los servicios que recibe.</p>
<p>Percepción de los precios de la Tienda ASET</p>	<p>Un 68% consideró que los precios de la Tienda ASET eran moderados, solamente un 5% los consideró como bajos.</p>	<p>Gráfico #29</p>		<p>En lo referente a la frecuencia de uso, los resultados fueron muy positivos debido a que en su mayoría manifestaron haber hecho uso de los servicios con bastante regularidad.</p> <p>El presupuesto para compra de los estudiantes, era un presupuesto moderado y acorde con la situación económica de la mayoría de estudiantes. Con respecto a la percepción de los precios, muchos consideraban que los eran moderados, sin embargo, cierto porcentaje manifestó que eran elevados, por lo cual se recomienda hacer estudios de precios en cualquier servicio que se desee implementar.</p>

B. Matriz frecuencia de uso de los productos o servicios que brindaba la Tienda ASET

Tabla 55. Matriz frecuencia de uso de los productos o servicios que brindaba la Tienda ASET por parte de los estudiantes

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Fotocopiado de documentos	50% de los estudiantes encuestados manifestaron que siempre hacían uso de este servicio, 33% que casi siempre y 15% que a veces.	Gráfico #27		<p>Los servicios de fotocopiado e impresión fueron los servicios que los estudiantes más utilizaron, los artículos de librería y oficina fueron adquiridos con poca regularidad por los usuarios y los demás productos o servicios fueron muy poco utilizados por los estudiantes.</p> <p>Por esto, antes de tomar la decisión de invertir en algún negocio, se deben de realizar estudios para conocer qué es lo que realmente necesitan los clientes y además, una vez se hayan implementado los servicios, se deben de hacer esfuerzos en promoción y publicidad y en evaluaciones del servicio.</p>
Impresión de documentos	76% de los encuestados afirmaron que siempre o casi siempre hacían uso de este servicio.	Gráfico #27		
Artículos de librería y oficina	En lo que respecta a la adquisición de artículos de librería y oficina, un 58% de los encuestados afirma que a veces adquirirían estos productos.	Gráfico #27		
Artículos de uso personal	52% de los estudiantes encuestados manifestaron que nunca adquirieron este tipo de productos, y 38% que casi nunca.	Gráfico #27		
Empaste de documentos	57% de los encuestados argumentaron que nunca o casi nunca utilizaron este servicio.	Gráfico #27		
Recargas telefónicas	En este servicio un 34% argumentó que nunca lo utilizaba y un 15% que casi nunca.	Gráfico #27		
Equipos de cómputo	66% afirmaron que nunca adquirieron equipos de cómputo, 24% que casi nunca y un 6% que a veces los adquirirían	Gráfico #27		

Electrodomésticos	Un 98% de los encuestados manifestó que nunca adquirieron este tipo de artículos.	Gráfico #27		
Golosinas	Un 45% manifestó que nunca compraron estos productos, un 26% que a veces y un 21% afirmó que casi nunca los adquirirían.	Gráfico #27		

C. Matriz calificación de la Tienda ASET

Tabla 56. Matriz calificación de la Tienda ASET por parte de los estudiantes

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Diversidad de productos y servicios	Con un 63% los estudiantes encontraron esta variable como buena o excelente.	Gráfico #30		<p>Muchos estudiantes calificaron la Tienda ASET de muy buena manera, sin embargo existen estudiantes que no lo consideraron de esta forma. Así mismo, la variable horario, fue la que obtuvo la calificación más baja.</p> <p>Por este motivo se recomienda para próximos servicios tomar muy en cuenta el horario en que se ofrecerán los servicios, además de la implementación de un sistema de evaluaciones periódicas que permita conocer la opinión que tienen los usuarios de los servicios que reciben.</p>
Calidad de los productos y servicios	Un 61% consideró que la calidad de los productos era buena o excelente.	Gráfico #30		
Servicio al cliente	53% opinaron que el servicio al cliente era óptimo, y lo calificaron entre bueno y excelente.	Gráfico #30		
Horario	Un 38% consideró el horario de manera positiva, sin embargo, con el mismo porcentaje algunos lo consideran regular.	Gráfico #30		

D. Matriz diagnóstica de la frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET

Tabla 57. Matriz diagnóstica de la frecuencia de adquisición de productos o servicios por parte de los estudiantes en caso de ser brindados por la ASET

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Envío de documentos a imprimir con antelación por correo electrónico	Un 25% de los estudiantes encuestados manifiesta que casi siempre haría uso de este servicio, un 24% que a veces y un 20% que siempre.	Gráfico #31		<p>Se recomienda la implementación de los productos o servicios con calificaciones positivas.</p> <p>En el caso de los productos o servicios que se catalogaron en alerta o los sugeridos por los estudiantes, se debe de invertir en publicidad y promoción para incentivar el poder de compra de los asociados, así como ofrecer precios adecuados y facilidades que llamen la atención de los usuarios.</p> <p>En cuanto a los productos y servicios que no resultaron atractivos para los estudiantes no se recomienda ofrecerlos en el corto o mediano plazo.</p>
Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos	Un 62% de los encuestados afirman que siempre o que casi siempre harían uso de este servicio.	Gráfico #31		
Servicios de impresión, fotocopiado y empastado	En lo referente a estos servicios, un 54% manifestó que siempre los adquirirían y un 26% que casi siempre.	Gráfico #31		
Venta de libros y folletos solicitados en cursos	Un 62% estaría dispuesto a adquirir estos productos siempre o casi siempre.	Gráfico #31		
Artículos de librería y oficina	50% manifestaron que adquirirían estos productos siempre o casi siempre.	Gráfico #31		
Recargas telefónicas	Un 51% argumentó que siempre o casi siempre utilizarían este servicio.	Gráfico #31		

Escaneo de documentos	Un 37% de los encuestados manifestaron que a veces harían uso de este servicio.	Gráfico #31		
Artículos de uso personal	En lo que respecta a este tipo de artículos, 41% de los estudiantes encuestados manifestaron que nunca los adquirirían y un 34% que casi nunca.	Gráfico #31		
Pago de servicios	72% de los encuestados afirman que nunca o casi nunca harían uso de este servicio.	Gráfico #31		
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	Los estudiantes manifestaron en un 67% que nunca o que casi nunca adquirirían estos productos,	Gráfico #31		
Venta de frutas y batidos	33% de los encuestados manifestó que nunca adquirirían estos productos y un 22% que casi nunca.	Gráfico #31		
Venta de golosinas	31% de los estudiantes encuestados manifestaron que nunca adquirirían estos productos y un 30% que casi nunca.	Gráfico #31		

E. Matriz diagnóstica de las necesidades y deseos de los estudiantes

Tabla 58. Matriz diagnóstica de las necesidades y deseos de los estudiantes

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Horario para los servicios	Un 57% de los estudiantes encuestados prefieren el horario de 7 a.m. a 4.30 .m.	Gráfico #32		La ASET debe de considerar que el horario en que los estudiantes suelen adquirir los productos o servicios es durante el horario de clase regular (7 a.m. a 4 p.m.)
Facilidades que les gustaría recibir	A un 32% de los encuestados les gustaría contar con pedidos online, a un 20% les gustaría recibir facilidades de pago y a un 14% le interesa realizar pagos con tarjeta y el servicio prepago.	Gráfico #33		Se recomienda brindarles a los estudiantes diversas facilidades en los productos o servicios que se ofrezcan.
Medios de información	Los medios de información preferidos por los estudiantes son la red social Facebook con un 44%. Las pizarras informativas con un 21% y con un 17% el correo electrónico.	Gráfico #34		La ASET debe de invertir en promoción, publicidad y comunicación debido a que estas funciones son deficientes y los estudiantes en muchas ocasiones no conocen los servicios que les ofrece u ofreció la ASET.

F. Matriz diagnóstica del servicio de bus estudiantil

Tabla 59. Matriz diagnóstica del servicio de bus estudiantil

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Uso del bus estudiantil	Relacionado con el uso del bus estudiantil un 56% de los encuestados manifiesta hacer uso de este servicio, mientras que un 44% afirma no hacer uso del mismo.	Gráfico #35		Los resultados obtenidos en servicio de bus estudiantil fueron negativos. Sin embargo, se recomienda analizar las características específicas del servicio con la institución y valorar más en detalle si es un servicio rentable o no.

G. Matriz frecuencia de uso del bus estudiantil

Tabla 60. Matriz diagnóstica del servicio de bus estudiantil

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
6:25 a.m.	Un 73% de los encuestados argumentaron que nunca o casi nunca utilizaban esta carrera del bus estudiantil.	Gráfico #36		A pesar de que en todas los horarios no se obtuvieron resultados positivos, existen horarios que son bastante utilizados por estudiantes.
12:00 p.m.	Un 49% de los encuestados manifestaron que a veces utilizaban el servicio en este horario.	Gráfico #36		

4:15 p.m.	58% de los estudiantes encuestados que manifestaron hacer uso del bus estudiantil afirmaron que si hacían uso de este horario.	Gráfico #36		Por tal motivo, se recomienda realizar un análisis más en detalle con los datos suministrados por el Tecnológico para conocer la factibilidad de este servicio.
9:00 p.m.	Los estudiantes manifestaron en un 52% que nunca o casi utilizaban la carrera nocturna del bus estudiantil.	Gráfico #36		

5.2.3. Resultados funcionarios no asociados a la ASET

En este apartado se detallaran las matrices del análisis realizado a los datos obtenidos por medio del cuestionario aplicado a los funcionarios no asociados a la ASET.

A. Matriz diagnóstica de la ASET

Tabla 61. Matriz diagnóstica de la ASET por parte de los funcionarios no asociados a la ASET

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Conocimiento de los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista	Un 79% de los encuestados afirma conocer los beneficios que le brinda estar afiliado a una Asociación Solidarista.	Gráfico #43		A pesar de que todos los encuestados manifestaron conocer la existencia de la ASET, algunos de ellos afirmaron no conocer los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista o no conocer los servicios que ofrece la ASET a sus asociados. Por este motivo se debe
Conocimiento de la existencia de la ASET	La totalidad de los encuestados manifestaron si conocer de la existencia de la ASET.	Apartado 5.3.2 B		

<p>Conocimiento de los servicios que brinda la ASET</p>	<p>Un 69% afirma conocer los servicios que brinda la ASET.</p>	<p>Gráfico #44</p>		<p>brindar este tipo de información y tratar de captar ese segmento de mercado.</p>
<p>Medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET</p>	<p>Un 63% afirma que se enteraron de la existencia de la ASET debido a que otro funcionario se lo comentó.</p>	<p>Gráfico #45</p>		<p>Las opciones de visitas por parte de la Asociación y la información brindada en el proceso de contratación casi no fueron seleccionadas por los funcionarios, lo cual evidencia que se debe de promocionar y divulgar información relativa a la Asociación.</p>
<p>Afiliación en algún momento a la ASET</p>	<p>Un 29% de los encuestados nunca ha pertenecido a la Asociación.</p>	<p>Gráfico #46</p>		<p>Un importante porcentaje nunca ha pertenecido a la Asociación, por lo cual se recomienda realizar campañas de promoción para captar esta segmento de mercado.</p>
<p>Motivos por los cuales se retiraron de la ASET</p>	<p>Un 50% manifestó que se retiró de la Asociación debido a la imposibilidad de hacer el ahorro obrero patronal obligatorio y 25% por otros motivos, como lo son los nombramientos temporales.</p>	<p>Gráfico #47</p>		<p>Se debe de concientizar en los funcionarios la importancia del hábito del ahorro y los beneficios que se podrían obtener al hacerlo.</p>
<p>Interés en reingresar o ingresar a la ASET</p>	<p>Un 64% de los funcionarios no asociados no se encuentra interesado en reingresar o ingresar a la ASET.</p>	<p>Gráfico #49</p>		<p>Se debe de incentivar y motivar tanto a los funcionarios interesados en reingresar o ingresar a la ASET como a los que no lo están, con el fin de captar la mayor cantidad posible de asociados.</p>

B. Matriz frecuencia de adquisición de productos o servicios que brinda la ASET en caso de afiliarse a la ASET

Tabla 62. Matriz frecuencia de adquisición de productos o servicios que brinda la ASET en caso de afiliarse a la ASET

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Préstamos personales para educación	40% de los encuestados nunca adquirirían este servicio y un 30% casi nunca.	Gráfico #50		Los asociados manifestaron que en caso de ingresar a la ASET no estarían interesados en ninguno de los productos o servicios que se ofrecen actualmente, por lo cual se deben de hacer algunos cambios con el objetivo de hacerlos más atractivos para este segmento de mercado y además se debe invertir en promoción y publicidad.
Préstamos para proyectos de inversión	60% de los encuestados afirman que nunca o que casi nunca adquirirían este tipo de préstamo.	Gráfico #50		
Préstamos para mejoras a vivienda	Con un 40% los encuestados manifestaron que casi nunca harían uso de este servicio y un 30% que nunca.	Gráfico #50		
Convenio con Importadora Monge	Los encuestados manifestaron mayoritariamente que nunca o casi nunca utilizarían este convenio.	Gráfico #50		
Préstamos personales para salud	En lo referente a los préstamos para salud, un 40% afirma que casi nunca lo utilizaría y 30% que nunca.	Gráfico #50		
Préstamos para gastos fúnebres	40% manifiesta que casi nunca llegaría a utilizar este servicio, mientras un 30% afirma que nunca lo utilizaría.	Gráfico #50		
Préstamo personal de consumo	50% afirman que nunca o casi nunca harían uso de este tipo de préstamo.	Gráfico #50		

Convenio con Adobe Rent a Car	50% de los encuestados afirman que nunca necesitarían este convenio, mientras que el restante 50% expresa que casi nunca lo utilizaría.	Gráfico #50		
Convenio con Hoteles Barceló	50% de los encuestados manifiestan que casi nunca usarían este convenio y un 20% manifestaron que nunca lo usarían.	Gráfico #50		
Préstamo personal ordinario	60% de los encuestados manifiesta que nunca y casi nunca requerirían este tipo de préstamos.	Gráfico #50		
Préstamos solidarios	Un 50% manifestó que nunca o casi nunca requerirían este servicio.	Gráfico #50		

C. Matriz diagnóstica de la frecuencia de adquisición de productos o servicios en caso de ser brindados por la ASET

Tabla 63. Matriz diagnóstica de la frecuencia de adquisición de productos o servicios por parte de los funcionarios no asociados en caso de ser brindados por la ASET

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	Los funcionarios no asociados argumentaron en un 57% que siempre o casi siempre utilizarían este servicio.	Gráfico #51		Se recomienda ofrecer a este sector de mercado los productos o servicios que tuvieron resultados positivos. En lo que respecta a los que obtuvieron resultados de precaución, se recomienda

Artículos de librería y oficina	Un 50% afirma que siempre o casi siempre adquirirían estos productos.	Gráfico #51		<p>implementarlos en el mediano plazo, pero utilizando campañas de promoción, publicidad y campañas de marketing para incentivar el poder de compra de los usuarios.</p> <p>En cuanto a los productos y servicios que no resultaron atractivos para los funcionarios asociados a la ASET, no se recomienda ofrecerlos en el corto o mediano plazo.</p>
Venta de frutas y batidos	50% manifiestan que a veces o que no saben o no responden cuando adquirirían estos productos.	Gráfico #51		
Artículos de uso personal	57% de los encuestados afirma que a veces requeriría este tipo de productos.	Gráfico #51		
Pago de servicios	50% de los encuestados manifiestan que nunca o casi nunca harían uso de este servicio.	Gráfico #51		
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico	Un 65% asegura que nunca o casi nunca harían uso de este servicio.	Gráfico #51		
Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos	Un 29% de los encuestados afirman que nunca harían uso de este servicio y un 21% manifiesta que casi nunca lo utilizaría.	Gráfico #51		
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	43% de los encuestados afirman que nunca o casi nunca adquirirían estos productos.	Gráfico #51		
Venta de certificados de depósito a plazo	65% de los encuestados aseguran que nunca o casi nunca harían uso de este servicio.	Gráfico #51		
Escaneo de documentos	71% de los funcionarios encuestados manifiestan que nunca o casi nunca utilizarían este servicio.	Gráfico #51		

Recargas telefónicas	Un 29% expresa que nunca lo utilizaría y un 21% que casi nunca.	Gráfico #51		
Artículos deportivos	50% asegura que nunca o casi nunca adquirirían estos productos.	Gráfico #51		
Venta de golosinas	50% asegura que nunca o casi nunca adquirirían estos productos.	Gráfico #51		

D. Matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados

Tabla 64. Matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados

Variable	Resultado	Referencia	Estado	Propuesta de solución
Horario para los servicios	El horario preferido por los encuestados con un 64% es el de 7 a.m. a 4.30 p.m.	Gráfico #52		El horario en el que usualmente se ofrecen los servicios satisface las necesidades y deseos de los asociados, por lo cual se recomienda mantener el mismo horario o uno que permita cumplir de manera satisfactoria sus necesidades.
Facilidades que les gustaría recibir	Los encuestados eligieron las facilidades de pago, con un 25% y los servicios prepago, los pedidos online y el servicio express todas con un 21%.	Gráfico #53		La ASET no ofrece a los usuarios facilidades atractivas, por lo cual se recomienda tomar en cuenta las sugerencias realizadas por ellos.
Medios de información	Los medios preferidos fueron el correo electrónico con un 38%, la red social Facebook con un 31% y las pizarras informativas con un 16%.	Gráfico #54		La ASET no hace un efectivo de los medios de comunicación, por lo cual se recomienda hacer uso principalmente de los medios elegidos por los funcionarios, como el correo y Facebook.

5.3. ACCIONES A REALIZAR EN LAS DIVERSAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN

Seguidamente se detallarán acciones específicas a realizar para lograr cumplir con las propuestas de solución brindadas en cada uno de los apartados tratados con anterioridad.

5.3.1. Propuesta de mejora para los servicios ofrecidos a los funcionarios asociados a la ASET

Tabla 65. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los funcionarios asociados a la ASET

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Aumentar y mejorar los medios de comunicación, promoción y divulgación que emplea la Asociación actualmente para darse a conocer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asegurarse de que en el proceso de contratación de personal se brinde información sobre la ASET (que se faciliten boletines informativos sobre la Asociación). • Enviar correos electrónicos a los funcionarios con boletines informativos sobre la ASET. • Hacer uso de la red social Facebook para acercarse a los funcionarios. • Realizar una charla al inicio de cada semestre con los funcionarios para brindarles información de la ASET. • Patrocinar eventos deportivos, culturales y académicos del Tecnológico con el objetivo de aumentar el posicionamiento en la mente de los asociados. • Contar con artículos como lapiceros, reglas, almanaques, camisetas, tasas, entre otros, con el fin de obsequiarlos entre los asociados para promocionar la imagen de la ASET.

Tabla 65. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los funcionarios asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Se debe de posicionar una frase de mercadeo tomando en consideración las frases que identificó a los asociados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar en la mente de los asociados y no asociados un slogan para la ASET.
<p>Se recomienda continuar ofreciendo los servicios que obtuvieron calificaciones positivas, los cuales consistieron mayoritariamente en la línea de crédito que ofrece la ASET, pero atendiendo las sugerencias de mejora brindadas por los asociados.</p> <p>En el caso de los servicios que resultaron en alerta se deben de realizar los cambios necesarios para hacerlos más atractivos y lograr una mayor aceptación por parte de los asociados.</p> <p>Se debe de implementar un sistema que permita evaluar constante los productos o servicios que se ofrecen con el fin de garantizar su mejora continua.</p> <p>Adicionalmente se debe de invertir en comunicación, promoción y publicidad, para que el asociado conozca y tenga siempre presente los productos y servicios que se ofrecen y sus características.</p> <p>Finalmente, se deben de realizar estudios previos a la implementación de cualquier servicio con el fin de asegurar que estos cumplan con los intereses de los asociados.</p>	<p>Acciones para la mejora de los productos y servicios con calificación positiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar ofreciendo los productos, servicios y convenios existentes. • Realizar una valoración del convenio existente con Importadora Monge y analizar la posibilidad de aumentar el plazo de pago para compras a crédito. • Enviar por medio del correo electrónico estados de cuenta de los préstamos y ahorros para que los asociados estén informados de sus saldos. • Analizar constantemente las tasas de interés del mercado para ofrecer a los asociados las mejores condiciones posibles. • Flexibilizar los trámites de crédito con el objetivo de brindar mayores beneficios a los asociados y agilizar la tramitología de los mismos. • Analizar la posibilidad de aumentar los montos de préstamos para refundición de deudas y de los préstamos sin fiador. • Aumentar las líneas de crédito (préstamos para construcción de vivienda). <p>Acciones para la mejora de los productos y servicios con calificaciones de precaución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar el convenio con Adobe Rent a Car debido a que muchos asociados manifestaron no conocer de este servicio.

Tabla 65. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los funcionarios asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Se recomienda continuar ofreciendo los servicios que obtuvieron calificaciones positivas, los cuales consistieron mayoritariamente en la línea de crédito que ofrece la ASET, pero atendiendo las sugerencias de mejora brindadas por los asociados.</p> <p>En el caso de los servicios que resultaron en alerta se deben de realizar los cambios necesarios para hacerlos más atractivos y lograr una mayor aceptación por parte de los asociados.</p> <p>Se debe de implementar un sistema que permita evaluar constante los productos o servicios que se ofrecen con el fin de garantizar su mejora continua.</p> <p>Adicionalmente se debe de invertir en comunicación, promoción y publicidad, para que el asociado conozca y tenga siempre presente los productos y servicios que se ofrecen y sus características.</p> <p>Finalmente, se deben de realizar estudios previos a la implementación de cualquier servicio con el fin de asegurar que estos cumplan con los intereses de los asociados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar en diversas páginas en Facebook los lotes ubicados en La Vega de Florencia para lograr la colocación de los mismos. <p>Acciones para la evaluación de los productos y servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mantener un buzón de sugerencias en las oficinas de la ASET para que los asociados tengan la posibilidad de expresar su opinión sobre los servicios que recibe. Enviar al final de cada año una pequeña encuesta online de valoración de los productos y servicios que ofrece la ASET. <p>Acciones para mejorar la comunicación, promoción y publicidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Enviar información relacionada con los productos y servicios que ofrece la ASET por medio de boletines informativos a través de la red social Facebook y por correo electrónico. Mantener brochures con información de los productos y servicios que se ofrecen para que los asociados tengan la oportunidad de adquirirlo cuando visiten las oficinas de la ASET. <p>Acciones antes de implementar nuevos negocios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar estudios de factibilidad y/o de mercado antes de incursionar en cualquier negocio para evaluar si verdaderamente son rentables y sí satisfacen las necesidades y deseos de los clientes potenciales.

Tabla 65. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los funcionarios asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>En el caso de los productos o servicios que se catalogaron en precaución o para los que fueron sugeridos por los asociados, se debe de invertir en publicidad y promoción, así mismo se deben ofrecer precios adecuados y las facilidades sugeridas, con el fin de incentivar el poder de compra.</p> <p>En cuanto a los productos y servicios que no resultaron atractivos para los funcionarios asociados a la ASET, no se recomienda ofrecerlos en el corto o mediano plazo.</p>	<p>Acciones para los productos y servicios con calificaciones de precaución:</p> <ul style="list-style-type: none"> Promocionar por medio de las redes sociales y del correo electrónico estos productos o servicios, ofrecer distintas ofertas o promociones y brindar las facilidades que a los asociados les interesa recibir (Ver apéndice 23). Los productos o servicios bajo esta categoría fueron: <ol style="list-style-type: none"> Venta de certificados de depósito a plazo Venta de equipo de cómputo y tecnológico Servicio de fotocopiado, impresión y empastado Artículos de librería y oficina Venta de frutas y batidos <p>Acciones para los productos y servicios sugeridos por los asociados:</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar en detalle la posibilidad de implementar un servicio de cafetería y repostería y de un abastecedor. <p>Acciones para los productos o servicios con calificaciones negativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar estudios de opinión en el largo plazo para conocer si las necesidades y deseos de los asociados han cambiado para analizar la posibilidad de brindar alguno de estos productos o servicios.
<p>La ASET debe de tomar en cuenta el horario regular de trabajo del TEC y ampliar o definir el horario para los servicios que ofrezca de manera tal que los asociados puedan adquirirlos una vez terminada su jornada laboral.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer servicios en un horario que les permita a los asociados adquirirlos fuera de su jornada laboral regular.

Tabla 65. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los funcionarios asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>La ASET no está logrando satisfacer las necesidades y deseos de los asociados en cuanto a convenios con otros entes, por tal motivo se deben de establecer convenios en diversas áreas comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se deben de implementar convenios según la prioridad con que los asociados los seleccionaron, la cual fue la siguiente: <ol style="list-style-type: none"> 1. Hoteles y centros recreativos 2. Agencias de viajes 3. Tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles 4. Tiendas de calzado, deportivas y de ropa 5. Centros de salud • Así mismo, se debe de continuar ampliando la cartera de convenios existentes acorde con la elección de los asociados (Ver apéndice 22).
<p>Se recomienda brindarle al asociado diversas facilidades en los productos o servicios que se ofrezcan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer al asociado las facilidades que estos manifestaron requerir, como lo son: facilidades de pago, pedidos online y servicio express (Ver apéndice 23).
<p>La ASET debe de invertir en comunicación, promoción y publicidad debido a que estas funciones son deficientes y los asociados manifiestan que no están informados de los servicios que ofrece la Asociación y de la gestión que realiza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la red social Facebook como medio para acercarse a la asociación (realizar consultas, enviar sugerencias, hacer solicitudes). • Enviar información de los productos o servicios que se ofrecen por medio del correo electrónico y de la página en Facebook. • Enviar un informe de la gestión de la Asociación donde se detallen proyectos, cambios en el patrimonio de la ASET y cualquier tipo de información de interés para los asociados. • Crear una página web donde los asociados de entereren de los productos, servicios, gestión y cualquier otro aspecto relativo a la ASET.

Tabla 65. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los funcionarios asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Se recomienda continuar con las estrategias actuales en las variables que obtuvieron resultados positivos.</p> <p>En las variables que obtuvieron resultados de precaución se recomienda realizar los cambios necesarios para cumplir con las expectativas de los asociados.</p> <p>Así mismo, se recomienda la implementación de un sistema de evaluación que permita conocer la opinión que tienen los asociados sobre la ASET y por ende su mejora continua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promover proyectos y servicios para el corto, mediano y largo que beneficien a los asociados y a la comunidad institucional. • Adecuar los servicios que se ofrecen actualmente a las necesidades y deseos de los asociados. • Establecer convenios con diversos entes para propiciar el bienestar integral de los asociados y sus familias. • Aumentar y mejorar los medios de comunicación, promoción y publicidad que emplea actualmente la Asociación.
<p>La Junta Directiva obtuvo calificaciones positivas en todas las variables en estudio. Sin embargo, muchos asociados afirman que no conocen cual es el papel que desempeña la Junta Directiva en la Asociación, por lo cual se debe de propiciar un mayor acercamiento con el asociado y tomar en consideración las sugerencias brindadas por los mismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer sentir al asociado parte de la Asociación brindándole mayor información de los proyectos y planes para la ASET. • Realizar anualmente una reunión donde la Junta Directiva presente un informe de laborales para que de esta manera los asociados conozcan a los miembros de la JD y el papel que desempeñan. • Tomar en consideración las opiniones de los asociados en la toma de decisiones para iniciar proyectos de inversión y nuevos negocios.
<p>El administrador de la ASET fue calificado de manera muy positiva por parte de los encuestados, sin embargo existe un porcentaje de asociados que argumentan que no conocen como es el desempeño del administrador. Por este motivo se recomienda propiciar un mayor acercamiento con el asociado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de las redes sociales y demás medios de información para lograr un mayor acercamiento con los asociados y enviarles información de interés. • Incentivar constantemente nuevas modalidades de beneficios y opciones de desarrollo para la Asociación y el bien de los asociados de la ASET.

5.3.2. Propuesta de mejora para los servicios ofrecidos a los estudiantes del TEC Sede San Carlos

Tabla 66. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los estudiantes del TEC Sede San Carlos

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>A pesar de que muchos encuestados afirmaron haber hecho uso de la Tienda, existe un porcentaje que manifestó no haber hecho uso de la misma, debido a que desconocía su existencia o por la poca diversidad de productos y servicios que ofrecía. Esto refleja la falta de promoción y publicidad que existe, por lo cual se recomienda hacer uso de los medios de información, así como de estudios para conocer las verdaderas necesidades del mercado y conocer su opinión respecto a los servicios que recibe.</p> <p>En lo referente a la frecuencia de uso, los resultados fueron muy positivos, debido a que en su mayoría manifestaron haber hecho uso de los servicios con bastante regularidad.</p> <p>El presupuesto para compra de los estudiantes era un presupuesto moderado y acorde con la situación económica de la mayoría. Con respecto a la percepción de los precios, muchos consideraban que eran moderados, sin embargo, cierto porcentaje manifestó que eran elevados, por lo cual se recomienda hacer estudios de precios en cualquier servicio que se desee implementar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de las redes sociales como Facebook y las pizarras informativas para promocionar los servicios que se lleguen a ofrecer a los estudiantes. • Realizar estudios previos a la implementación de cualquier servicio para conocer si serán rentables y conocer las verdaderas necesidades y deseos de los usuarios. • Ofrecer artículos y/o servicios que se adecuen al presupuesto de los estudiantes. • Realizar estudios y comparación de precios para ofrecer precios similares a lo que la competencia ofrece.

Tabla 66. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Los servicios de fotocopiado e impresión fueron los servicios que los estudiantes más utilizaron. Los artículos de librería y oficina fueron adquiridos con poca regularidad por los usuarios y los demás productos o servicios fueron muy poco utilizados por los estudiantes.</p> <p>Por esto, antes de tomar la decisión de invertir en algún negocio, se deben de realizar estudios para conocer qué es lo que realmente necesitan los clientes y además, una vez se hayan implementado los servicios, se deben de hacer esfuerzos en promoción y publicidad y en evaluaciones del servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios de opinión anterior a la implementación de cualquier negocio con el fin de conocer cuáles son las verdaderas necesidades y las intenciones de compra de los usuarios, para garantizar el éxito en las diversas inversiones. • Mantener un buzón de sugerencias en los establecimientos donde se ofrezcan servicios para que los usuarios tengan la posibilidad de expresar su opinión sobre los servicios que recibe y de esta forma garantizar su mejora continua.
<p>Muchos estudiantes calificaron la Tienda ASET de muy buena manera, sin embargo, existen estudiantes que no lo consideraron de esta forma. Así mismo, la variable horario, fue la que obtuvo la calificación más baja.</p> <p>Por este motivo se recomienda para próximos servicios tomar muy en cuenta el horario en que se ofrecerán, además de la implementación de un sistema de evaluaciones periódicas que permita conocer la opinión que tienen los usuarios de los servicios que reciben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Considerar todas las variables o aspectos que puedan afectar un servicio y realizar sondeos o encuestas de opinión con el objetivo de asegurar que lo que se ofrece sea lo que realmente el mercado necesita y con las características que los usuarios desean.

Tabla 66. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Se recomienda la implementación de los productos o servicios con calificaciones positivas.</p> <p>En el caso de los productos o servicios que se catalogaron en alerta o los sugeridos por los estudiantes, se debe de invertir en publicidad y promoción para incentivar el poder de compra de los asociados, así como ofrecer precios adecuados y facilidades que llamen la atención de los usuarios.</p> <p>En cuanto a los productos y servicios que no resultaron atractivos para los estudiantes no se recomienda ofrecerlos en el corto o mediano plazo.</p>	<p>Acciones para los productos y servicios con calificaciones positivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer estos productos o servicios en el corto plazo, haciendo de igual manera énfasis en promoción y publicidad. Los productos o servicios con estas calificaciones fueron: <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de fotocopiado, impresión y empastado 2. Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos 3. Venta de libros y folletos facilitados en cursos 4. Recargas telefónicas 5. Artículos de librería y oficina 6. Envío de documentos a imprimir por correo electrónico <p>Acciones para los productos y servicios con calificaciones de precaución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar por medio de las redes sociales, pizarras informativas y del correo electrónico estos productos o servicios, ofrecer distintas ofertas o promociones y brindar las facilidades que los estudiantes desean (Ver apéndice 23). Los productos o servicios bajo esta categoría fueron: <ol style="list-style-type: none"> 1. Escaneo de documentos <p>Acciones para los productos y servicios sugeridos por los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se recomienda ofrecer algunos de los productos o servicios sugeridos por los estudiantes, los cuales son: <ol style="list-style-type: none"> 1. Venta de tiquetes del bus estudiantil 2. Venta de artículos marca TEC.

Tabla 66. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
	<p>Acciones para los productos y servicios sugeridos por los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar en detalle la posibilidad de implementar un servicio de cafetería y repostería, un abastecedor y el servicio de bus estudiantil.
<p>La ASET debe de considerar que el horario en que los estudiantes suelen adquirir los productos o servicios es durante el horario de clase regular (7 a.m. a 4 p.m.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Muchos estudiantes se mostraron conformes con el horario en que se ofrecen los servicios, no obstante muchos hicieron la sugerencia de un horario nocturno, por lo cual se recomienda ampliar el horario para satisfacer así los deseos de los estudiantes.
<p>Se recomienda brindarles a los estudiantes diversas facilidades en los productos o servicios que se ofrezcan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer las facilidades que los estudiantes manifestaron requerir, como lo son: facilidades de pago, pedidos online, servicio express (Ver apéndice 23)
<p>La ASET debe de invertir en promoción, publicidad y comunicación debido a que estas funciones son deficientes y los estudiantes en muchas ocasiones no conocen los servicios que les ofrece u ofreció la ASET.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de la red social Facebook para acercarse a los estudiantes y ofrecer los posibles productos o servicios que se lleguen a brindar. • Realizar diferentes promociones para los estudiantes (2*1, mitad de precio, premios o incentivos por comentar o compartir publicaciones en Facebook) con el fin de atraer la atención de los usuarios e incentivarlos a hacer uso de los servicios. • Patrocinar eventos deportivos, culturales y académicos del Tecnológico con el objetivo de aumentar el posicionamiento en la mente de estos clientes. • Contar con artículos como lapiceros, reglas, almanaques, camisetas, tasas, entre otros, con el fin de obsequiarlos entre los estudiantes en diversos eventos para promocionar la imagen de la ASET

Tabla 66. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Los resultados obtenidos en servicio de bus estudiantil fueron negativos. Sin embargo, se recomienda analizar las características específicas del servicio con la institución y valorar más en detalle si es un servicio rentable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio más en profundidad que permita conocer y cuantificar todos los costos en que se incurriría al implementar este servicio, para de esta manera evaluar su verdadera rentabilidad y no tomar en cuenta solo los ingresos que se recibirían.
<p>A pesar de que en todas los horarios no se obtuvieron resultados positivos, existen horarios que son bastante utilizados por estudiantes. Por tal motivo, se recomienda realizar un análisis más en detalle con los datos suministrados por el Tecnológico para conocer la factibilidad de este servicio.</p>	

5.3.3. Propuesta de mejora para los servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET

Tabla 67. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>A pesar de que todos los funcionarios no asociados encuestados manifestaron conocer la existencia de la ASET, algunos de ellos afirmaron no conocer los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista o no conocer los servicios que ofrece la ASET a sus asociados. Por este motivo resulta trascendental brindarles a los funcionarios no asociados este tipo de información y tratar de captar ese segmento de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cada semestre una charla informativa con los funcionarios sobre la ASET. • Enviar semestralmente un boletín informativo por medio del correo electrónico a todos los funcionarios no asociados con información relacionada con la ASET. • Atraer la mayor cantidad posible de funcionarios a la página de la Asociación en Facebook para facilitarles información relativa a la Asociación.
<p>Las opciones de visitas por parte de la Asociación y la información brindada en el proceso de contratación casi no fueron seleccionadas por los funcionarios como medios por los que se enteraron de la Asociación, lo cual evidencia que existe un problema de promoción de la ASET por lo cual se debe de promocionar y divulgar información relativa a la Asociación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asegurarse de que en el proceso de contratación de personal se brinde información sobre la ASET (que se faciliten brochures informativos sobre la Asociación). • Enviar correos electrónicos a los funcionarios no asociados con boletines informativos de la ASET y los beneficios de formar parte de una Asociación.
<p>Un importante porcentaje nunca ha pertenecido a la Asociación, por lo cual se recomienda realizar campañas de promoción para captar este segmento de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de campañas de promoción y publicidad vía correo electrónico, Facebook, boletines informativos y de ser necesario vía telefónica y de manera personal, con el fin de captar la mayor cantidad posible de asociados.

Tabla 67. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Se debe de concientizar en los funcionarios la importancia del hábito del ahorro y los beneficios que se podrían obtener al hacerlo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar boletines informativos por medio del correo electrónico y de la página en Facebook sobre los beneficios del hábito del ahorro.
<p>Se debe de incentivar y motivar tanto a los funcionarios interesados en reingresar o ingresar a la ASET como a los que no lo están, con el fin de captar la mayor cantidad posible de asociados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar boletines informativos por medio del correo electrónico y de la página en Facebook sobre los beneficios de formar parte de una Asociación, los productos y servicios que ofrece la ASET y cualquier otra información de interés.
<p>Los asociados manifestaron que en caso de ingresar a la ASET no estarían interesados en ninguno de los productos o servicios que se ofrecen actualmente por lo cual se deben de hacer algunos cambios con el objetivo de hacerlos más atractivos y se debe invertir en promoción y publicidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar constantemente el mercado para mantener precios, tasas de interés, plazos, entre otros, acordes a lo que el mercado ofrece. • Flexibilizar y agilizar los trámites de crédito con el objetivo de hacerlos más atractivos. • Hacer uso de campañas de promoción y publicidad vía correo electrónico y Facebook para que posibles futuros asociados conozcan toda la información de los productos y servicios que ofrece la ASET.
<p>El horario en el que usualmente se ofrecen los servicios satisface las necesidades y deseos de los asociados, por lo cual se recomienda mantener el mismo horario o uno que permita cumplir de manera satisfactoria sus necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pese a que los asociados se mostraron conformes con el horario en que usualmente se ofrecen los servicios, se recomienda ampliar el horario con el fin de que más funcionarios tengan la oportunidad de realizar visitas y compras después de su jornada laboral.

Tabla 67. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>Se recomienda ofrecer a este sector de mercado los productos o servicios que tuvieron resultados positivos.</p> <p>En lo que respecta a los que obtuvieron resultados de precaución, se recomienda implementarlos en el mediano plazo, pero utilizando campañas de promoción, publicidad y campañas de marketing para incentivar el poder de compra de los usuarios.</p> <p>En cuanto a los productos y servicios que no resultaron atractivos para los funcionarios asociados a la ASET, no se recomienda ofrecerlos en el corto o mediano plazo.</p> <p>Una vez se hayan implementado los servicios, se deben de hacer esfuerzos en promoción y publicidad y en evaluaciones del servicio.</p>	<p>Acciones para los productos y servicios con calificaciones positivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer estos productos o servicios en el corto plazo, haciendo de igual manera énfasis en promoción y publicidad. Estos productos y servicios fueron: <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de fotocopiado, impresión y empastado 2. Artículos de librería y oficina <p>Acciones para los productos con calificaciones de precaución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocionarlos por medio de las redes sociales y del correo electrónico con el fin de incentivar el poder de compra de los usuarios. Los productos o servicios bajo esta categoría fueron: <ol style="list-style-type: none"> 1. Artículos de uso personal 2. Venta de frutas y batidos 3. Venta de equipo de cómputo y tecnológico <p>Acciones para los productos con calificaciones de precaución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar en detalle la posibilidad de implementar un servicio de cafetería y repostería. • Mantener un buzón de sugerencias en los establecimientos donde se ofrezcan servicios para que los usuarios tengan la posibilidad de expresar su opinión sobre los servicios que recibe y de esta forma garantizar su mejora continua.

Tabla 67. Acciones a realizar para las propuestas de solución de los servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET (continuación)

Propuesta de solución	Acciones específicas a realizar
<p>La ASET no ofrece a los usuarios facilidades atractivas, por lo cual se recomienda tomar en cuenta las sugerencias realizadas por ellos cuando se desee incursionar en un servicio o negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer las facilidades que estos manifestaron requerir, como lo son: facilidades de pago, pedidos online, servicio express. <u>(Ver apéndice 23)</u>
<p>La ASET no hace uso efectivo de los medios de comunicación, por lo cual se recomienda utilizar principalmente de los medios elegidos por los funcionarios, los cuales son correo electrónico, Facebook y pizarras informativas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la red social Facebook como medio para acercarse y conocer acerca de la Asociación. • Enviar información de los productos o servicios que se ofrecen por medio del correo electrónico y de la página en Facebook. • Patrocinar eventos deportivos, culturales y académicos del Tecnológico con el objetivo de aumentar el posicionamiento en la mente de los asociados. • Contar con artículos como lapiceros, reglas, almanaques, camisetas, tasas, entre otros, con el fin de obsequiarlos entre los asociados en diversos eventos para promocionar la imagen de la ASET.

5.4. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Seguidamente se plantearán estrategias para cumplir con las acciones planteadas en las diversas propuestas de solución, para cada una se detalla su respectivo objetivo estratégico y se detallarán acciones a realizar, metas, tareas, tiempo estimado y responsables de llevarla a cabo.

5.4.1. Formulación de estrategias resultados funcionarios asociados

Seguidamente se plantearán estrategias para cumplir con determinados objetivos estratégicos para el bien de los funcionarios asociados a la ASET.

A. Estrategia #1

Mejorar la cartera de productos actual con el objetivo de cumplir con las expectativas de los asociados.

(i) Objetivo estratégico

Ofrecer una cartera de productos que permita cumplir con las expectativas de los asociados.

Tabla 68. Estrategia 1 funcionarios asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Mejorar constantemente los productos y servicios que se ofrecen en la actualidad.	Lograr que al menos el 80% de los asociados se sientan satisfechos con los productos y servicios que reciben.	<ul style="list-style-type: none"> Continuar ofreciendo los productos, servicios y convenios existentes. Realizar una valoración de los convenios existentes para mejorar los beneficios de los asociados. Enviar estados de cuenta los préstamos y ahorros. Analizar constante de las tasas de interés y plazos de préstamos que ofrece el mercado. Flexibilizar y agilizar trámites de crédito. Analizar la posibilidad de aumentar los montos de los préstamos. 	1 año	Junta Directiva y Administrador

B. Estrategia #2

Mejorar y ampliar la cartera de productos ofrecida actualmente.

(i) Objetivo estratégico

Ofrecer una cartera de productos acorde a las necesidades y deseos de los asociados.

Tabla 69. Estrategia 2 funcionarios asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Aumentar la cantidad de productos, servicios y convenios ofrecidos a los asociados.	Implementar al menos un 80% los nuevos productos, servicios o convenios propuestos en la cartera de productos.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar los nuevos productos o servicios recomendados. • Implementar los convenios sugeridos por los asociados. • Ampliar la cartera de líneas de crédito y planes de ahorro. 	1 año	Junta Directiva y Administrador
Garantizar que los productos y servicios que se ofrezcan satisfagan las necesidades y deseos de los asociados.	Lograr que al menos el 80% de los asociados estén satisfechos con las facilidades que reciben.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar los servicios en un horario que les permita a los asociados adquirirlos fuera de su jornada laboral regular. • Ofrecer facilidades de pago, pedidos online y servicios express. • Realizar estudios de mercado y/o factibilidad antes de incursionar en cualquier negocio con el fin de asegurar los beneficios a los asociados. 		

C. Estrategia #3

Desarrollo e implementación de técnicas de comunicación, promoción y divulgación.

(i) Objetivo estratégico

Desarrollar e implementar técnicas de comunicación, promoción y divulgación para lograr un mayor acercamiento con los asociados.

Tabla 70. Estrategia 3 funcionarios asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
<p>Utilizar los medios de comunicación y redes sociales para promocionar y divulgar a la ASET.</p>	<p>Emplear eficientemente al menos 2 medios de comunicación para estar en contacto con los asociados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar información vía correo electrónico y Facebook sobre los productos y servicios que ofrece la ASET, ofertas y promociones especiales para determinados productos o servicios, estados de cuenta de los préstamos y ahorros e informes sobre la gestión de la ASET. • Crear una página web para la Asociación. • Promocionar la red social Facebook como forma de acercarse con el asociado. • Mantener en la oficina de la ASET brochures con información relativa a la ASET. 	<p>1 año</p>	<p>Administrador y Asistente Administrativo</p>
<p>Realizar actividades para que el asociado se sienta realmente parte de la Asociación.</p>	<p>Realizar al menos dos actividades diferentes por semestres.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar charlas y/o reuniones con el fin de brindar información sobre la ASET y comunicar el informe de labores por parte de la Junta Directiva. • Patrocinar eventos deportivos, culturales y académicos del Tecnológico con el objetivo de acercarse más al asociado. • Posicionar en la mente de los asociados un slogan para la ASET. 	<p>6 meses</p>	<p>Junta Directiva, Administrador y Asistente Administrativo</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Contar con artículos como lapiceros, reglas, almanques, camisetas, tasas, entre otros, con el fin de obsequiarlos entre los asociados para promocionar la imagen de la ASET. • Tomar en cuenta la opinión de los asociados sobre nuevos proyectos o servicios. 		
--	--	---	--	--

D. Estrategia #4

Mejoramiento constante de los productos y servicios ofrecidos.

(i) Objetivo estratégico

Mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos a los funcionarios asociados de la ASET.

Tabla 71. Estrategias 4 funcionarios asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos.	Lograr que al menos el 80% de los asociados se encuentren satisfechos con los productos y servicios que brinda la ASET.	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un buzón de sugerencias en las oficinas de la ASET para conocer la opinión de los asociados sobre los servicios que recibe y la gestión de la ASET. • Aplicar una encuesta online para la valoración de los productos y servicios que ofrece la ASET. • Promover constantemente proyectos para desarrollar en el corto, mediano y largo plazo. 	1 año	Junta Directiva, Administrador y Asistente Administrativo

5.4.2. Formulación de estrategias resultados estudiantes del TEC

A continuación se plantearán estrategias para ofrecer y mejorar constantemente los productos y servicios que se puedan ofrecer a los estudiantes del TEC.

A. Estrategia #5

Desarrollo de una cartera de productos para los estudiantes del TEC.

(i) Objetivo estratégico

Desarrollar una cartera de productos para los estudiantes del TEC Sede San Carlos acorde a sus necesidades y deseos.

Tabla 72. Estrategia 5 estudiantes del TEC Sede San Carlos

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Ofrecer productos y servicios adecuados a las necesidades y deseos de los estudiantes.	Implementar al menos un 80% los nuevos productos o servicios propuestos en la cartera de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> Implementar los productos y servicios con calificaciones positivas y los sugeridos por los estudiantes. 	1 año	Junta Directiva y Administrador

<p>Garantizar que los productos y servicios que se ofrezcan satisfagan las necesidades y deseos de los estudiantes.</p>	<p>Lograr que al menos el 60% de los estudiantes estén satisfechos con las facilidades que reciben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer artículos y/o servicios adecuados al presupuesto de los estudiantes. • Ampliar el horario de los servicios (ofrecerlos en horario nocturno) para satisfacer las necesidades y deseos de los estudiantes. • Ofrecer las facilidades que los estudiantes manifestaron requerir. • Realizar estudios de comparación de precios para ofrecer precios similares a lo que la competencia ofrece. • Realizar estudios previos a la implementación de cualquier servicio para conocer las verdaderas necesidades y deseos de los usuarios y su rentabilidad. 		
---	---	--	--	--

B. Estrategia #6

Desarrollo e implementación de técnicas de comunicación, promoción y divulgación.

(i) Objetivo estratégico

Desarrollar e implementar técnicas de comunicación, promoción y divulgación para lograr un mayor acercamiento con los estudiantes del TEC.

Tabla 73. Estrategia 6 estudiantes del TEC Sede San Carlos

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Utilizar los medios de comunicación y redes sociales para promocionar y divulgar a la ASET.	Emplear eficientemente al menos 2 medios de comunicación para estar en contacto con los estudiantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso del Facebook y de las pizarras informativas para promocionar los servicios que se lleguen a ofrecer a los estudiantes. • Promocionar la red social Facebook como forma de acercarse a los estudiantes. • Realizar diferentes promociones con el fin de atraer la atención de los usuarios e incentivarlos a hacer uso de los servicios. • Patrocinar eventos deportivos, culturales y académicos del Tecnológico con el objetivo de aumentar el posicionamiento en la mente de estos clientes potenciales para posibles servicios. 	1 año	Administrador y Asistente Administrativo

C. Estrategia #7

Mejoramiento constante de los productos y servicios ofrecidos.

(i) Objetivo estratégico

Mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos a los estudiantes del TEC Sede San Carlos.

Tabla 74. Estrategia 7 estudiantes del TEC Sede San Carlos

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos.	Lograr que al menos el 60% de los usuarios estén satisfechos con los productos y servicios que recibe.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un buzón de sugerencias en los establecimientos donde se ofrezcan servicios para que los usuarios tengan la posibilidad de expresar su opinión sobre los servicios que recibe. • Promover constantemente proyectos para desarrollar en el corto, mediano y largo plazo. 	1 año	Junta Directiva y Administrador

5.4.3. Formulación de estrategias resultados funcionarios no asociados

A continuación se detallarán las estrategias para satisfacer las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados.

A. Estrategia #8

Desarrollo de una cartera de productos para los funcionarios no asociados a la ASET.

(i) Objetivo estratégico

Desarrollar una cartera de productos para los funcionarios no asociados a la ASET acorde a sus necesidades y deseos.

Tabla 75. Estrategia 8 funcionarios no asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Ofrecer productos y servicios a los funcionarios no asociados.	Implementar al menos un 80% los nuevos productos o servicios propuestos en la cartera de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar los productos y servicios recomendados. 		
Garantizar que los productos y servicios que se ofrezcan satisfagan las necesidades y deseos de los estudiantes.	Lograr que al menos el 60% de los funcionarios no asociados estén satisfechos con las facilidades que reciben.	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar constantemente el mercado para mantener precios, tasas de interés, plazos y acordes a lo que el mercado ofrece. • Flexibilizar y agilizar los trámites de crédito con el objetivo de hacerlos más atractivos. • Ofrecer las diversas facilidades que los funcionarios manifestaron requerir. • Mantener un horario ampliado para que más funcionarios tengan la posibilidad de adquirir los productos y servicios. 	1 año	Junta Directiva y Administrador

B. Estrategia #9

Desarrollo e implementación de técnicas de comunicación, promoción y divulgación.

(i) Objetivo estratégico

Desarrollar e implementar técnicas de comunicación, promoción y divulgación para lograr un mayor acercamiento con los funcionarios no asociados a la ASET.

Tabla 76. Estrategia 9 funcionarios no asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Utilizar los medios de comunicación masiva y otros medios para atraer nuevos asociados.	Lograr que al menos el 20% de los nuevos empleados del TEC se afilien a la ASET.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar cada semestre una charla informativa con los funcionarios sobre la ASET. Enviar semestralmente un boletín informativo por medio del correo electrónico a todos los funcionarios no asociados con información relacionada con la ASET. Realizar visitas personales a los funcionarios no asociados para incentivarlos a afiliarse a la ASET. Asegurarse de que en el proceso de contratación de personal se brinde información sobre la ASET (que se faciliten brochures informativos sobre la Asociación). 	6 meses	Administrador y Asistente Administrativo

<p>Utilizar los medios de comunicación y redes sociales para promocionar y divulgar a la ASET.</p>	<p>Emplear eficientemente al menos 2 medios de comunicación para estar en contacto con los funcionarios no asociados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar boletines informativos por medio del correo electrónico y de la página en Facebook sobre los beneficios del hábito del ahorro y los beneficios de formar parte de una Asociación. • Promocionar la red social Facebook como forma de acercarse con el funcionario no asociado. • Patrocinar eventos deportivos, culturales y académicos del Tecnológico con el objetivo de aumentar el posicionamiento en la mente de los asociados. • Contar con artículos como lapiceros, reglas, almanques, camisetas, tasas, entre otros, con el fin de obsequiarlos en diversos eventos para promocionar la imagen de la ASET. 	<p>1 año</p>	<p>Junta Directiva, Administrador y Asistente Administrativo</p>
--	---	---	--------------	--

C. Estrategia #10

Mejoramiento constante de los productos y servicios ofrecidos.

(i) Objetivo estratégico

Mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos a los funcionarios no asociados a la ASET.

Tabla 77. Estrategia 10 funcionarios no asociados

Actividad	Metas	Tareas	Tiempo estimado	Responsable
Mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos.	Lograr que al menos el 60% de los usuarios estén satisfechos con los productos y servicios que reciben.	<ul style="list-style-type: none"> Mantener un buzón de sugerencias en los establecimientos donde se ofrezcan servicios para que los usuarios tengan la posibilidad de expresar su opinión sobre los servicios que recibe. 	1 año	Junta Directiva y Administrador

CAPÍTULO VI. CARTERA DE PRODUCTOS PROPUESTA PARA LA ASET

En este capítulo se muestran las carteras de productos elaboradas para los funcionarios asociados a la ASET, los estudiantes del TEC Sede San Carlos y los funcionarios no asociados a la ASET. Para cada producto o servicio se muestran una descripción relacionada con las 4 P.

6.1. CARTERA DE PRODUCTOS PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET

6.1.1. Líneas de crédito³²

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar ³³	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES						
Préstamo Personal Ordinario	Préstamo de otorgamiento rápido destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo.	Disponible del ahorro obrero más excedentes acumulados.	72 meses	16% anual	-Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 24)	Continuar ofreciendo
Préstamos sobre excedentes	Préstamos de otorgamiento rápido destinados a brindar adelantos de los excedentes a los asociados.	Excedentes generados el año anterior considerando los pronósticos de aumento o disminución.	4 meses	16% anual	-Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 25)	Continuar ofreciendo

³² En créditos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 se requiere un fiador y en créditos de más de ₡3.000.000 se requieren dos fiadores.

³³ La Junta Directiva y el administrador valorarán la posibilidad de otorgar préstamos por encima del monto máximo establecido cuando la capacidad de pago del asociado así lo permita.

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
Préstamos para proyectos de inversión	Destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de capital con el objetivo de ayudar al asociado en la creación de una actividad productiva.	₡5.000.000, ⁰⁰	96 meses	17% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 26). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Estudio sobre perfil de viabilidad económica. -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
Préstamo personal de consumo	Destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo, cancelación de deudas entre otros.	₡10.000.000,00	96 meses	18.5% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 27). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). --Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
Préstamos Solidarios	Destinado a solidarizarse con funcionarios del TEC no afiliados a la ASET y con personas relacionadas laboralmente con la Asociación, en necesidades de dinero.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	25% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 28). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
LÍNEAS DE CRÉDITO SOCIALES						
Préstamo para Mejoras a Vivienda	Destinado a financiar la compra de materiales y pago de la mano de obra necesaria para la ampliación y/o reparación de la vivienda.	₡5.000.000, ⁰⁰	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 29). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
Préstamos Personales para Educación	Destinado al pago de cursos de formación, colegiaturas, matrículas y otros, que el asociado y su familia necesiten.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 30). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
Préstamos Personales para Salud	Destinado al pago de medicamentos, servicios médicos y otros rubros, que el asociado y su familia necesiten financiar.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (ver apéndice 31). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
Préstamo para Gastos Fúnebres	Destinados a cancelar gastos relacionados con los funerales del asociado y sus familiares de primer orden; incluye ataúd, nicho, y otros gastos relacionados.	₡2.000.000, ⁰⁰	48 meses	10% anual	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver apéndice 32). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Continuar ofreciendo

Tabla 78. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Líneas de crédito (continuación)

Tipo de crédito	Descripción del producto	Montos máximos a prestar	Plazo máximo	Tasa de interés	Requisitos	Plazo para implementación
	Convenio con el Banco de Costa Rica para que el asociado pueda financiar la compra de lote, compra de vivienda existente o la construcción en lote propio.	Según la capacidad de pago del asociado.	Plazos y tasas preferenciales a lo que el mercado ofrece.		-Los que la entidad bancaria establezca.	Corto plazo
Préstamos para construcción de vivienda	Destinado a ofrecerle al asociado la posibilidad de financiar la compra de lote, compra de vivienda existente o la construcción en lote propio.	Según la capacidad de pago del asociado y la cartera crediticia de la ASET.	Acordes a lo que el mercado ofrece en el momento de implementar el servicio.		<ul style="list-style-type: none"> -Formulario solicitud de préstamo (Ver apéndice 33). -Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es). -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es). -Declaración jurada de deudas de deudor (ver apéndice 34) y fiador(es) (ver apéndice 35). -Estados de cuenta de deudas actuales de deudor y fiador(es). -Firma del contrato para para préstamo mercantil una vez aprobado el crédito (ver apéndice 36). 	Largo plazo

6.1.2. Planes de ahorros

Tabla 79. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Planes de ahorro

Tipo de ahorro	Descripción del producto	Monto mínimo mensual	Tasa de interés	Requisitos apertura	Plazo para implementación
Ahorro a la vista	Sistema de ahorro para aquellos asociados que deseen iniciar un plan para utilizar en cualquier momento sin tener que esperar hasta la fecha de vencimiento.	₡5,000,00	4,50%	-Formulario solicitud de apertura cuenta de ahorro (ver apéndice 37).	Continuar ofreciendo
Ahorro vacacional medio periodo	El objetivo de este ahorro es que sirva de apoyo financiero para cubrir los gastos familiares de vacaciones de medio periodo.	₡5,000,00	7%	-Formulario solicitud de apertura cuenta de ahorro (ver apéndice 37).	Continuar ofreciendo
Ahorro navideño	El objetivo de este ahorro es permitirle al asociado disponer de un ingreso adicional para los gastos de la temporada navideña, como fiesta y regalos de navidad y año nuevo, pago de marchamo, vacaciones fin de año entre otros.	₡5,000,00	8%	-Formulario solicitud de apertura cuenta de ahorro (ver apéndice 37).	Continuar ofreciendo

Tabla 79. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Planes de ahorro (continuación)

Tipo de ahorro	Descripción del producto	Monto mínimo mensual	Tasa de interés	Requisitos apertura	Plazo para implementación
Cuenta de ahorro de enero	El objetivo es servir de apoyo financiero para cubrir los gastos de inicio de año como útiles escolares, matrículas entre otros.	₡5,000,00	8%	-Formulario solicitud de apertura cuenta de ahorro (ver apéndice 37).	Continuar ofreciendo
Ahorro futuro	El objetivo de este ahorro es que sirva de apoyo financiero para cubrir los gastos de compra de carro, pagar la inversión de estudios, viajes al extranjero, compra de vivienda o lote, entre otros.	₡5,000,00	Menos de un año 8% De 1 a menos de 2 años 9% De 2 a menos de 3 años 9.5% De 3 a 5 años 10%	-Formulario solicitud de apertura cuenta de ahorro (ver apéndice 38).	Corto plazo

6.1.3. Convenios

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
HOTELES Y CENTROS RECREATIVOS				
Hoteles Barceló	Convenios destinados a satisfacer las necesidades y deseos de turismo y de recreación de los funcionarios asociados y de su familia.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Tarifas especiales para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias en los hoteles y centros recreativos que ofrezcan la opción de realizar eventos especiales (bodas, matrimonios, quinceaños entre otros). 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 en el corto plazo • 5 en el mediano plazo
Cadena de Hoteles Decameron				
Hoteles Hilton				
Sky Adventures				
Condotropic del Pacifico				
Hotel Magic Mountain				
Hotel Termales del Bosque				
Kalambu Hot Springs				
Hotel Riu Guanacaste				
Hotel Best Western Jacó Beach				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
AGENCIAS DE VIAJES				
Agencia de viajes Aeronorte S.A Agencia de viajes San Carlos Viajes Magallanes LTDA Agencia de viajes Colón S.A. Agencia de viajes Dream Travels	Convenios destinados a satisfacer las necesidades y deseos de servicios de viajes y paquetes turísticos de los asociados y sus familias.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las agencias con el fin de promocionar y ofrecer diversos paquetes o servicios turísticos a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 en el corto plazo • 2 en el mediano plazo

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
TIENDAS DE TECNOLOGÍA, ELECTRODOMÉSTICOS Y MUEBLES				
Importadora Monge Tienda de electrodomésticos y materiales eléctricos COOPELESCA R.L. Celulares ICEL Importaciones la Oficina Tiendas Gollo Casa Blanca Mundotec SEDECO S.A. Muebles Miguel Blanco Muebles Sarchí	Convenios que le facilitan al asociado la adquisición de productos de tecnología, electrodomésticos y muebles.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 en el corto plazo • 5 en el mediano plazo

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
TIENDAS DE CALZADO, DEPORTIVAS Y DE ROPA				
Tiendas El Caminante	Convenios destinados a facilitarle al asociado la adquisición de artículos deportivos, ropa y calzado.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 en el corto plazo • 5 en el mediano plazo
Tienda Fusión				
Zapatería Sussy				
Zapatería Arias				
Zapatería ISA				
Boutique Baruk				
Barbarell's Surf Boutique				
Apsara Boutique				
Perfumería Marabú				
Joyería San Ramón				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
CENTROS DE SALUD				
Clínica de Tratamiento Estético y Spa Beraca	Convenios destinados a satisfacer las necesidades médicas que tienen los asociados y sus familias y contribuir a su bienestar físico y mental.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 en el corto plazo • 5 en el mediano plazo
Hospital Cooperativo San Carlos Borromeo				
Centro Médico CEMAF				
Clínica Aryal				
Farmacias Lizano				
Farmacias San Carlos				
Eligon Gym				
Clínica Dental ODONTEC				
Ópticas Visión				
Óptica Farrier				
ASEMBIS				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN				
Ferretería Rojas y Rodríguez	Convenios destinados a facilitarle a los asociados la adquisición de materiales de ferretería, construcción y eléctricos.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 en el corto plazo • 4 en el mediano plazo
Electro Beyco				
Super Bloque				
Almacén el Central				
Duralac pinturas				
El Colono Construcción				
Ferretería Miller				
Ferretería La Central				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
VENTA Y ALQUILER DE VEHÍCULOS				
Adobe Rent a Car	Convenios destinados a brindarle al asociado facilidades de alquiler y compra de vehículo.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 en el corto plazo • 2 en el mediano plazo
Agencia Datsún				
Agencia Nissan				
Agencia Toyota				
Purdy Motor San Carlos				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
CENTROS DE EDUCACIÓN				
Instituto Jiménez	Convenios destinados a contribuir y facilitarles a los asociados y sus familias la formación académica y profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 en el corto plazo • 3 en el mediano plazo
Universidad de San José				
Universidad Internacional San Isidro Labrador				
FUNDATEC				
Centro Infantil Pececitos				
Escuela Montessori Mundo de Niños				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
LOTES Y PROPIEDADES				
Lotes Linda Vista	Convenios destinados a facilitarle al asociado la adquisición de lotes y quintas de recreo.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 en el corto plazo • 2 en el mediano plazo
Quintas Lago Wilson				
Residencial la Paz				
Grupo Ecoquintas				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
SERVICIOS FUNERARIOS				
Campo Santo y Funeraria Valle Dorado	Convenios destinados a facilitarle al asociado la adquisición de servicios o productos funerarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. • Visitas periódicas a la Asociación por parte del personal de las empresas con el fin de promocionar y ofrecer diversos productos o servicios a los asociados y funcionarios de la ASET 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 en el corto plazo • 2 en el mediano plazo
Funeraria el Milagro de la Fe S.A.				
Funeraria del Magisterio				
Funeraria Jardines del Recuerdo				

Tabla 80. Cartera de productos futura para funcionarios asociados-Convenios (continuación)

Convenio	Descripción del servicio	Facilidades	Requisitos	Plazo para implementación
OTROS CONVENIOS				
Mario Barquero Enterprises	Convenios destinados a facilitarle al asociado la adquisición e importación de productos en el extranjero.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos para los asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Descuentos para los Asociados, funcionarios de la Asociación y sus familias que sean más favorables que los precios y descuentos ofrecidos al público en general. • Asesoría por parte del personal de las empresas para evacuar dudas o consultas que presenten los asociados o funcionarios de la Asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la solicitud en las oficinas de la ASET para que los funcionarios se encarguen de realizar las consultas y los trámites necesarios. • Si el asociado desea realizar los trámites personalmente, solamente deben de presentar el carné que los identifique como asociados de la ASET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Corto plazo

6.1.4. Otros productos y servicios

Tabla 81. Cartera de productos futura para funcionarios asociados- Otros productos y servicios

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Lotes	Dos lotes de 502 m ² y uno de 758 m ² , destinados a la construcción de vivienda y localizados en la Vega de Florencia.	-Financiamiento por parte de la Asociación.	<p>502 m²: ₡7.530.000,⁰⁰</p> <p>758 m²: ₡9.096.000,⁰⁰</p>	Continuar ofreciendo
Venta de certificados de depósito a plazo	Es un sistema de inversión a corto plazo, el cual permite recibir un rendimiento más atractivo que los ahorros a la vista.	-Posibilidad de elegir la forma el plazo de pago de los intereses (mensual, trimestral, semestral o al vencimiento del certificado). -Créditos rápidos y sin fiador por el valor del certificado. -Designación de beneficiarios en caso de fallecimiento del asociado.	Las tasas de interés, plazos y demás de fijaran de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	Fotocopiado e impresión en blanco y negro y a color en diversas dimensiones. Además, servicio de empastado de documentos en diversos materiales y estilos.	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo

Tabla 81. Cartera de productos futura para funcionarios asociados- Otros productos y servicios (continuación)

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Artículos de librería y oficina	Venta de diversos artículos de librería y oficina (lapiceros, lápices, marcadores, cuadernos, cartulinas, hojas bond, papel de construcción, papel periódico, goma, tijeras, entre otros) adecuados a las necesidades de los usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> -Rebajos de planilla (a convenir la frecuencia de rebajo). -Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito. 	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	Venta bajo el método de consignación ³⁴ de equipo de cómputo y tecnológico (Laptops, impresoras, celulares, tabletas, cámaras fotográficas).	<ul style="list-style-type: none"> - Rebajos de planilla (a convenir la frecuencia de rebajo). -Créditos adecuados a la capacidad de pago del asociado. -Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito. 	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo

³⁴ Método en el cual los artículos no se le cancelan inmediatamente al proveedor, si no que se le cancelan conforme se vendan los artículos.

Tabla 81. Cartera de productos futura para funcionarios asociados- Otros productos y servicios (continuación)

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Venta de frutas y batidos	Venta de frutas y batidos en diversas presentaciones y tamaños.	-Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Mediano plazo
Cafetería	Lugar acogedor donde se ofrezca café, repostería y otros productos afines en diversas presentaciones y para gustos diversos.	-Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Largo plazo
Abastecedor/Mini súper	Lugar con diversidad de productos para el hogar, a cómodos precios y adecuados a las necesidades de los diversos usuarios.	-Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Largo plazo

6.2. CARTERA DE PRODUCTOS PARA ESTUDIANTES DEL TEC SEDE SAN CARLOS

Tabla 82. Cartera de productos futura para estudiantes del TEC Sede San Carlos

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	Servicio de fotocopiado e impresión en blanco y negro y a color en diversas dimensiones. Además, servicio de empastado de documentos en diversos materiales y estilos.	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos	Computadoras con acceso a internet para que los estudiantes tengan la oportunidad de descargar documentos e imágenes y enviarlos a imprimir.	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Venta de libros y folletos facilitados en cursos	Venta de los libros y folletos solicitados en los cursos, ya sean nuevos o usados.	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito. -Posibilidad de vender al finalizar el semestre los libros o folletos adquiridos que se encuentren en buenas condiciones con el fin de recuperar parte de la inversión realizada.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo

Tabla 82. Cartera de productos futura para estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Recargas telefónicas	Servicio de recargas de teléfonos celulares y venta de tarjetas de recargas.	-Recargas Kolbi y Movistar.	-Precios establecidos por las respectivas compañías telefónicas.	Corto plazo
Artículos de librería y oficina	Venta de diversos artículos de librería y oficina (Lapiceros, lápices, marcadores, cuadernos, cartulinas, hojas bond, papel de construcción, papel periódico, goma, tijeras, entre otros) adecuados a las necesidades de los usuarios.	-Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico	Envío de documentos que se desean imprimir a una dirección de correo electrónico establecida para este fin. Para detalles del servicio ver apéndice 39 .	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo

Tabla 82. Cartera de productos futura para estudiantes del TEC Sede San Carlos (continuación)

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Escaneo de documentos	Servicio para escaneo de documentos con dos modalidades, el estudiante realiza el escaneo o un funcionario es el encargado de realizar esta labor. Aplican tarifas distintas en ambos casos.	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Venta de tiquetes del bus estudiantil	Venta de los tiquetes necesarios para el servicio de bus estudiantil que se ofrece actualmente en el Tecnológico.	-Servicios de tarjeta prepago.	-Precios establecidos por el Tecnológico.	Corto plazo
Venta de artículos marca TEC	Venta de gorras, lapiceros, camisetas, marcadores, botellas de agua, tasas y cualquier otro artículo marca TEC.	-Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia.	Corto plazo
Abastecedor/Mini súper	Lugar con diversidad de productos para el hogar, a cómodos precios y adecuados a las necesidades de los diversos usuarios.	-Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	

6.3. CARTERA DE PRODUCTOS PARA FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET

Tabla 83. Cartera de productos futura para funcionarios no asociados

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Lotes	Dos lotes de 502 m ² y uno de 758 m ² , destinados a la construcción de vivienda y localizados en la Vega de Florencia.	-Financiamiento por parte de la Asociación.	502 m ² : ₡7.530.000, ⁰⁰ 758 m ² : ₡9.096.000, ⁰⁰	Continuar ofreciendo
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	Servicio de fotocopiado e impresión en blanco y negro y a color en diversas dimensiones. Además, servicio de empastado de documentos en diversos materiales y estilos.	-Servicios de tarjeta prepago. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo
Artículos de librería y oficina	Venta de diversos artículos de librería y oficina (Lapiceros, lápices, cartulinas, hojas bond, papel de construcción, papel periódico, goma, tijeras, entre otros) adecuados a las necesidades de los usuarios.	-Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Corto plazo

Tabla 83. Cartera de productos futura para funcionarios no asociados (continuación)

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Artículos de uso personal	Venta de productos para uso personal, como lo son desodorantes, lociones, pasta dental, cepillos de dientes, toallas femeninas, entre otros.	-Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Mediano plazo
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	Venta bajo el método de consignación ³⁵ de equipo de cómputo y tecnológico (Laptops, impresoras, celulares, tabletas, cámaras fotográficas).	-Créditos adecuados a la capacidad de pago de los funcionarios. -Sistema de apartados. -Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Mediano plazo
Venta de frutas y batidos	Venta de frutas y batidos en diversas presentaciones y tamaños.	-Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito.	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Mediano plazo

³⁵ Método en el cual los artículos no se le cancelan inmediatamente al proveedor, si no que se le cancelan conforme se vendan los artículos.

Tabla 83. Cartera de productos futura para funcionarios no asociados (continuación)

Producto/Servicio	Descripción	Facilidades	Precio/Tarifa	Plazo para implementación
Cafetería	Lugar acogedor donde se ofrezca café, batidos, repostería y otros productos afines en diversas presentaciones y para gustos diversos.	<ul style="list-style-type: none"> -Pedidos de productos y pagos en línea. -Entrega en la oficina o lugar de trabajo del asociado. -Pagos con tarjeta de crédito o débito. 	Los precios se fijarán de acuerdo a los precios de la competencia y/o a los precios existentes en el mercado.	Largo plazo

Existe una necesidad latente en las tres poblaciones en estudio de servicios y artículos de librería y oficina, pero debido a la experiencia poco rentable que se tuvo con la Tienda ASET, se recomienda analizar en profundidad posibilidades para satisfacer esta necesidad de una forma que no comprometa el capital con que cuenta la Asociación

6.4. ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LAS DIVERSAS CARTERAS DE PRODUCTOS

A continuación se plantearán estrategias de mercadeo para lograr una efectiva comunicación con los asociados y no asociados de la ASET y a la vez promocionar y divulgar la cartera de productos de la Asociación.

6.4.1. Marketing directo

El marketing directo es la el medio más importante por el cual la ASET se puede acercar a sus clientes y a la vez dar a conocer los productos, servicios y beneficios que ofrece.

A. Red social Facebook

La ASET cuenta con un perfil en la red social Facebook, sin embargo este se encuentra desactualizado y es poco utilizado, por tal motivo se le debe dar seguimiento para lograr un mayor acercamiento con los asociados y no asociados, pero en especial con los estudiantes.

Para lograr un mayor acercamiento con el asociado y con los clientes potenciales no asociados a la ASET se debe dar seguimiento constante al perfil ya existente de la ASET en Facebook, el cual al 12 de Mayo de 2015 contaba con 199 seguidores, entre funcionarios asociados, funcionarios no asociados y estudiantes el TEC Sede San Carlos.

Por medio de esta red social la ASET puede:

- Atraer la mayor cantidad posible de asociados, funcionarios no asociados y estudiantes a la página de la Asociación para brindarles todo tipo de información.
- Informar de los productos y servicios que ofrece la ASET, tanto a asociados como a no asociados.
- Informar a los asociados y no asociados sobre promociones u ofertas especiales.
- Enviar información sobre los beneficios de formar parte de una Asociación Solidarista y los beneficios del ahorro.

- Enviar felicitaciones en eventos o festividades especiales (día del padre, día de la madre, navidad, año nuevo, entre otros).

Ilustración 22. Perfil ASET en Facebook



(i) Procedimiento para el uso del perfil en Facebook

Es importante garantizar el correcto uso del perfil de la ASET en Facebook para cumplir eficientemente con las funciones de comunicación, promoción y divulgación.

Tabla 84. Procedimiento para el uso del perfil de la ASET en Facebook

Procedimiento para el uso del perfil en Facebook	
Encargado	Asistente administrativo
Supervisor	Administrador ASET
Pasos a seguir	
1. El perfil debe ser revisado diariamente, al menos dos veces al día, una al inicio del día (7am) y otra antes de terminar la jornada laboral (3 pm).	

2. Se debe responder a las interrogantes publicadas en la página de manera concisa, concreta y a la mayor brevedad posible, lo mismo que a los mensajes privados recibidos.

3. El uso del perfil sólo debe ser usado con el fin de mantener informados a los funcionarios asociados, funcionarios no asociados y estudiantes del TEC.

4. Se publicará información periódicamente (al menos una vez a la semana) relacionada con:

- Productos y servicios que ofrece la ASET a todos sus usuarios.
- Ofertas y promociones especiales para determinados productos o servicios.
- Gestión que realiza la ASET.
- Beneficios de formar parte de una Asociación Solidarista y en particular de la ASET.
- Cualquier otro aspecto considerado de interés para los asociados y no asociados.

5. El mensaje que se publique debe ser claro y de interés para los asociados y no asociados a la ASET.

6. El mensaje que se va a publicar, no debe ser escrito todo en mayúscula ni en un tamaño de letra mayor a 12.

7. Los boletines y demás publicidad deben ir identificados con el logo de la ASET y de considerarse necesario deben de contener un remitente claramente identificado.

B. Correo electrónico

El correo electrónico fue el medio de información favorito de los asociados y de los funcionarios no asociados a la ASET, por lo cual resulta trascendental el uso de este medio para mantenerse en contacto con esta población.

La ASET debe aprovechar este medio de comunicación para:

- Enviar boletines informativos sobre los productos y servicios que ofrece la ASET.
- Enviar boletines de ofertas y promociones especiales para determinados productos o servicios.
- Enviar estados de cuenta de los préstamos y ahorros a los funcionarios asociados.

- Enviar informes a los asociados sobre la gestión de la ASET, proyectos que se deseen implementar y cualquier otra información de interés.
- Enviar boletines informativos sobre la ASET, los beneficios de formar parte de una Asociación y sobre los beneficios del hábito del ahorro a los funcionarios no asociados.

Se debe procurar enviar información de interés constantemente, de tal manera que los funcionarios manejen toda la información relativa a la ASET, pero sin caer en el exceso de saturarlos con correos.

C. Pizarras informativas

Las pizarras informativas fueron otro de los medios favoritos por los encuestados para mantenerse informados. Por tal motivo se debe de colocar publicidad en las pizarras informativas ubicadas en diversos lugares del Tecnológico, así mismo, se debe de colocar una pizarra informativa en las instalaciones de la ASET que sea de uso exclusivo para publicar información relacionada con la Asociación.

Dentro de la información que se puede brindar por este medio se encuentra:

- Información de los productos y servicios que ofrece la ASET.
- Ofertas y promociones especiales para determinados productos o servicios.
- Informar sobre los beneficios de formar parte de una Asociación y sobre los beneficios del hábito del ahorro a los funcionarios no asociados.

D. Página Web

Una de las mejores formas de establecer relaciones con los clientes es por medio de una página web donde ellos puedan estar en contacto directo con la Asociación, donde se enteren de la cartera de productos, de los beneficios que se ofrecen, actividades o eventos especiales y donde además los asociados tengan la posibilidad de realizar varias gestiones en línea.

(i) Facilidades que otorgaría la página

El diseño y creación de una página web les permitiría a los asociados y no asociados mantenerse informados de la gestión de la ASET y de las actividades que se realizan, así mismo, no tendrían que desplazarse hasta las oficinas de la Asociación para realizar ciertos trámites. Algunas facilidades que podría ofrecer la página web son:

- Información sobre la ASET (Gestión, reseña histórica, requisitos para afiliación o desafiliación)
- Los asociados podrían conocer a los directivos de la Asociación (Administrador y Junta Directiva) y ponerse en contacto con ellos.
- Tanto asociados como no asociados podrían conocer cuáles son los productos, servicios y demás beneficios que ofrece la ASET.
- Los asociados podrían realizar consultas en línea sobre estados de préstamos y ahorros, hacer solicitudes de créditos y solicitar la apertura de cuentas de ahorros.

(ii) Costo

La creación de una página web incurriría en los siguientes costos:

Tabla 85. Costos por diseño de página web³⁶

Rubro	Detalle	Costo
Diseño y creación de la página web	Costo inicial (única vez)	\$1500
Dominio y hosting	Costo mensual	\$20

³⁶ Los costos fueron consultados con profesionales en el área de Ingeniería en Computación.

6.4.2. Relaciones públicas

Como parte de la estrategia que se quiere implementar se encuentra el crear buenas relaciones con los diversos clientes de la ASET, para ello se debe obtener una buena imagen corporativa. Algunos de los programas para lograr este objetivo son:

A. Patrocinios

Se patrocinarán eventos como actividades deportivas, culturales y académicas del Tecnológico con el objetivo de aumentar el posicionamiento en la mente de los asociados, además de formar parte en actividades que realiza la universidad para el bien de los estudiantes, funcionarios y también para los hijos de los funcionarios. Dentro de las actividades que se pueden realizar se encuentran:

- Patrocinar uniformes de algunos de los equipos deportivos que tiene el Tecnológico, tanto de estudiantes como de asociados.
- Colaborar y participar en la premiación de diversas actividades, concursos deportivos, culturales y académicos.
- Colaborar y participar en eventos que realiza el Tecnológico como la iluminación del pacito de navidad, ferias entre otros.

B. Eventos especiales

Se podrán llevar a cabo eventos especiales donde los usuarios de los diversos servicios puedan realizar diversas actividades recreativas con familia y amigos, donde además se realice exposición y venta de algunos productos y servicios que ofrece la Asociación.

- Carreras atléticas y deportivas.
- Campeonatos de fútbol.
- Viajes para asociados y sus familias.

- Fiesta para los asociados y sus familias.

6.4.3. Promoción en ventas

A los clientes se les debe ofrecer incentivos que los motive a adquirir los diversos productos y servicios que ofrece la ASET. Algunos de esos incentivos son:

A. Descuentos y afines

Se pueden aplicar diversas políticas de descuentos en los diversos productos o servicios que se ofrecen, como por ejemplo:

- 2x1 en la compra o adquisición de productos o servicios.
- Descuentos por el pago en efectivo.
- Descuentos por temporadas.
- Regalos u obsequios publicitarios (diversidad de artículos con el logo de la ASET)

B. Exposiciones

Se podrán realizar exposiciones para informar sobre los diversos productos, servicios y demás beneficios que ofrece la ASET. Esto se puede llevar a cabo por medio de un stand en las diversas ferias que se realizan en el Tecnológico, como lo son:

- Feria de la salud
- Feria del día del libro
- Semana TEC

Así mismo, se podrán realizar mini ferias en las instalaciones de la Asociación y motivar a los funcionarios y estudiantes a acercarse al evento y que conozcan de la ASET y participen en actividades como rifas, ventas de comida, obsequio de artículos marca ASET, entre otros.

Estas mini ferias se podrán realizar una o dos semanas antes de festividades especiales como lo son:

- Día del padre
- Día de la madre
- Viernes negro

6.5. SUGERENCIAS DE MECANISMOS PARA ESTRATEGIAS DE MERCADEO

A continuación se plantearan algunos mecanismos que permitirán cumplir con algunas de las estrategias de mercado propuestas.

6.5.1. Estrategia

Hacer uso del marketing directo para acercarse a los clientes y dar a conocer los productos, servicios y beneficios que ofrece la ASET.

6.5.2. Acciones

- Informar a los diversos clientes los productos o servicios que se ofrecen.
- Lograr un mayor acercamiento con los clientes potenciales.
- Mejorar la comunicación existente con el asociado.
- Lograr una mayor promoción y publicidad de la Asociación cara a cara.

6.5.3. Propuestas de mecanismos

Seguidamente se plantean una serie de boletines informativos que pueden ser enviados por correo electrónico y por medio del Facebook, además se pueden colocar en las pizarras informativas del Tecnológico.

Ilustración 23. Boletín sobre convenios para asociados

CONVENIOS ASET



Estos y muchos otros convenios

Infórmese en su asociación de los convenios vigentes y reciba toda la información sobre los descuentos y beneficios ofrecidos.

Horario de oficina:
Lunes a viernes 7:30 a.m. a 4:30 p.m.

Teléfono:
2401 3107

Correo:
aset2006@gmail.com

Facebook:
Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico - ASET



Ilustración 24. Boletín sobre líneas de crédito para asociados



LÍNEAS DE CRÉDITO

La ASET ofrece una amplia línea de crédito para satisfacer las necesidades de todos sus asociados.

TIPOS DE PRÉSTAMOS

Préstamos personales ordinarios: Préstamo de otorgamiento rápido destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo.

Préstamos para proyectos de inversión: Destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de capital con el objetivo de ayudar al asociado en la creación de una actividad productiva.

Préstamos personales de consumo: Destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo, cancelación de deudas entre otros.

Préstamos para mejoras a vivienda: Destinado a financiar la compra de materiales y pago de la mano de obra necesaria para la ampliación y/o reparación de la vivienda.

Préstamos personales para educación: Destinado al pago de cursos de formación, colegiaturas, matrículas y otros, que el asociado y su familia necesiten.

Préstamos personales para salud: Destinado al pago de medicamentos, servicios médicos y otros rubros, que el asociado y su familia necesiten financiar.

Préstamos para gastos fúnebres: Destinados a cancelar gastos relacionados con los funerales del asociado y sus familiares de primer orden; incluye ataúd, nicho, y otros gastos relacionados.

Préstamos para construcción de vivienda: Convenio con el Banco de Costa Rica destino a financiar la compra de lote, compra de vivienda existente o la construcción en lote propio.

REQUISITOS

1. Formulario solicitud de préstamo.
2. Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador.
3. Constancia salarial del asociado y fiador.
4. Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador.
5. Declaración jurada de deudas de deudor y fiador.

*En créditos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 se requiere un fiador y en créditos de más de ₡3.000.000 se requieren dos fiadores.

PARA MAYOR INFORMACIÓN

Horario de oficina:
Lunes a viernes 7:30 a.m. a 4:30 p.m.

Teléfono:
2401 3107

Correo:
aset2006@gmail.com

Facebook:
Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico - ASET

Ilustración 25. Boletín sobre planes de ahorro para asociados

Planes de ahorro

La ASET le ofrece para beneficio de sus asociados diversos de planes de ahorro:



Infórmese con su asociación sobre los diversos planes de ahorro



Horario de oficina:
Lunes a viernes 7:30 a.m. a
4:30 p.m.

Teléfono:
2401 3107

Correo electrónico:
aset2006@gmail.com

Facebook:
Asociación Solidarista de
Empleados del Tecnológico -
ASET

- ⇒ **Ahorro a la vista:** Plan para utilizar en cualquier momento sin tener que esperar hasta la fecha de vencimiento.
- ⇒ **Ahorro vacacional medio periodo:** Apoyo financiero para cubrir los gastos de vacaciones de medio periodo.
- ⇒ **Ahorro navideño:** Permitirle al asociado disponer de un ingreso adicional para los gastos de la temporada navideña, como regalos de navidad, pago de marchamo, vacaciones de fin de año, entre otros.
- ⇒ **Cuenta de enero:** Servir de apoyo financiero para cubrir los gastos de inicio de año como útiles escolares, matrículas entre otros.
- ⇒ **Ahorro futuro:** Permitirle al asociado cubrir gastos de compra de vehículo, pagos de la inversión de estudios, viajes al extranjero, compra de vivienda o lote, entre otros.

Ilustración 26. Boletín sobre préstamos para proyectos de inversión para asociados

¿Desea iniciar su propio negocio?



*Ahora es posible con nuestro préstamo
para proyectos de inversión*

Plazo: Hasta 8 años

Tasa de interés: 17% anual

Monto máximo: ₡5.000.000,⁰⁰ (Montos mayores con
aprobación de la JD y de acuerdo a la capacidad de
pago).

INFÓRMESE EN SU ASOCIACIÓN

Horario de oficina: Lunes a viernes 7:30 a.m. a 4:30 p.m.

Teléfono: 2401 3107

Correo: aset2006@gmail.com



Ilustración 27. Boletín cartera de productos asociados

Conozca los beneficios de los ofrece ASET

Para la ASET todos nuestros asociados (as) son importantes, por lo cual buscamos el bienestar integral de cada uno de ellos. Por esta razón es que les ofrecemos los siguientes beneficios:

⇒ **CONVENIOS**

La ASET cuenta con convenios en las siguientes áreas:

Convenios
Hoteles y centros recreativos
Agencias de viajes
Tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles
Tiendas de calzado, deportivas y de ropa
Centros de salud
Materiales de construcción
Venta y alquiler de vehículos
Centros de educación
Lotes y propiedades
Servicios funerarios
Otros convenios



⇒ **LÍNEAS DE CRÉDITO**

La ASET les ofrece 10 líneas de crédito con tasas competitivas y adecuadas a las necesidades de nuestros

Tipo de préstamo	Tasa de interés
Préstamo personal ordinario	16% anual
Préstamo sobre excedentes	16% anual
Préstamo para proyectos de inversión	17% anual
Préstamo personal de consumo	18,5% anual
Préstamos solidarios	25% anual
Préstamo para mejoras a vivienda	10% anual
Préstamo personales para educación	10% anual
Préstamo personales para salud	10% anual
Préstamo para gastos fúnebres	10% anual
Préstamo para vivienda (Convenio)	Acordado por la entidad bancaria

⇒ **OTROS BENEFICIOS**

- Repartición de excedentes.
- Fiestas de medio y fin de año.
- Otros productos y servicios.

⇒ **PLANES DE AHORRO**

Con 5 planes de ahorro, la ASET pretende incentivar en sus asociados (as) el hábito del ahorro y ayudar a cumplir con sus necesidades y deseos.

Tipo	Tasa de interés
Ahorro a la vista	4,50%
Ahorro vacacional medio periodo	7%
Ahorro navideño	8%
Cuenta de enero	8%
Ahorro futuro	Menos de un año 8% De 1 año a menos de 2 años 9% De 2 años a menos de 3 años 9.5% Más de 3 años 10%

Horario de oficina
Lunes a viernes 7:30 a.m. a 4:30 p.m.
Teléfono:
2401 3107
Correo:
aset2006@gmail.com
Facebook:
Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico - ASET

Ilustración 28. Brochure cartera de productos asociados-Parte 1

Misión

“Brindar las mejores soluciones a los problemas y las necesidades de nuestros asociados, mediante la prestación de servicios financieros y sociales, destinados al mejoramiento y la calidad de vida de los asociados, asegurando el rendimiento y cumpliendo con los principios solidaristas”.

Visión

“Ser una Asociación Solidarista comprometida, contribuyendo en el desarrollo integral de nuestros asociados, a través de la creación de oportunidades económicas y sociales que se ajusten a sus diferentes necesidades, así como el desarrollo de proyectos que aseguren el rendimiento”.



Asociación Solidarista de
Empleados del Tecnológico Sede
San Carlos

**Boletín informativo
para asociados**

Horario de oficina
Lunes a viernes 7:30 a.m. a 4:30 p.m.
Teléfono:
2401 3107
Correo:
aset2006@gmail.com
Facebook:
Asociación Solidarista de Empleados del
Tecnológico - ASET



Ilustración 29. Brochure cartera de productos Parte 2

¿QUÉ LES OFRECE ASET?

→ Líneas de crédito

- Préstamo personal ordinario
- Préstamo para proyectos de inversión
- Préstamo personal de consumo
- Préstamos solidarios
- Préstamos para mejoras a vivienda
- Préstamos personales para educación
- Préstamos personales para salud
- Préstamos para gastos fúnebres
- Préstamos para construcción de vivienda



→ Planes de ahorro

- Ahorro a la vista
- Ahorro vacacional medio periodo
- Ahorro vacacional fin y principio de año
- Ahorro navideño
- Cuesta de enero
- Ahorro pago marchamo
- Ahorro futuro



→ Otros servicios

- Venta de lotes
- Certificados de depósito a plazo
- Venta de equipo de cómputo y tecnológico
- Artículos y servicios de librería y oficina

→ Convenios

- Hoteles y centros recreativos
- Agencias de viajes
- Tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles
- Tiendas de calzado, deportivas y de ropa
- Centros de salud
- Materiales de construcción
- Venta y alquiler de vehículos
- Centros de educación
- Lotes y propiedades



Ilustración 30. Boletín día del padre

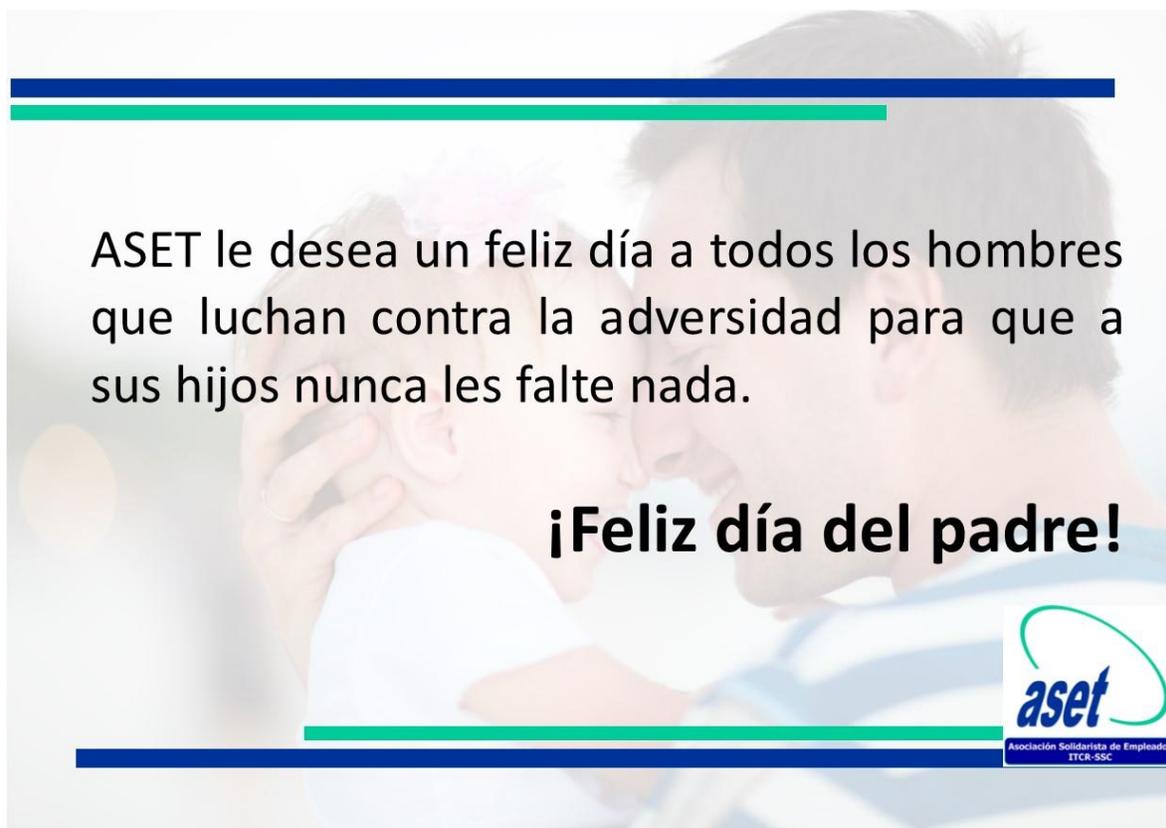


Ilustración 31. Boletín navidad



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con la realización del presente trabajo se proponen las siguientes conclusiones y recomendaciones:

6.6. CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se llega con la presente investigación son:

- ✓ Se concluye que la ASET no contaba con un perfil definido para los asociados y no asociados.
- ✓ El perfil de asociados y no asociados según la información obtenida es diferente en algunos de sus elementos ([tabla 27](#), [tabla 33](#) y [tabla 37](#)).
- ✓ La mayoría de productos y servicios que ofrece la ASET recibieron calificaciones positivas, con algunas excepciones relacionadas con precio, diversidad y divulgación ([tabla 47](#), [tabla 53](#), [tabla 54](#), [tabla 55](#)).
- ✓ La cartera de productos ofrecida actualmente no satisface las necesidades y deseos de los asociados y no asociados de la ASET ([tabla 28](#), [gráfico 11](#), [tabla 29](#), [gráfico 31](#), [gráfico 51](#) y [tabla 38](#)).
- ✓ La Asociación, Junta Directiva y Administrador recibieron en su mayoría una calificación positiva por parte de los asociados, no obstante hacen énfasis en la necesidad de implementar nuevos proyectos, tener mayor proyección a futuro y dinamismo, tomar más en cuenta la opinión de los asociados y mejorar la comunicación existente ([gráfico 16](#), [tabla 30](#), [gráfico 17](#), [tabla 31](#), [gráfico 18](#), [tabla 32](#), [tabla 50](#), [tabla 51](#), [tabla 52](#))
- ✓ Se requiere necesariamente una diversificación y ajuste a la cartera de productos actual, de manera que sea más adecuada a las necesidades y deseos de los tres clientes potenciales con que cuenta la ASET ([gráfico 11](#), [gráfico 12](#), [tabla 29](#), [gráfico](#)

[13](#), [gráfico 14](#), [apartado 4.2.3 punto b](#), [gráfico 32](#), [gráfico 51](#), [tabla 38](#), [gráfico 52](#), [gráfico 53](#)).

- ✓ Se detectó que la ASET no cuenta con medios efectivos de comunicación, promoción y divulgación ([gráfico 8](#), [gráfico 25](#), [tabla 30](#), [tabla 31](#), [tabla 32](#), [gráfico 44](#), [gráfico 45](#)).

6.7. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se originan del presente estudio de mercados son:

- ✓ Se recomienda continuar ofreciendo los productos y servicios actuales pero implementar las sugerencias propuestas para hacerlos más atractivos para los clientes ([tabla 28](#)).
- ✓ Se recomienda implementar los nuevos productos y servicios propuestos en la cartera de productos para el corto, mediano y largo plazo ([6.1](#), [6.2](#) y [6.3](#)).
- ✓ Se recomienda dividir en el mediano plazo el ahorro navideño en tres categorías (ahorro para vacaciones de fin de año, ahorro para pago de marchamo y ahorro navideño) debido a que esta es la forma en la que lo trabajan la mayoría de asociaciones homólogas a la ASET.
- ✓ Se recomienda ofrecer los artículos de cómputo, electrodomésticos y de tecnología bajo el método de consignación.
- ✓ Se recomienda hacer uso de los formularios propuestos para solicitud de préstamos y para la apertura de cuentas de ahorros, debido a que estos fueron unificados y elaborados en formato PDF editable, lo cual facilitaría su envío por medio del correo electrónico ([apéndice 24](#), [apéndice 25](#), [apéndice 26](#), [apéndice 27](#), [apéndice 28](#), [apéndice 29](#), [apéndice 30](#), [apéndice 31](#), [apéndice 32](#), [apéndice 33](#), [apéndice 34](#), [apéndice 35](#), [apéndice 36](#), [apéndice 37](#), [apéndice 38](#)).

- ✓ Se recomienda hacer uso de instrumentos que permitan la mejora constante de los productos y servicios ofrecidos, como los planteados en el [apéndice 40](#), [apéndice 41](#) y [apéndice 42](#).
- ✓ Se recomienda implementar un carné de identificación para los asociados que facilite principalmente las gestiones relacionadas con convenios con otros establecimientos ([Ver apéndice 43](#)).
- ✓ Se recomienda implementar las estrategias de mercadeo propuestas para cumplir con las expectativas de los clientes en cuanto a comunicación, promoción y divulgación ([apartado 6.4](#) y [apartado 6.5](#)).

REFERENCIAS

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1984). *Ley de Asociaciones Solidaristas, número 6970*. San José: La Gazeta.

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1988). *Ley de Asociaciones Solidaristas, número 6970*. Curridabat: Escuela Social Juan XXIII.

ASET. (2014). San Carlos, Alajuela, Costa Rica.

Gutierrez Rojas, E. (1998). *El usuario de la información*. UENED.

Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2003). *Investigación de mercados en un ambiente de información cambiante (Segunda Edición)*. México D.F.: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación cuarta edición*. México: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación quinta edición*. México D.F.: McGraw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica (Décimoprimer ed.)*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica Decimoprimer edición*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing (Octava ed.)*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing decimocuarta edición*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing Decimocuarta edición*. México: Pearson Educación.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados quinta edición*. México: Pearson Educación.

Méndez Álvarez, C. E. (2001). *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: McGraw-Hill.

Movimiento Solidarista Costarricense. (17 de Febrero de 2015). *Movimiento Solidarista Costarricense*. Obtenido de Movimiento Solidarista Costarricense Web Side: Movimiento Solidarista Costarricense

Mullins, J., Walker, O., Boyd, H., & Larréché, J.-C. (2007). *Administración de Marketing* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Décimo cuarta ed.). México: McGraw-Hill.

APÉNDICES

APÉNDICE 1. CUESTIONARIO PARA FUNCIONARIOS ASOCIADOS A LA ASET	260
APÉNDICE 2. CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DEL TEC	269
APÉNDICE 3. CUESTIONARIO PARA FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS A LA ASET	274
APÉNDICE 4. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	281
APÉNDICE 5. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ACTUALES Y PASADOS DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	281
APÉNDICE 6. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN CASO DE SER BRINDADOS POR LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	282
APÉNDICE 7. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	283
APÉNDICE 8. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS	283
APÉNDICE 9. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS.....	284
APÉNDICE 10. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DEL ADMINISTRADOR DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ASOCIADOS.....	284
APÉNDICE 11. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES.....	285
APÉNDICE 12. RESULTADOS MATRIZ FRECUENCIA DE USO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDABA LA TIENDA ASET.....	286
APÉNDICE 13. RESULTADOS MATRIZ CALIFICACIÓN DE LA TIENDA ASET POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	286
APÉNDICE 14. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES EN CASO DE SER BRINDADOS POR LA ASET	286

APÉNDICE 15. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS ESTUDIANTES	287
APÉNDICE 16. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE BUS ESTUDIANTIL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	288
APÉNDICE 17. RESULTADOS MATRIZ FRECUENCIA DE USO DE LOS DISTINTOS HORARIOS DEL BUS ESTUDIANTIL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES	288
APÉNDICE 18. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA ASET POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	288
APÉNDICE 19. RESULTADOS MATRIZ FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE BRINDA LA ASET EN CASO DE LLEGAR A AFILIARSE A LA ASET	289
APÉNDICE 20. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LA FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS EN CASO DE SER BRINDADOS POR LA ASET.....	290
APÉNDICE 21. RESULTADOS MATRIZ DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS FUNCIONARIOS NO ASOCIADOS	291
APÉNDICE 22. OPCIONES DE CONVENIOS PARA LA ASET	291
APÉNDICE 23. FACILIDADES QUE PUEDE BRINDAR LA ASET A SUS CLIENTES	294
APÉNDICE 24. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PERSONAL ORDINARIO	295
APÉNDICE 25. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMOS SOBRE EXCEDENTES	296
APÉNDICE 26. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	297
APÉNDICE 27. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PERSONAL DE CONSUMO.....	298
APÉNDICE 28. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO SOLIDARIO	299
APÉNDICE 29. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PARA MEJORAS A VIVIENDA	300
APÉNDICE 30. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PERSONAL PARA EDUCACIÓN	301
APÉNDICE 31. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PERSONAL PARA SALUD.....	302

APÉNDICE 32. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PARA GASTOS FÚNEBRES	303
APÉNDICE 33. FORMULARIO SOLICITUD PRÉSTAMO PARA VIVIENDA	304
APÉNDICE 34. FORMULARIO DECLARACIÓN JURADA DE DEUDAS DEUDOR	305
APÉNDICE 35. FORMULARIO DECLARACIÓN JURADA DE DEUDAS FIADOR	306
APÉNDICE 36. CONTRATO PRÉSTAMO MERCANTIL.....	306
APÉNDICE 37. AUTORIZACIÓN DEDUCCIÓN PLANILLA AHORRO.....	310
APÉNDICE 38. AUTORIZACIÓN DEDUCCIÓN PLANILLA OTROS TIPOS DE AHORRO	311
APÉNDICE 39. DESCRIPCIÓN SERVICIO ENVÍO DE DOCUMENTOS A IMPRIMIR CON ANTELACIÓN.....	312
APÉNDICE 40. BOLETA PARA SUGERENCIAS DE LOS ASOCIADOS PARA LA MEJORA DE LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y LA GESTIÓN DE LA ASET	312
APÉNDICE 41. BOLETA PARA SUGERENCIAS DE LOS USUARIOS DE ADQUIEREN PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR LA ASET	313
APÉNDICE 42. ENCUESTA DE PARA CONOCER LA OPINIÓN DE LOS ASOCIADOS SOBRE LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y LA GESTIÓN QUE REALIZA LA ASET	313
APÉNDICE 43. PROPUESTA CARNÉ ASOCIADOS	315

Apéndice 1. Cuestionario para funcionarios asociados a la ASET

ENCUESTA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¡Reciba un cordial saludo!

La siguiente encuesta tiene como finalidad realizar una valoración de los productos y servicios que usted como asociado demanda de la ASET a razón de sus necesidades y deseos. Por tanto, el aporte que usted nos brinde será de gran utilidad para llevar a cabo con éxito esta investigación.

1. Edad

() 20-24

() 25-29

() 30-34

() 35-39

() 40-44

() 45-49

() Más de 49

2. Género

() Masculino

() Femenino

3. Estado civil

() Soltero

() Unión libre

() Casado

() Divorciado

() Viudo

4. Dependencia en que labora

() Soda Comedor

() Financiero-Contable

() Dirección Administrativa

() Dirección de Sede

() Vigilancia

() Transportes

() Escuela de Agronomía

() Carrera de Administración de Empresas

() Carrera de Computación

() Carrera de Producción Industrial

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Carrera de Electrónica | <input type="checkbox"/> Carrera de Turismo |
| <input type="checkbox"/> Escuela de Ciencias Exactas | <input type="checkbox"/> Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales |
| <input type="checkbox"/> CTEC | <input type="checkbox"/> Regionalización |
| <input type="checkbox"/> DEVESA | <input type="checkbox"/> Otro. Indique: _____ |

5. Puesto que desempeña

- Administrativo
- Docente
- Otro. Indique: _____

6. ¿Durante cuántos años ha estado laborando en el TEC?

- 0-4
- 5-9
- 10-14
- 15-19
- 20-24
- Más de 24

7. ¿Cómo se enteró de la existencia de la ASET? **(Puede seleccionar más de una opción).**

- Otro funcionario se lo comentó
- Se lo indicaron a la hora de su contratación
- Lo visitaron por parte de la Asociación
- Indagación propia
- Otro. Indique: _____

8. ¿Hace cuánto tiempo se unió a la ASET **(Desde su última afiliación)**

- De 0 meses a menos de 6 meses
- De 6 meses a menos de 1 año
- De 1 año a menos de 5 años
- De 5 años a menos de 10 años
- De 10 años a menos de 15 años
- Más de 15 años

9. Indique cuál de las siguientes frases lo identifica al definirse como asociado. **Seleccione únicamente la opción de mayor preferencia.**

- () Es una garantía como empleado
- () Me permite ahorrar
- () Me brinda facilidades de crédito
- () Me ofrece facilidades de compra en otros establecimientos
- () Otro. Indique: _____

10. En su opinión ¿Qué calificación le daría a los siguientes servicios que ofrece o que ofreció la ASET? *(Valoración que tenga del servicio aunque no lo haya utilizado)*

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	6 No sé, no respondo
Tienda ASET: Se encontraba ubicada contiguo a las oficinas de la ASET y brindaba servicios de fotocopiado, impresión y venta de artículos de oficina y de librería.						
Lotes: Destinados a construcción de vivienda y localizados en La Vega de Florencia.						
Convenio con Importadora Monge: La ASET se encarga de todos los trámites de compra. Si es a crédito la Asociación cancela el monto a la importadora y la deuda pasa a manos de la Asociación, a 6 meses no se cobran intereses y si es más de 6 meses se les cobra un interés de un 18,5%.						
Convenio con Adobe Rent a Car: Exonera del pago de la prima al alquilar cualquier vehículo.						
Convenio con Hoteles Barceló: Descuento de un 10% a todos los asociados y familiares y un						

porcentaje mayor en giras grupales entre asociados.						
Préstamo personal ordinario: Crédito de otorgamiento rápido destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo. El monto máximo a prestar será equivalente al disponible del ahorro obrero más sus excedentes acumulados por un plazo máximo de 72 meses.						
Préstamos para proyectos de inversión: Destinados a financiar la adquisición de bienes y servicios de capital con el objetivo de ayudar al asociado en la creación de una actividad productiva. El monto máximo a prestar será de cinco millones de colones.						
Préstamo personal de consumo: Destinados a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo, cancelación de deudas entre otros. El monto máximo a prestar será de diez millones de colones.						
Préstamos solidarios: Es un crédito tanto para funcionarios del ITCR no afiliados a la ASET, como para personas relacionadas laboralmente con la Asociación, con la finalidad de solidarizarse con compañeros de trabajo necesitados de dinero.						
Préstamos para mejoras a vivienda: Destinados a financiar la compra de materiales y pago de mano de obra necesaria para la ampliación y para reparación						

de la vivienda. El monto máximo a prestar es de cinco millones de colones.						
Préstamos personales para educación: Destinados para el pago de cursos de formación, colegiaturas, matrículas y otros, que el asociado y su familia necesiten financiar por un monto máximo de dos millones.						
Préstamos personales para salud: Destinados para el pago de medicamentos y servicios médicos y otros rubros relacionados que el asociado y su familia necesiten financiar por un monto máximo de dos millones.						
Préstamos para gastos fúnebres: Tiene la finalidad de cancelar gastos relacionados con los funerales del asociado y sus familiares de primer orden; incluye ataúd, nicho, y otros gastos relacionados; su tope será de dos millones de colones.						
Apoyo con un 50% del monto de cursos matriculados en FUNDATEC.						

11. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los servicios anteriormente descritos?

12. ¿En cuál de las siguientes áreas comerciales le gustaría que la ASET implementara convenios? **(Puede seleccionar más de una opción).**

- () Agencias de viajes
- () Venta de vehículos
- () Venta de materiales y de construcción
- () Tiendas de calzado, deportivas y de ropa
- () Tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles

- () Servicios funerarios
- () Centros de educación
- () Centros de salud
- () Hoteles y centros recreativos
- () Lotes y propiedades
- () Otros. Indique: _____

13. ¿Con qué frecuencia adquiriría los siguientes productos y servicios en caso de ser brindados por la ASET?

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre	6 No sé, no respondo
Venta de Certificados de Depósito a Plazo						
Pago de servicios (Agua, luz, basura, Internet, teléfono)						
Recargas telefónicas						
Computadoras con acceso a Internet						
Escaneo de documentos						
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado						
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico						
Venta de equipo de cómputo y tecnológico						
Artículos de librería y de oficina						
Artículos deportivos.						
Artículos de uso personal.						
Venta de frutas y batidos.						
Venta de golosinas.						

14. ¿Qué otros productos o servicios adicionales a los descritos con anterioridad considera que son necesarios o indispensables en el TEC y que podrían ser solventados por medio de la ASET?

15. ¿Cuál horario considera más adecuado para los servicios descritos en la pregunta #13?

- () 7 a.m. a 4.30 p.m.
- () 9.30 a.m. a 7 p.m.
- () 11 p.m. a 8 p.m.
- () Otro. Indique: _____

16. ¿Qué facilidades les gustaría recibir en los siguientes servicios? (*Facilidades de pago, servicio express, pedidos online, servicio pre-pago o cualquier otro que usted considere*).

17. ¿Cómo les gustaría enterarse de los servicios y productos que eventualmente brindaría la ASET? (**Puede seleccionar más de una opción**)

- () Facebook
- () Correo electrónico
- () Páginas Web
- () Boletines impresos
- () Pizarras informativas
- () Otro. Indique: _____

18. En su opinión ¿Qué calificación le daría a la Asociación en cuanto a las siguientes variables?

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	6 No sé, no respondo
Desarrollo						
Planificación						

Convenios con otros entes						
Inserción de nuevos servicios						
Proyectos actuales						
Comunicación						
Promoción						
Control						
Diversidad de servicios						
Experiencia empresarial						
Asesoría y apoyo						

19. Con respecto a las variables de la pregunta anterior ¿Qué sugerencias le brindaría a la Asociación?

20. Con respecto a las siguientes variables, ¿Cómo calificaría el desempeño de la actual Junta Directiva de la ASET?

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	6 No sé, no respondo
Atención a sugerencias						
Contribución al desarrollo de la Asociación						
Eficiencia en la toma de decisiones						
Proyección a futuro						
Atención al asociado						
Cumplimiento de la legislación y normativas						
Compromiso y responsabilidad						

21. Con respecto a las variables de la pregunta anterior ¿Qué sugerencias le brindaría a la Junta Directiva?

22. Con respecto a las siguientes variables, ¿Cómo calificaría el desempeño del administrador de la ASET?

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	6 No sé, no respondo
Atención a sugerencias						
Contribución al desarrollo de la Asociación						
Eficiencia en la toma de decisiones						
Proyección a futuro						
Atención al asociado						
Cumplimiento de la legislación y normativas						
Compromiso y responsabilidad						

23. Con respecto a las variables de la pregunta anterior ¿Qué sugerencias le brindaría al administrador de la ASET?

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 2. Cuestionario para estudiantes del TEC

ENCUESTA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¡Reciba un cordial saludo!

La siguiente encuesta tiene como finalidad indagar posibles necesidades que usted como estudiante del Instituto Tecnológico de Costa Rica posea y que puedan ser solventadas a través de servicios que se brinden por medio de la ASET (Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos). Por tanto, el aporte que usted nos brinde será de gran ayuda para llevar a cabo con éxito esta investigación.

1. Carné

2. Edad

() 17-19

() 20-22

() 23- 25

() Más de 25

3. Género

() Masculino

() Femenino

4. Estado civil

() Soltero

() Unión libre

() Casado

() Divorciado

() Viudo

5. Carrera que cursa

() Gestión de Turismo Rural Sostenible

() Ingeniería en Producción Industrial

() Administración de Empresas

() Ingeniería en Computación

() Ingeniería en Agronomía

() Ingeniería Electrónica

6. ¿Utilizó en alguna ocasión los servicios de la Tienda (Librería) ASET?
- () Si. **Pase a la pregunta #8**
- () No
7. ¿Por qué no hacía uso de la Tienda (Librería) ASET? **(Puede seleccionar más de una opción).**
- () Desconocía su existencia
- () Altos precios
- () Horario no adecuado a sus necesidades
- () Poca diversidad de productos
- () Otro: Indique: _____ **Pase a la pregunta #13**
8. ¿Con qué frecuencia hacía uso de la Tienda (Librería) ASET durante el semestre?
- () De 1 a 3 veces
- () De 4 a 6 veces
- () De 7 a 9 veces
- () Más de 9 veces
9. Clasifique los siguientes productos y servicios que brindaba la Tienda (Librería) ASET según la frecuencia con que usted los utilizaba.

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	5 Casi siempre	4 Siempre
Fotocopiado de documentos					
Impresión de documentos					
Empaste de documentos					
Artículos de librería y oficina					
Artículos de uso personal					
Electrodomésticos					
Equipos de cómputo					
Golosinas					
Recargas telefónicas					

10. ¿Cuál era el monto mensual promedio que usted destinaba a compras en la Tienda

(Librería) ASET?

- () Menos de 2.000 colones
- () De 2.000 a 6.000 colones
- () Más de 6.000 colones

11. ¿Cómo consideraba los precios de la Librería ASET?

- () Altos
- () Moderados
- () Bajos

12. En su opinión y comparando con otros establecimientos en donde adquiere artículos de librería y oficina ¿Qué calificación le daría a las siguientes variables de la Tienda (Librería) ASET?

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente
Servicio al cliente					
Diversidad de productos y servicios					
Calidad de los productos y servicios					
Horario					

13. ¿Con qué frecuencia haría uso de los siguientes productos y servicios que eventualmente brindaría la ASET?

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
Pago de servicios (Agua, luz, basura, internet, teléfono)					
Recargas telefónicas.					
Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos					
Escaneo de documentos					
Servicio de impresión fotocopiado y encuadernado					

Envío de documentos a imprimir por correo electrónico					
Venta de libros solicitados en cursos					
Venta de equipo de cómputo y tecnológico					
Artículos de librería y de oficina					
Artículos de uso personal (Jabón, pasta dental, desodorante etc.)					
Venta de frutas y batidos.					
Venta de golosinas.					

14. ¿Qué otros productos o servicios adicionales a los descritos con anterioridad, considera usted que son necesarios o indispensables en el TEC y que podrían ser solventados por medio de la ASET?

15. ¿Cuál horario considera más adecuado para los servicios que eventualmente brindaría la ASET?

- () 7 a.m. a 4.30 p.m.
- () 9.30 a.m. a 7 p.m.
- () 11 a.m. a 8 p.m.
- () Otro. Indique: _____

16. ¿Qué facilidades les gustaría recibir en los siguientes servicios? (*Facilidades de pago, servicio express, pedidos online, servicio pre-pago o cualquier otro que usted considere*)

17. ¿Cómo les gustaría enterarse de los servicios y productos que eventualmente brindaría la ASET? **(Puede seleccionar más de una opción).**

- Facebook
- Correo electrónico
- Pizarras informativas
- Páginas Web
- Boletines impresos
- Otro. Indique: _____

18. ¿Hace uso del bus estudiantil?

- Si.
- No. **Fin de la encuesta**

19. ¿Con qué frecuencia hace uso de los siguientes horarios del bus estudiantil?

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
6.25 a.m.					
12.00 p.m.					
4. 15 p.m.					
9.00 p.m.					

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 3. Cuestionario para funcionarios no asociados a la ASET

ENCUESTA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¡Reciba un cordial saludo!

La siguiente encuesta tiene como finalidad indagar posibles necesidades que usted como funcionario del Instituto Tecnológico de Costa Rica posea y que puedan ser solventadas a través de servicios que se brinden por medio de la ASET (Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos). Por tanto, el aporte que usted nos brinde será de gran utilidad para llevar a cabo con éxito esta investigación.

1. Edad

() 20-24

() 25-29

() 30-34

() 35-39

() 40-44

() 45-49

() Más de 49

2. Género

() Masculino

() Femenino

3. Estado civil

() Soltero

() Unión libre

() Casado

() Divorciado

() Viudo

4. Dependencia en que labora

() Soda Comedor

() Financiero-Contable

() Dirección Administrativa

() Dirección de Sede

() Vigilancia

() Transportes

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Escuela de Agronomía | <input type="checkbox"/> Carrera de Administración de Empresas |
| <input type="checkbox"/> Carrera de Computación | <input type="checkbox"/> Carrera de Producción Industrial |
| <input type="checkbox"/> Carrera de Electrónica | <input type="checkbox"/> Carrera de Turismo |
| <input type="checkbox"/> Escuela de Ciencias Exactas | <input type="checkbox"/> Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales |
| <input type="checkbox"/> CTEC | <input type="checkbox"/> Regionalización |
| <input type="checkbox"/> DEVESA | <input type="checkbox"/> Otro. Indique: _____ |

5. Puesto que desempeña

- Administrativo
- Docente
- Otro. Indique: _____

6. ¿Durante cuantos años ha estado laborando en el TEC?

- 0-4
- 5-9
- 10-14
- 15-19
- 20-24
- Más de 24

7. ¿Conoce los beneficios de estar afiliado a una Asociación Solidarista?

- Si
- No

8. ¿Conoce de la existencia de la ASET (Asociación Solidarista del TEC Sede San Carlos)?

- No. **Pase a la pregunta #14**
- Si

9. ¿Conoce los servicios que brinda ASET?

- Si
- No

10. ¿Cómo se enteró de la existencia de la Asociación? **(Puede seleccionar más de una opción)**

- Otro funcionario se lo comentó
- Se lo indicaron a la hora de su contratación

- () Lo visitaron por parte de la Asociación
- () Indagación propia
- () Otro. Indique: _____

11. ¿Ha pertenecido en algún momento a la ASET?

- () No. **Pase a la pregunta #14**
- () Si

12. ¿Por qué se retiró de la Asociación?

- () Se afilió a la ASETEC
- () No le resultó beneficioso
- () No satisfacía sus necesidades y deseos
- () Imposibilidad para hacer el ahorro obrero obligatorio
- () Otro. Indique: _____

13. ¿Durante cuánto tiempo perteneció a la Asociación?

- () De 0 meses a menos de 6 meses
- () De 6 meses a menos de 1 año
- () De más de 1 año a menos de 5 años
- () De más de 5 años a menos de 10 años
- () Más de 10 años

14. ¿Le interesaría reingresar o ingresar a la ASET? (*Reingresar en caso de que se haya retirado de la Asociación o ingresar en caso de que nunca haya pertenecido a la Asociación*)

- () No. **Pase a la pregunta #16**
- () Si

15. En caso de que llegue a afiliarse a la ASET ¿Con que frecuencia haría uso de los siguientes servicios que se ofrecen actualmente?

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre	6 No sé, no respondo
Convenio con Importadora Monge: La ASET se encarga de todos los trámites de compra.						

<p>Si es a crédito la Asociación cancela el monto a la importadora y la deuda pasa a manos de la Asociación, a 6 meses no se cobran intereses y si es más de 6 meses se les cobra un interés de un 18,5%.</p>						
<p>Convenio con Adobe Rent a Car: Exonera del pago de la prima al alquilar cualquier vehículo.</p>						
<p>Convenio con Hoteles Barceló: Descuento de un 10% a todos los asociados y familiares y un porcentaje mayor en giras grupales entre asociados.</p>						
<p>Préstamo personal ordinario: Crédito de otorgamiento rápido destinado a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo. El monto máximo a prestar será equivalente al disponible del ahorro obrero más sus excedentes acumulados por un plazo máximo de 72 meses.</p>						
<p>Préstamos para proyectos de inversión: Destinados a financiar la adquisición de bienes y servicios de capital con el objetivo de ayudar al asociado en la creación de una actividad productiva. El monto máximo a prestar será de cinco millones de colones.</p>						
<p>Préstamo personal de consumo: Destinados a financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo, cancelación de deudas entre otros. El monto máximo a</p>						

prestar será de diez millones de colones.						
Préstamos solidarios: Es un crédito tanto para funcionarios del ITCR no afiliados a la ASET, como para personas relacionadas laboralmente con la Asociación, con la finalidad de solidarizarse con compañeros de trabajo necesitados de dinero.						
Préstamos para mejoras a vivienda: Destinados a financiar la compra de materiales y pago de mano de obra necesaria para la ampliación y para reparación de la vivienda. El monto máximo a prestar es de cinco millones de colones.						
Préstamos personales para educación: Destinados para el pago de cursos de formación, colegiaturas, matrículas y otros, que el asociado y su familia necesiten financiar por un monto máximo de dos millones.						
Préstamos personales para salud: Destinados para el pago de medicamentos y servicios médicos y otros rubros relacionados que el asociado y su familia necesiten financiar por un monto máximo de dos millones.						
Préstamos para gastos fúnebres: Tiene la finalidad de cancelar gastos relacionados con los funerales del asociado y sus familiares de primer orden; incluye ataúd, nicho, y otros						

gastos relacionados; su tope será de dos millones de colones.						
---	--	--	--	--	--	--

16. ¿Con qué frecuencia adquiriría los siguientes productos y servicios en caso de ser brindados por la ASET?

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre	6 No sé, no respondo
Venta de Certificados de Depósito a plazo.						
Pago de servicios (Agua, luz, basura, internet, teléfono).						
Recargas telefónicas.						
Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos.						
Escaneo de documentos.						
Servicio de fotocopiado, empastado y encuadernado.						
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico.						
Venta de equipo de cómputo y tecnológico.						
Artículos de librería y de oficina.						
Artículos deportivos.						
Artículos de uso personal (Jabón, pasta dental, desodorante etc.)						
Venta de frutas y batidos.						
Venta de golosinas.						

17. ¿Qué otros productos o servicios adicionales a los descritos con anterioridad, considera usted que son necesarios o indispensables en el TEC y que podrían ser solventados por medio de la ASET?

18. ¿Cuál horario considera más adecuado para los servicios descritos en la pregunta #16?

- 7 a.m. a 4.30 p.m.
- 9.30 a.m. a 7 p.m.
- 11 a.m. a 8 p.m.
- Otro. Indique: _____

19. ¿Qué facilidades les gustaría recibir en los siguientes servicios? (*Facilidades de pago, servicio express, pedidos online, servicio pre-pago o cualquier otro que usted considere*)

20. ¿Cómo les gustaría enterarse de los servicios y productos que eventualmente brindaría la ASET? (**Puede seleccionar más de una opción**).

- Facebook
- Correo electrónico
- Pizarras informativas
- Páginas Web
- Boletines impresos
- Otro. Indique: _____

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 4. Resultados matriz diagnóstico de la ASET por parte de los funcionarios asociados

Variable	Opciones	Porcentaje
Medios por los cuales se enteraron de la existencia de la ASET	Otro funcionario se lo comentó	68%
	Indagación propia	18%
	Se lo indicaron a la hora de su contratación	11%
	Lo visitaron por parte de la Asociación	1%
	Otro	1%
Frase que los identifica como asociado	Me permite ahorrar	34%
	Me brinda facilidades de crédito	32%
	Es una garantía como empleado	29%
	Otro	4%
	Me ofrece facilidades de compra en otros establecimientos	0%

Apéndice 5. Resultados matriz diagnóstico de los productos y servicios actuales y pasados de la ASET por parte de los funcionarios asociados

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Préstamos personales para educación	0%	29%	71%
Préstamos para proyectos de inversión	3%	34%	63%
Préstamos para mejoras a vivienda	1%	26%	72%
Convenio con Importadora Monge	8%	34%	57%
Préstamos personales para salud	0%	24%	76%
Préstamos para gastos fúnebres	0%	32%	67%
Préstamo personal de consumo	2%	17%	79%

Convenio con Hoteles Barceló	0%	35%	65%
Préstamo personal ordinario	1%	13%	85%
Préstamos solidarios	5%	27%	68%
Apoyo FUNDATEC	1%	39%	59%
Tienda ASET	9%	41%	50%
Convenio con Adobe Rent a Car	4%	50%	46%
Lotes	34%	49%	18%

Apéndice 6. Resultados matriz diagnóstico de la adquisición de productos y servicios en caso de ser brindados por la ASET por parte de los funcionarios asociados

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	27%	45%	28%
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	43%	47%	10%
Venta de certificados de depósito a plazo	31%	55%	15%
Artículos de librería y oficina	34%	41%	25%
Venta de frutas y batidos	25%	41%	34%
Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos	54%	36%	11%
Artículos de uso personal	45%	34%	21%
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico	55%	36%	10%
Pago de servicios	41%	20%	38%
Escaneo de documentos	63%	27%	10%

Recargas telefónicas	53%	25%	22%
Artículos deportivos	43%	39%	18%
Venta de golosinas	47%	39%	13%

Apéndice 7. Resultados matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios asociados

Variable	Situación de la ASET
Convenios de interés	La ASET cuenta actualmente con tres convenios (convenio con Importadora Monge, convenio con Adobe Rent a Car y convenio con Hoteles Barceló).
Horario para los servicios	Los servicios que brinda la ASET se ofrecen generalmente de 7.30 a.m. a 4.30 p.m.
Facilidades que les gustaría recibir	La ASET no ofrece facilidades o servicios adicionales en los servicios que brinda a los asociados.
Medios de información	La ASET utiliza dos medios de información para mantenerse en contacto con los asociados, los cuales son el correo electrónico y el teléfono.

Apéndice 8. Resultados matriz diagnóstico de la gestión de la Asociación por parte de los funcionarios asociados

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Experiencia empresarial	19%	40%	41%
Asesoría y apoyo	7%	39%	53%
Inserción de nuevos servicios	16%	63%	20%
Convenios con otros entes	18%	42%	39%
Diversidad de servicios	19%	56%	25%

Proyectos actuales	16%	55%	29%
Comunicación	21%	45%	33%
Planificación	16%	44%	40%
Promoción	24%	53%	22%
Desarrollo	13%	44%	42%
Control	13%	48%	38%

Apéndice 9. Resultados matriz diagnóstico de la gestión de la Junta Directiva por parte de los funcionarios asociados

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Cumplimiento de la legislación y normativas	1%	34%	65%
Contribución al desarrollo de la Asociación	4%	41%	54%
Eficiencia en la toma de decisiones	10%	44%	46%
Compromiso y responsabilidad	1%	27%	72%
Atención a sugerencias	3%	44%	53%
Atención al asociado	4%	24%	72%
Proyección a futuro	7%	55%	38%

Apéndice 10. Resultados matriz diagnóstico de la gestión del administrador de la ASET por parte de los funcionarios asociados

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Cumplimiento de la legislación y normativas	4%	29%	66%
Contribución al desarrollo de la Asociación	4%	28%	67%
Eficiencia en la toma de decisiones	6%	34%	60%
Compromiso y responsabilidad	1%	22%	76%

Atención a sugerencias	4%	24%	72%
Atención al asociado	3%	14%	82%
Proyección a futuro	9%	37%	54%

Apéndice 11. Resultados matriz diagnóstico de la Tienda ASET por parte de los estudiantes

Variable	Opciones	Porcentaje
Uso de la Tienda ASET	Si	95%
	No	5%
Porque no hacía uso de la Tienda ASET	Desconocía su existencia	40%
	Poca diversidad de productos	40%
	Otro	40%
	Altos precios	20%
	Horario no adecuado a sus necesidades	0%
Frecuencia de uso de la Tienda ASET	De 1 a 3 veces	28%
	De 4 a 6 veces	32%
	Más de 6 veces	40%
Monto mensual destinado a compras en la Tienda ASET	Menos de 2000 colones	30%
	De 2000 a 6000 colones	57%
	Más de 6000 colones	13%
Percepción de los precios de la Tienda ASET	Altos	27%
	Moderados	68%
	Bajos	5%

Apéndice 12. Resultados matriz frecuencia de uso por parte de los estudiantes de los productos o servicios que brindaba la Tienda ASET

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Fotocopiado de documentos	3%	15%	83%
Impresión de documentos	5%	20%	76%
Artículos de librería y oficina	21%	58%	22%
Artículos de uso personal	90%	7%	3%
Empaste de documentos	57%	31%	11%
Recargas telefónicas	49%	24%	26%
Equipos de cómputo	90%	6%	3%
Electrodomésticos	98%	0%	2%
Golosinas	66%	26%	8%

Apéndice 13. Resultados matriz calificación de la Tienda ASET por parte de los estudiantes

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Diversidad de productos y servicios	5%	32%	63%
Calidad de productos y servicios	4%	36%	61%
Servicio al cliente	7%	40%	53%
Horario	25%	38%	38%

Apéndice 14. Resultados matriz diagnóstico de la frecuencia de adquisición de productos o servicios por parte de los estudiantes en caso de ser brindados por la ASET

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico	31%	24%	45%

Computadoras con acceso a Internet para impresión de documentos	13%	25%	62%
Artículos de uso personal	75%	18%	8%
Pago de servicios	72%	21%	8%
Servicio de impresión, fotocopiado y empastado	5%	16%	80%
Venta de libros y folletos solicitados en cursos	18%	19%	62%
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	67%	28%	5%
Artículos de librería y oficina	19%	31%	50%
Escaneo de documentos	33%	37%	30%
Venta de frutas y batidos	55%	25%	19%
Recargas telefónicas	28%	31%	51%
Venta de golosinas	61%	24%	15%

Apéndice 15. Resultados matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los estudiantes

Variable	Situación de la ASET
Horario para los servicios	Los servicios que brinda la ASET se ofrecen generalmente de 7.30 a.m. a 4.30 p.m.
Facilidades que les gustaría recibir	La ASET no ofrece facilidades o servicios adicionales en los servicios que brinda.
Medios de información	La ASET utiliza dos medios de información para mantenerse en contacto con los clientes, los cuales son el correo electrónico y el teléfono.

Apéndice 16. Resultados matriz diagnóstico del servicio de bus estudiantil por parte de los estudiantes

Variable	Opciones	Porcentaje
Uso del servicio de bus estudiantil	Si	56%
	No	44%

Apéndice 17. Resultados matriz frecuencia de uso de los distintos horarios del bus estudiantil por parte de los estudiantes

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
6:25 a.m.	73%	16%	11%
12:00 p.m.	11%	49%	41%
4:15 p.m.	14%	28%	58%
9:00 p.m.	52%	35%	13%

Apéndice 18. Resultados matriz diagnóstico de la ASET por parte de los funcionarios no asociados

Variable	Opciones	Porcentaje
Conocimiento de los beneficios de estar afiliado a una asociación Solidarista	Si	79%
	No	21%
Conocimiento de la existencia de la ASET	Si	100%
	No	0%
Conocimiento de los servicios que brinda la ASET	Si	69%
	No	31%
	Si	29%

Afiliación en algún momento a la ASET	No	71%
Medios por los que se enteraron de la existencia de la ASET	Otro funcionario se lo comentó	63%
	Indagación propia	25%
	Lo visitaron por parte de la Asociación	6%
	Se lo indicaron a la hora de su contratación	6%
Porque se retiraron de la ASET	Se afiliaron a la ASETEC, no les resultó beneficioso o no satisfacía sus necesidades y deseos.	25%
	Imposibilidad de hacer el ahorro obrero	75%
	Ninguna de las opciones brindadas	0%
Interés en ingresar o reingresar a la ASET	Si	36%
	No	64%

Apéndice 19. Resultados matriz frecuencia de adquisición de productos o servicios que brinda la ASET en caso de llegar a afiliarse a la ASET

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Préstamos personales para educación	70%	10%	20%
Préstamos para proyectos de inversión	60%	20%	20%
Préstamos para mejoras a vivienda	70%	10%	20%
Convenio con Importadora Monge	50%	40%	10%
Préstamos personales para salud	70%	10%	20%
Préstamos para gastos fúnebres	70%	20%	10%
Préstamo personal de consumo	50%	40%	10%
Convenio con Adobe Rent a Car	100%	0%	0%
Convenio con Hoteles Barceló	70%	20%	10%

Préstamo personal ordinario	60%	30%	10%
Préstamos solidarios	50%	40%	10%

Apéndice 20. Resultados matriz diagnóstico de la frecuencia de adquisición de productos o servicios por parte de los funcionarios no asociados en caso de ser brindados por la ASET

Variable	Negativo	Precaución	Positivo
Computadoras con acceso a internet para impresión de documentos	50%	43%	7%
Artículos de uso personal	36%	57%	7%
Pago de servicios	50%	7%	43%
Envío de documentos a imprimir por correo electrónico	65%	14%	21%
Servicio de fotocopiado, impresión y empastado	14%	29%	57%
Venta de equipo de cómputo y tecnológico	43%	43%	14%
Venta de certificados de depósito a plazo	65%	28%	7%
Artículos de librería y oficina	14%	36%	50%
Escaneo de documentos	71%	14%	14%
Venta de frutas y batidos	28%	50%	21%
Recargas telefónicas	50%	14%	35%
Artículos deportivos	50%	29%	21%
Venta de golosinas	50%	29%	21%

Apéndice 21. Resultados matriz diagnóstico de las necesidades y deseos de los funcionarios no asociados

Variable	Situación de la ASET
Horario para los servicios	Los servicios que brinda la ASET se ofrecen generalmente de 7.30 a.m. a 4.30 p.m.
Facilidades que les gustaría recibir	La ASET no ofrece facilidades o servicios adicionales en los servicios que brinda a los asociados.
Medios de información	La ASET utiliza dos medios de información para mantenerse en contacto con los asociados, los cuales son el correo electrónico y el teléfono.

Apéndice 22. Opciones de convenios para la ASET

Convenios de interés para los asociados	
Área	Empresa
Hoteles y centros recreativos	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles Barceló • Cadena de Hoteles Decameron • Hoteles Hilton • Sky Adventures • Condotropic del Pacifico • Hotel Magic Mountain • Hotel Termales del Bosque • Kalambu Hot Springs • Hotel Riu Guanacaste • Hotel Best Western Jacó
Agencias de viajes	<ul style="list-style-type: none"> • Agencia de viajes Aeronorte S.A. • Agencia de viajes San Carlos • Viajes Magallanes LTDA • Agencia de viajes Colón S.A. • Agencia de viajes Dream Travels

<p>Tiendas de tecnología, electrodomésticos y muebles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Importadora Monge • Tienda de electrodomésticos y materiales eléctricos COOPELESCA R.L. • Celulares ICEL • Importaciones la Oficina • Tiendas Gollo • Casa Blanca • Mundotec • SEDECO S.A. • Muebles Miguel Blanco • Muebles Sarchí
<p>Tiendas de calzado, deportivas y de ropa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas El Caminante • Tienda Fusión • Zapatería Sussy • Zapatería Arias • Zapatería ISA • Boutique Baruk • Barbarel's Surf Boutique • Apsara Boutique • Perfumería Marabú • Joyería San Ramón
<p>Centros de salud</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clínica de Tratamiento Estético y Spa Beraca • Hospital Cooperativo San Carlos Borromeo • Centro Médico CEMAF • Clínica Aryal • Farmacias Lizano • Farmacias San Carlos • Farmacias del Norte • Clínica Dental ODONTEC • Ópticas visión • Óptica Farrier • ASEMBIS • Eligon Gym
<p>Materiales de construcción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ferretería Rojas y Rodríguez

	<ul style="list-style-type: none"> • Electro Beyco • Super Bloque • Almacén el Central • Duralac pinturas • El Colono Construcción • Ferretería Miller • Ferretería la Central
Venta de vehículos	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Rent a Cart • Agencia Datsún • Agencia Nissan • Agencia Toyota • Purdy Motor San Carlos
Centros de educación	<ul style="list-style-type: none"> • Instituto Jiménez • Universidad de San José • Universidad Internacional San Isidro Labrador • FUNDATEC • Centro Infantil Pececitos • Escuela Montessori Mundo de Niños
Lotes y propiedades	<ul style="list-style-type: none"> • Lotes Linda Vista • Quintas Lago Wilson • Residencial la Paz • Grupo Ecoquintas
Servicios funerarios	<ul style="list-style-type: none"> • Campo Santo y Funeraria Valle Dorado • Funeraria el Milagro de la Fe S.A. • Funeraria del Magisterio • Funeraria Jardines del Recuerdo
Otros servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Mario Barquero Enterprises

Apéndice 23. Facilidades que puede brindar la ASET a sus clientes

Facilidades para los clientes	
Facilidad	Detalle
Facilidades de pago	<ul style="list-style-type: none"> • Rebajos de planilla a funcionarios asociados (a conveniencia del asociado si se hacen quincenales o mensuales). • Créditos adecuados a la capacidad de pago de los asociados. • Oportunidad de pagos a crédito. • Sistema de apartados.
Pedidos online	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma virtual en la cual se puedan realizar consultas de productos y servicios, realizar compras con tarjeta de crédito y/o débito y hacer pedidos específicos de productos.
Servicio express	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema por el cual los productos o servicios adquiridos puedan ser entregados en las oficinas o lugares de trabajo de los funcionarios o en las habitaciones de los estudiantes que viven en los alrededores de la universidad.
Servicio prepago	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio por medio del cual los usuarios puedan adquirir tarjetas con cantidades específicas de dinero para adquirir en el momento que deseen productos o servicios que brinde la ASET.

Apéndice 24. Formulario solicitud préstamo personal ordinario

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos 

SOLICITUD DE PRÉSTAMO PERSONAL ORDINARIO

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones):

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 60 72 Otro:

Refundir con préstamos previos: Sí No

REQUISITOS

-Completar formulario solicitud de préstamo personal ordinario.

AUTORIZACIÓN

Autorizo a la Asociación Solidarista de Empleados el Tecnológico de Costa Rica (ASET) para que solicite ante la instancia pertinente que se deduzca de mi salario de forma quincenal la suma de () a partir del mes de del año por concepto de préstamo solicitado.

Firma del solicitante

Apéndice 25. Formulario solicitud préstamos sobre excedentes

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos



SOLICITUD DE PRÉSTAMO SOBRE EXCEDENTES

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones):

Plazo de pago solicitado en meses: 1 2 3 4 Otro:

Refundir con préstamos previos: Si No

REQUISITOS

-Completar formulario solicitud de préstamo sobre excedentes.

AUTORIZACIÓN

Autorizo a la Asociación Solidarista de Empleados el Tecnológico de Costa Rica (ASET) para que deduzca de mis excedentes la suma de () para la cancelación de este préstamo.

Firma del solicitante

Apéndice 26. Formulario solicitud préstamo para proyectos de inversión

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos



SOLICITUD DE PRÉSTAMO PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones):

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 60 72 84 96 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Sí No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es)
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo proyectos de inversión.
- Estado perfil de viabilidad económica.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 27. Formulario solicitud préstamo personal de consumo

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos



SOLICITUD DE PRÉSTAMO PERSONAL DE CONSUMO

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones): ₡

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 60 72 84 96 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Sí No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es)
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo personal de consumo.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 28. Formulario solicitud préstamo solidario

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos



SOLICITUD DE PRÉSTAMO SOLIDARIO

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:
 Dirección domicilio:
 Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:
 Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones): ₡
 Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 Otro:
 Plan de inversión:

 Refundir con préstamos previos: Si No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:
 Institución donde labora: Puesto:
 Dirección domicilio:
 Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:
 Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:
 Institución donde labora: Puesto:
 Dirección domicilio:
 Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:
 Correo electrónico:

REQUISITOS

-Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es). -Constancia salarial del deudor y fiador(es).
 -Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es) -Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
 -Completar formulario solicitud de préstamo solidario.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 29. Formulario solicitud préstamo para mejoras a vivienda



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

SOLICITUD DE PRÉSTAMO PARA MEJORAS A VIVIENDA

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones): ₡

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Sí No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es).
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo para mejoras a vivienda.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 30. Formulario solicitud préstamo personal para educación



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

SOLICITUD DE PRÉSTAMO PERSONAL PARA EDUCACIÓN

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones):

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Si No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es).
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo personal para educación.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 31. Formulario solicitud préstamo personal para salud



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

SOLICITUD DE PRÉSTAMO PERSONAL PARA SALUD

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones): ₡

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Si No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es).
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo personal para salud.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 32. Formulario solicitud préstamo para gastos fúnebres



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

SOLICITUD DE PRÉSTAMO PARA GASTOS FÚNEBRES

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones): ₡

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Sí No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es).
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo para gastos fúnebres.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 33. Formulario solicitud préstamo para vivienda



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

SOLICITUD DE PRÉSTAMO PARA VIVIENDA

Fecha: / /

DATOS DEL DEUDOR

Nombre: Cédula:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL CRÉDITO

Monto solicitado (colones): ₡

Plazo de pago solicitado en meses: 12 24 36 48 60 72 84 96 Otro:

Plan de inversión:

Refundir con préstamos previos: Sí No

DATOS DEL FIADOR 1

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

DATOS DEL FIADOR 2

Nombre: Cédula:

Institución donde labora: Puesto:

Dirección domicilio:

Teléfono oficina: Teléfono celular/habitación:

Correo electrónico:

REQUISITOS

- Fotocopia cédula de identidad deudor y fiador(es).
- Constancia salarial del deudor y fiador(es).
- Últimas dos colillas de pago del deudor y fiador(es).
- Declaración jurada de deudas de deudor y fiador(es).
- Completar formulario solicitud de préstamo para vivienda.

*Préstamos de ₡2.000.000 a ₡3.000.000 requieren un fiador y por más de ₡3.000.000 requieren dos fiadores.

Firma del solicitante

Apéndice 34. Formulario declaración jurada de deudas deudor

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos 

DECLARACIÓN JURADA DE DEUDAS DEUDOR (A)

Fecha: / /

Yo , cédula ,

declaro bajo fe de juramento que tengo deudas personales por pagar con las siguientes instituciones y por los saldos aquí indicados:

1.	<input type="text"/>	, saldo	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>	, saldo	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>	, saldo	<input type="text"/>
4.	<input type="text"/>	, saldo	<input type="text"/>
5.	<input type="text"/>	, saldo	<input type="text"/>

Por tanto quedo sujeto a estudio con el fin de poder calificar como fiador del crédito solicitado por con la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos (ASET).

Firma del deudor (a)

Apéndice 35. Formulario declaración jurada de deudas fiador

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos 

DECLARACIÓN JURADA DE DEUDAS FIADOR (A)

Fecha: ___/___/___

Yo _____, cédula _____,

declaro bajo fe de juramento que tengo deudas personales por pagar con las siguientes instituciones y por los saldos aquí indicados:

1.	_____	, saldo	_____.
2.	_____	, saldo	_____.
3.	_____	, saldo	_____.
4.	_____	, saldo	_____.
5.	_____	, saldo	_____.

Por tanto quedo sujeto a estudio con el fin de poder calificar como fiador del crédito solicitado por _____ con la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos (ASET).

Firma del fiador (a)

Apéndice 36. Contrato préstamo mercantil

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos



CONTRATO DE PRESTAMO MERCANTIL

Número ____/____/____

Entre nosotros, Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos (en adelante ASET), cédula de personería Jurídica 3-002056019-18 representada en este acto por su presidente el Sr. Sergio Torres Portuguez, cédula de identidad 3-282-674, en calidad de **ACREEDOR**, y _____, cédula de identidad _____ en calidad de **DEUDOR(A)**, así como _____, cédula de identidad _____ y _____, cédula de identidad _____ en calidad de **FIADOR(A) SOLIDARIOS (AS)**, acordamos suscribir el presente contrato de préstamo mercantil, el cual se registrará por el ordenamiento jurídico de nuestro país y por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: DEL OBJETO. El presente crédito se otorga a la ASOCIADO(A) con el fin de ser usado de forma discrecional por lo que no se requiere supervisión del acreedor.

SEGUNDA: MONTO. Que la ASET otorga al DEUDOR(A) un crédito por la suma de c_____ (_____), el cual deberá ser reintegrado mediante cuotas irregulares, mensuales, variable, vencidas y consecutivas que inicialmente serán de c_____ (_____), debiendo realizar la primera cancelación de cuota durante el mes de _____ del año _____.

TERCERA: DEL PLAZO. El plazo para el uso de este préstamo será de _____ meses a partir de la firma de este contrato.

CUARTA: DE LOS INTERESES. El DEUDOR(A) reconoce que la deuda devengará intereses corrientes anuales, ajustables sobre los saldos de capital adeudado pagaderos por mes vencido, a partir de la fecha de constitución del documento legal correspondiente a una tasa de interés de _____ PUNTOS PORCENTUALES; dichos intereses serán ajustables periódicamente según las variaciones de la tasa Básica del Banco Central de Costa Rica, del mercado financiero nacional a criterio de la Junta Directiva de ASET.

QUINTA: INTERESES MORATORIOS. El DEUDOR(A) reconoce intereses moratorios iguales a la suma de los intereses corrientes más DIEZ PUNTOS PORCENTUALES, calculados sobre el monto del



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

abono retrasado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo ocho inciso d) del Reglamento Crédito de ASET.

SEXTA: DEL INCUPLIMIENTO. Las partes convienen que a falta de pago de una o más cuotas del crédito, ya sea por despido, jubilación, incapacidad, muerte o insolvencia financiera del **DEUDOR(A)**, dará derecho al **ACREEDOR** a solicitar el reintegro total del saldo adeudado.

SETIMA: OTRAS OBLIGACIONES CONTRAIDAS. El **DEUDOR(A)** autoriza a la ASET para solicitar ante la instancia correspondiente del Instituto Tecnológico de Costa Rica, la retención de la cuota del presente crédito, tanto pendiente como vencidas y los intereses moratorios generados del salario devengado por el **DEUDOR(A)**; adicionalmente permite la consulta de su nivel de endeudamiento ante cualquier intermediario del Sistema Bancario Nacional y ante la Superintendencia General de Entidades Financieras; asimismo, manifiesta que conoce y acepta que cualquier dato falso u omitido, que se pueda deducir de la información aportada, corroborado ante las entidades citadas, será motivo suficiente para solicitar anticipadamente el reembolso del dinero prestado.

OCTUBRE: AUTORIZACION DE LOS FIADORES(AS) PARA DEDUCCION DE PLANILLA. En caso de que el **DEUDOR(A)** quede insoluto para hacer frente a la obligación aquí contraída por alguna de las razones indicadas en la cláusula sexta y sin que medio notificación alguna, los **FIADORES(AS) SOLIDARIOS(AS)** en este acto CEDEN de su salario mensual de manera expresa, formal e irrevocable un monto equivalente al 100% de la cuota mensual según se establece en la tabla de pagos correspondiente EN PARTES IGUALES, y facultan y autorizan a la ASET a solicitar ante la instancia correspondiente del Instituto Tecnológico de Costa Rica, deducir de su salario el monto correspondiente a la mensualidad del préstamo otorgado al **DEUDOR(A)**, el cual se recalculará con base en el tiempo faltante y el saldo adeudado, incluyendo el importe de sus obligaciones vencidas e intereses moratorios, así como todos los gastos y suma adeudada que se originen en la "Puesta al Día" del préstamo otorgado.

NOVENA: CESION DE DERECHOS. Si por los años de laborar u otra razón el **DEUDOR(A)** se acoge a su jubilación o es despedido(a) antes de la cancelación total de su obligación, en este acto y con base en lo estipulado en el Código de Comercio y en el Código Civil, CEDE a favor de la ASET, su



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

derecho a los dineros que por la razón mencionada le corresponde hasta por un monto igual al saldo de su deuda más intereses moratorios y los gastos de cobro.

DECIMA: PROTECCION DE SALDO DEUDOR. En caso de fallecimiento o incapacidad permanente del DEUDOR(A), el saldo pendiente de pago NO será cobrado, sino que lo asumirá la ASET con cargo al Fondo de Protección de Saldos Deudor, por tal motivo el DEUDOR(A) autoriza a la ASET a cobrar un recargo de CERO PUNTO SESENTA Y CINCO PUNTOS PORCENTUALES sobre la tasa de interés indicada en la cláusula tercera, y el dinero recaudado sea acreditado a dicho Fondo.

DECIMA PRIMERA: PAGO EXTRAORDINARIO Y REFUNDICION. El DEUDOR(A) tiene la facultad de efectuar pagos parciales o el total de lo adelantado en sus obligaciones, así como refundir sus préstamos sin costo adicional.

DECIMA SEGUNDA. El DEUDOR(A) renuncia a su domicilio y se somete a la legislación pertinente para los efectos legales que deriven del presente contrato y de su ejecución y cumplimiento de las obligaciones contraídas con la ASET.

En fe de lo anterior, firmamos en la comunidad de Santa Clara, San Carlos, Alajuela el día _____ de _____ del año _____.

Acreedor: _____

Por ASET, SR. Sergio Torres Portuguez

Deudor(a): _____

Sr(a).

Fiador(a) solidario(a): _____

Sr(a).

Fiador(a) solidario(a): _____

Sr(a).

Apéndice 37. Autorización deducción planilla ahorro futuro

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos 

**AUTORIZACIÓN PARA DEDUCCIÓN
DE PLANILLA**

Fecha: ___/___/___

Señores ASET
Santa Clara, San Carlos

Estimados señores:

Yo, _____ cédula de identidad número _____, en calidad de funcionario(a) del Tecnológico de Costa Rica, **AUTORIZO** a la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos (ASET), para que solicite ante la instancia pertinente que se deduzca de mi salario de forma mensual la suma de ₡ _____ en letras _____ a partir del mes de _____ del año _____ por concepto de la apertura del plan de ahorros a futuro por un plazo de:

<input type="checkbox"/> 1 año	<input type="checkbox"/> 3.5 años
<input type="checkbox"/> 1.5 años	<input type="checkbox"/> 4 años
<input type="checkbox"/> 2 años	<input type="checkbox"/> 4.5 años
<input type="checkbox"/> 2.5 años	<input type="checkbox"/> 5 años
<input type="checkbox"/> 3 años	<input type="checkbox"/> Otro: _____

Firma asociado solicitante

Apéndice 38. Autorización deducción planilla otros tipos de ahorro

Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos 

**AUTORIZACIÓN PARA DEDUCCIÓN
DE PLANILLA**

Fecha: ___/___/___

Señores ASET
Santa Clara, San Carlos

Estimados señores:

Yo, _____ cédula de identidad número
_____, en calidad de funcionario(a) del Tecnológico de Costa Rica,
AUTORIZO a la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos
(ASET), para que solicite ante la instancia pertinente que se deduzca de mi salario de forma
mensual la suma de ₡ _____ en letras _____ a
partir del mes de _____ del año _____ por concepto de la apertura del siguiente plan
de ahorro:

Navideño
 Cuesta de Enero
 Vacaciones de Medio Periodo
 A la Vista
 Otro: _____

Firma asociado solicitante

Apéndice 39. Descripción servicio envío de documentos a imprimir con antelación

Detalles del servicio	Correo que se envíe debe de contener
<p>-Durante el horario de trabajo, los documentos se deben de enviar con al menos dos horas de anticipación.</p> <p>-Los documentos enviados al finalizar el horario de trabajo, serán impresos y entregados el día hábil siguiente después de horas del inicio de la jornada laboral.</p>	<p>-Nombre del solicitante.</p> <p>-Número de identificación (Carné, cédula).</p> <p>-Fecha y hora para la cual requiere el documento impreso.</p> <p>-Adjuntar documento.</p> <p>-Si necesita algún servicio adicional, como el empaste, deberá indicar el material y tonos de colore en los cuales los requiere.</p>

Apéndice 40. Boleta para sugerencias de los asociados para la mejora de los productos, servicios y la gestión de la ASET



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

¿Qué sugerencias brindaría para mejorar los productos, servicios y la gestión de la ASET?

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 41. Boleta para sugerencias de los usuarios de adquieren productos y servicios ofrecidos por la ASET



Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico Sede San Carlos

¿Qué sugerencias brindaría para mejorar los productos y servicios que recibe por parte de la ASET?

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 42. Encuesta de para conocer la opinión de los asociados sobre los productos, servicios y la gestión que realiza la ASET

¡Reciba un cordial saludo!

La siguiente encuesta tiene como finalidad realizar una valoración de los productos y servicios que usted recibe como asociado y realizar una valoración de la gestión de la ASET.

1. Dependencia en que labora

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Soda Comedor | <input type="checkbox"/> Financiero-Contable |
| <input type="checkbox"/> Dirección Administrativa | <input type="checkbox"/> Dirección de Sede |
| <input type="checkbox"/> Vigilancia | <input type="checkbox"/> Transportes |
| <input type="checkbox"/> Escuela de Agronomía | <input type="checkbox"/> Carrera de Administración de Empresas |
| <input type="checkbox"/> Carrera de Computación | <input type="checkbox"/> Carrera de Producción Industrial |
| <input type="checkbox"/> Carrera de Electrónica | <input type="checkbox"/> Carrera de Turismo |
| <input type="checkbox"/> Escuela de Ciencias Exactas | <input type="checkbox"/> Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales |
| <input type="checkbox"/> CTEC | <input type="checkbox"/> Regionalización |
| <input type="checkbox"/> DEVESA | <input type="checkbox"/> Otro. Indique: _____ |

2. ¿Qué calificación le daría a los siguientes productos o servicios que recibe de la ASET?

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	6 No sé, no respondo
Líneas de crédito						
Planes de ahorro						
Convenios con otros entes						
Otros productos o servicios						

3. ¿Qué sugerencias brindaría para mejorar los productos y servicios descritos con anterioridad?

4. ¿Cómo califica el papel que desempeñan los directivos de la ASET?

	1 Pésimo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente	6 No sé, no respondo
Junta Directiva						
Administrador de la ASET						

5. ¿Qué sugerencias brindaría para mejorar la gestión de los directivos de la ASET?

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 43. Propuesta carné asociados



ANEXOS

ANEXO 1. GUÍA ENTREVISTA PARA VALORAR EL COMPORTAMIENTO Y LA TRAYECTORIA DE ENTES SIMILARES A LA ASET	317
ANEXO 2. SOLICITUD DE CRÉDITO PERSONAL ORDINARIO	319
ANEXO 3. SOLICITUD DE CRÉDITO SOBRE EXCEDENTES	320
ANEXO 4. SOLICITUD DE CRÉDITO PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN	321
ANEXO 5. SOLICITUD DE CRÉDITO PARA CONSUMO	322
ANEXO 6. SOLICITUD DE CRÉDITO SOLIDARIO	323
ANEXO 7. SOLICITUD DE CRÉDITO MEJORAS A VIVIENDA	324
ANEXO 8. SOLICITUD DE CRÉDITO PERSONAL PARA EDUCACIÓN	325
ANEXO 9. SOLICITUD DE CRÉDITO PERSONAL PARA SALUD	326
ANEXO 10. SOLICITUD CRÉDITO PARA GASTOS FÚNEBRES	327
ANEXO 11. DECLARACIÓN JURADA DE DEUDAS-DEUDOR	328
ANEXO 12. DECLARACIÓN JURADA DE DEUDAS-FIADOR.....	329
ANEXO 13. CONTRATO CRÉDITO MERCANTIL	330
ANEXO 14. AUTORIZACIÓN DEDUCCIÓN PLANILLA AHORRO NAVIDEÑO, CUESTA ENERO, VACACIONAL MEDIO PERIODO Y A LA VISTA	333

Anexo 1. Guía entrevista para valorar el comportamiento y la trayectoria de entes similares a la ASET

Guía de entrevista para valorar el comportamiento y la trayectoria de entes similares a la ASET	
<p>¡Reciba un cordial saludo!</p> <p>La siguiente entrevista tiene como finalidad obtener información por parte de entes similares a la Asociación Solidarista de Empleados del TEC en San Carlos, para conocer en términos generales sobre la gestión de la Asociación y proceder a proponer un plan estratégico para dicha Asociación, que le permita orientar sus acciones durante los próximos 5 años. La información que aquí se revele tendrá total confidencialidad. Agradezco su colaboración.</p>	
Fecha:	
Entrevistador:	
Entrevistado:	
Puesto que ocupa:	
Nombre de la Asociación:	
Empresa a la que pertenece:	
Preguntas	
1. ¿En qué año se fundó la Asociación?	
2. ¿Cuántas personas trabajan para la Asociación? () 0 a 2 () 3 a 6 () 7 a 9 () más de 9	
3. ¿Con cuántos empleados cuenta la organización? () 0 a 25 () 26 a 50 () 51 a 100 () 101 a 150 () 151 a 200 () Más de 200	
4. ¿Cuántos de ellos son asociados? () 0 a 25 () 26 a 50 () 51 a 100 () 101 a 150 () 151 a 200 () Más de 200	
5. ¿Cuáles son los medios de comunicación más utilizados para mantenerse en contacto con el asociado? () Facebook () Correo () Pizarras informativas () Páginas web () Teléfono () Boletines impresos Otro: _____	
6. En cuanto a tecnología ¿Cómo considera a la Asociación? () Sistematizada () Semi-sistematizada () No sistematizada	
7. ¿Cómo califica el equipo y las instalaciones físicas?	

() Pésimo ()Malo ()Regular () Bueno ()Excelente
8. ¿Tiene la Asociación normativas y políticas propias? ¿Cuáles?
9. ¿Cuáles beneficios y servicios se les brinda a los asociados?
10. ¿Qué servicios ofrecen a los empleados no asociados?
11. ¿Cuentan con convenios o alianzas? ¿Han sido beneficiosos?
12. ¿En qué se basan para definir precios o tasas de los servicios ofrecidos?
13. ¿Qué negocios considera exitosos para la Asociación (actuales o pasados)?
14. ¿Qué negocios considera poco rentables para la Asociación (actuales o pasados)?
15. ¿Cuáles cree usted que han sido las limitantes más fuertes para la Asociación?
16. ¿Tienen una dirección estratégica bien definida? (Cuentan con misión, visión, factores críticos de éxito)
17. ¿Cuenta la Asociación con un plan estratégico vigente? Sí: ¿Les ha sido útil? No: ¿Lo considera necesario? ¿Por qué?
18. ¿Cómo califica el papel y peso de la JD en la toma de decisiones y el desempeño de la Asociación?

SOLICITUD DE CREDITO PERSONAL ORDINARIO

FECHA _____

NOMBRE _____ CEDULA _____

MONTO SOLICITADO ₡ _____ TEL. _____

_____)

(Valor en letras)

1. Plazo del préstamo () 3 meses () 6 meses
() 12 meses () 24 meses
() 36 meses () 48 meses
() 60 meses () 72 meses
2. Refundir con créditos previos () Sí () No

Autorizo al ITCR (INSTITUTO TECNOLOGICO DE COSTA RICA) a deducir de mi salario el préstamo solicitado mediante cuotas quincenales según el monto indicado por ASET en la planilla respectiva.

FIRMA DEL SOLICITANTE

Anexo 3. Solicitud de crédito sobre excedentes

ASET, 2015

SOLICITUD DE CREDITO SOBRE EXCEDENTES

FECHA _____

NOMBRE _____ CEDULA _____

MONTO SOLICITADO ₡ _____ TEL. _____

(_____)

(Valor en letras)

1. Plazo del préstamo () 1 meses () 2 meses
() 3 meses () 4 meses

2. Refundir con créditos previos () Sí () No

Autorizo al ITCR (INSTITUTO TECNOLOGICO DE COSTA RICA) a deducir de mi salario el préstamo solicitado mediante cuotas quincenales según el monto indicado por ASET en la planilla respectiva.

FIRMA DEL SOLICITANTE

SOLICITUD DE CREDITO PERSONAL PARA INVERSION

(Garantía Fiduciaria)

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENCION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS FIADORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

FIADOR 2

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

PLAN DE INVERSION: _____

MONTO SOLICITADO _____

Plazo de pago solicitado en meses () 12 () 24 () 36 () 48 () 60 () 72 ()
84 () 96

Otro: _____

FIRMA DEL SOLICITANTE

SOLICITUD DE CREDITO PARA GASTOS PERSONALES

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENSION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS FIADORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

FIADOR 2

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

MONTO SOLICITADO _____

- Plazo de pago solicitado en meses () 12, () 24, () 36, () 48, () 60, () 72, () 84,
() 96 Otro _____
- Refundir con créditos previos () Sí () No

FIRMA DEL SOLICITANTE

SOLICITUD DE CREDITO SOLIDARIO

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENCION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS DEUDORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

PLAN DE INVERSIÓN: _____

MONTO SOLICITADO _____

Plazo de pago solicitado en meses () 12 () 24 () 36 () 48

FIRMA DEL SOLICITANTE

Anexo 7. Solicitud de crédito mejoras a vivienda

SOLICITUD DE CREDITO PARA MEJORAS A VIVIENDA

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENCION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS FIADORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

FIADOR 2

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

MONTO SOLICITADO _____

- Plazo de pago solicitado en meses () 12, () 24, () 36, () 48, Otro _____
- Refundir con créditos previos () Sí () No

FIRMA DEL SOLICITANTE

**SOLICITUD DE CREDITO
PARA PAGO DE RUBROS DE EDUCACION**
(Garantía Fiduciaria)

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENCION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS DEUDORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

PLAN DE INVERSIÓN: _____

MONTO SOLICITADO _____

Plazo de pago solicitado en meses () 12 () 24 () 36 () 48 () 60 () 72

FIRMA DEL SOLICITANTE

SOLICITUD DE CREDITO PARA PAGO DE RUBROS DE SALUD

(Garantía Fiduciaria)

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENCION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS FIADORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

PLAN DE INVERSIÓN:

MONTO SOLICITADO _____

Plazo de pago solicitado en meses () 12 () 24 () 36 () 48

FIRMA DEL SOLICITANTE

Anexo 10. Solicitud crédito para gastos fúnebres

SOLICITUD DE CREDITO PARA GASTROS FÚNEBRES

(Garantía Fiduciaria)

FECHA _____

DATOS DEL DEUDOR

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

EXTENSION DE OFICINA _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

DATOS DE LOS FIADORES

FIADOR 1

NOMBRE _____ CEDULA _____

DIRECCION DOMICILIO _____

TEL. /EXT DE TRABAJO _____ TEL. PERSONAL _____

Dirección Electrónica: _____

PLAN DE INVERSIÓN:

MONTO SOLICITADO _____

Plazo de pago solicitado en meses () 12 () 24 () 36 () 48

FIRMA DEL SOLICITANTE

Anexo 11. Declaración jurada de deudas-Deudor

DECLARACION JURADA DE DEUDAS
(DEUDOR (A))

Yo _____, cédula _____

Declaro bajo Fe de juramento que tengo deudas personales por pagar distribuidas de la siguiente forma:

1. _____, monto _____.
2. _____, monto _____.
3. _____, monto _____.
4. _____, monto _____.
5. _____, monto _____.

Por tanto quedo sujeto a estudio con el fin de poder acceder a préstamos ante la Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico con Sede en San Carlos (ASET).

FIRMA

Anexo 12. Declaración jurada de deudas-Fiador

**DECLARACION JURADA DE DEUDAS
(FIADOR (A))**

Yo _____, cédula _____

Declaro bajo Fe de juramento que tengo deudas personales por pagar distribuidas de la siguiente forma:

1. _____, monto _____.
2. _____, monto _____.
3. _____, monto _____.
4. _____, monto _____.
5. _____, monto _____.

Por tanto quedo sujeto a estudio con el fin de poder calificar como fiador del crédito solicitado por _____ con la Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico con Sede en San Carlos (ASET).

FIRMA

Anexo 13. Contrato crédito mercantil

CONTRATO DE PRESTAMO MERCANTIL

NUMERO ___/___/___.

Entre nosotros, Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico de Costa Rica Sede San Carlos, en adelante ASET, cédula de personería Jurídica 3-002056019-18 representada en este acto por su presidente el Sr. Sergio Torres Portuguez, cédula de identidad 3-282-674, en calidad de **ACREEDOR**, y _____, cédula de identidad _____ en calidad de **DEUDOR(A)**, así como _____, cédula de identidad _____ y _____, cédula de identidad _____ en calidad de **FIADORAS SOLIDARIAS**, acordamos suscribir el presente contrato de préstamo mercantil, el cual se registrá por el ordenamiento jurídico de nuestro país y por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: DEL OBJETO. El presente crédito se otorga a la ASOCIADA con el fin de ser usado de forma discrecional por lo que no se requiere supervisión del acreedor.

SEGUNDA: MONTO Que la ASET otorga al DEUDORA un crédito por la suma de ₡ _____, en letras (_____), el cual deberá ser reintegrado mediante cuotas irregulares, mensuales, variable, vencidas y consecutivas que inicialmente serán de ₡ _____, en letras (_____), debiendo realizar la primera cancelación de cuota durante el mes de _____ del año _____.

TERCERA: DEL PLAZO. El plazo para el uso de este préstamo será de _____ meses a partir de la firma de este contrato.

CUARTA: DE LOS INTERESES: La DEUDORA reconoce que la deuda devengará intereses corrientes anuales, ajustables sobre los saldos de capital adeudado pagaderos por mes vencido, a partir de la fecha de constitución del documento legal correspondiente a una tasa de interés de _____ PUNTOS PORCENTUALES, dichos intereses serán ajustables periódicamente según las variaciones de la tasa Básica del Banco Central de Costa Rica, del mercado financiero nacional a criterio de la Junta Directiva de ASET.

QUINTA: INTERESES MORATORIOS. La DEUDORA reconoce intereses moratorios iguales a la suma de los intereses corrientes más _____PUNTOS PORCENTUALES, calculados sobre el monto del abono retrasado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo ocho inciso d) del Reglamento Crédito de ASET.

SEXTA: DEL INCUPLIMIENTO. Las partes convienen que a falta de pago de una o más cuotas del crédito, ya sea por despido, jubilación, incapacidad, muerte o insolvencia financiera de la DEUDORA, dará derecho al ACREEDOR a solicitar el reintegro total del saldo adeudado.

SETIMA: OTRAS OBLIGACIONES CONTRAIDAS. La DEUDORA autoriza a la ASET para solicitar ante la instancia correspondiente del Instituto Tecnológico de Costa Rica, la retención de la cuota del presente crédito, tanto pendiente como vencidas y los intereses moratorios generados del salario devengado por la DEUDORA; adicionalmente permite la consulta de su nivel de endeudamiento ante cualquier intermediario del Sistema Bancario Nacional y ante la Superintendencia General de Entidades Financieras; asimismo, manifiesta que conoce y acepta que cualquier dato falso u omitido, que se pueda deducir de la información aportada, corroborado ante las entidades citadas, será motivo suficiente para solicitar anticipadamente el reembolso del dinero prestado.

OCTAVA: AUTORIZACION DE FIADORAS PARA DEDUCCION DE PLANILLA. En caso de que la DEUDORA quede insoluto para hacer frente a la obligación aquí contraída por alguna de las razones indicadas en la cláusula sexta y sin que medio notificación alguna, las FIADORAS SOLIDARIAS en este acto CEDEN de su salario mensual de manera expresa, formal e irrevocable un monto equivalente al 100% de la cuota mensual según se establece en la tabla de pagos correspondiente EN PARTES IGUALES, y facultan y autorizan a la ASET a solicitar ante la instancia correspondiente del Instituto Tecnológico de Costa Rica, deducir de su salario el monto correspondiente a la mensualidad del préstamo otorgado a la DEUDORA, el cual se recalculará con base en el tiempo faltante y el saldo adeudado, incluyendo el importe de sus obligaciones vencidas e intereses moratorios, así como todos los gastos y suma adeudada que se originen en la “Puesta al Día” del préstamo otorgado.

NOVENA: CESION DE DERECHOS. Si por los años de laborar u otra razón el DEUDORA se acoge a su jubilación o es despedida antes de la cancelación total de su obligación, en este acto y con base en lo estipulado en el Código de Comercio y en el Código Civil, CEDE a favor de la ASET, su derecho a los dineros que por la razón mencionada le corresponde hasta por un monto igual al saldo de su deuda más intereses moratorios y los gastos de cobro.

DECIMA: PROTECCION DE SALDO DEUDOR: En caso de fallecimiento o incapacidad permanente de la DEUDORA, el saldo pendiente de pago NO será cobrado, sino que lo asumirá la ASET con cargo al Fondo de Protección de Saldos Deudor, por tal motivo la DEUDORA autoriza a la ASET a cobrar un recargo de CERO PUNTO SESENTA Y CINCO PUNTOS PORCENTUALES sobre la tasa de interés indicada en la cláusula tercera, y el dinero recaudado sea acreditado a dicho Fondo.

DECIMA PRIMERA: PAGO EXTRAORDINARIO Y REFUNDICION. La DEUDORA tiene la facultad de efectuar pagos parciales o el total de lo adelantado en sus obligaciones, así como refundir sus préstamos sin costo adicional.

DECIMA SEGUNDA - La DEUDORA renuncia a su domicilio y se somete a la legislación pertinente para los efectos legales que deriven del presente contrato y de su ejecución y cumplimiento de las obligaciones contraídas con la ASET.

EN FE DE LO ANTERIOR, FIRMAMOS EN LA COMUNIDAD DE SANTA CLARA, SAN CARLOS, ALAJUELA EL DÍA 20 DE ABRIL DEL AÑO 2015.

ACREEDOR _____

Por ASET, _____

DEUDORA _____

FIADORA SOLIDARIA _____

FIADORA SOLIDARIA _____

Anexo 14. Autorización deducción planilla ahorro navideño, cuesta enero, vacacional medio periodo y a la vista

AUTORIZACION PARA DEDUCCION POR PLANILLA

FECHA _____

SEÑORES ASET
SANTA CLARA, SAN CARLOS

Estimados Señores:

Yo, _____
cédula de identidad _____, en mi calidad de
funcionario(a) del Instituto Tecnológico de Costa Rica, AUTORIZO a
la Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico de
Costa Rica Sede San Carlos, para que solicite ante la instancia
pertinente se deduzca de mi salario de forma mensual la suma de
₡ _____ (_____)

por concepto del Plan de Ahorro:

- Navideño ()
- Cuesta de Enero ()
- Vacaciones de Medio Periodo ()
- A la Vista ()

FIRMA