



INFORME FINAL ENCUESTA DE OPINIÓN 2016

MUNICIPALIDAD DE BELÉN

MUNICIPALIDAD
B E L E N

Trabajamos por las presentes y las
futuras generaciones



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.



Contenido

I Sección: Marco Metodológico Estudio Opinión Belemita	6
Metodología de la Investigación Telefónica	6
Enfoque de la Investigación	6
TIPO DE INVESTIGACIÓN: DESCRIPTIVA TELEFÓNICA	7
Objetivos de la Investigación	7
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
Mercado Objetivo – Población Meta	8
Cobertura Geográfica del Estudio de Opinión	9
Muestra Estadística	9
DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE MUESTRA	10
CÁLCULO ESTADÍSTICO DE LA MUESTRA	12
Diseño de la Investigación	15
HERRAMIENTA DE LA INVESTIGACIÓN	15
PLATAFORMA ONLINE PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	16
Sujetos y Fuentes de Información	17
SUJETOS DE INFORMACIÓN	17
FUENTES DE INFORMACIÓN	18
Síntesis Generales de la Investigación	18
II Sección: Análisis de la Información Estudio Opinión Belemita	21
Cuestionario Estructurado Telefónico	21
Generalidades del Análisis	21
Filtro de Reclutamiento	21
Filtro de Satisfacción General del Cantón	24
Filtro de Satisfacción General sobre la Municipalidad y el Servicio al Cliente	39
Filtro Sobre la Gestión Municipal	42
Filtro Sobre los Servicios que presta la Municipalidad	45
Filtro Sobre Actividades y Reciclaje	55
Filtro de Comunicación e Información del Cantón	65
Filtro de Nivel Socioeconómico NSC	76
Percepciones Generales	85
Conclusiones y Recomendaciones Generales	86

III Sección: Comparativo de Variables Medulares de Evaluación	92
Factores de Evaluación Comparativo	92
Generalidades del Comparativo	92
VARIABLE: FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN COMPARATIVA	93
VARIABLE: SATISFACCIÓN GENERAL DEL CANTÓN	94
VARIABLE: GESTIÓN DEL CONCEJO MUNICIPAL	94
VARIABLE: GESTIÓN DEL PERSONAL MUNICIPAL	95
VARIABLE: GESTIÓN DE LA ALCALDÍA	95
VARIABLE: GESTIÓN DEL COMITÉ DE DEPORTES	96
VARIABLE: CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS MUNICIPALES	97
IV Sección: Marco Metodológico de Entrevista dirigida a Jóvenes Belemitas	105
Metodología de la Entrevista a Jóvenes	105
Objetivos de la Entrevista	105
OBJETIVO GENERAL	105
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	105
Mercado Objetivo – Población Meta	105
Cobertura Geográfica del Estudio dirigido a Jóvenes	106
Muestra Estadística	106
DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE MUESTRA	107
Diseño de la Investigación	107
HERRAMIENTA DE LA INVESTIGACIÓN	107
PLATAFORMA ONLINE PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	108
Plus de Participación	109
V Sección: Análisis de la Información Entrevista a Jóvenes Belemitas	112
Cuestionario Estructurado	112
Generalidades del Análisis	112
Filtro de Selección – Sector	112
Filtro de Actividades Deportivas y Culturales	113
Filtro de Educación Técnica	114
Filtro de Sexualidad Preventiva	117
Filtro sobre Drogas en la Comunidad	118
Filtro de Nivel Socioeconómico NSC	120
Conclusiones y Recomendaciones Generales	122

Percepciones Generales.....	123
Anexos	127
Anexo N°1: Cuestionario Opinión Belemita.....	127
Anexo N°2: Manuales de Códigos	133
Anexo N°3: Entrevista a Jóvenes Belemitas	139



MARCO METODOLÓGICO

ESTUDIO OPINIÓN

BELEMITA

MUNICIPALIDAD
B E L E N

Trabajamos por las presentes y las
futuras generaciones



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.

I Sección: Marco Metodológico Estudio Opinión Belemita

Metodología de la Investigación Telefónica

Enfoque de la Investigación

Existen varios tipos de investigación y se debe elegir el que más se adapte al problema y objetivos de cada estudio; esto con fin, de definir el camino metodológico más apto para la investigación, ya sea el positivista conocido como enfoque cuantitativo y/o el naturalista o enfoque cualitativo.

El **enfoque cuantitativo** busca llegar a la realidad o a la solución del problema por medio de la medición y cálculo de datos estadísticos. Con este enfoque se buscará probar una hipótesis, por medio de la recolección y tabulación de datos, que pueden resumirse y exponerse mediante tablas y gráficos.

El **enfoque cualitativo**, por su naturaleza deductiva, será el que proporcionará las conclusiones y las pruebas dadas con números o datos de la información previamente recolectada, organizada y analizada.

Por tanto, en la presente investigación, se dejan de lado las percepciones meramente subjetivas para centrarse en resultados estadísticamente significativos, haciendo uso de la herramienta metodológica definida para este estudio de opinión: **entrevista telefónica** dirigida a los abonados del cantón de Belén, para conocer los factores que inciden directamente en la satisfacción general del gobierno local del cantón (servicios, atención al cliente, gestión municipal, actividades y comunicación) que tiene la población en relación con la Municipalidad de Belén.

En la herramienta se reflejará las variables del estudio que permitan realizar el cruce de necesidades de mejora, para el pro y crecimiento de la gestión municipal, la satisfacción de la comunidad y el entorno competitivo; así como también establecer cuál es la percepción general que tiene el mercado objetivo en forma global con respecto a la gestión desempeñada por la Municipalidad de Belén.

También se buscará asociar las variables independientes como el nivel socioeconómico, percepciones personales y patrones de beneficios a una variable dependiente que será la percepción o expectativas que se tiene en el mercado objetivo sobre la función, actividades, ambiente y problemáticas dentro de todo el entorno de la comunidad de Belén.

TIPO DE INVESTIGACIÓN: DESCRIPTIVA TELEFÓNICA

El desarrollo de este estudio está basado en la investigación de mercados y su importancia es la creación de variables pertinentes para la toma de decisiones fundamentadas en los resultados encontrados.

Los **estudios de opinión** sobre la satisfacción general tienen en esencia, el plantear la posibilidad de que todos o parte significativa y representativa del mercado objetivo (abonados actuales de la Municipalidad) se exprese de forma verbal (vía telefónica) y en forma anónima, acerca de los distintos aspectos que integran el servicio y la gestión que se les otorga para el bienestar propio y de la comunidad.

Se pretende, de este modo, conocer la opinión actual de los abonados de la Municipalidad de Belén en diferentes aspectos de satisfacción general del gobierno local, de sus servicios (tramitología, inversión y mantenimiento, recolección de desechos, recolección de impuestos, entre otros), de la atención al cliente, de la gestión municipal, de las actividades promovidas en la comunidad (sociales, deportivas y ambientales), de los medios de comunicación en general y del nivel socioeconómico en general de los entrevistados.

Para este estudio de opinión, se utiliza una **investigación descriptiva de tipo TELEFÓNICA**, en donde se incurren variables conclusivas que permiten a quien toma las decisiones determinar, evaluar y seleccionar el mejor camino a seguir basado en los resultados de la misma.

En una **investigación conclusiva** se analizan variables descriptivas y causales, ya que, la función de la misma es proporcionar información sobre características de grupos relevantes de mercados objetivos, que es el caso de éste estudio de opinión y que también forman parte para el cálculo del porcentaje de una población específica que tenga cierto comportamiento y percepción de las características a investigar, y de esta manera poder comparar los objetivos de la investigación contra datos cuantitativos y datos cualitativos.

Para lograr las conclusiones y recomendaciones deseadas, se aplica esta metodología mediante un cuestionario previamente establecido, que se aplicó vía telefónica a los abonados de la Municipalidad de Belén, escogidos de forma aleatoria. La herramienta permitirá analizar numéricamente los resultados de la investigación.

Objetivos de la Investigación

Los objetivos y/o variables que componen este estudio de opinión son:

OBJETIVO GENERAL

Determinar la percepción y el grado de satisfacción que tienen los abonados actuales del Cantón de Belén con la gestión local de la Municipalidad y analizar las variables más relevantes que sean de apoyo para la evaluación de rendición de cuentas establecidos por

la Contraloría General de la República, mediante un estudio de opinión basado en una investigación de carácter cuantitativa, mediante el método de entrevista telefónica, durante los meses octubre y noviembre del 2016.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la población meta Belemita que participará en el Estudio de Opinión 2016.
- Determinar el grado de satisfacción general que tiene la población meta sobre el progreso general del Cantón de Belén en los últimos años.
- Definir los principales problemas o temores que siente la población meta en cuanto al desarrollo de la comunidad.
- Determinar el grado de satisfacción que presenta la población meta en cuanto a la labor realizada por la Municipalidad de Belén y el servicio al cliente que presta a la comunidad.
- Determinar el grado de satisfacción que presenta la población meta sobre la gestión del gobierno local (alcaldía, comité de deportes, concejo y personal municipal) de la Municipalidad de Belén.
- Conocer la percepción que tiene la población meta con respecto a los diferentes servicios brindados por la Municipalidad de Belén.
- Conocer la percepción y conocimiento que tiene la población meta con relación a las actividades recreativas, deportivas y ambientales que se desarrollan en el Cantón de Belén.
- Conocer cuáles son los medios de comunicación que más utiliza la población Belemita para informarse de diferentes acciones o comunicados de interés con respecto a la comunidad y a la Municipalidad.
- Determinar un perfil socioeconómico de la población meta participante en el Estudio de Opinión 2016.

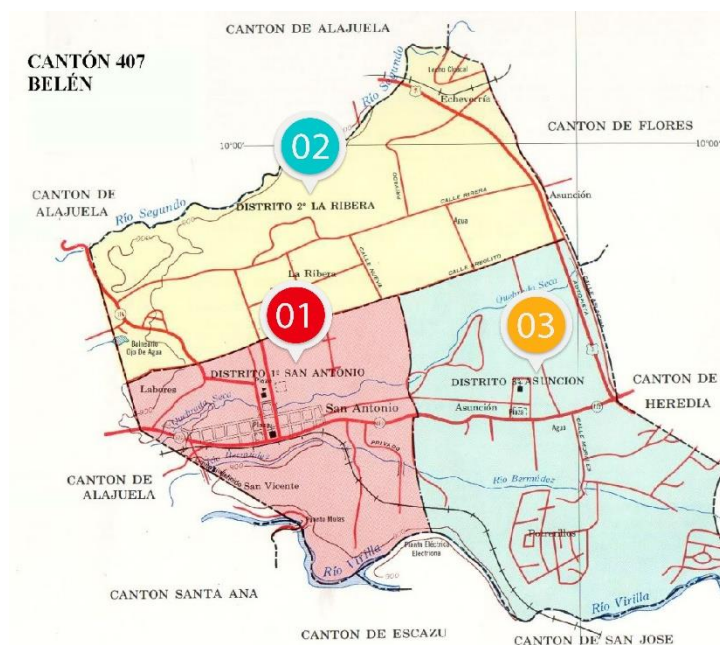
Mercado Objetivo – Población Meta

El mercado objetivo o población meta que ampara este Estudio de Opinión, está compuesto por los siguientes perfiles generales:

- Hombres y Mujeres que sean abonados de la Municipalidad de Belén.
- Hombres y Mujeres que residan en el Cantón de Belén, específicamente de los distritos San Antonio, La Ribera y La Asunción.
- Hombres y Mujeres que sean mayores de edad y que vivan en la casa donde se está contactando telefónicamente para hacer la entrevista.
- Hombres y Mujeres profesionales y/o no profesionales, pertenecientes a la clase económica baja, media y alta.

Cobertura Geográfica del Estudio de Opinión

Para el Estudio de Opinión 2016, dirigido a la población Belemita, se define la cobertura geográfica del Cantón N.407 Belén distribuida en los distritos: N°1. San Antonio, N°2. La Ribera y N°3. La Asunción, todos pertenecientes a la provincia N°04 Heredia, del país Costa Rica, Centro América.



Muestra Estadística

Una **muestra estadística** es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística. En diversas aplicaciones interesa que una muestra sea una **muestra representativa** y para ello debe escogerse una **técnica de muestreo** adecuada que produzca una **muestra aleatoria** adecuada (contrariamente si se obtiene una muestra sesgada cuyo interés y utilidad es más limitado dependiendo del grado de sesgo que presente).

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma (una muestra representativa se denomina técnicamente muestra aleatoria). Para cumplir esta característica la inclusión de **sujetos en la muestra** debe seguir una técnica de muestreo. El muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación. En cualquier caso, el conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser bastante inferior a la población total, aunque suficiente grande como para que la estimación de los parámetros

determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE MUESTRA

Se define una muestra de la población de interés, incluyendo a personas con rasgos homogéneos, opiniones, conductas, preferencias, actitudes, demografía, etc.; basados en los datos proporcionados por el cliente.

La base de datos utilizada para desarrollar el Estudio de Opinión 2016, fue aportada vía correo electrónico en formato Excel por el Licenciado Manuel Alvarado Gómez Coordinador de la Unidad de Comunicación de la Municipalidad de Belén, el martes 13/09/2016 11:06 a.m.

La base de datos contiene información de abonados inscritos ante la Municipalidad, ya que cuentan con propiedades en el Cantón de Belén. Se desconoce si éstos son activos o inactivos a la fecha, pero la base de datos contiene variables que sirven de fuente de información primaria y directa para el desarrollo del Estudio de Opinión 2016. Las variables de interés que se utilizan para hacer la segmentación son: nombre, dirección (distrito) y teléfono fijo.

La base total incluye 13.747 abonados, que fueron segmentados de la siguiente manera:

- En la primera segmentación, se eliminaron aquellos abonados que en la casilla de “Dirección” no tenían valores relacionados como: 1,?, XX XX y vacías). Total eliminados: 1.944
- En la segunda segmentación, se eliminaron aquellos abonados que en la casilla de “Nombre” correspondían a Sociedades Anónimas, Empresas y Extranjeros. Total eliminados: 3.473
- En la tercera segmentación, se eliminaron aquellos abonados que en la casilla de “Teléfono” indicaban números incompletos, números celulares, números de otras zonas que no corresponden al sector geográfico del estudio, numeración no correcta y celdas sin la información. Se tomaron en cuenta únicamente aquellos abonados que tuvieran teléfono fijo y que iniciaba con la enumeración del sector (2239 y 2293). Total de eliminados 5.575
- En la cuarta segmentación, se procedió a agregar la columna de “Distrito” en donde basada en la información de la casilla “Dirección”, se seleccionaron solo aquellas direcciones que mencionaran directamente los distritos que amparan este “Estudio de Opinión 2016”: San Antonio, La Ribera y La Asunción.
- En la quinta segmentación, de la casilla de “Distrito” se procedió a eliminar aquellas celdas que la dirección no indicaba el distrito. Total eliminadas 651
- Una vez terminada la segmentación se obtiene una base de datos con un total de 2.104 abonados que serán la base para el cálculo de la muestra de la investigación.

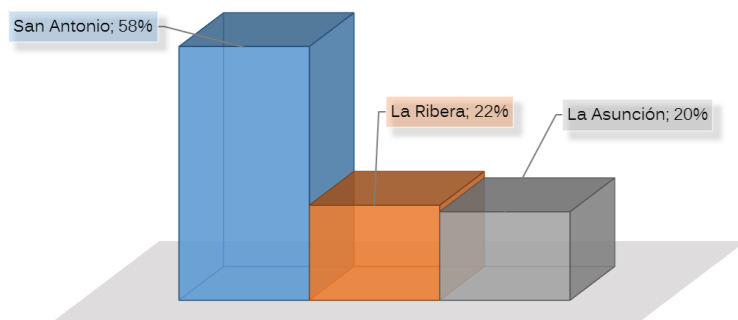
Tabla A

Base de Datos Abonados de Servicios Municipales
Municipalidad de Belén
EM-047: Estudio de Opinión 2016
sep-16

Distritos	Relativo	Absoluto
San Antonio	58%	1221
La Ribera	22%	457
La Asunción	20%	426
TOTAL	100%	2104

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO A: ABONADOS DE SERVICIOS MUNICIPALES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

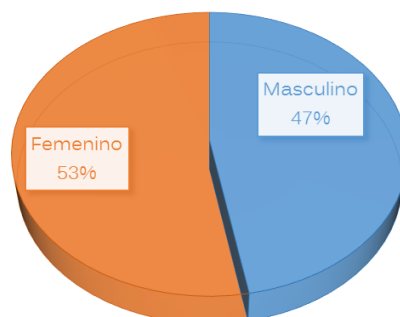
Tabla B

Abonados de Servicios Municipales
Municipalidad de Belén: Distrito San Antonio
EM-047: Estudio de Opinión 2016
sep-16

Género	Relativo	Absoluto
Masculino	47%	575
Femenino	53%	646
TOTAL	100%	1221

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO B: ABONADOS DE SERVICIOS MUNICIPALES: DISTRITO SAN ANTONIO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

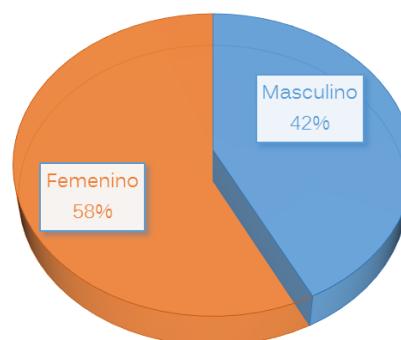
Tabla C

Abonados de Servicios Municipales
Municipalidad de Belén: Distrito La Ribera
EM-047: Estudio de Opinión 2016
sep-16

Género	Relativo	Absoluto
Masculino	42%	194
Femenino	58%	263
TOTAL	100%	457

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO C: ABONADOS DE SERVICIOS MUNICIPALES: DISTRITO LA RIBERA



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

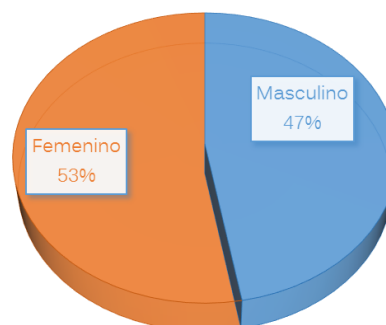
Tabla D

Abonados de Servicios Municipales
Municipalidad de Belén: Distrito La Asunción
EM-047: Estudio de Opinión 2016
sep-16

Género	Relativo	Absoluto
Masculino	47%	201
Femenino	53%	225
TOTAL	100%	426

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO D: ABONADOS DE SERVICIOS MUNICIPALES: DISTRITO LA ASUNCIÓN



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. EM-047 Belén - Heredia - Costa Rica

En conclusión, la base de datos total a utilizar para el cálculo de la muestra estadística y captura de información para el Estudio de Opinión 2016, será de un total de 2.104 abonados todos Belemitas y pertenecientes del Cantón de Belén, y distribuida de la siguiente manera: 1221 usuarios Belemitas del distrito San Antonio, 457 usuarios Belemitas del distrito La Ribera y 426 usuarios Belemitas del distrito La Asunción.¹

CÁLCULO ESTADÍSTICO DE LA MUESTRA

Para la selección de la **muestra no probabilística aleatoria simple** se utiliza la herramienta de software especializado "TAMAÑO", diseñado específicamente para el cálculo de poblaciones y muestras finitas mediante la retroalimentación de datos.

Con el dato de la población finita de 2.104 abonados Belemitas, se procede a introducir los datos al software **CONSULTA MITOFSKY TAMAÑO**, en donde por efectos estadísticos se obtiene una muestra de 200 entrevistas telefónicas efectivas como mínimo, con un error máximo permitido de +/-6.6%, y un nivel de confianza del 95% bajo el método de probabilidad estadística P y Q de aproximación de la Binomial a la Normal.

A continuación se presenta el detalle desglosado del cálculo de la muestra.

¹ Ver archivo en Excel de nombre "2016-Base de Datos Belemitas", incluido en el CD entregado, que contiene las lista de abonados con datos de contacto utilizados aleatoriamente para recolectar la muestra.

Sistema de Cálculo para un Tamaño de Muestra (Muestreo aleatorio simple para proporciones)

	Tamaño de la Muestra
	200

	Error Máximo	6,6	%
	Confianza	95	%
	Tamaño aproximado de la proporción	50	%
	Efecto de Diseño	1	
	Tasa de Respuesta	100	%
	Tamaño de la Población	2104	



Datos Proporcionados por el Usuario

Los renglones sin paloma son datos considerados por el Sistema



ESTUDIO DE OPINIÓN 2016
MUNICIPALIDAD DE BELÉN
HEREDIA - COSTA RICA

EM-047
2016CD-000047-0002600001

Por GB Marketing CR

S.I.C.P.T.M



Sistema de Cálculo para un Tamaño de Muestra (Muestreo Aleatorio Simple para Proporciones)

Marca los elementos a utilizar para el Cálculo

- ☒ ERROR MÁXIMO ACEPTABLE PARA EL ESTIMADOR
- ☒ CONFIANZA REQUERIDA
- ☒ TAMAÑO APROXIMADO DE LA PROPORCIÓN A ESTIMAR
- ☒ EFECTO DE DISEÑO
- ☒ TASA DE RESPUESTA
- ☒ TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

Selección de Variables

Error Máximo Aceptable para el Estimador
6.6 %

Confianza
95 %
99.5 %
99.7 %

Tamaño de la Población
2104

☒ Contemplar en el Cálculo

CONSULTA MITOFSKY

Efecto de Diseño
DEFF 1
RHO 0
Tamaño del Conglomerado 10
☒ Contemplar en el Cálculo

Tasa de Respuesta
100 %
☒ Contemplar en el Cálculo

Tamaño Aproximado de la Proporción a Estimar
Conocida Aproximado 50
Desconocida
☒ Contemplar en el Cálculo

Resultados

Resultado

Tamaño de Muestra	
200	

☒ **Error Máximo:** 6.6 %

☒ **Confianza:** 95 %

☒ **Tamaño Aproximado de la Proporción:** 50 %

☒ **Efecto de Diseño:** 1

☒ **Tasa de Respuesta:** 100 %

☒ **Tamaño de la Población:** 2104

Datos Proporcionados por el Usuario

Los renglones sin paloma son datos considerados por el Sistema

Escriba alguna indicación que requiera que aparezca en la impresión

ESTUDIO DE OPINIÓN 2016
MUNICIPALIDAD DE BELÉN
HEREDIA - COSTA RICA
EM-047
2016CD-000047-0002600001
Por GB Marketing CR

Definiciones

Confianza (1- α)
Indica la probabilidad de que nuestro estimador se acerque al verdadero valor a una distancia menor al error fijado.
$$P(|\hat{p} - p| \leq d) > 1 - \alpha$$

Error Máximo Aceptable (d)
Representa el valor máximo del error que estamos dispuestos a aceptar con la confianza también fija.

Proporción a Estimar (p)
Significa la proporción de elementos de la población que poseen una característica. Si no se tiene información previa se recomienda aceptar $p = 0.5$ que maximiza el cálculo del tamaño de muestra y por lo tanto minimiza la varianza.

Tasa de Respuesta (TR)
Es el porcentaje de respuestas completas que esperamos obtener para nuestra variable.

Tamaño de la Población (N)
Es el número de elementos en la población que se mide.

(Coeficiente de correlación intraclase) RHO
Es una medida de asociación que muestra que tan similares son los elementos dentro de un conglomerado; toma valores de [0 a 1].
DEFF ... Es la pérdida o ganancia en precisión que se logra al estratificar y conglomerar en un diseño muestral. Se define como el cociente entre la varianza real y la que teóricamente se hubiera logrado con un muestreo aleatorio simple.
Expresión: $DEFF = \frac{V(p) \cdot d}{V(p)_{MAS}}$
Cálculo: $DEFF = 1 + Rho (\bar{v} - 1)$
Donde $\bar{v}$ es el número promedio de cuestionarios que se aplican en cada uno de los conglomerados.



Una vez analizada y filtrada la información, es importante recalcar que dentro del cálculo de la muestra se previeron los supuestos, hipótesis o posibles errores que se pueden presentar en el trabajo de campo y que así no se pierda la efectividad en el total de muestra recolectada.

Los posibles supuestos o errores que se pueden encontrar en la captura de la información son:

- Existe la probabilidad que los números telefónicos de la base de datos segmentada, sean incorrectos o bien no correspondan a los usuarios directos de los servicios municipales (por ejemplo, inquilinos que alquilen la propiedad pero que no se hagan cargo de los servicios municipales).

- Existe la probabilidad que quienes contesten el teléfono no sean Belemitas y/o estén residiendo en la zona.
- Existe la probabilidad en que la persona que atienda el teléfono no conozca la información completa y que la entrevista sea efectiva por haber pasado el filtro básico.
- Existe la probabilidad de que en el momento de la captura de datos la persona no acceda a contestar las preguntas del estudio.
- Existe la probabilidad de la negación rotunda por parte del entrevistado a brindar la información.
- Existe la probabilidad de que el entrevistado altere la información brindada.
- Y por último, existen casos de fuerza mayor o fortuita fuera del alcance de la empresa contratada y del entorno como siniestros, inundaciones, terremotos, vandalismo, entre otros, que pueden incidir en la captura de la información.

Diseño de la Investigación

Para el diseño de la investigación se utilizan dos metodologías, que permitirán la medición de variables independientes y separadas según el enfoque de la investigación y específicamente para este Estudio de Opinión se utilizan:

- Herramienta de Investigación: Cuestionario Estructurado
- Plataforma Online para la recolección de información

HERRAMIENTA DE LA INVESTIGACIÓN

La herramienta de la investigación utilizada fue un cuestionario previamente establecido y creado para obtener la información plasmada en los objetivos de la investigación; y fue basado también en los cuestionarios aportados por la Municipalidad de Belén de estudios de años anteriores (2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015).

El cuestionario cuenta con una estructura propia compuesta por un formato de clasificación interna, un mensaje de introducción y ocho filtros, en donde se destacan las variables y los objetivos propios de la investigación. Y fue diseñado como entrevista dirigida con anotaciones para que el encuestador preguntase directamente al entrevistado de forma telefónica y fuera capturando la información mediante la plataforma online, utilizando como instrumento una PC y/o dispositivo portable con conexión a internet en el momento de contacto.

El cuestionario fue elaborado para ser aplicado en un promedio de tiempo entre 15 y 20 minutos por entrevistado, y su captura fue al azar y escogida de la base de datos segmentada. La captura de información se realizó entre las fechas comprendidas desde el 17 al 22 de octubre del presente año 2016, mediante tres entrevistadoras previamente capacitadas para la captura telefónica – online, directamente en las oficinas de la empresa contratada.

El cuestionario total (ver anexo N°1) está compuesto por 54 preguntas, de las cuales 38 son preguntas principales y 16 preguntas secundarias.² La totalidad del cuestionario quedo distribuido de la siguiente manera:

– **8 Filtros Centrales**

- Reclutamiento
- Satisfacción General del Cantón
- Satisfacción General sobre la Municipalidad y el Servicio al Cliente
- Gestión Municipal
- Servicios que presta la Municipalidad
- Actividades y Reciclaje
- Medios de Comunicación e Información del Cantón
- Nivel Socioeconómico NSC

– **Estructura del Cuestionario**

- **8 Preguntas Abiertas:** Para el análisis de las respuestas se elaboró un libro de códigos maestros Opinión Belemita (ver anexo N°2) que sirven para llevar un orden a la hora de análisis de las preguntas y las posibles respuestas ordenadas en forma alfabética, para su mayor comprensión, sin que esto afecte los valores absolutos y porcentuales que reflejen los resultados finales.
- **46 Preguntas Cerradas:** distribuidas de la siguiente forma:
 - 21 de respuestas cerradas entre SI / NO
 - 17 de respuesta única entre varias opciones
 - 3 de respuesta múltiple entre varias opciones
 - 5 de respuesta de escala de opinión de Likert

PLATAFORMA ONLINE PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La captura de información, se realizó mediante una plataforma digital, compuesta de un software especializado de captura online, hospedado en la nube, que permite configurar el cuestionario para capturar, consolidar y generar reportes en tiempo real; todo mediante el uso de una PC tradicional o un dispositivo móvil (Tablet o Smartphone) que con conexión a Internet, se obtienen los datos para ser analizados y presentados.

El levantamiento o captura de los datos fue llevada a cabo por tres encuestadoras capacitadas y supervisadas en el campo de acción (directamente las oficinas de la empresa contratada), lo que permitió el apoyo en la recolección de los datos y en la solución de los inconvenientes que surgieron durante el trabajo de campo.

² Ver cuestionario versión digital de nombre 2016-Cuestionario Opinión Belemita, incluido en el CD entregado.

El levantamiento de la información del Estudio de Opinión, se realizó durante el período comprendido desde el 17 al 22 de octubre del presente año 2016, en forma simultánea y continúa; en horas de la tarde e inicio de la noche (1:30pm a 8:30pm) incluyendo días hábiles y también sábado y domingo.

El análisis e interpretación de resultados se realizó mediante un sistema especializado para la captura y tabulación de encuestas, y hospedado en la nube, que mediante un formato de programación permite el análisis de las conclusiones encontradas y obtener la información en formato Excel para realizar tablas y gráficos según corresponda.

Es importante recalcar que el análisis estadístico se detallará también en forma individual con valores relativos y absolutos, de cada una de las preguntas que componen el cuestionario.

Y por último y como parte de la efectividad de la herramienta que se utilizó, se procedió a realizar la prueba piloto el jueves 13 de octubre del presente 2016, en un horario de 9:30am a 4:30pm, obteniendo como resultado 10 capturas, que no forman parte de la muestra total presentado en este informe, y de donde se concluye que la mejor hora para ser atendida la llamada era en las tardes e inicios de la noche, ya que los entrevistados por lo general indicaban que si se les podía llamar por la tarde ya que estaban en labores cotidianas y domésticas.

Sujetos y Fuentes de Información

Para el desarrollo del Estudio de Opinión, se requirió de información actual, relevante e histórica, para poder concretar acciones viables y de fuentes fidedignas que sirvieran de apoyo para la creación, desarrollo y ejecución del proyecto.

SUJETOS DE INFORMACIÓN

Los sujetos de información que formaron parte de este Estudio de Opinión están identificados en dos partes:

- **Población Meta** Entrevistada (201 personas brindaron la información a la hora de la captura)
- **Encargado de la Unidad de Comunicación** de la Municipalidad de Belén, que exploró abiertamente sobre algunas situaciones encontradas en años anteriores y proporcionó información vital en formato digital que fue utilizada como fuente de información.
- **Equipo de Encuestadores** de la empresa contratada, ya que su labor proporcionó información adicional como soporte de las respuestas dadas por el entrevistado que no estaban dentro del cuestionario, pero que aportan valor para la investigación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información que se utilizaron a lo largo de este proyecto fueron:

- Información Digital directamente desde la página de internet del INEC, de donde se tomó el parámetro de distribución por provincias, cantones y distritos presentados en los informes del Censo de Vivienda del 2011.
- Información Digital de los informes de los estudios de Opinión que realizaron otras empresas en años anteriores (2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, y 2015).
- Consulta Profesional, mediante algunos textos profesionales y software propios del área de investigación de mercados, estadística, análisis y/u otros.

Síntesis Generales de la Investigación

Una vez analizado toda la información y diseñado el Estudio de Opinión, se destacan las siguientes características generales para realizar la investigación y obtener así un análisis cuantitativo para la toma de decisiones pertinentes:

- La **captura de información** se realizó entre las fechas comprendidas desde el 17 al 22 de octubre del presente año 2016, mediante tres entrevistadoras previamente capacitadas para la captura telefónica – online, directamente en las oficinas de la empresa contratada.
- La **población total** entrevistada fue de 201 hogares con teléfono fijo y que son representativos de la población residente en el Cantón de Belén.
- La **muestra estadística** se obtuvo con un error máximo permitido de +/-6.6%, y un nivel de confianza del 95% bajo el método de probabilidad estadística P y Q de aproximación de la Binomial a la Normal.
- La **valoración general** del estudio se basó en la información suministrada por los abonados de la Municipalidad de Belén en diferentes aspectos de satisfacción general del gobierno local, de sus servicios (tramitología, inversión y mantenimiento, recolección de desechos, recolección de impuestos, entre otros), de la atención al cliente, de la gestión municipal, de las actividades promovidas en la comunidad (sociales, deportivas y ambientales), de los medios de comunicación en general y del nivel socioeconómico en general de los entrevistados.
- Para la **selección de los participantes**, se utilizó el procedimiento estadístico de selección sistemática de números de teléfonos al azar y de tal manera, poder distribuir los 201 casos entre participantes que tuvieran teléfono fijo en la casa y que fueran pertenecientes a los tres distritos conocidos del Cantón de Belén; con el fin de tener una representación lo más fiel posible de las características de los hogares residentes en este cantón y que estaban incluidos en la base de datos Belemitas 2016.
- La herramienta diseñada tipo **cuestionario estructurado**, fue elaborado de acuerdo con las evaluaciones realizadas para la Municipalidad de los años anteriores 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.

- El **análisis de resultados** y cuantificación de las preguntas, se elaboró mediante una plataforma online, que refleja los datos estadísticos en formato Excel para su respectivo análisis y cruce de variables.
- Para la **preparación final del informe e insumos propios** del estudio como la presentación, análisis, conclusiones y recomendaciones se utilizaron diversos software tradicionales de levantado de texto e imagen.



ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ESTUDIO OPINIÓN BELEMITA



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.

II Sección: Análisis de la Información Estudio Opinión Belemita

Cuestionario Estructurado Telefónico

Generalidades del Análisis

Para efectos de análisis y recomendaciones generales y sobresalientes, en este apartado, se irá desarrollando un análisis cuantitativo y cualitativo por cada una de las preguntas y sub-preguntas, así como la ilustración con una tabla o gráfica.

Es importante mencionar que para las preguntas abiertas se elaboró el Libro de Códigos Maestros de Opinión Belemita (ver anexo N°2), para facilitar su análisis, ya que al ser menciones abiertas se tuvieron que agrupar, por lo que se definió una conceptualización por medio de códigos y lograr así medir y sacar conclusiones que le fueran de apoyo a la toma de decisiones.

También es importante mencionar que por el fondo de las variables de algunas preguntas, se tuvieron que hacer tablas y gráficos adicionales que por orden y mejor comprensión de este análisis se enumeraron seguidas al número principal de la letra por orden alfabético, por ejemplo la pregunta P9A, está compuesta por tablas y gráficos enumeradas desde 9-A1, 9-A2, 9-A3, 9-A4 y 9-A5 respectivamente. El total en tablas que contiene este análisis es de 108 y en gráficos 97.

En la información digital que ampara este análisis, se puede observar por completo el análisis en formato Excel, de nombre 2016-Análisis de la Información Opinión Belemita distribuida por filtros.

A continuación se presenta el análisis exhaustivo y las recomendaciones en los casos que aplica, de cada uno de los filtros con sus respectivas preguntas. Y seguido se encuentra un reporte de **percepciones generales** que los entrevistados expresaron a los encuestadores en forma libre de algunos temas que no se preguntaban o ampliaban en las preguntas expuestas. Y por último se presenta un **resumen general de las conclusiones y recomendaciones**.

Filtro de Reclutamiento

En el **filtro de Reclutamiento**, se quería verificar que los participantes en el estudio de opinión fueran residentes del Cantón de Belén, mayores de edad, que vivieran en el hogar capturado y que ninguno de sus miembros del grupo familiar trabajara en empresas o entidades que podrían sesgar la información del estudio.

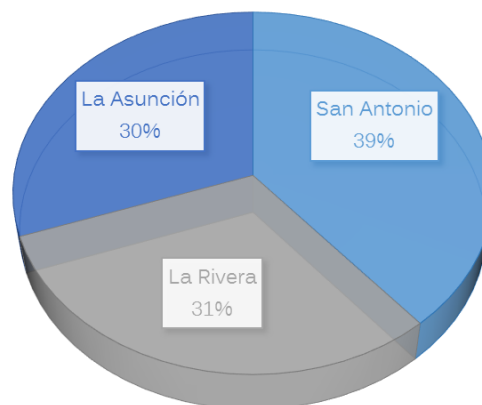
En la P.1, la variable que se quería rescatar era el distrito al que pertenecía el entrevistado; y tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°1, el 39% pertenece a San Antonio, el 31% a La Rivera y el 30% a La Asunción.

Tabla N°1
Distribución de Distritos
Municipalidad de Belén
nov-16

Distrito	Relativo	Absoluto
San Antonio	38,81%	78
La Rivera	30,85%	62
La Asunción	30,35%	61
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°1: DISTRIBUCIÓN DE DISTRITOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

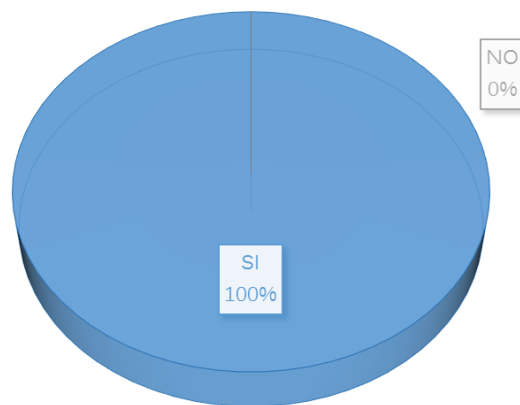
En la P.2, la variable que se quería investigar era la permanencia del entrevistado en el hogar, que formara parte de esa familia y que viviera ahí; y como se refleja en la tabla y gráfico N°2, el 100% de los participantes habitaban en ese hogar.

Tabla N°2
Habita en la Casa
Municipalidad de Belén
nov-16

Habita en la Casa	Relativo	Absoluto
SI	100,00%	201
NO	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°2: HABITA EN LA CASA



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

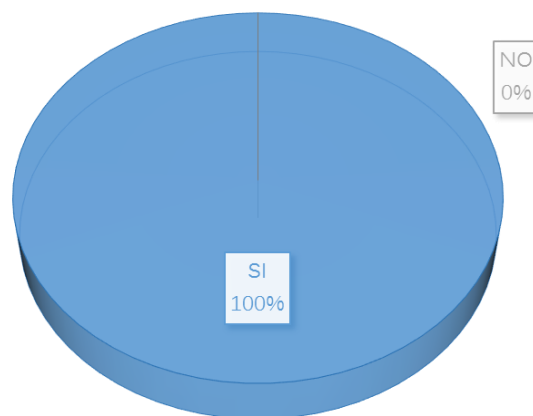
En la P.3., la variable que se quería conocer era confirmar que el entrevistado fuera mayor de edad; y como se refleja en la tabla y gráfico N°3, el 100% de los participantes en el estudio de opinión fueron mayores de edad.

Tabla N°3
Mayores de Edad
Municipalidad de Belén
nov-16

Mayores de Edad	Relativo	Absoluto
SI	100,00%	201
NO	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°3: MAYORES DE EDAD



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

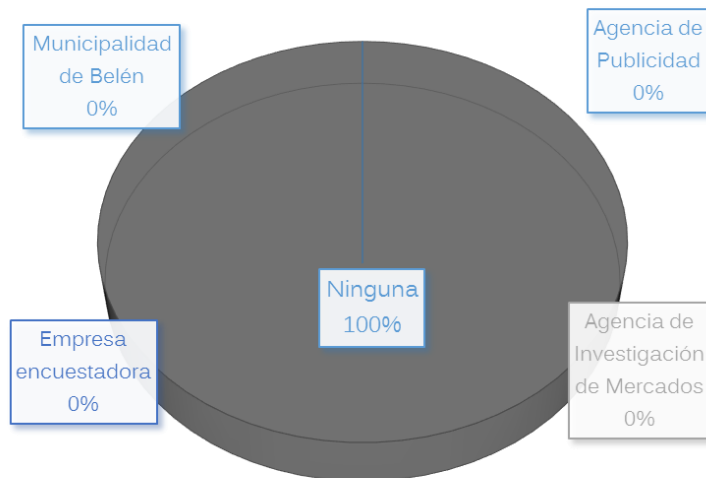
En la **P.4.**, se quería verificar que ninguno de los miembros de la familia ni el entrevistado (a), trabajara en agencias de publicidad o de investigación de mercados, empresas de encuestadores o la Municipalidad de Belén, esto con el fin de no sesgar la información, y como se refleja en la tabla y gráfico N°4, el 100% era apto para contestar efectivamente la entrevista.

Tabla N°4
Lugar de Trabajo
Municipalidad de Belén
nov-16

Lugar de Trabajo	NO	
	Relativo	Absoluto
Agencia de Publicidad	0,00%	0
Agencia de Investigación de Mercados	0,00%	0
Empresa encuestadora	0,00%	0
Municipalidad de Belén	0,00%	0
Ninguna	100,00%	201
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°4: LUGAR DE TRABAJO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

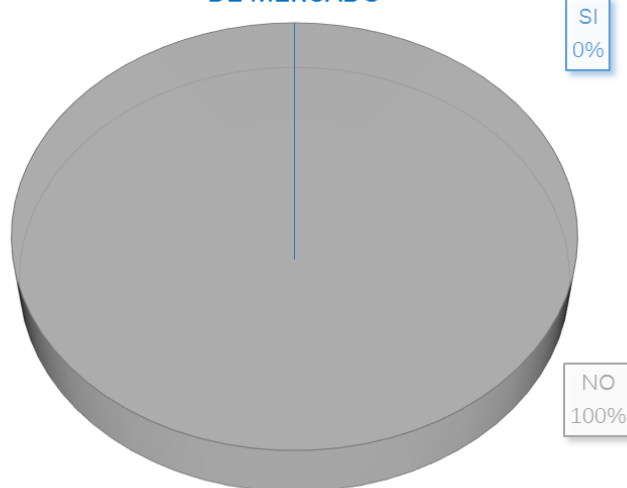
Y en la P.5, última pregunta del filtro de reclutamiento se quería tener la certeza que el entrevistado no hubiese participado en los últimos seis meses en encuestas o sesiones de Focus Group, para evitar un sesgo de percepción en las posibles preguntas a realizar; y como se nota en la tabla y gráfico N°5, el 100% de los participantes fueron aptos para continuar con el estudio.

Tabla N°5
Participación en Estudios de Mercados
Municipalidad de Belén
nov-16

Participación	Relativo	Absoluto
SI	0,00%	0
NO	100,00%	201
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°5: PARTICIPACIÓN EN ESTUDIOS DE MERCADO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro de Satisfacción General del Cantón

En el **filtro de satisfacción general del cantón**, se quería evaluar las variables relacionadas al progreso del Cantón y las razones por las cuales los entrevistados veían o no el progreso; también se evaluó el nivel de satisfacción general, los problemas que se presentan y más preocupan a la población, y el avance que ha tenido la comunidad en los últimos tres años y sus razones.

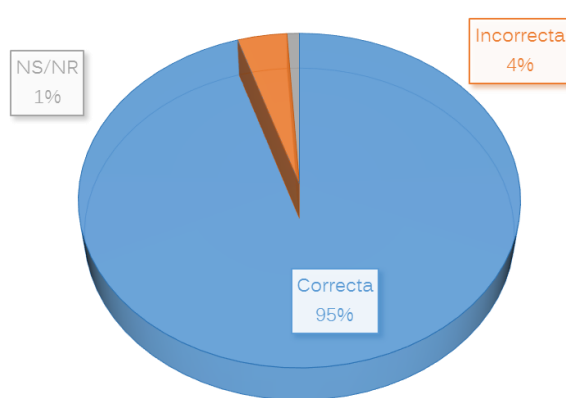
En la pregunta P.6., se preguntó sobre como considera el entrevistado el **progreso** del Cantón de Belén, y según se indica en la tabla y gráfico N°6, el 95% indico que es CORRECTA, el 4% indico que era INCORRECTA y el 1% prefirió indicar que no sabía.

Tabla N°6
Progreso del Cantón
Municipalidad de Belén
nov-16

Progreso del Cantón	Relativo	Absoluto
Correcta	95,02%	191
Incorrecta	3,98%	8
NS/NR	1,00%	2
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°6: PROGRESO DEL CANTÓN



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Para aquellos entrevistados que opinaron que el progreso del cantón era CORRECTO / INCORRECTO, se procedió a preguntarles el **¿por qué?** lo consideraban así con la **P.6.a**. Al ser una pregunta abierta se obtuvieron muchas respuestas y comentarios de diferentes temas, por tal razón se proceden a crear varios manuales de códigos distribuidos de la siguiente manera y poder así cuantificar las respuestas:

- **Manual de Códigos N°1:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que el progreso del cantón era CORRECTO, indicando razones POSITIVAS.
- **Manual de Códigos N°2:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que el progreso del cantón era CORRECTO, indicando razones NEGATIVAS.
- **Manual de Códigos N°3:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que el progreso del cantón era INCORRECTO.

En el Excel de nombre 2016-Análisis General de Opinión Belemita (incluido en el CD entregado), específicamente hoja de nombre P.6a, se puede ver el total de las respuestas y su debida clasificación para poder cuantificar y unificar las respuestas; y en el anexo N°2 de este informe se encuentran los manuales N°1, N°2 y N°3, creados para poder elaborar las tablas y gráficos para hacer el análisis respectivo.

En la tabla y gráfico N°6-A1, se reflejan aquellas expresiones de los entrevistados que opinaron que el progreso del Cantón era **CORRECTO**, con afirmaciones **POSITIVAS**, y entre las principales y más mencionadas se pueden ver que la expresión “cualidades de muy bonito, muy limpio y muy seguro” obtuvo un 17,85%; con la expresión “un buen mantenimiento en calles, aceras, puentes, ríos, Ebais, biblioteca, infraestructura general” con un 18,42%; con la expresión “se ve mucho el progreso, da gusto” con un 13,47% y con la expresión “muchas mejoras en el cantón” un 10,77%.

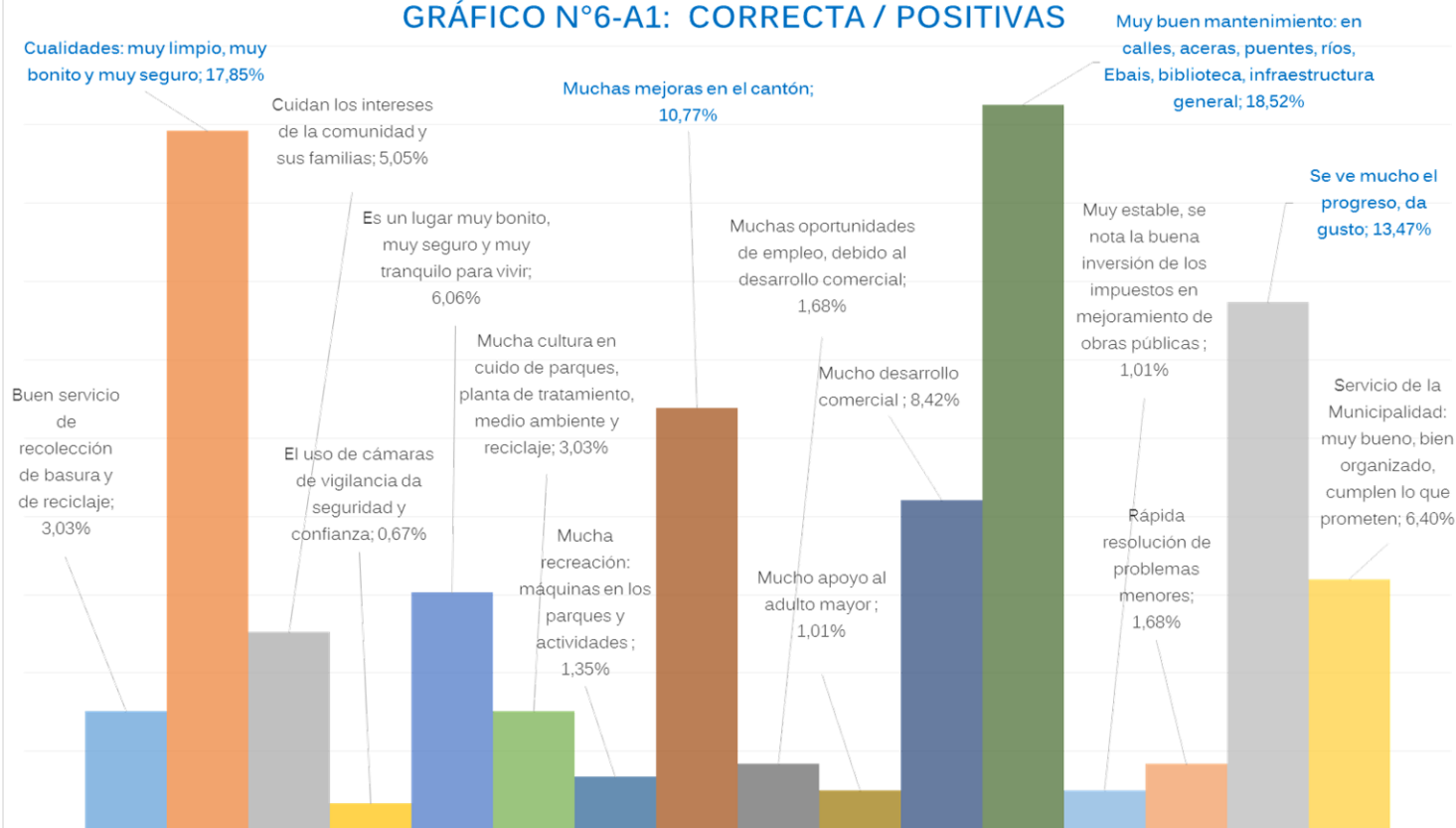
Con porcentajes minoritarios pero de igual importancia se encuentran las frases: buen servicio de recolección de basura y de reciclaje, cuidan los intereses de la comunidad y sus familias, el uso de cámaras de vigilancia da seguridad y confianza, es un lugar muy bonito, muy seguro y muy tranquilo para vivir, mucha cultura en cuidado de parques, planta de tratamiento, medio ambiente y reciclaje, mucha recreación: máquinas en los parques y actividades, muchas oportunidades de empleo, debido al desarrollo comercial, mucho apoyo al adulto mayor, mucho desarrollo comercial, muy estable, se nota la buena inversión de los impuestos en mejoramiento de obras públicas, rápida resolución de problemas menores, y servicio de la municipalidad: muy bueno, bien organizado, cumplen lo que prometen.

Tabla N°6-A1
Progreso del Cantón: Cualidad: CORRECTA Menciones: POSITIVAS
Municipalidad de Belén
nov-16

Correctas / Positivas	Relativo	Absoluto
Buen servicio de recolección de basura y de reciclaje	3,03%	9
Cualidades: muy limpio, muy bonito y muy seguro	17,85%	53
Cuidan los intereses de la comunidad y sus familias	5,05%	15
El uso de cámaras de vigilancia da seguridad y confianza	0,67%	2
Es un lugar muy bonito, muy seguro y muy tranquilo para vivir	6,06%	18
Mucha cultura en cuido de parques, planta de tratamiento, medio ambiente y reciclaje	3,03%	9
Mucha recreación: máquinas en los parques y actividades	1,35%	4
Muchas mejoras en el cantón	10,77%	32
Muchas oportunidades de empleo, debido al desarrollo comercial	1,68%	5
Mucho apoyo al adulto mayor	1,01%	3
Mucho desarrollo comercial	8,42%	25
Muy buen mantenimiento: en calles, aceras, puentes, ríos, Ebais, biblioteca, infraestructura general	18,52%	55
Muy estable, se nota la buena inversión de los impuestos en mejoramiento de obras públicas	1,01%	3
Rápida resolución de problemas menores	1,68%	5
Se ve mucho el progreso, da gusto	13,47%	40
Servicio de la Municipalidad: muy bueno, bien organizado, cumplen lo que prometen	6,40%	19
TOTAL	100%	297

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°6-A1: CORRECTA / POSITIVAS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

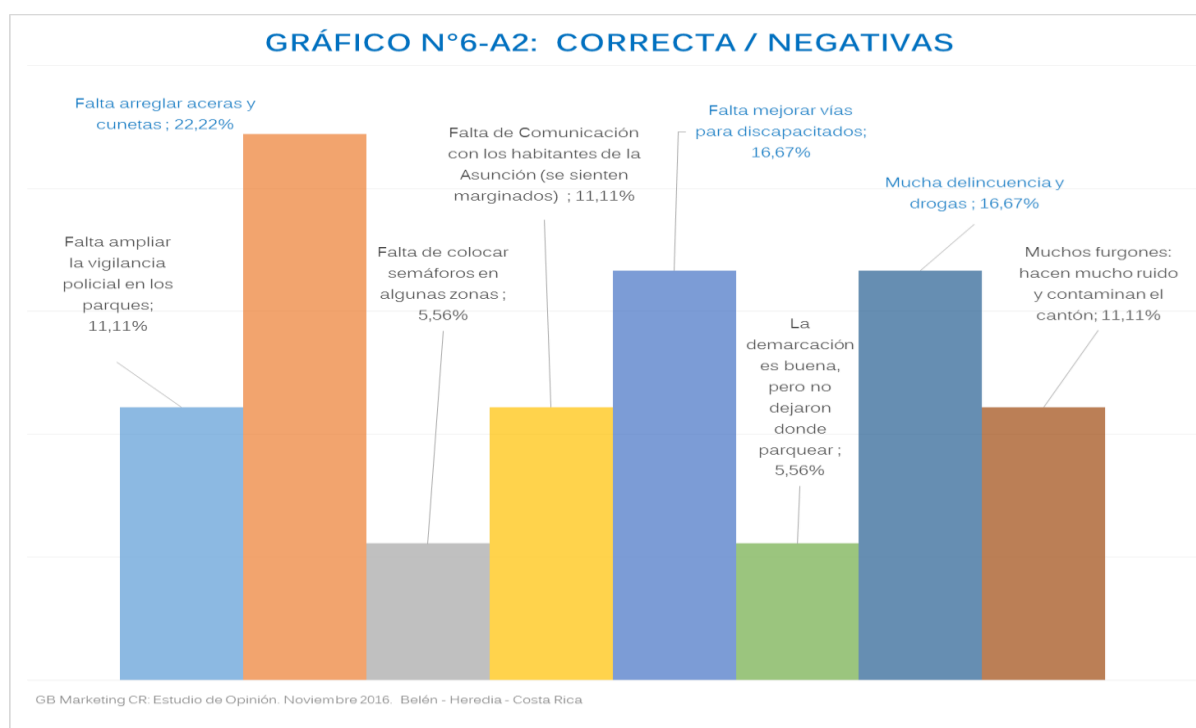
En la tabla y gráfico N°6-A2, se reflejan aquellas expresiones de los entrevistados que opinaron que el progreso del Cantón era **CORRECTO**, con afirmaciones **NEGATIVAS**, y entre las principales y más mencionadas se pueden ver que la expresión “falta arreglar aceras y cunetas” con un 22,22%, la expresión “falta mejorar vías para discapacitados” con un 16,67% y la expresión “muchas delincuencia y drogas” con un 16,67%.

Con porcentajes inferiores pero de ponerles atención, están las expresiones: falta ampliar la vigilancia policial en los parques, falta de colocar semáforos en algunas zonas, falta de comunicación con los habitantes de la Asunción (se sienten marginados), la demarcación es buena, pero no dejaron donde parquear, y muchos furgones: hacen mucho ruido y contaminan el Cantón.

Tabla N°6-A2
Progreso del Cantón: Cualidad: **CORRECTA** Menciones: **NEGATIVAS**
Municipalidad de Belén
nov-16

Correctas / Negativas	Relativo	Absoluto
Falta ampliar la vigilancia policial en los parques	11,11%	2
Falta arreglar aceras y cunetas	22,22%	4
Falta de colocar semáforos en algunas zonas	5,56%	1
Falta de Comunicación con los habitantes de la Asunción (se sienten marginados)	11,11%	2
Falta mejorar vías para discapacitados	16,67%	3
La demarcación es buena, pero no dejaron donde parquear	5,56%	1
Muchas delincuencia y drogas	16,67%	3
Muchos furgones: hacen mucho ruido y contaminan el cantón	11,11%	2
TOTAL	100%	18

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



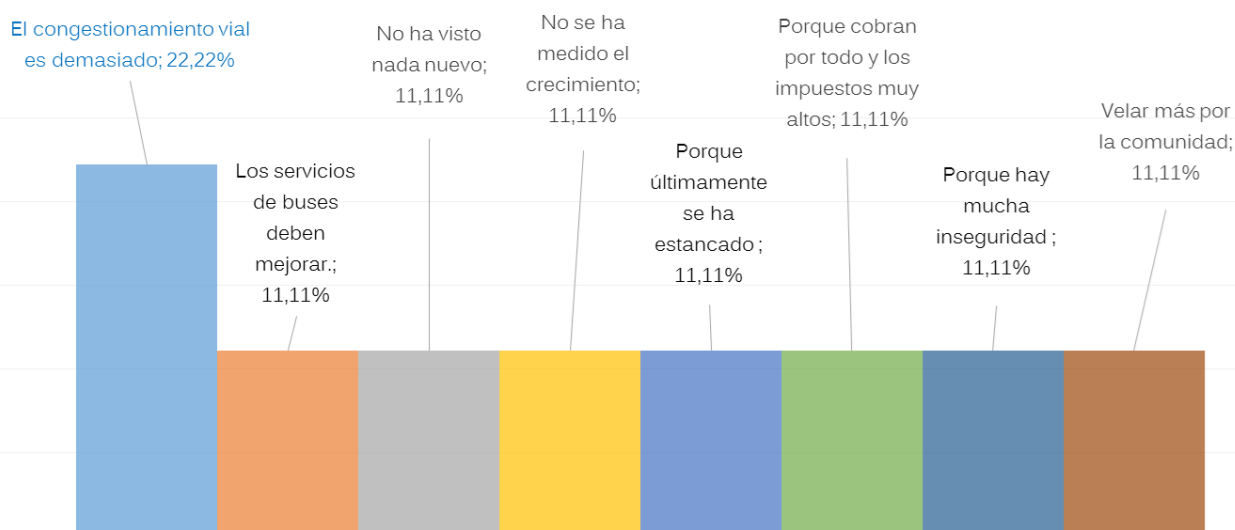
En la tabla y gráfico N°6-A3, se reflejan aquellas expresiones de los entrevistados que opinaron que el progreso del Cantón era **CORRECTO**, con afirmaciones **NEGATIVAS**, y el principal descontento fue expresado como “el congestionamiento vial es demasiado” con un 22,22%; también hubieron otras expresiones de disgusto con porcentajes menores de igual importancia para ponerles atención, entre ellas: los servicios de buses deben mejorar, no ha visto nada nuevo, no se ha medido el crecimiento, porque últimamente se ha estancado, porque cobran por todo y los impuestos muy altos, porque hay mucha inseguridad, y velar más por la comunidad.

Tabla N°6-A3
Progreso del Cantón: Cualidad: INCORRECTA
Municipalidad de Belén
nov-16

Incorrectas	Relativo	Absoluto
El congestionamiento vial es demasiado	22,22%	2
Los servicios de buses deben mejorar.	11,11%	1
No ha visto nada nuevo	11,11%	1
No se ha medido el crecimiento	11,11%	1
Porque últimamente se ha estancado	11,11%	1
Porque cobran por todo y los impuestos muy altos	11,11%	1
Porque hay mucha inseguridad	11,11%	1
Velar más por la comunidad	11,11%	1
TOTAL	100%	9

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°6-A3: INCORRECTA



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En resumen, la población entrevistada está muy contenta con los progresos del Cantón, lo han notado y se expresan muy bien, pero existe un porcentaje de razones que aunque sean la minoría quienes lo expresaron se siente a la vez un descontento porque al ser un buen progreso hay pequeños detalles que aún no se han corregido y es preocupante para ellos, como el estado de las aceras y calles de la Asunción, las vías de los discapacitados, el problema de drogas y delincuencia, ruidos y contaminación de los furgones que transitan por la zona y el gran congestionamiento vial que presenta el Cantón.

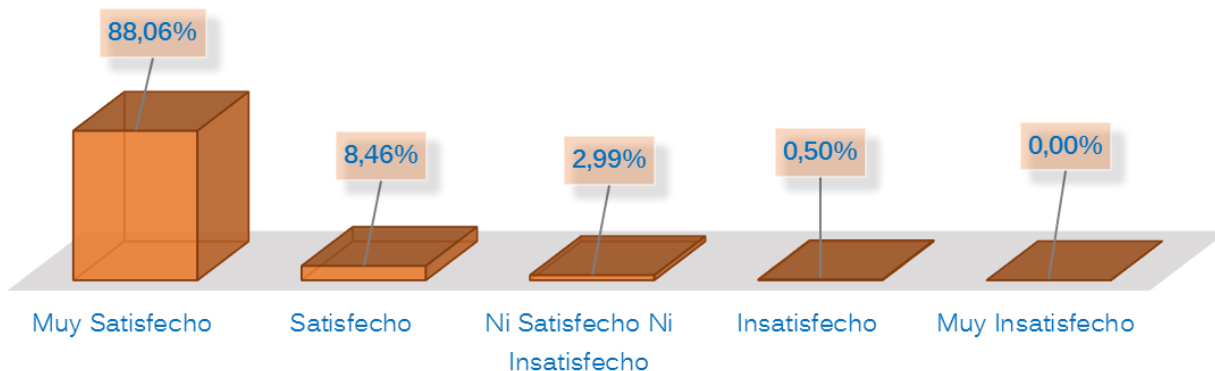
En la P.7., se quería evaluar el **nivel de satisfacción en general que tiene la población sobre el Cantón de Belén**, y tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°7, se nota que el 88,06% está muy satisfecho, el 8,46% está satisfecho, el 2,99% está en un nivel medio (ni satisfecho ni insatisfecho), y con un 0,50% se manifiesta estar insatisfecho.

Tabla N°7
Nivel de Satisfacción General sobre el Cantón
Municipalidad de Belén
nov-16

Nivel de Satisfacción	Relativo	Absoluto
Muy Satisfecho	88,06%	177
Satisfecho	8,46%	17
Ni Satisfecho Ni Insatisfecho	2,99%	6
Insatisfecho	0,50%	1
Muy Insatisfecho	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°7: NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En la P.8., se quería conocer los **4 problemas** que la población entrevistada percibía como principales **que enfrenta el Cantón de Belén actualmente**, y según se refleja en la tabla y grafico N°8, el principal problema es el “congestionamiento vial” con un 22,64%, seguido como segundo problema la “drogadicción / alcoholismo” con un 17,66%, el tercer problema es la “pérdida de valores” con un 10,45% y el cuarto problema es el “alto costo de la vida” con un 10,20%.

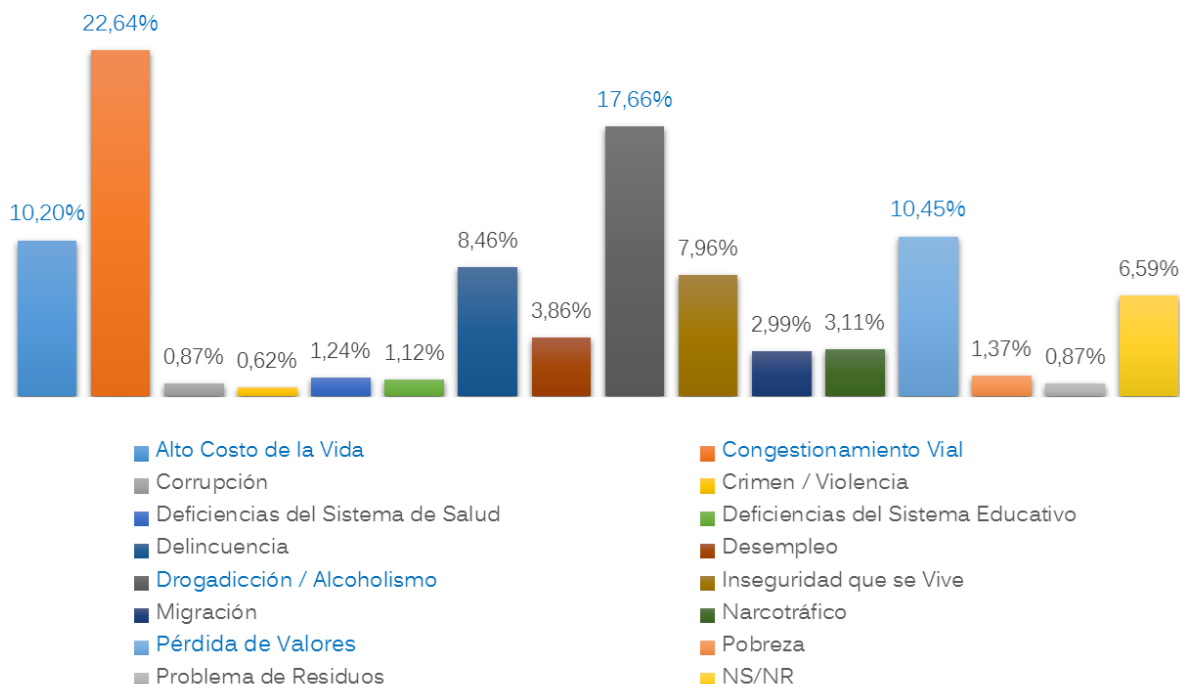
Adicional a los principales problemas mencionados, también la población estudiada valoro otros problemas con porcentajes menores, pero que de igual importancia se deben de considerar para buscar mejoras en dichas preocupaciones, entre ellos: la “delincuencia” con un 8,46%, la “inseguridad que se vive con un 7,96%, el “desempleo” con un 3,86%, el “narcotráfico” con un 3,11%, la “migración” con un 2,99%, la “pobreza” con un 1,37%, las “deficiencias del sistema de salud” con un 1,24%; las “deficiencias del sistema educativo” con un 1,12%, los “problema de residuos” con un 0,87%, la “corrupción” con un 0,87%, el “crimen o violencia” con un 0,62%, y con un 6,59% de los entrevistados se abstuvieron de no contestar o no veían un cuarto problema en el Cantón.

Tabla N°8
Problemas del Cantón
Municipalidad de Belén
nov-16

Problemas del Cantón	Relativo	Absoluto
Alto Costo de la Vida	10,20%	82
Congestionamiento Vial	22,64%	182
Corrupción	0,87%	7
Crimen / Violencia	0,62%	5
Deficiencias del Sistema de Salud	1,24%	10
Deficiencias del Sistema Educativo	1,12%	9
Delincuencia	8,46%	68
Desempleo	3,86%	31
Drogadicción / Alcoholismo	17,66%	142
Inseguridad que se Vive	7,96%	64
Migración	2,99%	24
Narcotráfico	3,11%	25
Pérdida de Valores	10,45%	84
Pobreza	1,37%	11
Problema de Residuos	0,87%	7
NS/NR	6,59%	53
TOTAL	100%	804

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°8: PROBLEMAS DEL CANTÓN



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Es importante mencionar que para conocer los principales problemas que enfrenta el Cantón de Belén, esta pregunta se clasificó primeramente por menciones, en donde la primera mención correspondía al primer problema mencionado por el entrevistado, la segunda mención al segundo problema, la tercera mención al tercer problema y la cuarta mención al cuarto problema. Por tal razón en el Excel de nombre 2016-Análisis de Opinión General Belemita (incluido en el CD entregado) específicamente hoja de nombre P.8, se encuentran el detalle y agrupación de las menciones, y a continuación las tablas N°8-A, N°8-B, N°8-C, y N°8-D respectivamente.

Tabla N°8-A
Principales Problemas del Cantón
Primera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Alto Costo de la Vida	40,30%	81
Congestionamiento Vial	54,23%	109
Crimen / Violencia	0,50%	1
Deficiencias del Sistema de Salud	0,50%	1
Deficiencias del Sistema Educativo	1,00%	2
Delincuencia	2,49%	5
Desempleo	1,00%	2
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°8-B
Principales Problemas del Cantón
Segunda Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Alto Costo de la Vida	0,50%	1
Congestionamiento Vial	36,32%	73
Corrupción	3,48%	7
Crimen / Violencia	1,99%	4
Deficiencias del Sistema de Salud	3,48%	7
Deficiencias del Sistema Educativo	1,99%	4
Delincuencia	25,37%	51
Desempleo	5,97%	12
Drogadicción / Alcoholismo	18,91%	38
Inseguridad que se Vive	1,49%	3
Pérdida de Valores	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°8-C
Principales Problemas del Cantón
Tercera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Deficiencias del Sistema de Salud	1,00%	2
Deficiencias del Sistema Educativo	1,49%	3
Delincuencia	5,97%	12
Desempleo	8,46%	17
Drogadicción / Alcoholismo	44,78%	90
Inseguridad que se Vive	17,91%	36
Migración	5,47%	11
Narcotráfico	10,95%	22
Pérdida de Valores	1,00%	2
Pobreza	0,50%	1
Problema de Residuos	2,49%	5
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°8-D
Principales Problemas del Cantón
Cuarta Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Drogadicción / Alcoholismo	6,97%	14
Inseguridad que se Vive	12,44%	25
Migración	6,47%	13
Narcotráfico	1,49%	3
Pérdida de Valores	40,30%	81
Pobreza	4,98%	10
Problema de Residuos	1,00%	2
NS/NR	26,37%	53
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

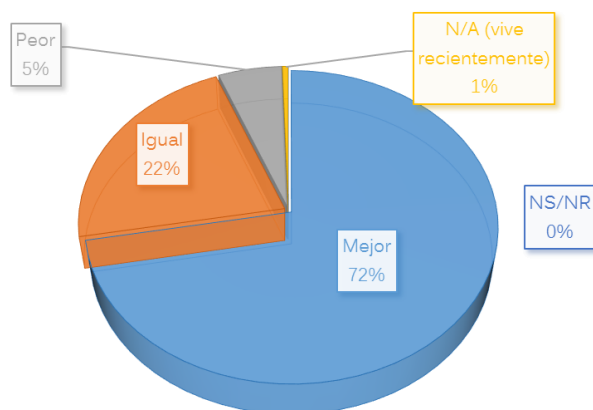
En la pregunta P.9., se quería evaluar en términos generales como **percibía el entrevistado la comunidad en los últimos tres años**, calificándola como MEJOR, IGUAL, o PEOR. El análisis refleja que el 72% lo califica como MEJOR, el 22% lo califica como IGUAL, el 5% lo califica como PEOR, y el 1% vive recientemente en la zona y no tenía criterio para contestar esta pregunta. Este análisis se puede ver en detalle en la tabla y gráfico N°9.

Tabla N°9
Estado de la Comunidad
Municipalidad de Belén
nov-16

Estado de la Comunidad	Relativo	Absoluto
Mejor	72,14%	145
Igual	21,89%	44
Peor	5,47%	11
N/A (vive recientemente)	0,50%	1
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°9: ESTADO DE LA COMUNIDAD



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Para aquellos entrevistados que calificaron a la comunidad como MEJOR / PEOR / IGUAL, se procedió a preguntarles el **¿por qué?** lo consideraban así con la **P.9.a**. Al ser una pregunta abierta se obtuvieron muchas respuestas y comentarios de diferentes temas, por tal razón se proceden a crear varios manuales de códigos distribuidos de la siguiente manera y poder así cuantificar las respuestas:

- **Manual de Códigos N°4:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que la comunidad está MEJOR, mencionando razones POSITIVAS.
- **Manual de Códigos N°5:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que la comunidad está MEJOR, mencionando razones NEGATIVAS.
- **Manual de Códigos N°6:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que la comunidad está IGUAL, mencionando razones POSITIVAS.
- **Manual de Códigos N°7:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que la comunidad está IGUAL, mencionando razones NEGATIVAS.
- **Manual de Códigos N°8:** respuestas similares para agrupar todos aquellos entrevistados que indicaron que la comunidad está PEOR.

En el Excel de nombre 2016-Análisis General de Opinión Belemita (incluido en el CD entregado), específicamente hoja de nombre P.9a, se puede ver el total de las respuestas y su debida clasificación para poder cuantificarlas y unificarlas; y en el anexo N°2 de este informe se encuentran los manuales N°4, N°5, N°6, N°7 y N°8, creados para poder elaborar las tablas y gráficos para hacer el análisis respectivo.

En la tabla y gráfico N°9-A1 se reflejan todas las expresiones codificadas que mencionaron los entrevistados y que indican que la comunidad está **MEJOR** que hace tres años, con afirmaciones **POSITIVAS**, y como se puede resumir las principales frases son: “hay crecimiento, progreso y mejoras” con un 14,11%; “calles, aceras y puentes en buen estado, buena demarcación” con un 13,69% y “hay más vigilancia, más seguridad, limpieza y orden” con un 12,45%.

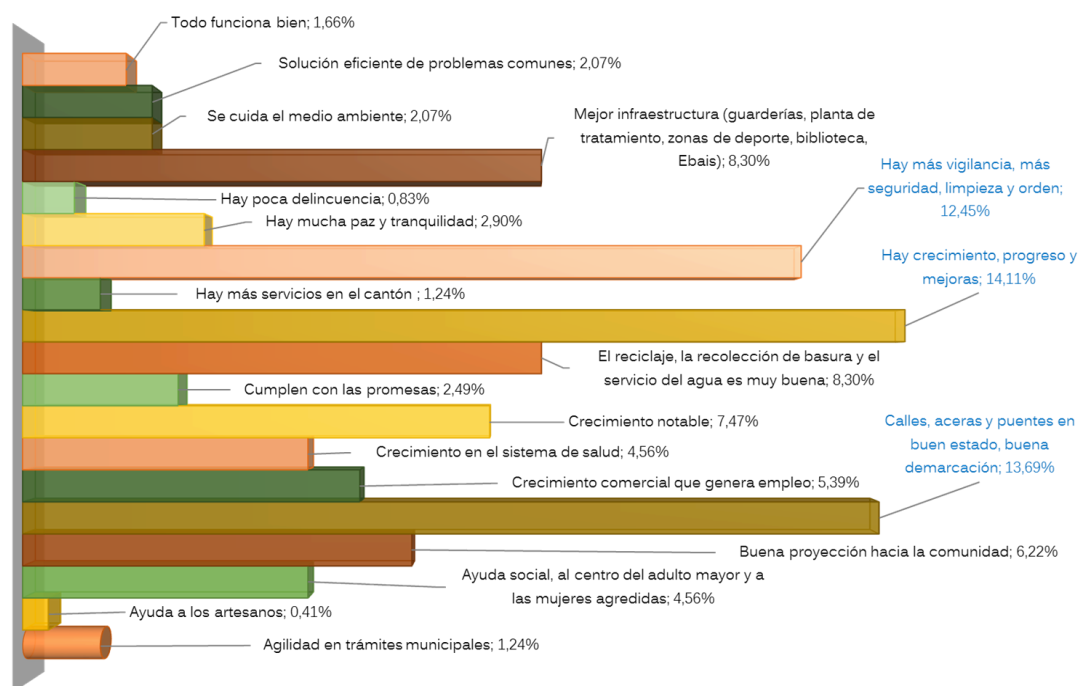
En la tabla y gráfico N°9-A2 se reflejan todas las expresiones codificadas que mencionaron los entrevistados y que indican que la comunidad está **MEJOR** que hace tres años, con afirmaciones **NEGATIVAS**, y como se puede resumir las principales frases son: “falta de semáforos con un 22,22% y “supervisar mejor las zonas de estacionamiento” con un 22,22%.

Tabla N°9-A1
Progreso del Cantón: Cualidad: MEJOR Menciones: POSITIVAS
Municipalidad de Belén
nov-16

Mejor / Positivas	Relativo	Absoluto
Agilidad en trámites municipales	1,24%	3
Ayuda a los artesanos	0,41%	1
Ayuda social, al centro del adulto mayor y a las mujeres agredidas	4,56%	11
Buena proyección hacia la comunidad	6,22%	15
Calles, aceras y puentes en buen estado, buena demarcación	13,69%	33
Crecimiento comercial que genera empleo	5,39%	13
Crecimiento en el sistema de salud	4,56%	11
Crecimiento notable	7,47%	18
Cumplen con las promesas	2,49%	6
El reciclaje, la recolección de basura y el servicio del agua es muy buena	8,30%	20
Hay crecimiento, progreso y mejoras	14,11%	34
Hay más servicios en el cantón	1,24%	3
Hay más vigilancia, más seguridad, limpieza y orden	12,45%	30
Hay mucha paz y tranquilidad	2,90%	7
Hay poca delincuencia	0,83%	2
Mejor infraestructura (guarderías, planta de tratamiento, zonas de deporte, biblioteca, Ebais)	8,30%	20
Se cuida el medio ambiente	2,07%	5
Solución eficiente de problemas comunes	2,07%	5
Todo funciona bien	1,66%	4
TOTAL	100%	241

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°9-A1: MEJOR / POSITIVAS



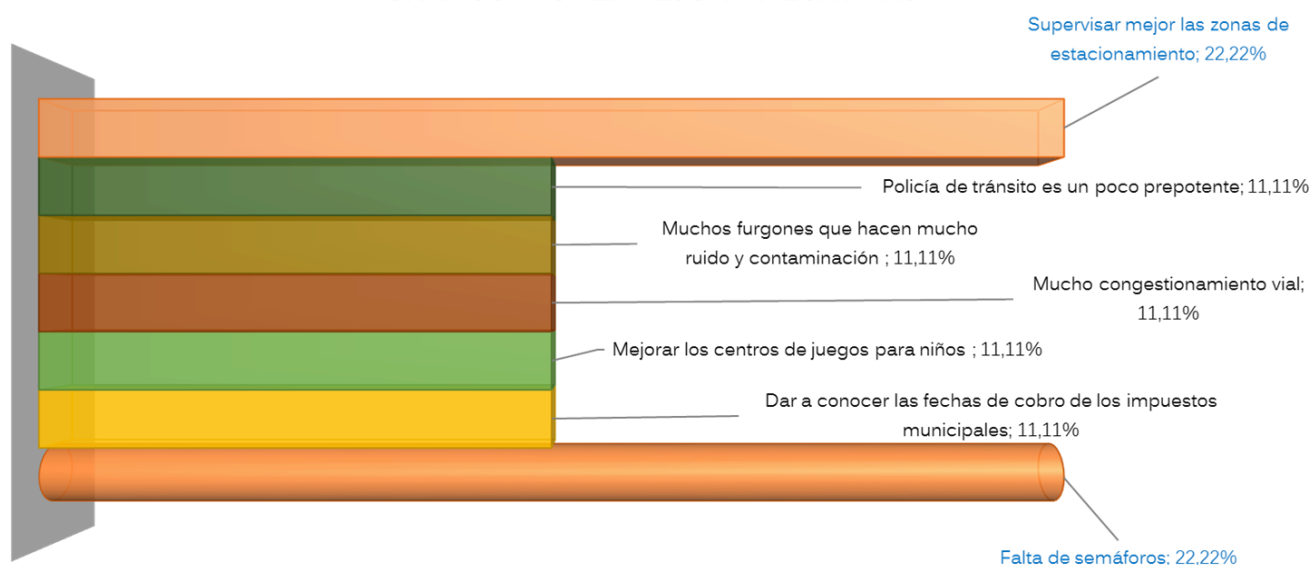
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°9-A2
Progreso del Cantón: Cualidad: MEJOR Menciones: NEGATIVAS
Municipalidad de Belén
nov-16

Mejor / Negativas	Relativo	Absoluto
Falta de semáforos	22,22%	2
Dar a conocer las fechas de cobro de los impuestos municipales	11,11%	1
Mejorar los centros de juegos para niños	11,11%	1
Mucho congestionamiento vial	11,11%	1
Muchos furgones que hacen mucho ruido y contaminación	11,11%	1
Policía de tránsito es un poco prepotente	11,11%	1
Supervisar mejor las zonas de estacionamiento	22,22%	2
TOTAL	100%	9

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°9-A2: MEJOR / NEGATIVAS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En la tabla y gráfico N°9-A3 se reflejan todas las expresiones codificadas que mencionaron los entrevistados y que indican que la comunidad está **IGUAL** que hace tres años, con afirmaciones **POSITIVAS**, y como se puede resumir las principales frases son: “el progreso se mantiene (no hay cambios)” con un 43,33%; “siempre han estado bien” con un 33,33% y “se ha mejorado el reciclaje” con un 10%

En la tabla y gráfico N°9-A4 se reflejan todas las expresiones codificadas que mencionaron los entrevistados y que indican que la comunidad está **IGUAL** que hace tres años, con afirmaciones **NEGATIVAS**, y como se puede resumir las principales frases son: “mucha congestión vial” con un 20,59%; “aceras y calles en pésimas condiciones” con un 17,65%;

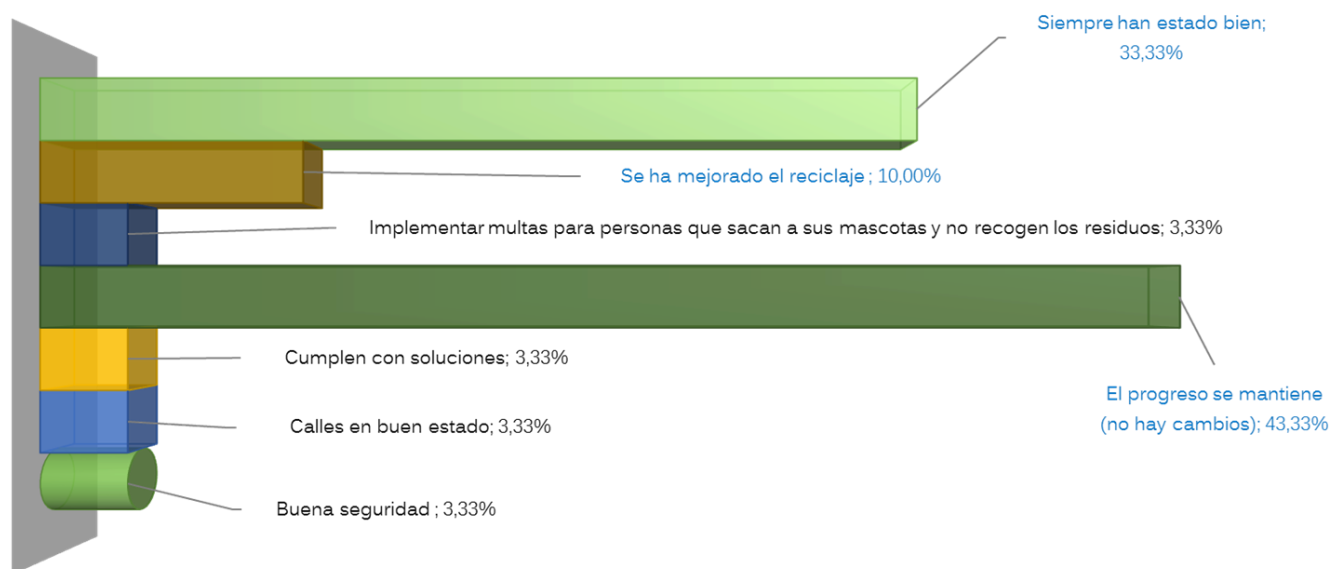
y “en la Asunción falta por hacer muchas cosas (hay malos olores, lugares de recreación)” con un 17,65%.

Tabla N°9-A3
Progreso del Cantón: Cualidad: IGUAL Menciones: POSITIVAS
Municipalidad de Belén
nov-16

Igual / Positivas	Relativo	Absoluto
Buena seguridad	3,33%	1
Calles en buen estado	3,33%	1
Cumplen con soluciones	3,33%	1
El progreso se mantiene (no hay cambios)	43,33%	13
Implementar multas para personas que sacan a sus mascotas y no recogen los residuos	3,33%	1
Se ha mejorado el reciclaje	10,00%	3
Siempre han estado bien	33,33%	10
TOTAL	100%	30

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°9-A3: IGUAL / POSITIVAS



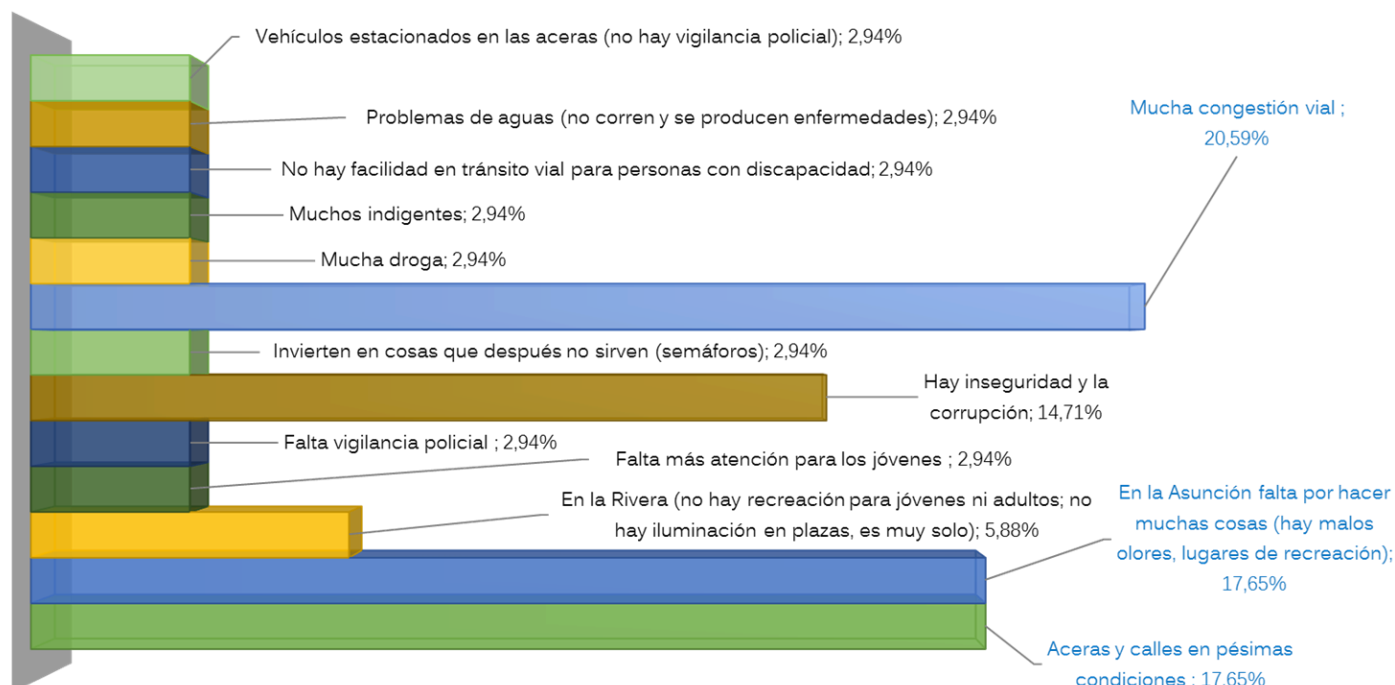
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°9-A4
Progreso del Cantón: Cualidad: IGUAL Menciones: NEGATIVAS
Municipalidad de Belén
nov-16

Igual / Negativas	Relativo	Absoluto
Aceras y calles en pésimas condiciones	17,65%	6
En la Asunción falta por hacer muchas cosas (hay malos olores, lugares de recreación)	17,65%	6
En la Rivera (no hay recreación para jóvenes ni adultos; no hay iluminación en plazas, es muy solo)	5,88%	2
Falta más atención para los jóvenes	2,94%	1
Falta vigilancia policial	2,94%	1
Hay inseguridad y la corrupción	14,71%	5
Invierten en cosas que después no sirven (semáforos)	2,94%	1
Mucha congestión vial	20,59%	7
Mucha droga	2,94%	1
Muchos indigentes	2,94%	1
No hay facilidad en tránsito vial para personas con discapacidad	2,94%	1
Problemas de aguas (no corren y se producen enfermedades)	2,94%	1
Vehículos estacionados en las aceras (no hay vigilancia policial)	2,94%	1
TOTAL	100%	34

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°9-A4: IGUAL / NEGATIVAS



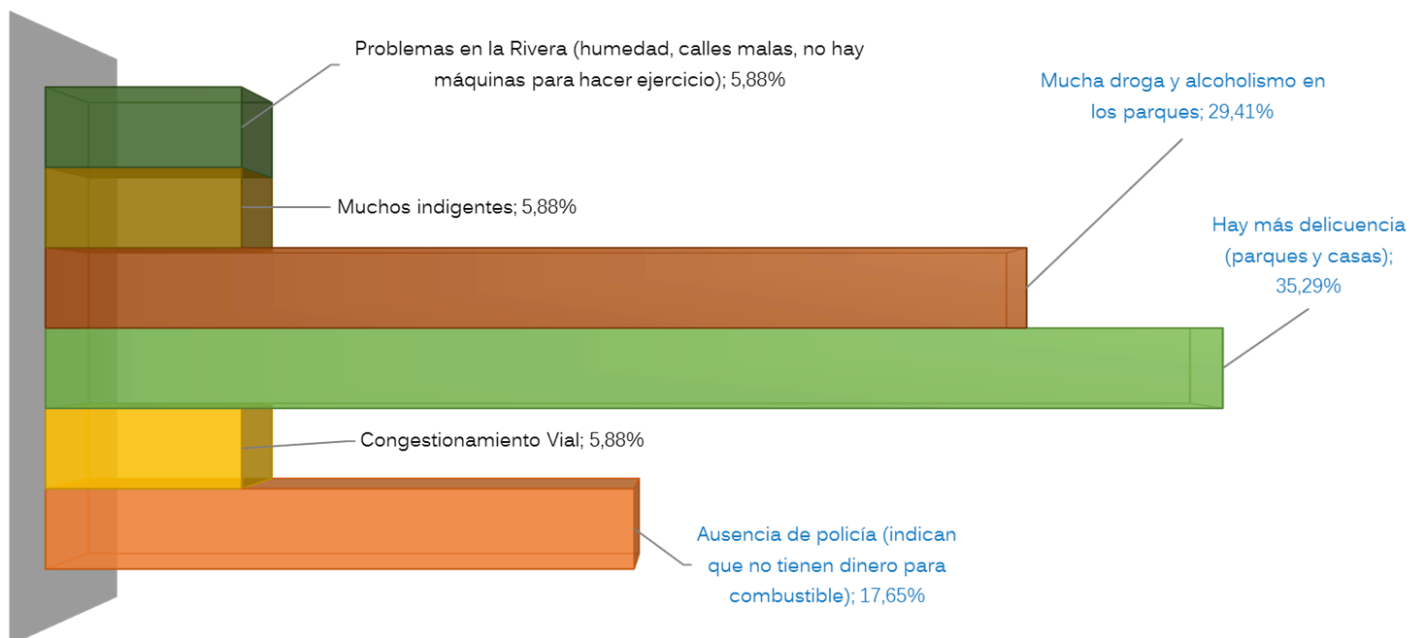
En la tabla y gráfico N°9-A5 se reflejan todas las expresiones codificadas que mencionaron los entrevistados y que indican que la comunidad está **PEOR** que hace tres años, y como se puede resumir las principales frases son: “hay más delincuencia (parques y casas)” con un 35,29%; “mucha droga y alcoholismo en los parques” con un 29,41%; y “ausencia de policía (indican que no tienen dinero para combustible)” con un 17,65%.

Tabla N°9-A5
Progreso del Cantón: Cualidad: PEOR Menciones: NEGATIVAS
Municipalidad de Belén
nov-16

Peor / Negativas	Relativo	Absoluto
Ausencia de policía (indican que no tienen dinero para combustible)	17,65%	3
Congestionamiento Vial	5,88%	1
Hay más delincuencia (parques y casas)	35,29%	6
Mucha droga y alcoholismo en los parques	29,41%	5
Muchos indigentes	5,88%	1
Problemas en la Rivera (humedad, calles malas, no hay máquinas para hacer ejercicio)	5,88%	1
TOTAL	100%	17

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°9-A5: PEOR / NEGATIVAS



En síntesis, se puede notar que los entrevistados en un gran porcentaje consideran que la comunidad está MEJOR / IGUAL que hace tres años, ya que expresan que ven progreso; que los cambios se han mantenido, que las calles, aceras, y puentes están en buen estado, que hay buena demarcación, que la vigilancia, la limpieza y el orden son muy buenos y que viven con mayor seguridad.

Pero también hay que valorar y buscar opciones de mejora en aquellas **EXPRESIONES** con **NEGATIVAS**, que a pesar que ven un cambio, sienten que aún falta en corregir algunas acciones, como: falta de semáforos, supervisar mejor las zonas de estacionamiento, hay delincuencia en parques y casas, existe mucha droga y alcoholismo en los parques y ausencia de policía (indican que no tienen dinero para combustible). También es importante mencionar que la población de la Asunción indica que para la Municipalidad ellos no son tomados en cuenta que las calles y aceras están en malas condiciones, hay muy malos olores y no hay lugares para recreación.

Filtro de Satisfacción General sobre la Municipalidad y el Servicio al Cliente

En el **filtro de satisfacción general sobre la labor de la Municipalidad y el Servicio al Cliente** ofrecido, se quería analizar las variables de satisfacción tanto de la labor de la Municipalidad como la gestión del departamento de Servicio al Cliente actual de la Municipalidad.

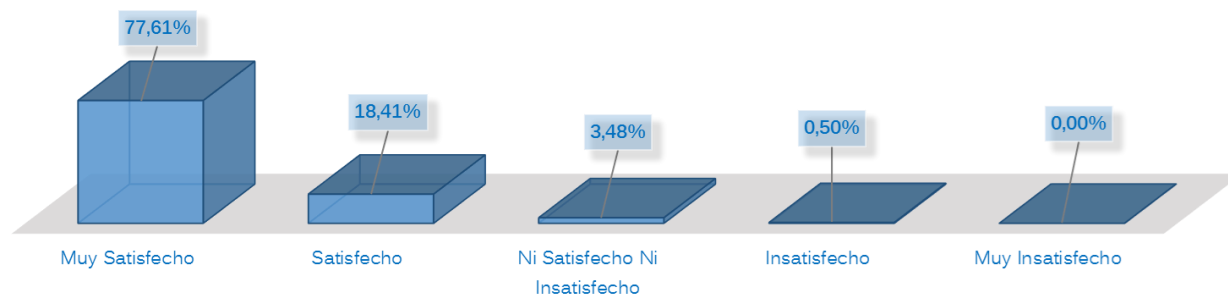
En la pregunta **P.10.**, se preguntó a los entrevistados cuál era su **nivel de satisfacción general por la labor realizada por la Municipalidad de Belén** en el último año, y tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°10, el 71,61% indicó que se encuentra muy satisfecho, el 18,41% indicó que está satisfecho, el 3,48% indicó que esta un nivel medio (ni satisfecho ni insatisfecho), y solo el 0,50% indicó que se encuentra insatisfecho.

Tabla N°10
Nivel de Satisfacción General sobre Municipalidad
Municipalidad de Belén
nov-16

Nivel de Satisfacción	Relativo	Absoluto
Muy Satisfecho	77,61%	156
Satisfecho	18,41%	37
Ni Satisfecho Ni Insatisfecho	3,48%	7
Insatisfecho	0,50%	1
Muy Insatisfecho	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°10: NIVEL DE SATISFACCIÓN SOBRE MUNICIPALIDAD



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

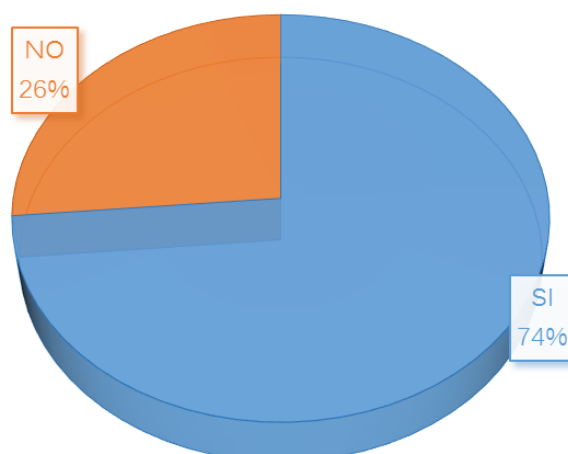
En la pregunta **P.11.**, se quería conocer si el entrevistado había **visitado** o no la oficina de **Servicio al Cliente de la Municipalidad**, y según los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°11, el 74% si ha visitado la Oficina de Servicio al Cliente mientras que el 26% no la ha visitado.

Tabla N°11
Visita a Servicio al Cliente
Municipalidad de Belén
nov-16

Visita Servicio al Cliente	Relativo	Absoluto
SI	73,63%	148
NO	26,37%	53
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°11: VISITA A LA OFICINA DE SERVICIO AL CLIENTE



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

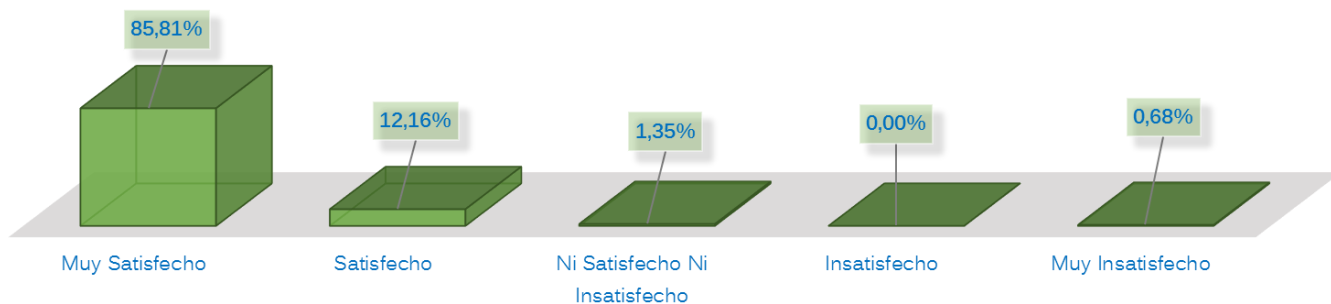
Para aquellos entrevistados que si habían visitado la oficina de Servicio al Cliente, se les hizo la pregunta **P.11a.**, en donde se quería conocer el **nivel de satisfacción por el servicio brindado** por el departamento al usuario, y tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°11-A, el 85,81 % indicó que se encuentra muy satisfecho, el 12,16% indicó que está satisfecho, el 1,35% indicó que esta en un nivel medio (ni satisfecho ni insatisfecho), y solo el 0,68% indicó que se encuentra muy insatisfecho.

Tabla N°11-A
Nivel de Satisfacción General Oficina Servicio al Cliente
Municipalidad de Belén
nov-16

Nivel de Satisfacción	Relativo	Absoluto
Muy Satisfecho	85,81%	127
Satisfecho	12,16%	18
Ni Satisfecho Ni Insatisfecho	1,35%	2
Insatisfecho	0,00%	0
Muy Insatisfecho	0,68%	1
TOTAL	100%	148

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°11-A: NIVEL DE SATISFACCIÓN OFICINA SERVICIO AL CLIENTE



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En general, tanto la labor realizada por la Municipalidad de Belén, como el servicio ofrecido por la Unidad de Servicio al Cliente, fue calificado por los entrevistados como muy satisfactorio. Es importante mencionar que aunque la mayoría de los entrevistados conocen la oficina de Servicio al Cliente, se puede mejorar aplicando acciones directas de contacto ya sea vía telefónica o por medio de volantes en la zona, algunas acciones que inciten al Belemita a visitar la oficina de Servicio al Cliente, para que sea mayor el porcentaje de visita.

Filtro Sobre la Gestión Municipal

En el **filtro sobre la Gestión Municipal**, se quería calificar la gestión que se ha venido desempeñando por varios actores o entidades de la Municipalidad durante el último año. Los actores valorados fueron: la Alcaldía, el Comité de Deportes, el Concejo Municipal y el Personal Municipal. Para esta acción, se procedió a elaborar una pregunta la **P.12**, con una escala de Likert, en donde el entrevistado debería calificar la gestión entre Muy bueno, Bueno, Regular, Malo, Muy Malo, y NS/NR si no conocía el actor en valoración; por tal razón se analiza la gestión con tablas y gráficos en forma individual.

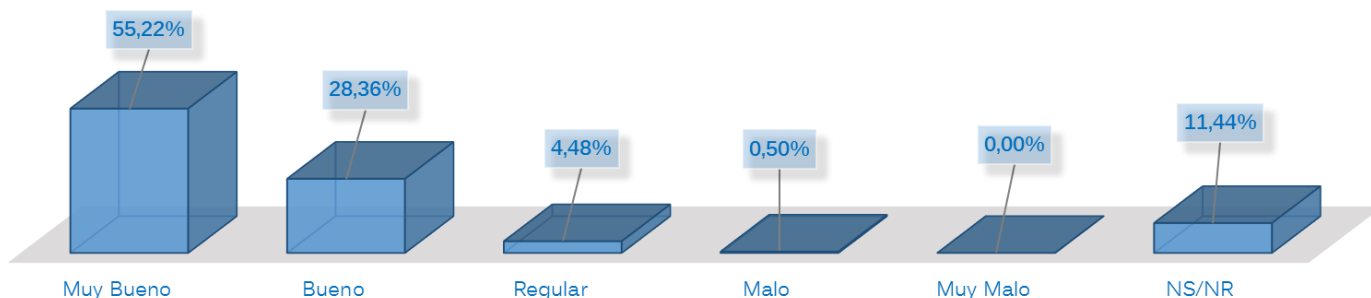
En el análisis sobre la **Gestión de la Alcaldía**, los resultados reflejan que el 55,22% del total de los entrevistados lo califican como “muy bueno”, el 28,36% lo califica como “bueno”, el 4,48% lo califica como “regular”, el 0,50% lo califica como “malo”, y el 11,44% no conocía sobre la gestión para poder darle una calificación; este análisis se complementa con la tabla y gráfico N°12-A.

Tabla N°12-A
Opinión sobre la Gestión de la Alcaldía
Municipalidad de Belén
nov-16

Opinión de la Alcaldía	Relativo	Absoluto
Muy Bueno	55,22%	111
Bueno	28,36%	57
Regular	4,48%	9
Malo	0,50%	1
Muy Malo	0,00%	0
NS/NR	11,44%	23
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°12-A: OPINIÓN SOBRE LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

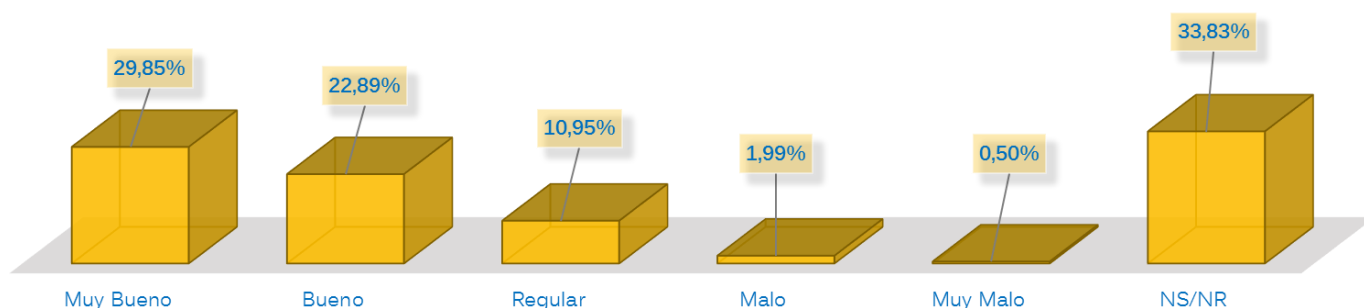
En el análisis sobre la **Gestión de Comité de Deportes**, los resultados reflejan que el 29,85% del total de los entrevistados lo califican como “muy bueno”, el 22,89% lo califica como “bueno”, el 10,95% lo califica como “regular”, el 1,99% lo califica como “malo”, el 0,50% lo califica como “muy malo” y el 33,83% no conoce la gestión del Comité de Deportes para poder darle una calificación; este análisis se complementa con la tabla y gráfico N°12-B.

Tabla N°12-B
Opinión sobre el Comité de Deportes
Municipalidad de Belén
nov-16

Opinión del Comité de Deportes	Relativo	Absoluto
Muy Bueno	29,85%	60
Bueno	22,89%	46
Regular	10,95%	22
Malo	1,99%	4
Muy Malo	0,50%	1
NS/NR	33,83%	68
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°12-B: OPINIÓN SOBRE EL COMITÉ DE DEPORTES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

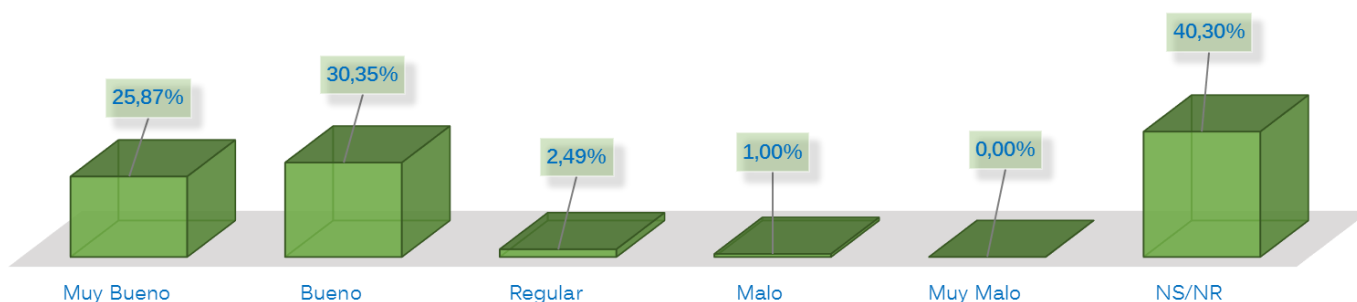
En el análisis sobre la **Gestión del Concejo Municipal**, los resultados reflejan que el 25,87% del total de los entrevistados lo califican como “muy bueno”, el 30,35% lo califica como “bueno”, el 2,49% lo califica como “regular”, el 1,00% lo califica como “malo”, y el 40,30% no conoce la gestión del Concejo Municipal para poder darle una calificación; este análisis se complementa con la tabla y gráfico N°12-C.

Tabla N°12-C
Opinión sobre la Gestión del Concejo Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Opinión del Concejo Municipal	Relativo	Absoluto
Muy Bueno	25,87%	52
Bueno	30,35%	61
Regular	2,49%	5
Malo	1,00%	2
Muy Malo	0,00%	0
NS/NR	40,30%	81
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°12-C: OPINIÓN SOBRE EL CONCEJO MUNICIPAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

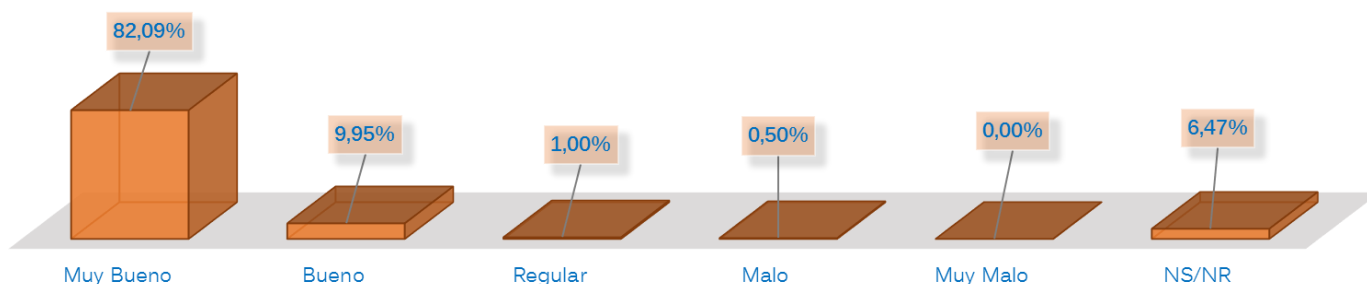
En el análisis sobre la **Gestión del Personal Municipal**, los resultados reflejan que el 82,09% del total de los entrevistados lo califican como “muy bueno”, el 9,95% lo califica como “bueno”, el 1,00% lo califica como “regular”, el 0,50% lo califica como “malo”, y solo el 6,47% no conoce la gestión del Personal Municipal para poder darle una calificación; este análisis se complementa con la tabla y gráfico N°12-D.

Tabla N°12-D
Opinión sobre la Gestión del Personal Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Opinión del Personal Municipal	Relativo	Absoluto
Muy Bueno	82,09%	165
Bueno	9,95%	20
Regular	1,00%	2
Malo	0,50%	1
Muy Malo	0,00%	0
NS/NR	6,47%	13
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°12-D: OPINIÓN SOBRE EL PERSONAL MUNICIPAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En síntesis, la calificación de Gestión de la Alcaldía y del Concejo Municipal fue valorado como “muy buena” y “buena” entre los entrevistados que la conocen. La calificación de la Gestión del Personal Municipal fue valorada como “muy buena” en la gran mayoría de todos los entrevistados, ya que prácticamente todos la conocen. La calificación para el Comité de Deportes se puede notar que prácticamente la mitad de los entrevistados lo califican como “muy bueno” y “bueno”, pero la otra mitad no conoce que gestión hace. Como recomendación general la Municipalidad debe implementar alguna estrategia de comunicación más masiva para dar a conocer entre la población Belemita la gestión de la Alcaldía y del Concejo Municipal ya que los datos estadísticos nos indican que muchos de los entrevistados no conocen la labor, entonces no la pueden calificar. Y para el Comité de Deportes, se debe doblar más los esfuerzos de comunicación ya que es el menos conocido.

Filtro Sobre los Servicios que presta la Municipalidad

En el filtro de los **Servicios que presta la Municipalidad**, se quería analizar la calificación que el entrevistado le daba a la gestión del servicio recibido según las variables de la escala de Likert entre Muy bueno, Bueno, Regular, Malo, Muy Malo, y NS/NR si no conocía el servicio. Para el análisis general de calificación se presenta la tabla y gráfico N°13 que incluye todos los valores de los 26 servicios investigados y adicional para cada servicio se presenta una tabla y un gráfico en forma individual, enumerados desde el N°13-1 hasta el N°13-26.

En general la calificación sumada entre las variables “muy buena” y “buena”, indica el servicio percibido por el entrevistado ha sido satisfactorio, pero la unidad que presta el servicio podría valorar que nuevas acciones puede implementar para que esa calificación pueda ser percibida por la población como muy buena y que a la vez estas acciones ayuden a que más población conozca el servicio aunque no lo requiera constantemente,

ya que en el análisis se refleja que un porcentaje considerable no pudo calificar el servicio porque no lo conoce.

Tabla N°13
Servicio Municipales
Municipalidad de Belén
nov-16

SERVICIOS	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	NS/NR
Alcantarillado Pluvial (caños y alcantarillas)	67,66%	22,89%	7,46%	1,49%	0,50%	0,00%
Bolsa de empleo	46,77%	15,42%	8,96%	1,99%	0,00%	26,78%
Gestión de Contraloría de Servicios	56,72%	20,90%	3,98%	0,50%	0,00%	17,91%
Limpieza de vías (ornato público)	88,06%	7,46%	3,98%	0,50%	0,00%	0,00%
Mantenimiento de Edificios Históricos	80,10%	16,92%	0,00%	0,50%	0,00%	2,49%
Mantenimiento de la Infraestructura Pública	76,12%	18,41%	2,49%	0,50%	0,50%	1,99%
Mantenimiento de la planta de tratamiento	72,64%	12,94%	0,50%	1,00%	0,00%	12,94%
Promoción de ferias y festividades	61,19%	21,89%	2,49%	1,00%	0,00%	13,44%
Protección del Medio Ambiente	83,58%	11,94%	3,48%	1,00%	0,00%	0,00%
Regulación de actividades comerciales	65,17%	17,91%	1,49%	1,00%	0,00%	14,43%
Seguridad General	59,70%	21,89%	15,42%	2,49%	0,50%	0,00%
Servicio de agua potable	94,03%	4,98%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%
Servicio de alumbrado público	95,52%	2,99%	1,00%	0,50%	0,00%	0,00%
Servicio de la Biblioteca Municipal	86,07%	5,47%	0,00%	0,50%	0,00%	7,96%
Servicio de la Oficina Bienestar Social (IMAS)	65,17%	4,98%	0,00%	0,50%	0,50%	28,86%
Servicio de la Oficina de Cultura	68,66%	14,43%	1,99%	0,50%	0,00%	14,43%
Servicio de la Oficina de la Mujer	66,67%	7,96%	0,00%	0,50%	0,50%	24,38%
Servicio de Limpieza de los cauces de los ríos	85,57%	11,44%	1,49%	1,00%	0,00%	0,50%
Servicio de pago de impuestos	72,14%	18,91%	2,99%	1,00%	1,00%	3,99%
Servicio de Policía de Tránsito	51,74%	16,92%	26,87%	2,99%	1,49%	0,00%
Servicio de recolección de reciclaje	92,04%	3,98%	1,99%	1,49%	0,00%	0,50%
Servicio de recolección de residuos	90,55%	3,48%	1,49%	1,49%	0,00%	2,99%
Servicio de tramitología en general	60,20%	16,92%	7,46%	2,99%	0,00%	12,44%
Servicio del Cementerio	87,06%	6,47%	14,90%	1,00%	0,00%	3,98%
Servicio que presta la Policía Municipal	65,17%	17,91%	11,94%	19,90%	0,50%	2,49%
Servicios de telefonía pública	73,63%	2,99%	0,50%	0,50%	0,00%	22,39%

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

A continuación se presenta tabla y gráfico por cada uno de los servicios que se evaluaron en la investigación.

Tabla N°13-1

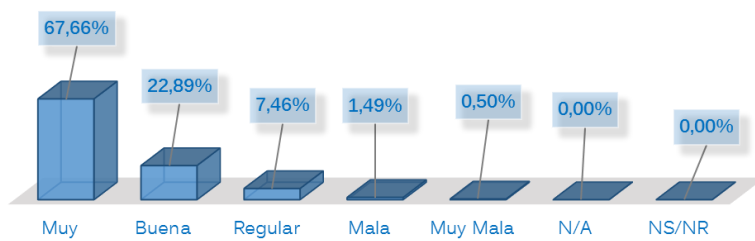
Servicio: Alcantarillado Pluvial (caños y alcantarillas)

Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	67,66%	136
Buena	22,89%	46
Regular	7,46%	15
Mala	1,49%	3
Muy Mala	0,50%	1
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-1: ALCANTARILLADO PLUVIAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-2

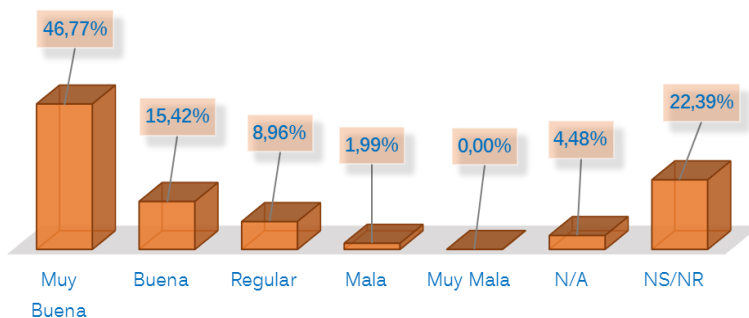
Servicio: Bolsa de Empleo

Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	46,77%	94
Buena	15,42%	31
Regular	8,96%	18
Mala	1,99%	4
Muy Mala	0,00%	0
N/A	4,48%	9
NS/NR	22,39%	45
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-2: BOLSA DE EMPLEO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-3

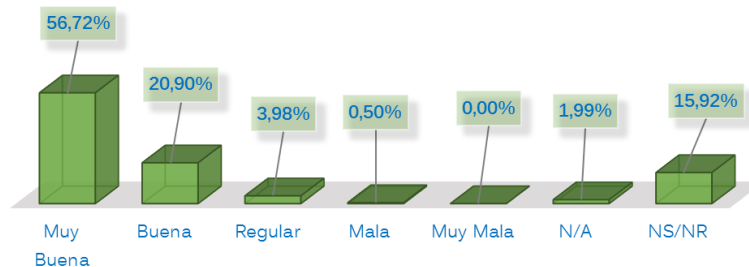
Servicio: Gestión de la Contraloría de Servicios

Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	56,72%	114
Buena	20,90%	42
Regular	3,98%	8
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	1,99%	4
NS/NR	15,92%	32
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-3: GESTIÓN DE LA CONTRALORÍA DE SERVICIOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

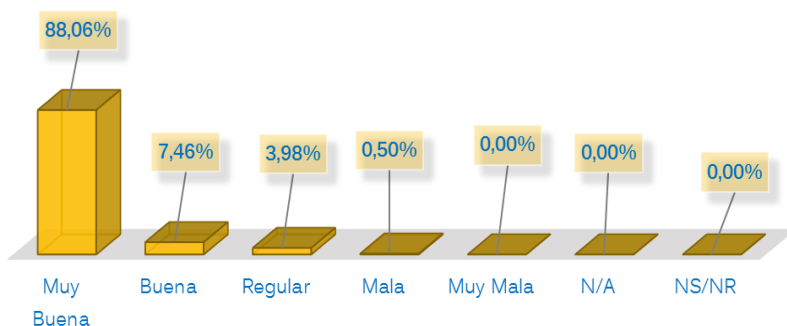
Tabla N°13-4

Servicio: Limpieza de Vías (ornato público)
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	88,06%	177
Buena	7,46%	15
Regular	3,98%	8
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-4: LIMPIEZA DE VÍAS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

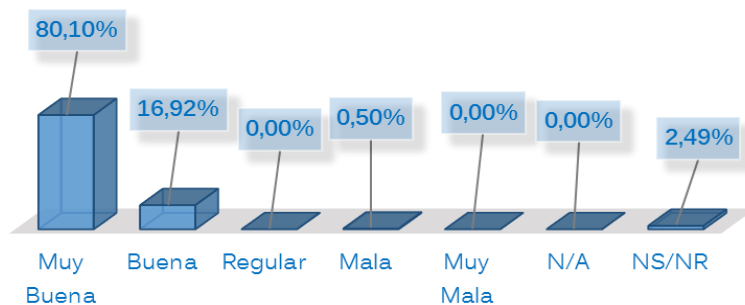
Tabla N°13-5

Servicio: Mantenimiento de Edificios Históricos
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	80,10%	161
Buena	16,92%	34
Regular	0,00%	0
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	2,49%	5
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-5: EDIFICIOS HISTÓRICOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

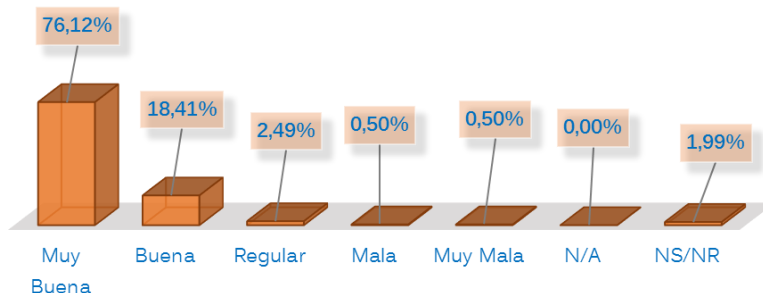
Tabla N°13-6

Servicio: Mantenimiento de Infraestructura Pública
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	76,12%	153
Buena	18,41%	37
Regular	2,49%	5
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,50%	1
N/A	0,00%	0
NS/NR	1,99%	4
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-6: INFRAESTRUCTURA PÚBLICA



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-7

Servicio: Mantenimiento de la Planta de Tratamiento

Municipalidad de Belén

nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	72,64%	146
Buena	12,94%	26
Regular	0,50%	1
Mala	1,00%	2
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	12,94%	26
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-7: PLANTA DE TRATAMIENTO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-8

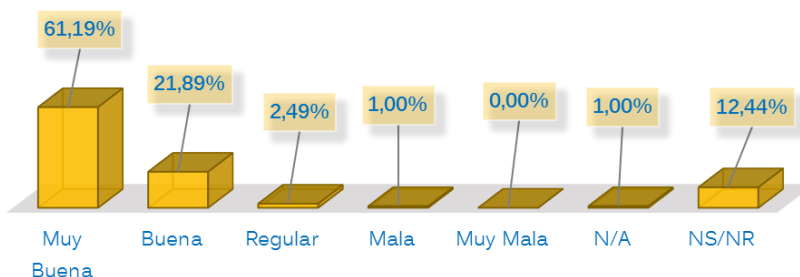
Servicio: Promoción de Ferias y Festividades

Municipalidad de Belén

nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	61,19%	123
Buena	21,89%	44
Regular	2,49%	5
Mala	1,00%	2
Muy Mala	0,00%	0
N/A	1,00%	2
NS/NR	12,44%	25
TOTAL	100%	201

GRÁFICO N°13-8: PROMOCIÓN DE FERIAS Y FESTIVIDADES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-9

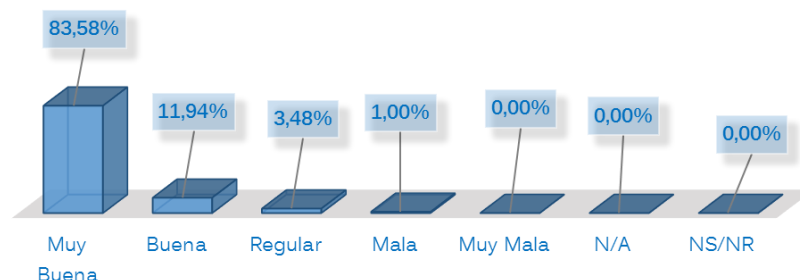
Servicio: Protección del Medio Ambiente

Municipalidad de Belén

nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	83,58%	168
Buena	11,94%	24
Regular	3,48%	7
Mala	1,00%	2
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GRÁFICO N°13-9: PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-10

Servicio: Regulación de Actividades Comerciales

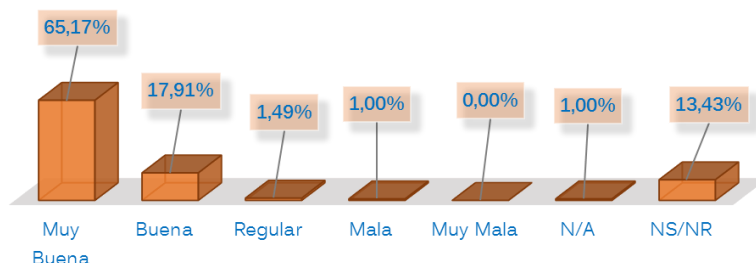
Municipalidad de Belén

nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	65,17%	131
Buena	17,91%	36
Regular	1,49%	3
Mala	1,00%	2
Muy Mala	0,00%	0
N/A	1,00%	2
NS/NR	13,43%	27
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-10: REGULACIÓN DE ACTIVIDADES COMERCIALES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-11

Servicio: Seguridad General

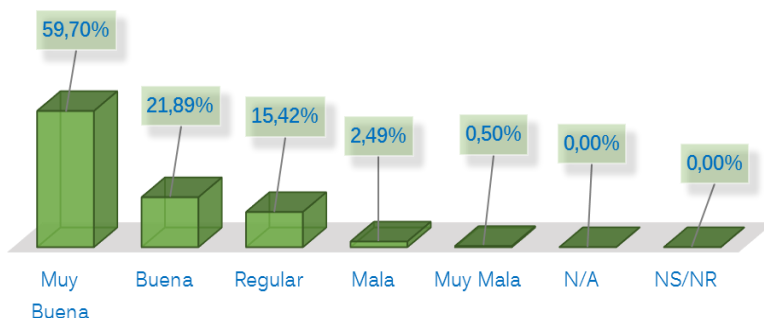
Municipalidad de Belén

nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	59,70%	120
Buena	21,89%	44
Regular	15,42%	31
Mala	2,49%	5
Muy Mala	0,50%	1
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-11: SEGURIDAD GENERAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-12

Servicio: Agua Potable

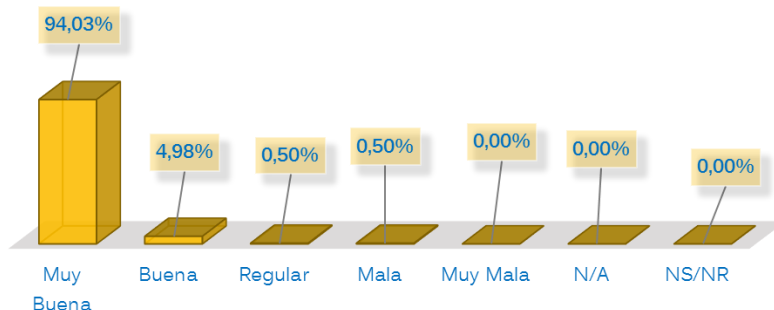
Municipalidad de Belén

nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	94,03%	189
Buena	4,98%	10
Regular	0,50%	1
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-12: AGUA POTABLE



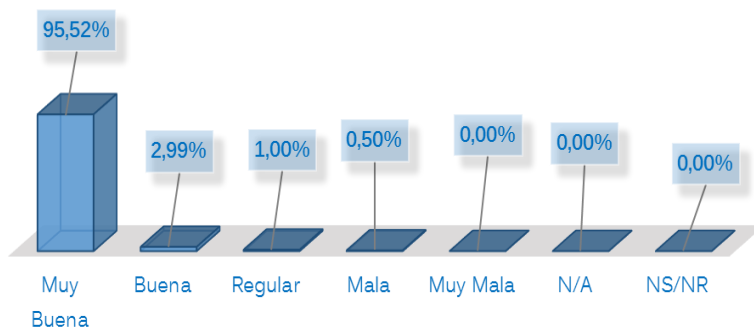
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-13
Servicio: Alumbrado Público
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	95,52%	192
Buena	2,99%	6
Regular	1,00%	2
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-13: ALUMBRADO PÚBLICO



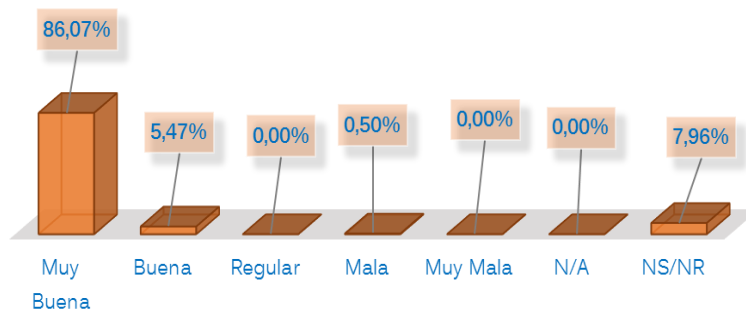
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-14
Servicio: Biblioteca Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	86,07%	173
Buena	5,47%	11
Regular	0,00%	0
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	7,96%	16
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-14: BIBLIOTECA MUNICIPAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-15
Servicio: Oficina de Bienestar Social (IMAS)
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	65,17%	131
Buena	4,98%	10
Regular	0,00%	0
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,50%	1
N/A	1,00%	2
NS/NR	27,86%	56
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-15: OFICINA DE BIENESTAR SOCIAL (IMAS)



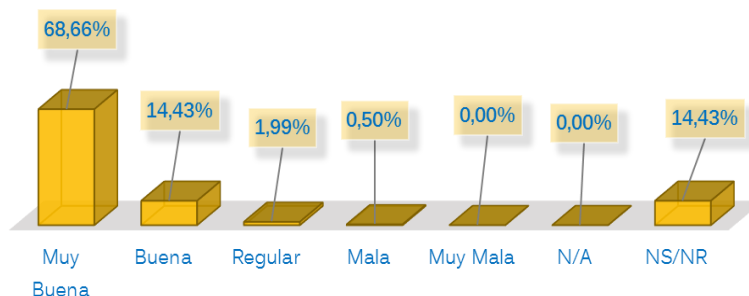
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-16
Servicio: Oficina de la Cultura
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	68,66%	138
Buena	14,43%	29
Regular	1,99%	4
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	14,43%	29
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-16: OFICINA DE LA CULTURA



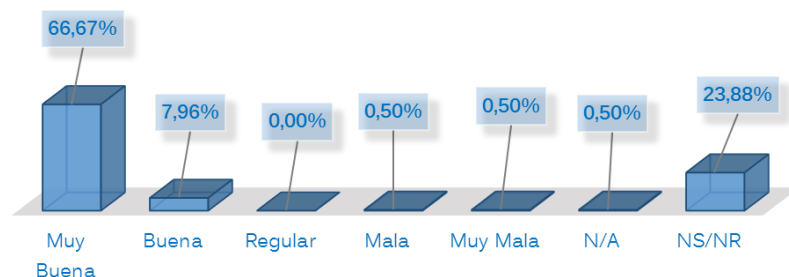
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-17
Servicio: Oficina de la Mujer
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	66,67%	134
Buena	7,96%	16
Regular	0,00%	0
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,50%	1
N/A	0,50%	1
NS/NR	23,88%	48
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-17: OFICINA DE LA MUJER



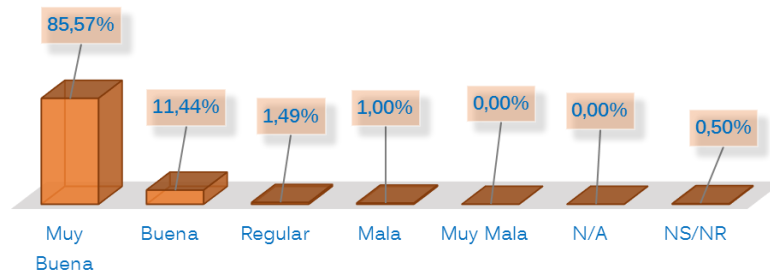
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-18
Servicio: Limpieza de los Cauces del Río
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	85,57%	172
Buena	11,44%	23
Regular	1,49%	3
Mala	1,00%	2
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-18: LIMPIEZA CAUCES DEL RÍO



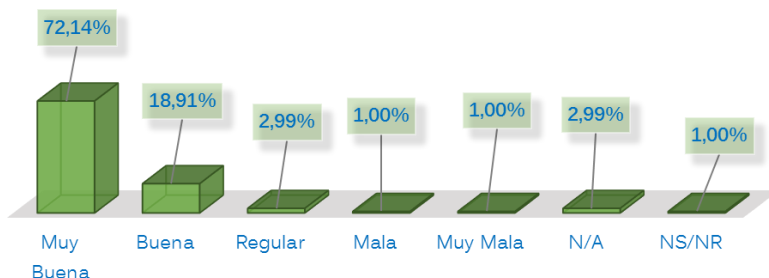
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-19
Servicio: Pago de Impuestos
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	72,14%	145
Buena	18,91%	38
Regular	2,99%	6
Mala	1,00%	2
Muy Mala	1,00%	2
N/A	2,99%	6
NS/NR	1,00%	2
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-19: PAGO DE IMPUESTOS



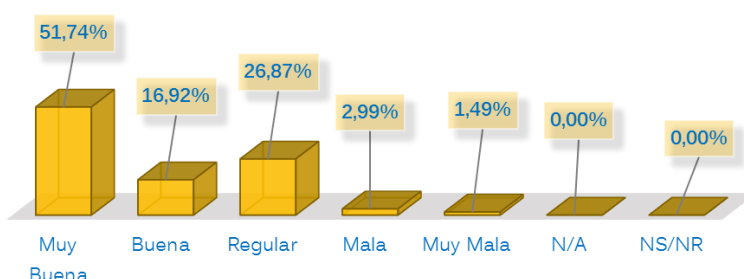
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-20
Servicio: Policía de Tránsito
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	51,74%	104
Buena	16,92%	34
Regular	26,87%	54
Mala	2,99%	6
Muy Mala	1,49%	3
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-20: POLICÍA DE TRÁNSITO

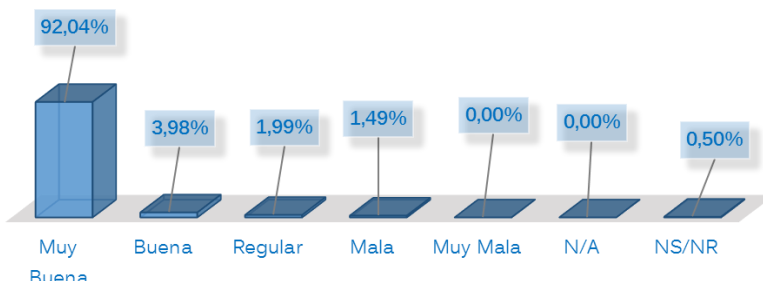


GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-21
Servicio: Recolección de Reciclaje
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	92,04%	185
Buena	3,98%	8
Regular	1,99%	4
Mala	1,49%	3
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GRÁFICO N°13-21: RECOLECCIÓN DE RECICLAJE

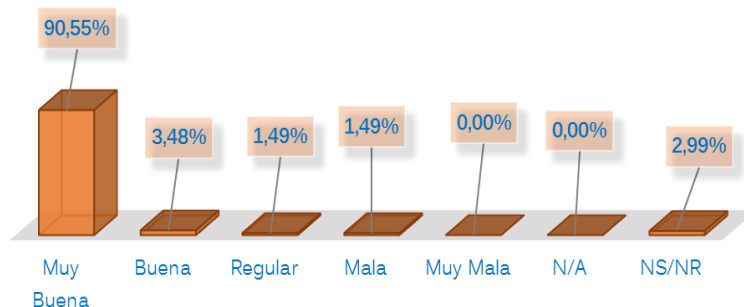


GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-22
Servicio: Recolección de Residuos
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	90,55%	182
Buena	3,48%	7
Regular	1,49%	3
Mala	1,49%	3
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	2,99%	6
TOTAL	100%	201

GRÁFICO N°13-22: RECOLECCIÓN DE RESIDUOS



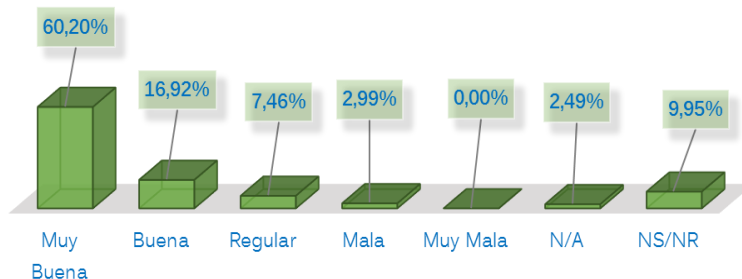
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-23
Servicio: Tramitología en General
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	60,20%	121
Buena	16,92%	34
Regular	7,46%	15
Mala	2,99%	6
Muy Mala	0,00%	0
N/A	2,49%	5
NS/NR	9,95%	20
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-23: TRAMITOLOGÍA EN GENERAL



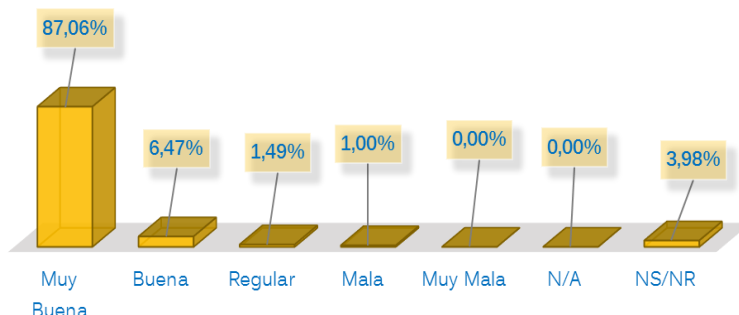
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-24
Servicio: Cementerio
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	87,06%	175
Buena	6,47%	13
Regular	1,49%	3
Mala	1,00%	2
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	3,98%	8
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-24: CEMENTERIO



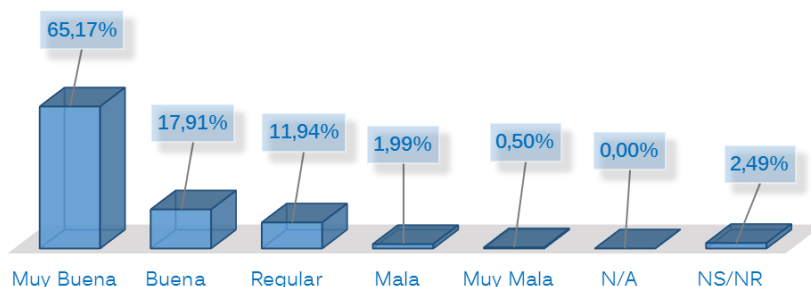
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-25
Servicio: Policía Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	65,17%	131
Buena	17,91%	36
Regular	11,94%	24
Mala	1,99%	4
Muy Mala	0,50%	1
N/A	0,00%	0
NS/NR	2,49%	5
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-25: POLICÍA MUNICIPAL



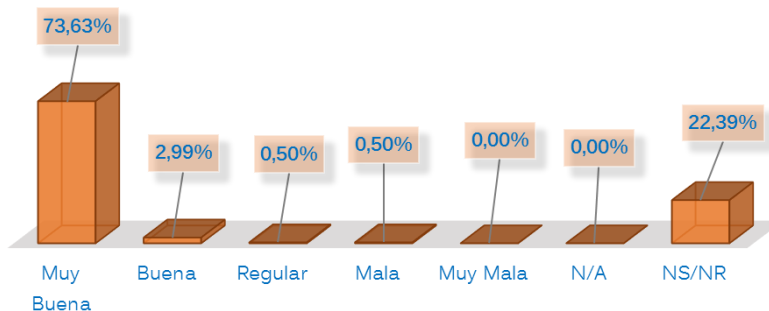
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°13-26
Servicio: Telefonía Pública
Municipalidad de Belén
nov-16

Servicio	Relativo	Absoluto
Muy Buena	73,63%	148
Buena	2,99%	6
Regular	0,50%	1
Mala	0,50%	1
Muy Mala	0,00%	0
N/A	0,00%	0
NS/NR	22,39%	45
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°13-26: TELEFONÍA PÚBLICA



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro Sobre Actividades y Reciclaje

En el filtro sobre actividades y reciclaje, se quería estudiar las variables relacionadas a las actividades de la comunidad y su organización e invitación; las actividades deportivas que practica la población Belemita; y sobre la cultura del reciclaje que se ha venido desarrollando en el Cantón.

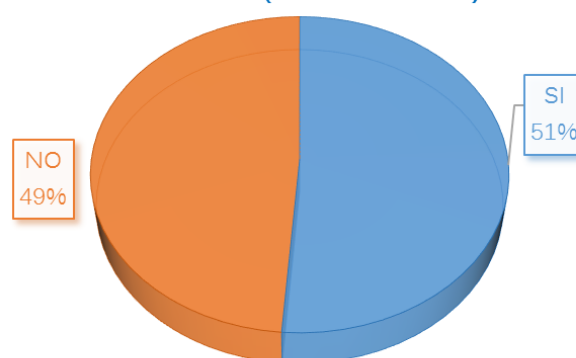
En la P.14., se le preguntaba a los entrevistados que si habían participado en alguna actividad en la comunidad recientemente, y tal y como lo indica la tabla y el gráfico N°14, el 51% menciono que SI y el 49% indico que NO.

Tabla N°14
Actividades de la Comunidad (participación)
Municipalidad de Belén
nov-16

Actividades	Relativo	Absoluto
SI	51,24%	103
NO	48,76%	98
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°14: ACTIVIDADES DE LA COMUNIDAD (PARTICIPACIÓN)



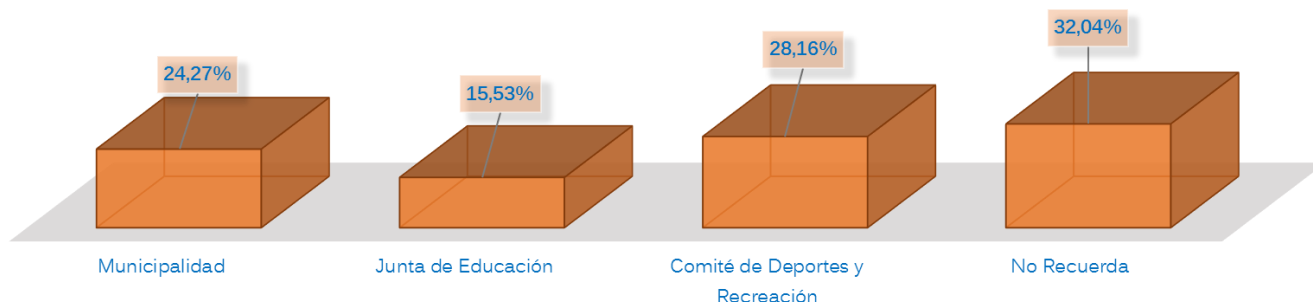
Para aquellos entrevistados, que indicaron que SI habían participado en alguna actividad en la comunidad recientemente, se les hizo la pregunta **P.14a**, sobre **quien había organizado dicha actividad**, y las respuestas indican que el 24,27% mencionó que la Municipalidad, el 15,53% que la Junta de Educación, el 28,16% que el Comité de Deportes y Recreación, y el 32,04% mencionó que no recordaba quien fue el organizador. Este detalle se puede observar en la tabla y gráfico N°14-A.

Tabla N°14-A
Organizador de Actividades
Municipalidad de Belén
nov-16

Organizador	Relativo	Absoluto
Municipalidad	24,27%	25
Junta de Educación	15,53%	16
Comité de Deportes y Recreación	28,16%	29
No Recuerda	32,04%	33
TOTAL	100%	103

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°14-A: ORGANIZADOR DE ACTIVIDADES



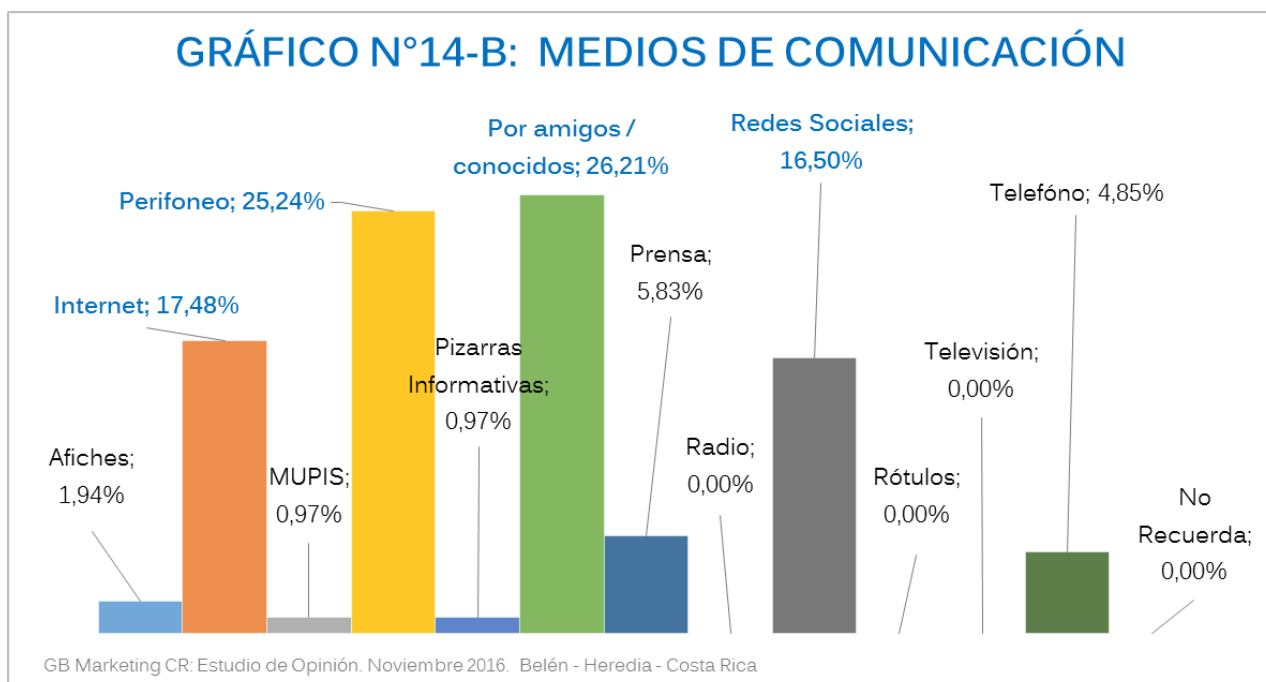
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

A esos mismos participantes del estudio que indicaron que SI habían participado en alguna actividad en la comunidad recientemente, también debían responder la **P.14b** que hacía referencia a **como se enteró de dicha actividad**, y tal y como se describe en la tabla y gráfico N°14-B, los principales medios de comunicación fueron el boca a boca por medio de “amigos o conocidos” con un 26,21%, el “perifoneo” con un 25,24%, el “Internet” con un 17,48% y por medio de “redes sociales” un 16,50%.

Tabla N°14-B
Comunicación de la Actividad
Municipalidad de Belén
nov-16

Medio de Comunicación	Relativo	Absoluto
Afiches	1,94%	2
Internet	17,48%	18
MUPIS	0,97%	1
Perifoneo	25,24%	26
Pizarras Informativas	0,97%	1
Por amigos / conocidos	26,21%	27
Prensa	5,83%	6
Radio	0,00%	0
Redes Sociales	16,50%	17
Rótulos	0,00%	0
Televisión	0,00%	0
Teléfono	4,85%	5
No Recuerda	0,00%	0
TOTAL	100%	103

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



A todos los entrevistados se le pregunto con a la **P.15.**, que nos mencionaran que **tipo de actividades les gustaría que la Municipalidad desarrollara para los jóvenes del Cantón**; al ser una pregunta abierta, se obtuvieron muchas expresiones, por lo que se procedió a crear el Manual de Códigos N°9, que agrupar las respuestas similares para poder cuantificar las respuestas.

En el Excel de nombre 2016-Análisis General de Opinión Belemita (incluido en el CD entregado), específicamente hoja de nombre P.15, se puede ver el total de las respuestas y su debida clasificación para poder cuantificarlas y unificarlas; y en el anexo N°2 de este informe se encuentra el manual N°10 creado para poder elaborar la tabla y gráfico N°15 para hacer el análisis respectivo.

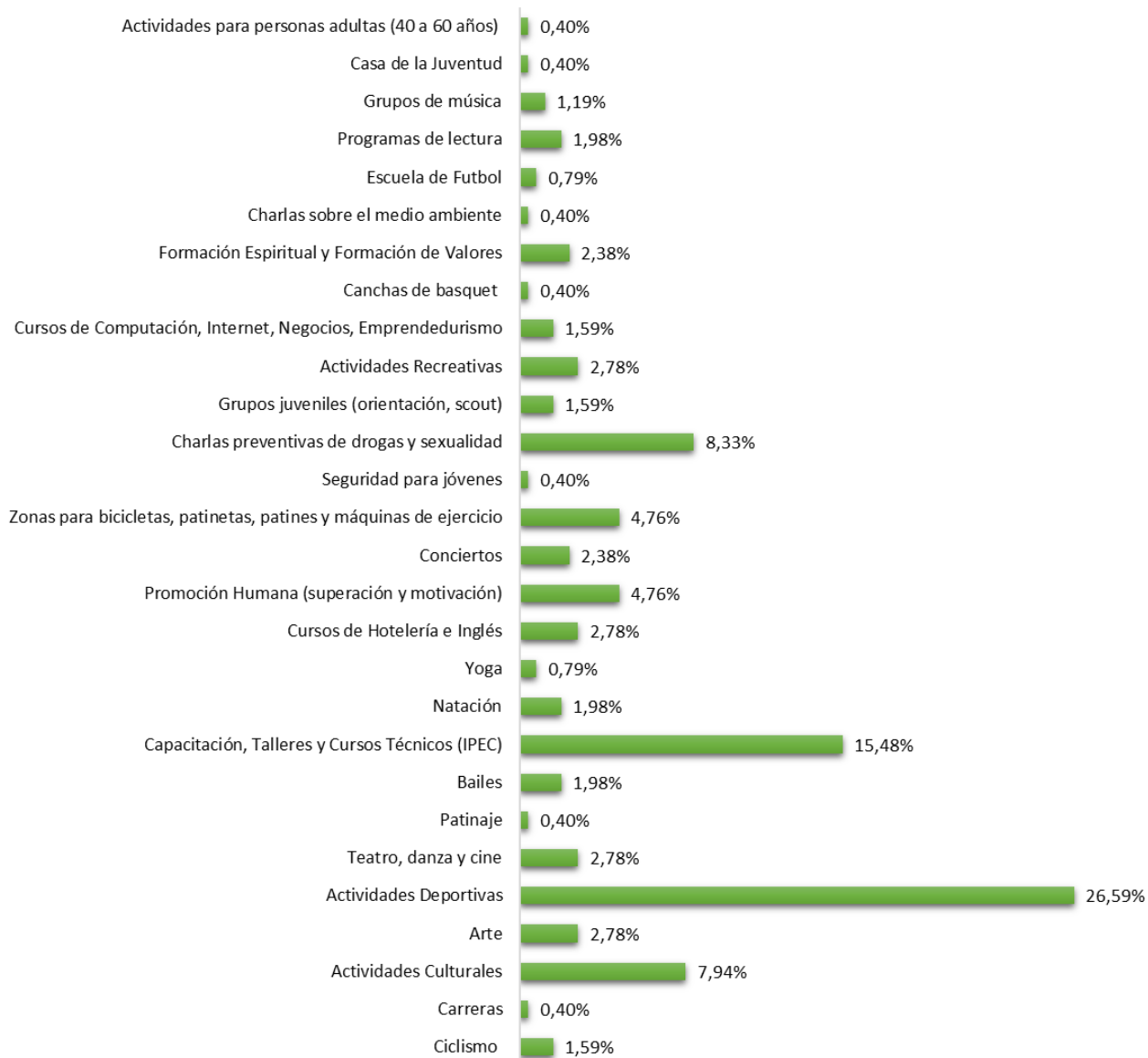
Tal y como se refleja en el resultado estadístico las menciones con más puntaje fueron: “actividades deportivas” con un 26,59%, capacitación, talleres y cursos técnicos (IPEC) con un 15,48%, “charlas preventivas de drogas y sexualidad” con un 8,33%, y las “actividades culturales” con un 7,94%. Adicional a esas actividades la población entrevistada menciona otros tipos, que se pueden ver en detalle en la tabla y gráfico N°15 a continuación.

Tabla N°15
Actividades para los Jóvenes del Cantón
Municipalidad de Belén
nov-16

Actividades para Jóvenes	Relativo	Absoluto
Ciclismo	1,59%	4
Carreras	0,40%	1
Actividades Culturales	7,94%	20
Arte	2,78%	7
Actividades Deportivas	26,59%	67
Teatro, danza y cine	2,78%	7
Patinaje	0,40%	1
Bailes	1,98%	5
Capacitación, Talleres y Cursos Técnicos (IPEC)	15,48%	39
Natación	1,98%	5
Yoga	0,79%	2
Cursos de Hotelería e Inglés	2,78%	7
Promoción Humana (superación y motivación)	4,76%	12
Conciertos	2,38%	6
Zonas para bicicletas, patinetas, patines y máquinas de ejercicio	4,76%	12
Seguridad para jóvenes	0,40%	1
Charlas preventivas de drogas y sexualidad	8,33%	21
Grupos juveniles (orientación, scout)	1,59%	4
Actividades Recreativas	2,78%	7
Cursos de Computación, Internet, Negocios, Emprendedurismo	1,59%	4
Canchas de basquet	0,40%	1
Formación Espiritual y Formación de Valores	2,38%	6
Charlas sobre el medio ambiente	0,40%	1
Escuela de Futbol	0,79%	2
Programas de lectura	1,98%	5
Grupos de música	1,19%	3
Casa de la Juventud	0,40%	1
Actividades para personas adultas (40 a 60 años)	0,40%	1
TOTAL	100%	252

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°15: ACTIVIDADES PARA JÓVENES DEL CANTÓN



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

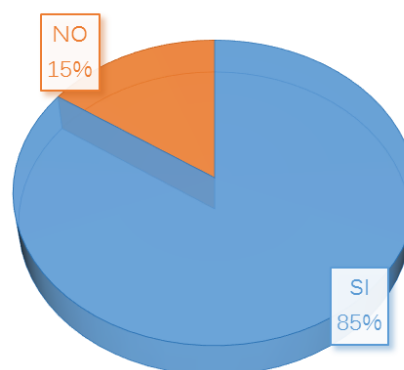
En la **P.16.**, se quería conocer si los entrevistados **conocían o no que existía un Comité de Deportes**, y como se puede notar en la tabla y gráfico N°16, el 85% indicó que SI lo conocía y el 15% indicó NO conocerlo.

Tabla N°16
Conocimiento del Comité de Deportes
Municipalidad de Belén
nov-16

Comité de Deportes	Relativo	Absoluto
SI	84,58%	170
NO	15,42%	31
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°16: COMITÉ DE DEPORTES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

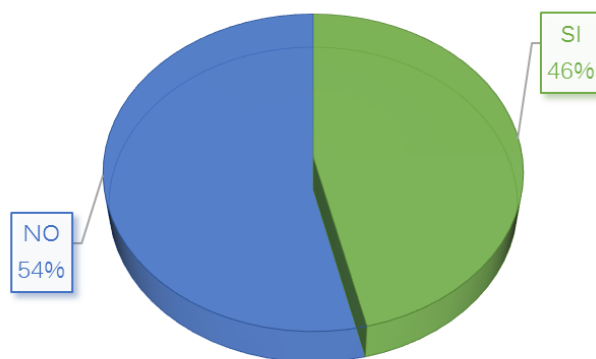
En la **P.17.**, se quería conocer si la población entrevistada practicaba algún deporte o algún miembro de su núcleo familiar; los resultados reflejan que el 46% indicó que SI practicaban algún deporte, mientras que el 54% indicó que NO, estos datos se pueden ver en la tabla y gráfico N°17 a continuación.

Tabla N°17
Práctica algún Deporte
Municipalidad de Belén
nov-16

Practica algún Deporte	Relativo	Absoluto
SI	46,27%	93
NO	53,73%	108
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°17: PRACTICA ALGUN DEPORTE



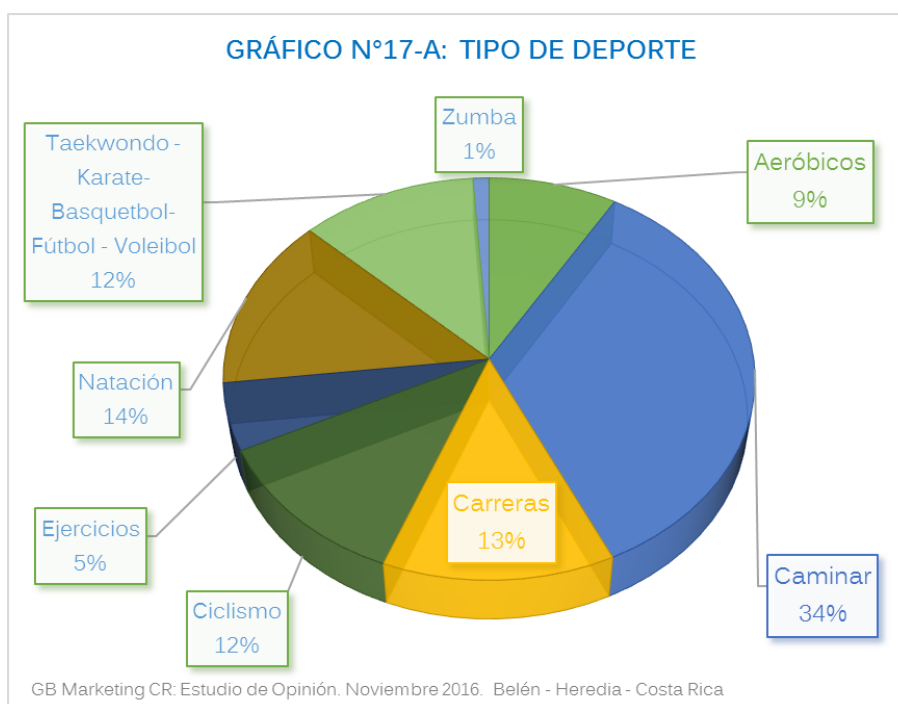
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Para aquellos entrevistados que indicaron que SI practican algún deporte, se les hizo la pregunta **P.17a** sobre **cuál tipo de deporte practicaban**, y tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°17-A, los deportes con mayor mención son: caminar con un 34%, la natación con un 14% y deportes como taekwondo, basquetbol, voleibol, futbol, entre otros con un 12%.

Tabla N°17-A
Tipo de Deporte
Municipalidad de Belén
nov-16

Tipo de Deporte	Relativo	Absoluto
Aeróbicos	8,60%	8
Caminar	34,41%	32
Carreras	12,90%	12
Ciclismo	11,83%	11
Ejercicios	5,38%	5
Natación	13,98%	13
Taekwondo - Karate- Basquetbol- Fútbol - Voleibol	11,83%	11
Zumba	1,08%	1
TOTAL	100%	93

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



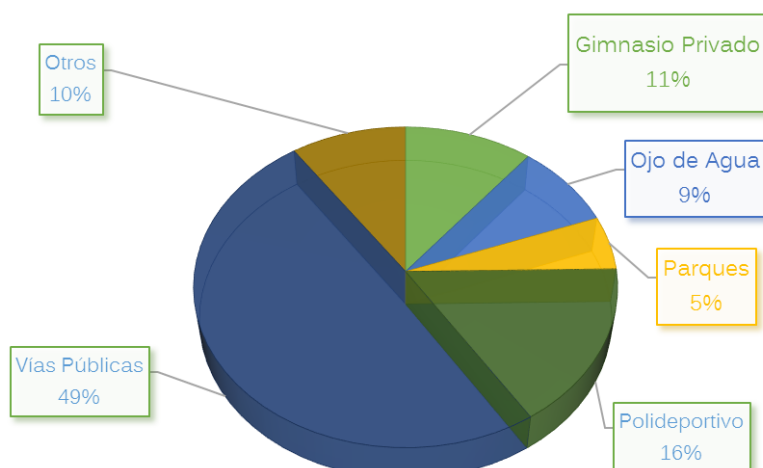
A esa misma población que practica deportes, se le hizo la pregunta **P.17b** en donde se le pedía que nos indicara en **donde lo realizaba**, y tal y como se ve en la tabla y gráfico N°17-B, el 11% dijo que en un gimnasio privado, un 9% dijo que en ojo de agua, un 5% mencionó que en los parques, el 16% indicó que en el polideportivo, el 49% mencionó que en las vías públicas y un porcentaje de 10% dijo que en otros lugares.

Tabla N°17-B
Lugar de practica del deporte
Municipalidad de Belén
nov-16

Lugar de Práctica	Relativo	Absoluto
Gimnasio Privado	10,75%	10
Ojo de Agua	8,60%	8
Parques	5,38%	5
Polideportivo	16,13%	15
Vías Públicas	49,46%	46
Otros	9,68%	9
TOTAL	100%	93

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°17-B: LUGAR DE PRÁCTICA DEL DEPORTE



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

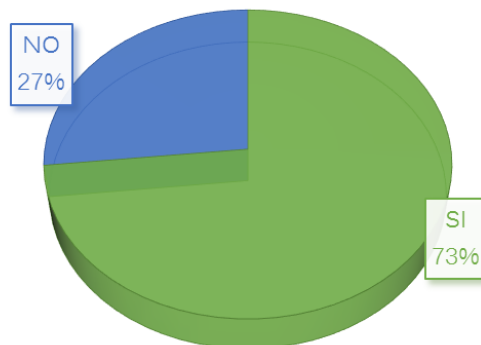
Era importante para la investigación conocer entre los entrevistados que indicaron que hacían deporte en el polideportivo, **si habían tenido o no que pagar por el uso del polideportivo**, por tanto se elaboró la pregunta **P.17.b1**, y que refleja en sus resultados que el 73% SI tuvo que pagar, mientras que el 27% NO pago por el uso. El análisis en tabla y gráfico N°17.B1 muestra los resultados a continuación.

Tabla N°17-B1
Pago en el Polideportivo
Municipalidad de Belén
nov-16

Pago en el Polideportivo	Relativo	Absoluto
SI	73,33%	11
NO	26,67%	4
TOTAL	100%	15

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°17-B1: PAGO EN EL POLIDEPORTIVO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

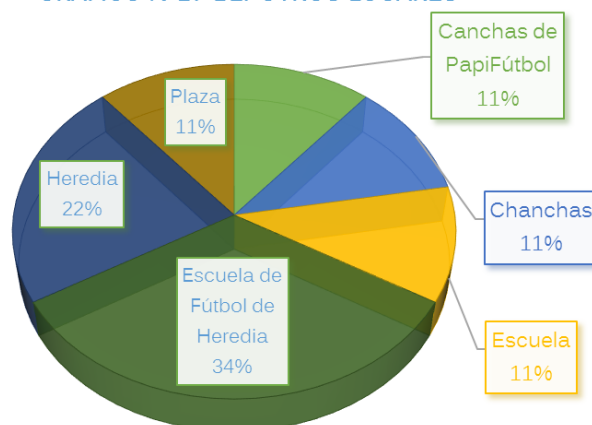
Para los entrevistados que SI practican deportes, pero que mencionaron la opción **OTROS** en la pregunta relacionada a los lugares de donde los realiza, debían responder a la pregunta **P.17.b2**; en donde indicaron que en su mayoría lo hacen en escuelas de fútbol y otros lugares deportivos ubicados en Heredia. También mencionan que en chanchas, plazas, y chanchas de papi fútbol. Esta información se puede ver en detalle en la tabla y gráfico N°17-B2 a continuación.

Tabla N°17-B2
¿Cuáles OTROS lugares?
Municipalidad de Belén
nov-16

Otros Lugares	Relativo	Absoluto
Canchas de PapiFútbol	11,11%	1
Chanchas	11,11%	1
Escuela	11,11%	1
Escuela de Fútbol de Heredia	33,33%	3
Heredia	22,22%	2
Plaza	11,11%	1
TOTAL	100%	9

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°17-B2: OTROS LUGARES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

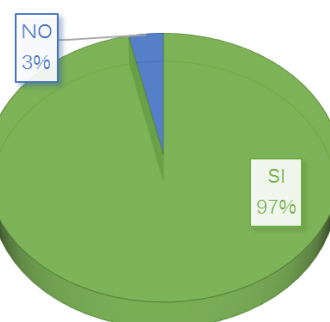
Otra variable a estudiar y de vital importancia en el estudio, era la relacionada al reciclaje, por lo que se procedió a preguntar a los entrevistados si en su hogar **reciclaban** con la pregunta **P.18.**, y como lo reflejan la tabla y gráfico N°18, el 97% indicó que SI, y solo el 3% indicó que NO reciclan.

Tabla N°18
Reciclaje en el Hogar
Municipalidad de Belén
nov-16

Reciclaje	Relativo	Absoluto
SI	96,52%	194
NO	3,48%	7
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°18: RECICLAJE EN EL HOGAR



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

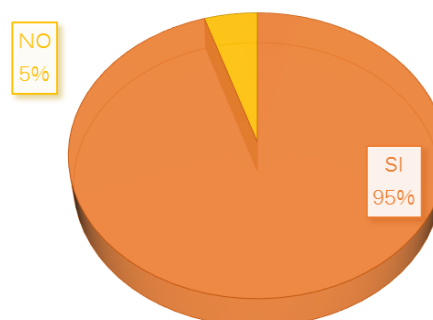
También era de importancia conocer si la población entrevistada **conocía o no las fechas y opciones que la Municipalidad de Belén dispone para el reciclaje**, por lo que se elaboró la pregunta **P.19** que refleja como resultado que el 95% SI conoce las opciones y fechas y solo el 5% NO lo conoce.

Tabla N°19
Opciones y Fechas de Reciclaje
Municipalidad de Belén
nov-16

Reciclaje	Relativo	Absoluto
SI	95,02%	191
NO	4,98%	10
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°19: OPCIONES Y FECHAS DE RECICLAJE



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

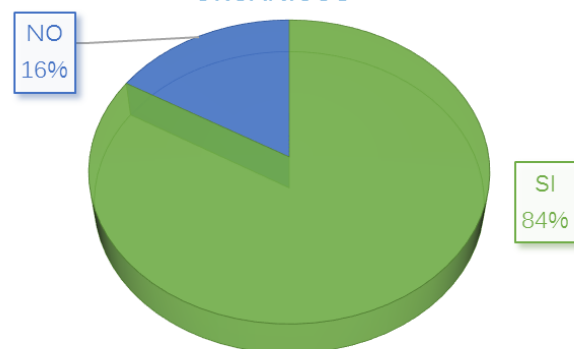
Y por último, con la pregunta **P.20**, se quería conocer si la población entrevistada **estaría o no dispuesta a reciclar sus residuos orgánicos** como cáscaras de frutas, verduras, broza de café, entre otros. Según reflejan los resultados de la tabla y gráfico N°20, el 84% indicó que SI estaría dispuesto, mientras que un 16% indicó que NO.

Tabla N°20
Reciclaje de Residuos Orgánicos
Municipalidad de Belén
nov-16

Residuos Orgánicos	Relativo	Absoluto
SI	83,58%	168
NO	16,42%	33
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°20: RECICLAJE DE RESIDUOS ORGÁNICOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En síntesis, la mitad de la población Belemita entrevistada indica que si ha participado en actividades organizadas en la comunidad, y que la mayoría de estas actividades son organizadas por la Municipalidad y el Comité de Deportes. Esta población se entera de estas actividades por medio de la comunicación boca a boca por medio de “amigos o conocidos”, el “perifoneo” que pasa por las zonas, el “Internet” y las “redes sociales”.

La población entrevistada menciona que las principales actividades que la Municipalidad de Belén debiera desarrollar para los jóvenes del Cantón son las “actividades deportivas”, la capacitación, los talleres y los cursos técnicos (IPEC), las “charlas preventivas de drogas y sexualidad” y las “actividades culturales”.

La población conoce que existe un Comité de Deportes, pero más de la mitad de la población entrevistada NO practica ningún tipo de deporte. Los deportes más practicados son el caminar, la natación, y los deportes como taekwondo, basquetbol, voleibol, futbol, entre otros. La mayor parte de los deportes se practican en las vías públicas. Aquellos entrevistados que hacen uso del polideportivo indicaron que tuvieron que pagar por el uso del mismo. Y que en ocasiones utilizan otros lugares principalmente las escuelas de futbol y lugares de Heredia.

La gran mayoría de la población entrevistada, SI tienen la cultura de reciclar en sus hogares y conocen las opciones y fechas que dispone la Municipalidad para el reciclaje y si estarían dispuestos a reciclar residuos orgánicos.

Filtro de Comunicación e Información del Cantón

En el filtro de **comunicación e información del Cantón**, se querían analizar las variables relacionadas a los medios de comunicación que utiliza actualmente el entrevistado, a los medios que la Municipalidad debería utilizar para hacerle llegar la información a la población, al uso del Internet, y a la visita del entrevistado a la página web y al perfil de Facebook de la Municipalidad de Belén.

En la pregunta **P.21**, se quería conocer cuáles son los **medios de comunicación que usa actualmente el entrevistado para informarse sobre la situación del cantón**, por tal razón se elaboró una lista de 13 medios, en donde el entrevistado debería seleccionar un máximo de 4 opciones, como los medios principales de comunicación usados. Tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°21, los cuatro principales medios de comunicación usados por la población son: el “perifoneo” con un 22,39%, por “amigos o conocidos” con un 18,03%, por la “prensa” con un 10,32% y las “redes sociales” 10,07%.

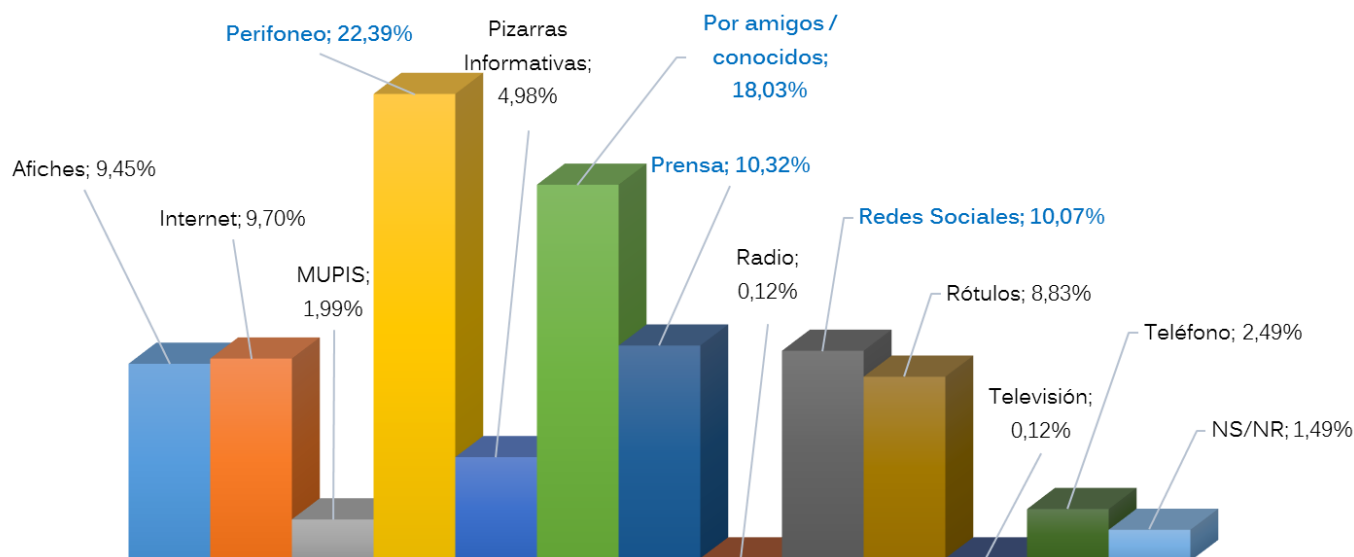
Los entrevistados también mencionaron otros medios de comunicación con porcentajes menores, pero que son importantes para este análisis, como: afiches (9,45%), Internet (9,70%), Mupis (1,99%), pizarras informativas (4,98%), radio (0,12%), rótulos (8,83%), televisión (0,12%), y teléfono (2,49%). Solo el 1,49% no respondió la pregunta.

Tabla N°21
Medios de Comunicación Usados
Municipalidad de Belén
nov-16

Medios de Comunicación	Relativo	Absoluto
Afiches	9,45%	76
Internet	9,70%	78
MUPIS	1,99%	16
Perifoneo	22,39%	180
Pizarras Informativas	4,98%	40
Por amigos / conocidos	18,03%	145
Prensa	10,32%	83
Radio	0,12%	1
Redes Sociales	10,07%	81
Rótulos	8,83%	71
Televisión	0,12%	1
Teléfono	2,49%	20
NS/NR	1,49%	12
TOTAL	100%	804

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°21: MEDIOS DE COMUNICACIÓN USADOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Es importante mencionar que para conocer los principales medios de comunicación que usan los entrevistados para informarse de la situación del Cantón de Belén, esta pregunta se clasificó primeramente por menciones, en donde la primera mención correspondía al primer medio de comunicación mencionado por el entrevistado, la segunda mención al segundo medio de comunicación, la tercera mención al tercer medio de comunicación y la cuarta mención al cuarto medio de comunicación. Por tal razón en el Excel de nombre 2016-Análisis de Opinión General Belemita (incluido en el CD entregado) específicamente hoja de nombre P.21, se encuentran el detalle y agrupación de las menciones, y a continuación las tablas N°21-A, N°21-B, N°21-C, y N°21-D respectivamente.

Tabla N°21-A

Medios de Comunicación Usados
Primera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Afiches	37,81%	76
Internet	33,33%	67
MUPIS	1,99%	4
Perifoneo	24,88%	50
Pizarras Informativas	0,50%	1
Por amigos / conocidos	1,49%	3
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°21-A

Medios de Comunicación Usados
Primera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Afiches	37,81%	76
Internet	33,33%	67
MUPIS	1,99%	4
Perifoneo	24,88%	50
Pizarras Informativas	0,50%	1
Por amigos / conocidos	1,49%	3
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°21-C
Medios de Comunicación Usados
Tercera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
MUPIS	0,50%	1
Perifoneo	8,46%	17
Pizarras Informativas	10,95%	22
Por amigos / conocidos	39,80%	80
Prensa	27,86%	56
Radio	0,50%	1
Redes Sociales	7,46%	15
Rótulos	3,98%	8
Televisión	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°21-C
Medios de Comunicación Usados
Tercera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
MUPIS	0,50%	1
Perifoneo	8,46%	17
Pizarras Informativas	10,95%	22
Por amigos / conocidos	39,80%	80
Prensa	27,86%	56
Radio	0,50%	1
Redes Sociales	7,46%	15
Rótulos	3,98%	8
Televisión	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En la pregunta **P.22**, se quería conocer cuáles son los 2 **medios de comunicación más efectivos que la Municipalidad debiera usar para informar sobre temas varios**, por tal razón se elaboró una lista de 13 medios, en donde el entrevistado debería seleccionar un máximo de 2 opciones. Tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°22, los dos principales medios de comunicación que debería usar la Municipalidad son: el "perifoneo" con un 26,37%, y las redes sociales 15,42%.

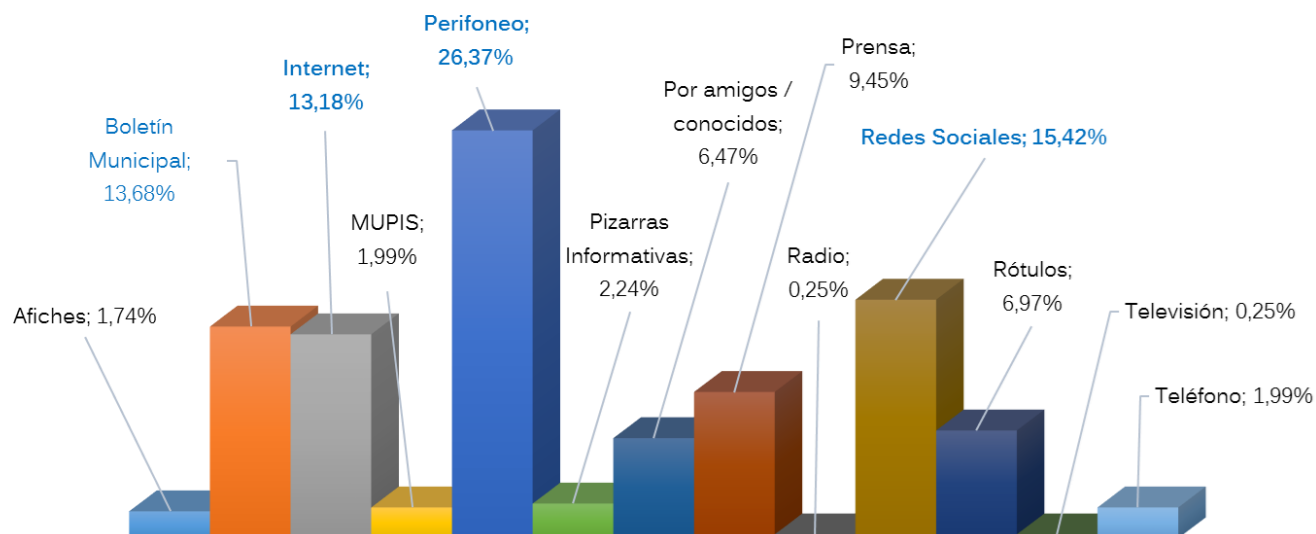
Los entrevistados también mencionaron otros medios de comunicación con porcentajes menores, pero que son importantes para este análisis, como: afiches (1,74%), boletín municipal (13,68%), Internet (13,18%), Mupis (1,99%), pizarras informativas (2,24%), por amigos o conocidos (6,47%), prensa (9,45%), radio (0,25%), rótulos (6,97%), televisión (0,25%), y teléfono (1,99%).

Tabla N°22
Medios de Comunicación para Informar
Municipalidad de Belén
nov-16

Medios de Comunicación	Relativo	Absoluto
Afiches	1,74%	7
Boletín Municipal	13,68%	55
Internet	13,18%	53
MUPIS	1,99%	8
Perifoneo	26,37%	106
Pizarras Informativas	2,24%	9
Por amigos / conocidos	6,47%	26
Prensa	9,45%	38
Radio	0,25%	1
Redes Sociales	15,42%	62
Rótulos	6,97%	28
Televisión	0,25%	1
Teléfono	1,99%	8
TOTAL	100%	402

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°22: MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA INFORMAR



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Es importante mencionar que para conocer los principales medios de comunicación que los entrevistados consideran que la Municipalidad de Belén debiera utilizar para informar se tuvo que clasificar la pregunta primeramente por menciones, en donde la primera mención correspondía al primer medio de comunicación mencionado por el entrevistado, y la segunda mención al segundo medio de comunicación. Por tal razón en el Excel de nombre 2016-Análisis de Opinión General Belemita (incluido en el CD entregado) específicamente hoja de nombre P.22, se encuentran el detalle y agrupación de las menciones, y a continuación las tablas N°22-A, y N°22-B.

Tabla N°22-A
Medios de Comunicación para Informar
Primera Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Afiches	3,48%	7
Boletín Municipal	26,37%	53
Internet	23,88%	48
MUPIS	3,48%	7
Perifoneo	28,86%	58
Pizarras Informativas	1,00%	2
Por amigos / conocidos	5,97%	12
Prensa	5,47%	11
Radio	0,00%	0
Redes Sociales	1,49%	3
Rótulos	0,00%	0
Televisión	0,00%	0
Teléfono	0,00%	0
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°22-B
Medios de Comunicación para Informar
Segunda Mención
Municipalidad de Belén
nov-16

Problema	Relativo	Absoluto
Afiches	0,00%	0
Boletín Municipal	1,00%	2
Internet	2,49%	5
MUPIS	0,50%	1
Perifoneo	23,88%	48
Pizarras Informativas	3,48%	7
Por amigos / conocidos	6,97%	14
Prensa	13,43%	27
Radio	0,50%	1
Redes Sociales	29,35%	59
Rótulos	13,93%	28
Televisión	0,50%	1
Teléfono	3,98%	8
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En síntesis, los principales cuatro medios de comunicación usados por la población entrevistada para informarse sobre la situación del Cantón de Belén son el “perifoneo”, por “amigos o conocidos”, por la “prensa” y las “redes sociales”. Y los que la población piensa que la Municipalidad debiera utilizar como principal sería el perifoneo y redes sociales.

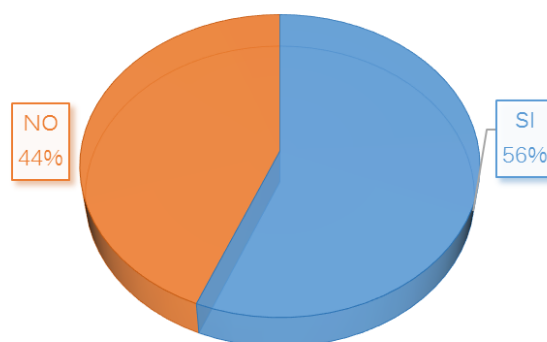
En la **P.23**, se quería conocer si los entrevistados **usaban Internet**, y tal y como lo refleja la tabla y gráfico N°23, el 56% SI usa actualmente Internet, mientras que el 44% NO lo usa.

Tabla N°23
Uso de Internet
Municipalidad de Belén
nov-16

Uso de Internet	Relativo	Absoluto
SI	56,22%	113
NO	43,78%	88
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°23: USO DE INTERNET



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

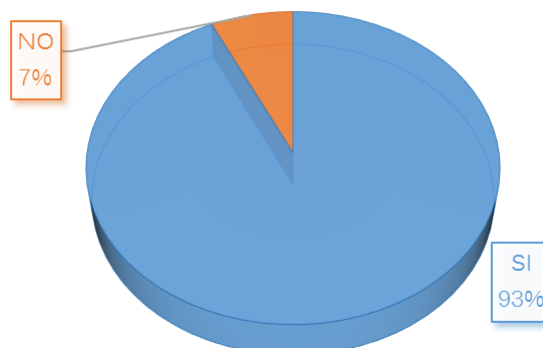
Para aquellos entrevistados que mencionaron que SI usan Internet actualmente, se les pregunto la **P.23a** ya que se quería conocer **en donde usaba el Internet**, si en el hogar, en el trabajo, en el teléfono o en sitios públicos. En las tablas y gráficos 23-A1, 23-A2, 23-A3, y 23-A4, se puede notar que la mayoría de los entrevistados usan Internet en sus hogares (92,92%), y en los teléfonos celulares (90,27%). Algunos mencionaron que también usaban el Internet en el trabajo o en sitios públicos. Vale rescatar que las personas entrevistadas en su gran mayoría son amas de casa o pensionados que permanecen la mayor parte del tiempo en el hogar.

Tabla N°23-A1
Conexión a Internet: Hogar
Municipalidad de Belén
nov-16

Hogar	Relativo	Absoluto
SI	92,92%	105
NO	7,08%	8
TOTAL	100%	113

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°23-A1: HOGAR



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°23-A2
Conexión a Internet: Trabajo
Municipalidad de Belén
nov-16

Trabajo	Relativo	Absoluto
SI	57,52%	65
NO	42,48%	48
TOTAL	100%	113

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°23-A3
Conexión a Internet: Teléfono
Municipalidad de Belén
nov-16

Teléfono	Relativo	Absoluto
SI	90,27%	102
NO	9,73%	11
TOTAL	100%	113

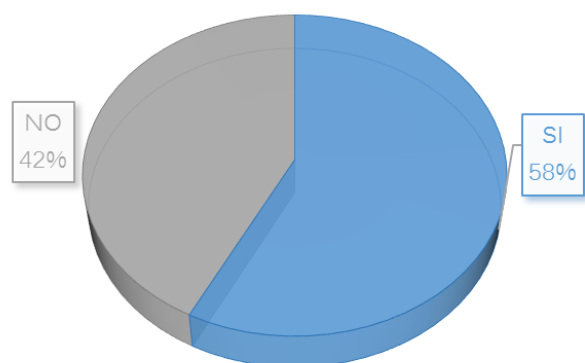
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°23-A4
Conexión a Internet: Sitios Públicos
Municipalidad de Belén
nov-16

Sitios Públicos	Relativo	Absoluto
SI	74,34%	84
NO	25,66%	29
TOTAL	100%	113

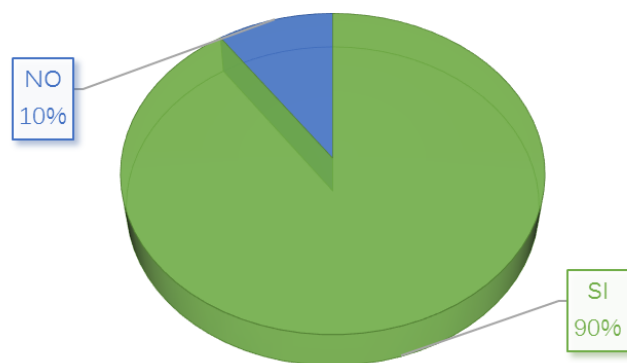
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°23-A2: TRABAJO



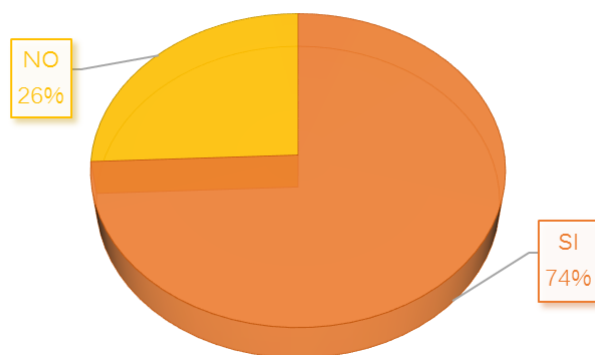
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°23-A3: TELÉFONO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°23-A4: SITIOS PÚBLICOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En la pregunta P.24, se quería conocer si los entrevistados que SI usan Internet, habían visitado en algún momento la página web de la **Municipalidad de Belén**, y los datos que

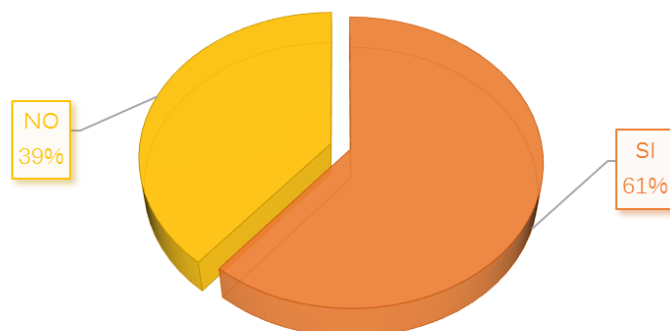
reflejan la tabla y gráfico N°24, indica que el 61% Si ha ingresado y el 39% NO ha ingresado nunca.

Tabla N°24
Página Web Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Página Web	Relativo	Absoluto
SI	61,06%	69
NO	38,94%	44
TOTAL	100%	113

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°24: PÁGINA WEB MUNICIPAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

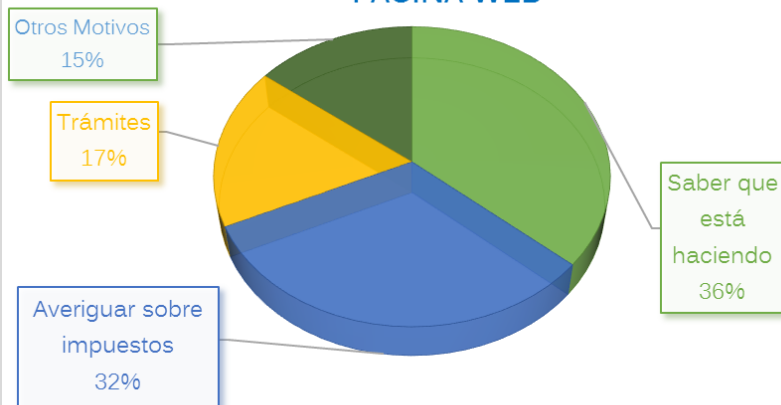
Para aquellos entrevistados que en la pregunta anterior, indicaron que SI habían ingresado a la página web de la Municipalidad de Belén, se les hizo la pregunta **P.24a** en donde se **quería conocer el motivo de visita a la misma**, y en el análisis de las respuestas que se presenta en la tabla y gráfico N°24-A, se indica que el 36% quería conocer que estaba haciendo la Municipalidad, el 32% quería averiguar sobre los impuestos; el 17% quería verificar algún trámite y el 15% indicó que por otros motivos.

Tabla N°24-A
Motivos de Uso de la Página Web
Municipalidad de Belén
nov-16

Motivos	Relativo	Absoluto
Saber que está haciendo	36,23%	25
Averiguar sobre impuestos	31,88%	22
Trámites	17,39%	12
Otros Motivos	14,49%	10
TOTAL	100%	69

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°24-A: MOTIVOS DE USO PÁGINA WEB



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Y para aquellos entrevistados que en la pregunta anterior indicaron OTROS MOTIVOS, debían contestar la **P.24.a.1**, en donde deberían indicar **cuales otros motivos**. Por ser una pregunta abierta se procede a agrupar las respuestas similares, tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°24-A1, los otros motivos son: buscar empleos y actividades recreativas con un 30% cada uno; y ver la página, buscar oportunidades de negocios, ver información de compras y el plan regulador con porcentajes iguales a un 10% cada uno.

Tabla N°24-A1
Otros Motivos
Municipalidad de Belén
nov-16

Otros Motivos	Relativo	Absoluto
Actividades recreativas	30,00%	3
Buscar empleo	30,00%	3
Buscar Plan Regulador	10,00%	1
Información de compra	10,00%	1
Oportunidades de negocio	10,00%	1
Ver como estaba la página	10,00%	1
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°24-A1: OTROS MOTIVOS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

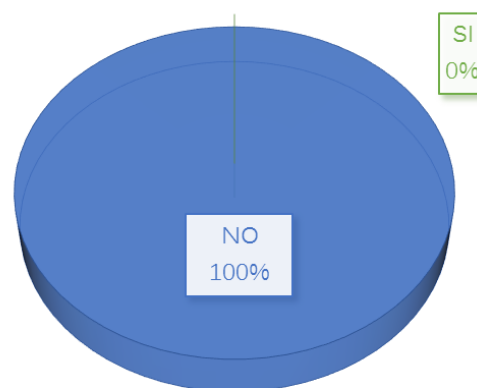
Para aquellos entrevistados que indicaron que SI usan Internet, se les preguntó con la **P.24.b**, si veían la **transmisión en vivo del Concejo Municipal por medio de la página web** de la Municipalidad, y tal y como reflejan los datos en la tabla y gráfico N.24-B, el 100% de los entrevistados indicó que NO.

Tabla N°24-B
Transmisión del Concejo Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Transmisión en Vivo	Relativo	Absoluto
SI	0,00%	0
NO	100,00%	69
TOTAL	100%	69

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°24-B: TRANSMISIÓN VIVO CONCEJO MUNICIPAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En resumen, casi la mitad de los entrevistados usan actualmente Internet, en su hogar y en sus teléfonos celulares. Los entrevistados que indicaron que usan Internet, mencionan que han visitado la página web de la Municipalidad pero solo un poco más de la mitad de este segmento, e indican que lo hacen para saber que está haciendo la Municipalidad y para averiguar impuestos. También mencionan otros motivos entre los que sobresale la búsqueda de empleo y de actividades recreativas. Para la población NO es relevante ver las transmisiones del Concejo Municipal en vivo mediante la página web.

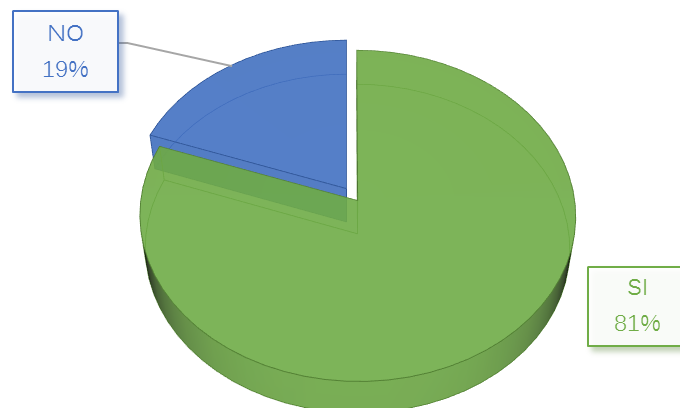
Con la pregunta N.25 se quería conocer entre aquellos entrevistados que indicaron que SI usan Internet, **si tenían o no Facebook**; y como se refleja en la tabla y gráfico N°25, el 81% indicó que SI tenía Facebook y el 19% indicó que NO.

Tabla N°25
Tiene Facebook
Municipalidad de Belén
nov-16

Facebook	Relativo	Absoluto
SI	80,53%	91
NO	19,47%	22
TOTAL	100%	113

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°25: TIENE FACEBOOK



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

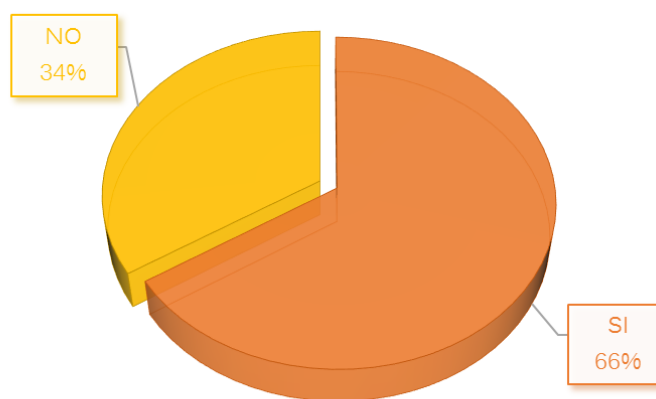
Para aquellos entrevistados que indicaron en la pregunta anterior que SI tenían Facebook, se les pregunto que **si conocían el perfil de Facebook de la Municipalidad de Belén** con la pregunta P.26, y solo el 66% de esa población indico que SI, y el 44% menciona que NO. Estos datos se pueden observar en la tabla y gráfico N°26 a continuación.

Tabla N°26
Perfil de Facebook Municipal
Municipalidad de Belén
nov-16

Perfil Facebook	Relativo	Absoluto
SI	65,93%	60
NO	34,07%	31
TOTAL	100%	91

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°26: PERFIL DE FACEBOOK MUNICIPAL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

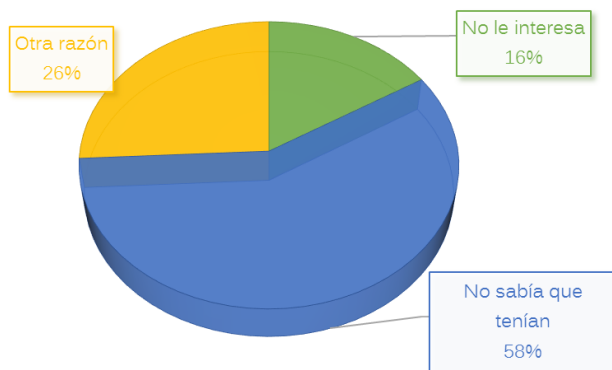
Y como complemento a la pregunta anterior, que corresponde a aquellos que indicaron que NO conocen el perfil de Facebook de la Municipalidad, se les hizo la pregunta **P.26.a**, para que indicaran **por qué no lo conoce**; y según los datos reflejados en la tabla y gráfico N°26-A, indica que el 16% no le interesa, el 58% no sabían que existía, y el 26% indicó otros motivos.

Tabla N°26-A
¿Por qué NO lo conoce?
Municipalidad de Belén
nov-16

Motivos NO conoce	Relativo	Absoluto
No le interesa	16,13%	5
No sabía que tenían	58,06%	18
Otra razón	25,81%	8
TOTAL	100%	31

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°26-A: ¿POR QUÉ NO LO CONOCE?



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

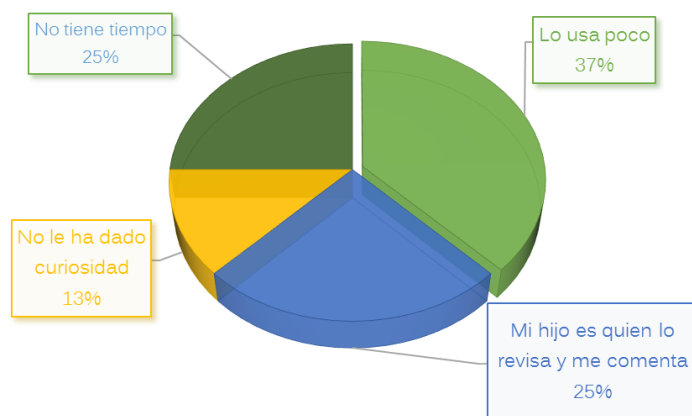
Para aquellos entrevistados que en la pregunta anterior indicaron que OTRA RAZÓN, se les pregunto con la **P.26.a.1, cuales otras razones**; y como se nota en la tabla y gráfico N°26-A1, el 37% indica que lo usa poco, el 13% indica que no le ha dado curiosidad, y con porcentajes iguales al 25% indica que no tiene tiempo y que quien lo revisa es el hijo

Tabla N°26-A1
Otra Razón
Municipalidad de Belén
nov-16

Otra razón	Relativo	Absoluto
Lo usa poco	37,50%	3
Mi hijo es quien lo revisa y me comenta	25,00%	2
No le ha dado curiosidad	12,50%	1
No tiene tiempo	25,00%	2
TOTAL	100%	8

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°26-A1: OTRA RAZÓN



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Y por último, para aquellos entrevistados que indicaron que SI usan Internet, y que tienen Facebook, se le hizo la pregunta abierta **P.27**, para que nos indicaran que le **gustaría ver en la página de Facebook de la Municipalidad**; y la mayoría comento que actividades deportivas y culturales, los progresos del cantón y las noticias municipales. También

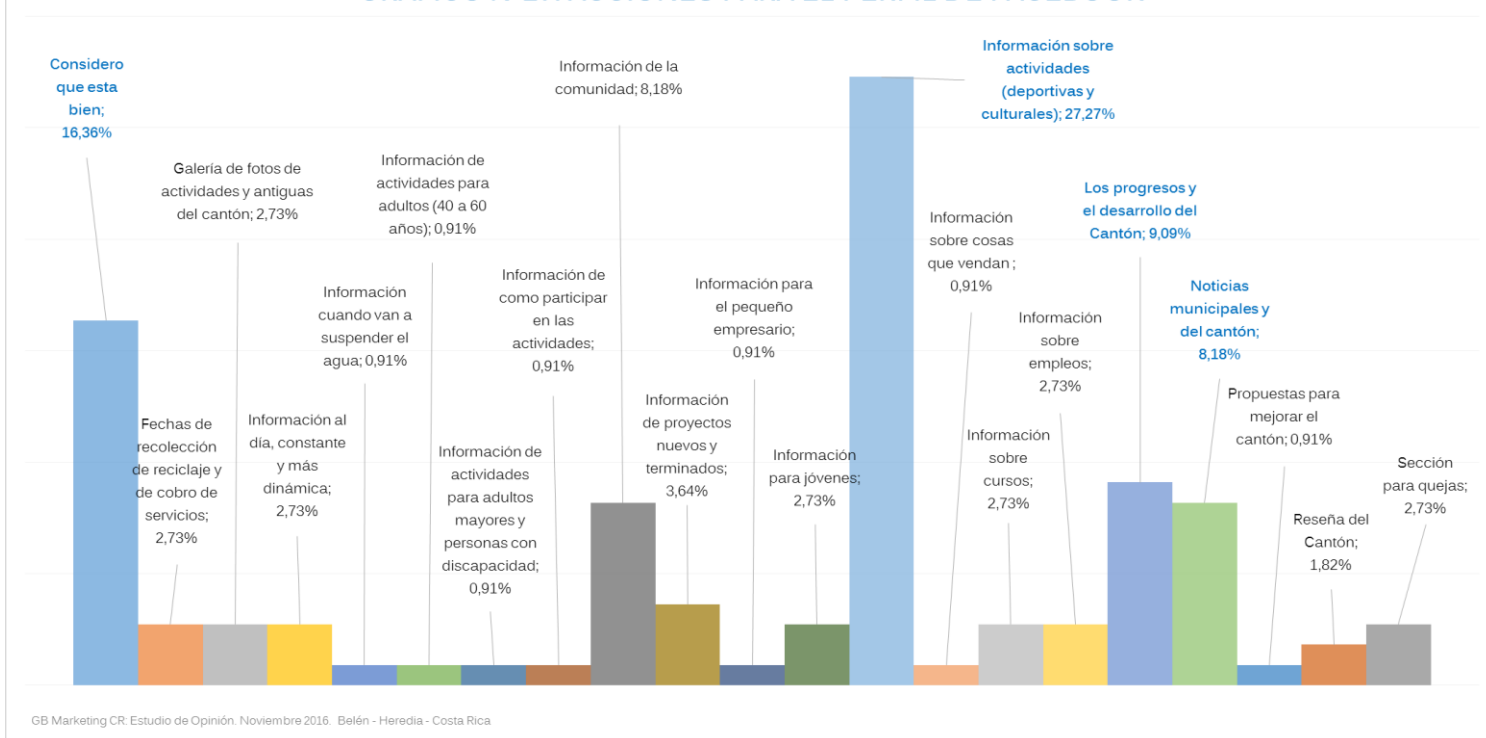
mencionaron otras acciones, que se pueden ver en detalle en la tabla y gráfico N°27 a continuación.

Tabla N°27
Acciones para el Perfil de Facebook
Municipalidad de Belén
nov-16

Acciones para Facebook	Relativo	Absoluto
Considero que esta bien	16,36%	18
Fechas de recolección de reciclaje y de cobro de servicios	2,73%	3
Galería de fotos de actividades y antiguas del cantón	2,73%	3
Información al día, constante y más dinámica	2,73%	3
Información cuando van a suspender el agua	0,91%	1
Información de actividades para adultos (40 a 60 años)	0,91%	1
Información de actividades para adultos mayores y personas con discapacidad	0,91%	1
Información de como participar en las actividades	0,91%	1
Información de la comunidad	8,18%	9
Información de proyectos nuevos y terminados	3,64%	4
Información para el pequeño empresario	0,91%	1
Información para jóvenes	2,73%	3
Información sobre actividades (deportivas y culturales)	27,27%	30
Información sobre cosas que vendan	0,91%	1
Información sobre cursos	2,73%	3
Información sobre empleos	2,73%	3
Los progresos y el desarrollo del Cantón	9,09%	10
Noticias municipales y del cantón	8,18%	9
Propuestas para mejorar el cantón	0,91%	1
Reseña del Cantón	1,82%	2
Sección para quejas	2,73%	3
TOTAL	100%	110

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°27: ACCIONES PARA EL PERFIL DE FACEBOOK



En resumen, la mayoría de los entrevistados que usan Internet usan Facebook y en un porcentaje representativo de un 60% indica que SI conoce el perfil de Facebook de la Municipalidad, y para aquellos que NO lo conocen indican que no sabían que tenían y que quien lo revisa son los hijos y le comentan las novedades. A la población que usa Facebook actualmente le gustaría ver en la página actividades deportivas y culturales, los progresos del cantón y las noticias municipales.

Filtro de Nivel Socioeconómico NSC

En el **filtro del nivel socioeconómico NSC**, se quería conocer el perfil del entrevistado, mediante las variables demográficas relacionadas a: género, nacionalidad, edad, estado civil, ocupación actual, escolaridad, núcleo familiar, mascotas, religión, e ingresos del grupo familiar.

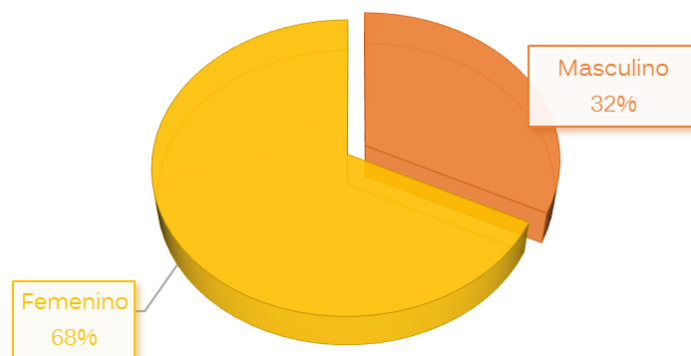
En la **P.28.**, se quería conocer el **género** de los participantes, en donde según se muestra en la tabla y gráfico N°28, el 68% de los participantes fueron mujeres y el 32% hombres.

Tabla N°28
Género
Municipalidad de Belén
nov-16

Género	Relativo	Absoluto
Masculino	32,34%	65
Femenino	67,66%	136
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°28: GÉNERO



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

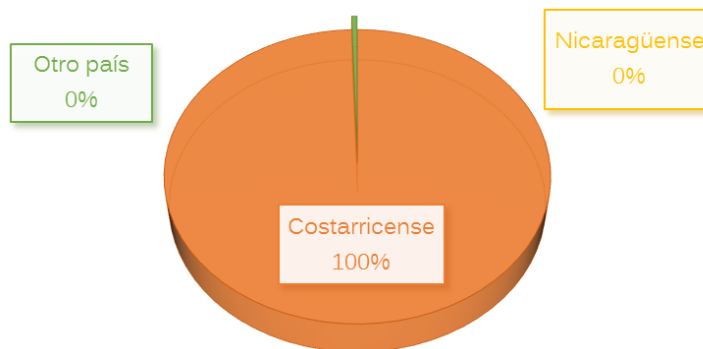
En la P.29., refleja que el 100% de los entrevistados son costarricenses, según se detalla en la tabla y gráfico N.29.

Tabla N°29
Nacionalidad
Municipalidad de Belén
nov-16

Nacionalidad	Relativo	Absoluto
Costarricense	99,50%	200
Nicaragüense	0,00%	0
Otro país	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°29: NACIONALIDAD



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

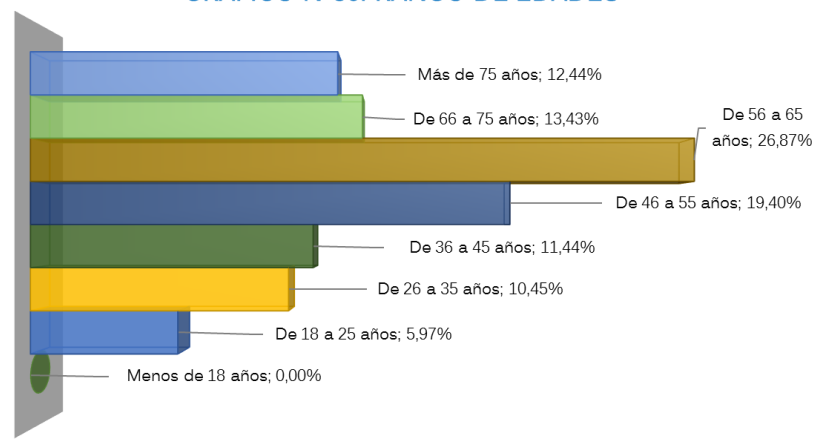
En la P.30., se refleja que el 5,97% del total de entrevistados se encuentra en **edades** promedias de 18 a 25 años, el 10,45% entre 26 a 35 años, el 11,44% entre 36 a 45 años, el 19,40% entre 46 a 55 años, el 26,87% entre 56 a 65 años, el 13,43% entre 66 a 75 años y el 12,44% más de 75 años; tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°30.

Tabla N°30
Rangos de Edad
Municipalidad de Belén
nov-16

Edades	Relativo	Absoluto
Menos de 18 años	0,00%	0
De 18 a 25 años	5,97%	12
De 26 a 35 años	10,45%	21
De 36 a 45 años	11,44%	23
De 46 a 55 años	19,40%	39
De 56 a 65 años	26,87%	54
De 66 a 75 años	13,43%	27
Más de 75 años	12,44%	25
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°30: RANGO DE EDADES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

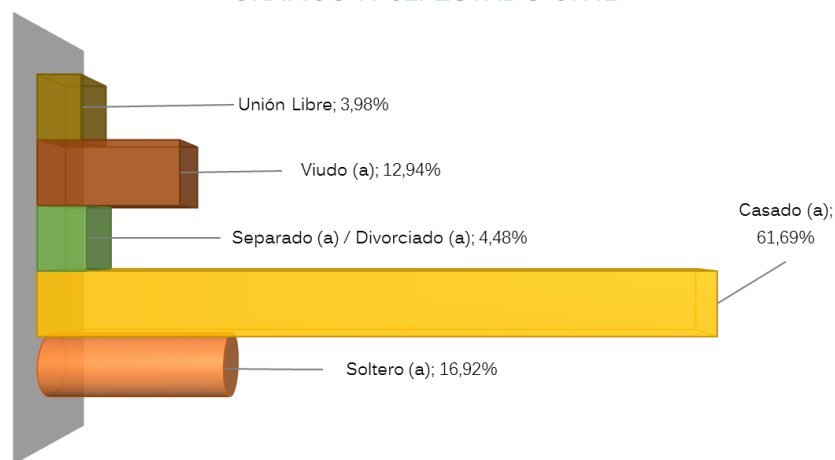
Cuando preguntamos el **estado civil** a los entrevistados en la P.31., nos refleja que el 16,92% son solteros (a), el 61,69% está casado (a), el 4,48% está separado / divorciado (a), el 12,94% es viudo (a), y el 3,98% está en unión libre; tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°31.

Tabla N°31
Estado Civil
Municipalidad de Belén
nov-16

Estado Civil	Relativo	Absoluto
Soltero (a)	16,92%	34
Casado (a)	61,69%	124
Separado (a) / Divorciado (a)	4,48%	9
Viudo (a)	12,94%	26
Unión Libre	3,98%	8
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°31: ESTADO CIVIL



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

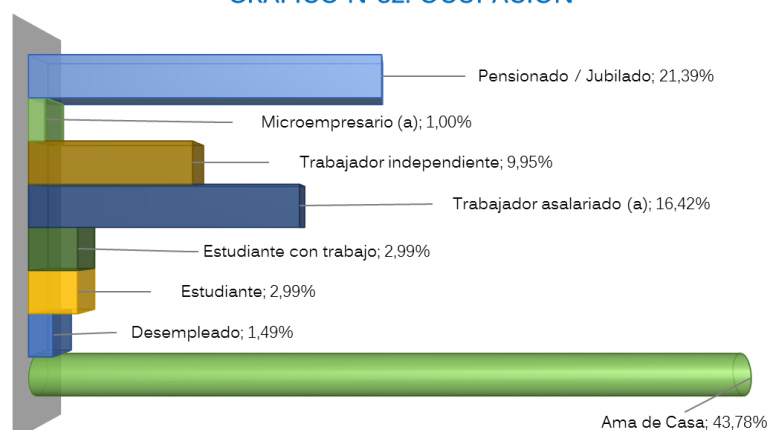
Al referirnos sobre la **ocupación actual**, en la P.32., se refleja que el 43,78% es ama de casa, el 1,49% está desempleado, el 2,99% es estudiante, 2,99% es estudiante con trabajo, 16,42% es trabajador asalariado (a), el 9,95% es trabajador independiente, el 1% es microempresario, y el 21,39% es pensionado o jubilado; tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°32.

Tabla N°32
Ocupación
Municipalidad de Belén
nov-16

Ocupación	Relativo	Absoluto
Ama de Casa	43,78%	88
Desempleado	1,49%	3
Estudiante	2,99%	6
Estudiante con trabajo	2,99%	6
Trabajador asalariado (a)	16,42%	33
Trabajador independiente	9,95%	20
Microempresario (a)	1,00%	2
Pensionado / Jubilado	21,39%	43
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°32: OCUPACIÓN



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

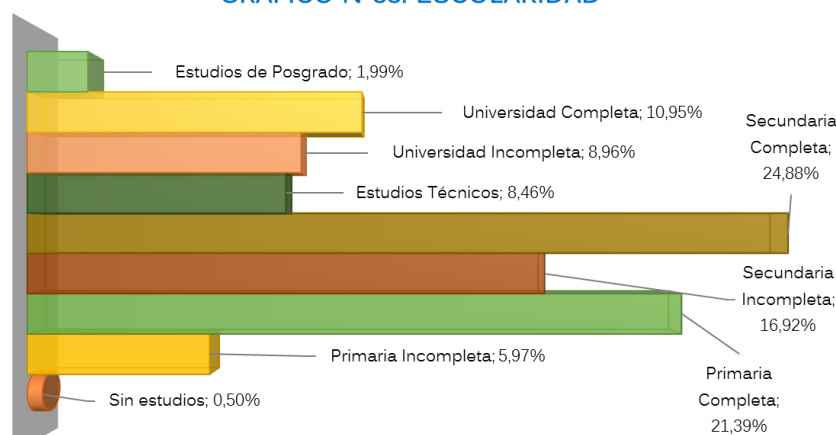
Al preguntar sobre el **grado de escolaridad concluido**, los resultados de la P.33., no indica que el 0,50% no tiene estudios, el 5,97% tiene primaria incompleta, el 21,39% cuenta con primaria completa, el 16,92% cuenta con secundaria incompleta, el 24,88% cuenta la secundaria completa, el 8,46% tiene estudios técnicos, el 8,96% tiene universidad incompleta, el 10,95% termino los estudios universitarios, y el 1,99% cuenta con estudios de posgrados; tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°33.

Tabla N°33
Escolaridad
Municipalidad de Belén
nov-16

Escolaridad	Relativo	Absoluto
Sin estudios	0,50%	1
Primaria Incompleta	5,97%	12
Primaria Completa	21,39%	43
Secundaria Incompleta	16,92%	34
Secundaria Completa	24,88%	50
Estudios Técnicos	8,46%	17
Universidad Incompleta	8,96%	18
Universidad Completa	10,95%	22
Estudios de Posgrado	1,99%	4
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°33: ESCOLARIDAD



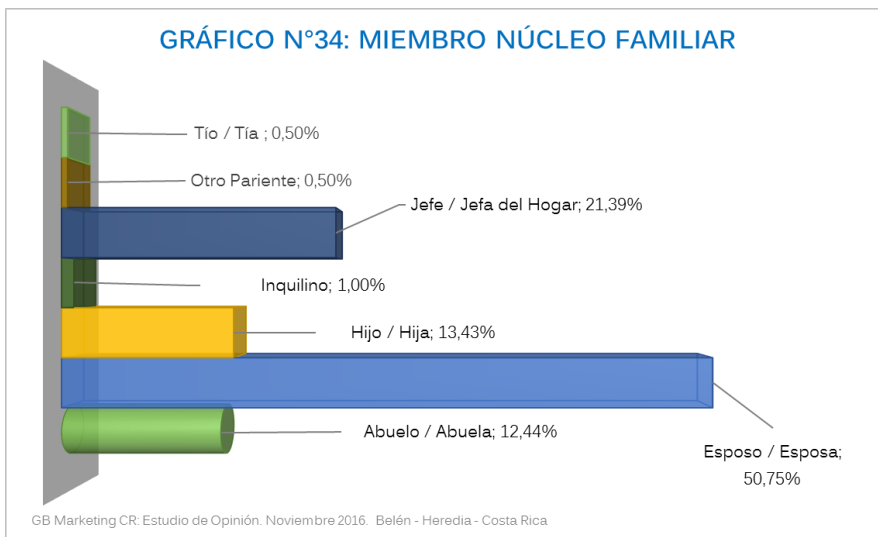
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Al preguntar en la P.34., sobre cuál era el **lugar del entrevistado dentro del grupo familiar**, se refleja que el 12,44% era los abuelos (as), el 50,75% las o los esposos, el 13,43% los hijos, el 1% inquilinos, el 21,39% el o la jefe del hogar, el 0,50% otro pariente y el 0,50% el o la tía; tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°34.

Tabla N°34
Miembro del Núcleo Familiar
Municipalidad de Belén
nov-16

Miembro del Núcleo Familiar	Relativo	Absoluto
Abuelo / Abuela	12,44%	25
Esposo / Esposa	50,75%	102
Hijo / Hija	13,43%	27
Inquilino	1,00%	2
Jefe / Jefa del Hogar	21,39%	43
Otro Pariente	0,50%	1
Tío / Tía	0,50%	1
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

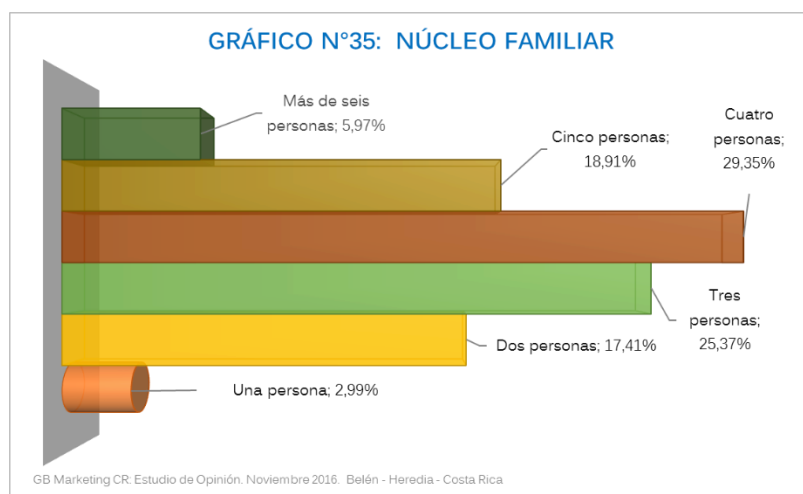


En la **P.35.**, se quería conocer sobre la **cantidad de miembros que componían el núcleo familiar**, y los resultados reflejan que el 2,99% estaba compuesto por una persona, el 17,41% compuesto por dos personas, el 25,37% compuesto por tres personas, el 29,35% compuesto por cuatro personas; el 18,91% compuesto por cinco personas y el 5,97% por más de seis personas; tal y como se puede ver en la tabla y gráfico N°34.

Tabla N°35
Núcleo Familiar
Municipalidad de Belén
nov-16

Núcleo Familiar	Relativo	Absoluto
Una persona	2,99%	6
Dos personas	17,41%	35
Tres personas	25,37%	51
Cuatro personas	29,35%	59
Cinco personas	18,91%	38
Más de seis personas	5,97%	12
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



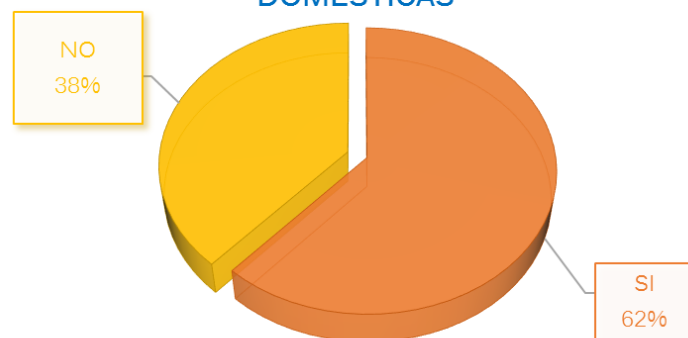
En la **P.36.**, se quería conocer si en los hogares de los entrevistados tenían o no mascotas domésticas y los resultados reflejan que el 62% si tiene mientras que el 38% no tienen mascotas; tal y como se quiere apreciar en la tabla y gráfico N°36.

Tabla N°36
Mascotas Domésticas
Municipalidad de Belén
nov-16

Mascotas	Relativo	Absoluto
SI	61,69%	124
NO	38,31%	77
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36: MASCOTAS
DOMÉSTICAS



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

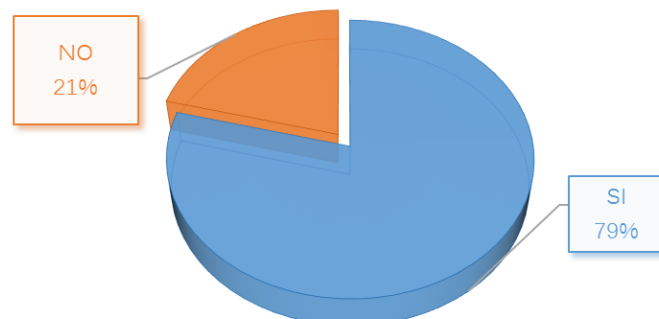
Para aquellos entrevistados que mencionaron tener mascotas en sus hogares, en la **P.36.a.**, se procedió a preguntar qué **tipo de mascotas**, y se refleja que en su mayoría tienen perros con un 79%, y en menor escala tienen gatos con el 26%, peces con el 9%, tortugas con el 3%, pericos o canarios con el 16%, gallinas con un 4%, y especies mayores ninguno. El detalle de estas respuestas se pueden ver en las tablas y gráficos N°36-A1, N°36-A2, N°36-A3, N°36-A4, N°36-A5, N°36-A6, y N°36-A7 a continuación.

Tabla N°36-A1
Tipo de Mascotas Domésticas: Perros
Municipalidad de Belén
nov-16

Perros	Relativo	Absoluto
SI	79,03%	98
NO	20,97%	26
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A1: PERROS



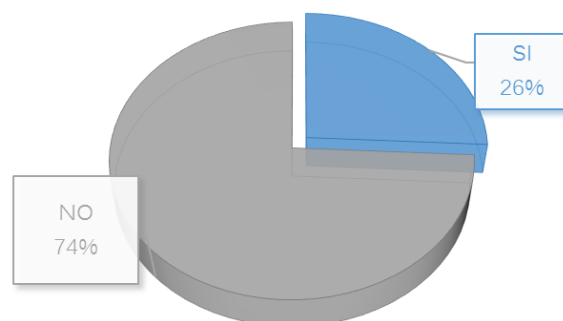
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°36-A2
Tipo de Mascotas Domésticas: Gatos
Municipalidad de Belén
nov-16

Gatos	Relativo	Absoluto
SI	25,81%	32
NO	74,19%	92
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A2: GATOS



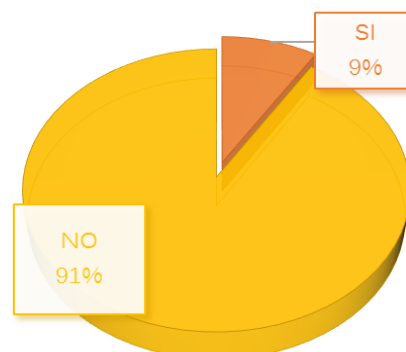
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°36-A3
Tipo de Mascotas Domésticas: Peces
Municipalidad de Belén
nov-16

Peces	Relativo	Absoluto
SI	8,87%	11
NO	91,13%	113
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A3: PECES



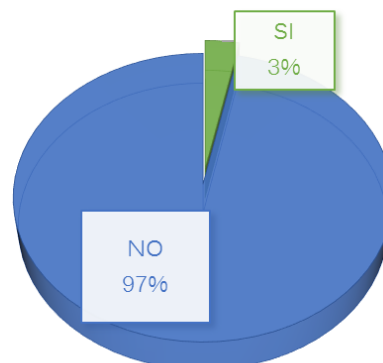
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°36-A4
Tipo de Mascotas Domésticas: Tortugas
Municipalidad de Belén
nov-16

Tortugas	Relativo	Absoluto
SI	3,23%	4
NO	96,77%	120
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A4: TORTUGAS



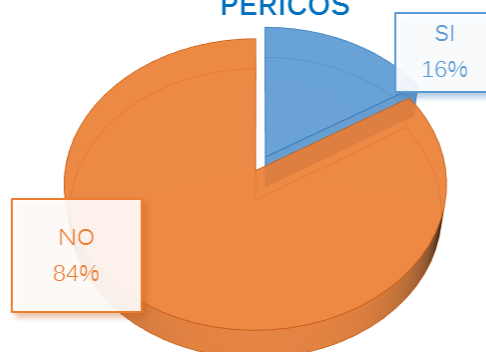
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°36-A5
Tipo de Mascotas Domésticas: Canarios / Pericos
Municipalidad de Belén
nov-16

Canarios / Pericos	Relativo	Absoluto
SI	16,13%	20
NO	83,87%	104
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A5: CANARIOS / PERICOS



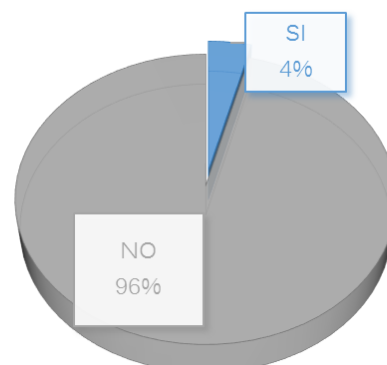
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°36-A6
Tipo de Mascotas Domésticas: Gallinas
Municipalidad de Belén
nov-16

Gallinas	Relativo	Absoluto
SI	4,03%	5
NO	95,97%	119
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A6: GALLINAS



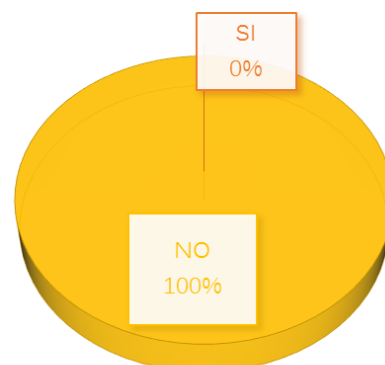
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°36-A7
Tipo de Mascotas Domésticas: Especies Mayores
Municipalidad de Belén
nov-16

Especies Mayores	Relativo	Absoluto
SI	0,00%	0
NO	100,00%	124
TOTAL	100%	124

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°36-A7: ESPECIES MAYORES



GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

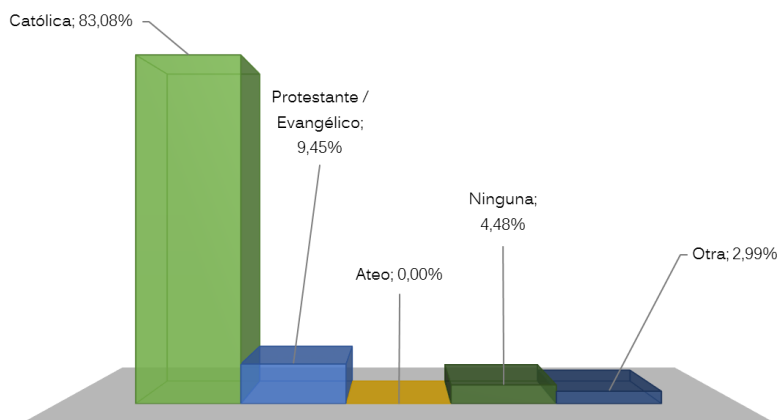
En la P.37., era importante conocer la **creencia religiosa** que predominaba entre los entrevistados, y tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°37, el 83,08% es católico, el 9,45% es protestante o evangélico, el 4,48% no practica ninguna religión, y en la minoría del 2,99% tienen otra creencia.

Tabla N°37
Creencia Religiosa
Municipalidad de Belén
nov-16

Religión	Relativo	Absoluto
Católica	83,08%	167
Protestante / Evangélico	9,45%	19
Ateo	0,00%	0
Ninguna	4,48%	9
Otra	2,99%	6
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°37: CREENCIA RELIGIOSA



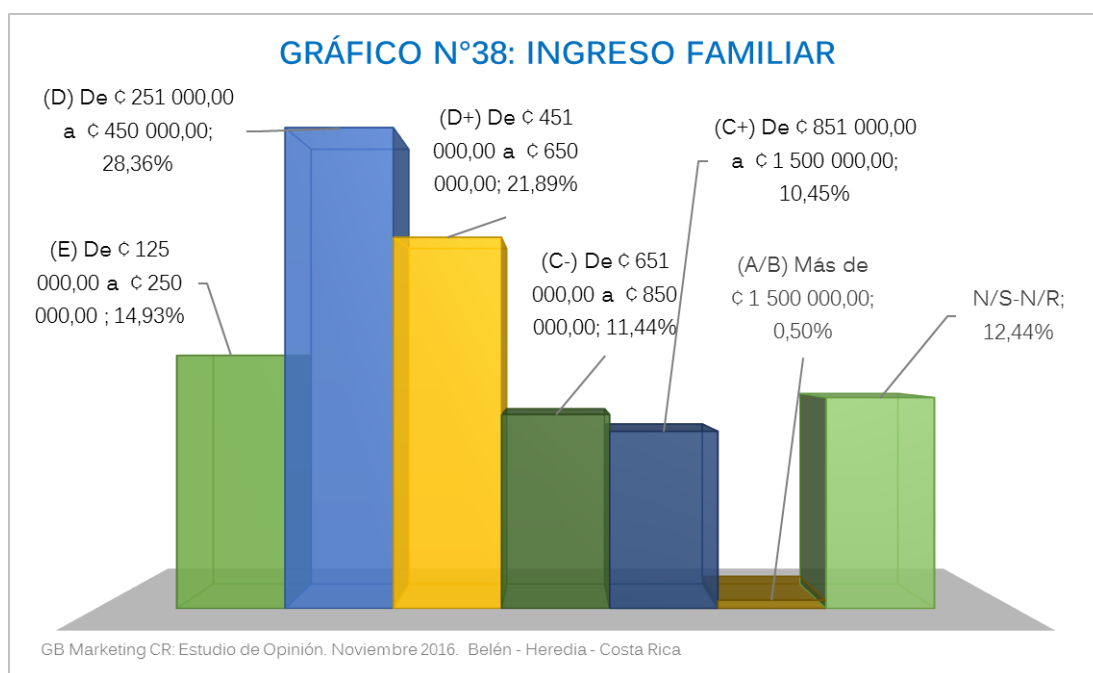
GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Y por último en la P.38., se quería conocer el **ingreso mensual familiar** promedio de los hogares compuestos por los entrevistados, y tal y como se nota en la tabla y gráfico N°38, el 14,93% pertenece a la clase E (clase baja) ya que tiene un ingreso promedio entre ¢ 125 000,00 a ¢ 250 000,00; el 28,36% pertenece a la clase D (clase media baja) ya que su ingreso promedio esta entre ¢ 251 000,00 a ¢ 450 000,00; el 21,89% pertenece a la clase social D+ (clase media media) ya que el ingreso oscila entre ¢ 451 000,00 a ¢ 650 000,00; el 11,44% pertenece a la clase social C- (clase media) ya que el ingreso mensual oscila entre ¢ 651 000,00 a ¢ 850 000,00; el 10,45% pertenece a la clase social C+ (clase media alta) ya que el ingreso oscila entre ¢ 851 000,00 a ¢ 1 500 000,00; el 0,50% pertenece a la clase social A/B (clase alta) ya que su ingreso es superior a un ¢ 1 500 000,00 y el 12,44% se omitió la respuesta.

Tabla N°38
Ingreso Familiar
Municipalidad de Belén
nov-16

Rangos	Relativo	Absoluto
(E) De ¢ 125 000,00 a ¢ 250 000,00	14,93%	30
(D) De ¢ 251 000,00 a ¢ 450 000,00	28,36%	57
(D+) De ¢ 451 000,00 a ¢ 650 000,00	21,89%	44
(C-) De ¢ 651 000,00 a ¢ 850 000,00	11,44%	23
(C+) De ¢ 851 000,00 a ¢ 1 500 000,00	10,45%	21
(A/B) Más de ¢ 1 500 000,00	0,50%	1
N/S-N/R	12,44%	25
TOTAL	100%	201

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



En síntesis, el **perfil NSC** más generalizado de los participantes en el Estudio de Opinión 2016 fue: en su mayoría de los participantes fueron mujeres (68%), costarricenses (99,50%), entre 46 y 65 años (46,27%), casadas (61,69%), amas de casa (43,78%) y pensionadas jubiladas (21,29%), con secundaria completa (24,88%), esposas (50,75%) o jefes de hogar (21,39%), núcleos familiares compuestos por 3 personas (25,37%) o 4 personas (29,35%), que tienen mascotas domésticas (62%) en sus hogares principalmente perros (79%), de creencias religiosas católicas (83,08%), y pertenecientes a la clase media (61,69% D, D+, C-) compuesto por ingresos desde ₡ 251 000,00 a ₡ 850 000,00 colones mensuales aproximadamente desde ₡ 251 000,00 a ₡ 650 000,00 colones mensuales aproximadamente.

Percepciones Generales

Una vez concluido el trabajo de campo, los entrevistadores elaboraron un pequeño reporte, con aquellas objeciones o menciones que los entrevistados fueron dando cuando contestaban las preguntas. Es importante recalcar que en algunos casos las preguntas no daban oportunidad a otras respuestas o bien no se mencionaba en la entrevista, por tal razón es importante hacer mención de esas menciones, como aporte con valor a considerar:

Sobre el deporte: Las personas conocen que hay un Comité de Deportes, pero nada más. Ellos dicen que deberían enfocarse en todo el cantón y no solo en el centro, ya que hay otras comunidades que no les llegan las actividades. Solicitan una pista para las patinetas y más apoyo con las diferentes comunidades en cuanto a deporte.

Sobre drogas y alcoholismo: Mencionan que en los parques y plazas del cantón no se pueden visitar, porque llegan muchachos a fumar marihuana y otros a tomar alcohol; que no hay vigilancia y les preocupa mucho esta situación más en la Ribera y en la Asunción.

Sobre la seguridad vial: Están contentos con las mejoras que se han hecho, pero les preocupa que ahora en San Antonio todo es raya amarilla y no se puede dejar el carro en ningún lugar. En la Ribera si están muy preocupados porque la entrada y la salida son demasiado congestionadas y son muchas horas para poder desplazarse y que por la Firestone es completamente un caos. En La Asunción es mismo problema terrible transitar, entrar o salir se convierte en un caos vial.

Sobre la educación: Solicitan más capacitación a los muchachos pero en la parte Técnica o Cursos que los ponga a un buen nivel como para incorporarse a la fuerza laboral.

Algunos problemas menores mencionados:

- Problemas de aceras donde se dificultaba el paso de una silla de ruedas.
- Falta de acceso a rampas.

- Los lugares recreativos, son utilizados por jóvenes para el consumo de drogas y alcohol y los dejan muy sucios con mucha basura.
- Falta de estacionamientos públicos en el cantón, son muy pocos los que hay; entonces tienen que ir a pagar por parqueos privados.
- Uso de un previo donde fue el Ebais, se estacionan furgones sin permiso habiendo una cinta que se los impide.
- Tránsito de furgones a altas velocidades, exceso de ruido y humo.
- Falta de información efectiva sobre actividades que se realizan en el cantón.
- Uso del perifoneo un gran recurso aceptado por el pueblo pero comentan que pasa muy rápido solo una vez y hay veces a horas donde no se encuentra las personas.
- Mencionan que hay muy buenos cursos en general, pero para los jóvenes debiera haber más.
- Los juegos nacionales del cantón han bajado mucho en deporte.
- Falta dar a conocer más la Casa de la Cultura.
- Proponen cursos de motivación y asesoramiento para jóvenes.
- Quejas por el Cementerio que los fines de semana lo mantienen cerrado y para algunos es el día que desean visitar a sus seres queridos y darle mantenimiento al lugar donde están enterrados.
- Mal trato por la policía de tránsito, algunos funcionarios son muy prepotentes.

En general: Los Belemitas están muy contentos con su Municipalidad, son pocas las quejas en sí y que poco a poco las pueden ir subsanando. Se nota que es una población que se encuentra muy contenta y se sienten orgullosos de vivir en el Cantón y más por el logro que tiene ese Cantón a nivel de reciclaje y la labor del Alcalde.

Conclusiones y Recomendaciones Generales

A continuación se presentan las conclusiones y recomendaciones generales por cada uno de filtros de la entrevista elaborada.

PERFIL DEL PARTICIPANTE Y NIVEL SOCIOECONÓMICO NSC

El **perfil socioeconómico NSC** de los participantes en el Estudio de Opinión 2016 está compuesto por: residentes del Cantón de Belén, en donde un 39% pertenecen al distrito de San Antonio, un 31% al distrito la Rivera y un 30% al distrito la Asunción. La mayoría de los participantes fueron mujeres (68%), costarricenses (99,50%), entre 46 y 65 años (46,27%), casadas (61,69%), amas de casa (43,78%) y pensionadas jubiladas (21,29%), con secundaria completa (24,88%), esposas (50,75%) o jefes de hogar (21,39%), núcleos familiares compuestos por 3 personas (25,37%) o 4 personas (29,35%), que tienen mascotas domésticas (62%) en sus hogares principalmente perros (79%), de creencias religiosas católicas (83,08%), y pertenecientes a la clase media (61,69% D, D+, C-) compuesto por ingresos desde ₡ 251 000,00 a ₡ 850 000,00 colones mensuales aproximadamente.

Recomendación: Es importante recalcar que al ser la mayoría mujeres, amas de casas y esposas, se puede valorar que las estrategias de comunicación se amplíen a comunicarles a este segmento vía telefónica las diferentes actividades o servicios que brinda la Municipalidad, para que así estas sean voceras de la información dentro de su núcleo familiar y entorno cercano, y se pueda ampliar el boca a boca de la información dentro del Cantón de Belén.

SATISFACCIÓN GENERAL DEL CANTÓN

En el **filtro de satisfacción general del Cantón**, la población entrevistada opina que tanto el progreso del Cantón como las mejoras en la Comunidad en relación a los últimos tres años, son muy satisfactoria, es correcta y está mejor. Entre las menciones de satisfacción están:

- El progreso ha sido mucho, se nota
- Están muy contentos
- Los cambios se han mantenido
- Las calles, aceras, y puentes están en buen estado
- Hay buena demarcación
- La vigilancia, la limpieza y el orden son muy buenos
- Se vive con mayor seguridad

Existe un porcentaje de razones que aunque sean menores, expresan un “descontento” por parte de la población entrevistada, indican que aunque existe un buen progreso hay pequeños detalles que aún no se han corregido y es preocupante para ellos, como:

- El gran congestionamiento vial que presenta el Cantón.
- Falta de semáforos
- Supervisión en las zonas de estacionamiento
- Las vías de los discapacitados
- Los ruidos y contaminación de los furgones que transitan por la zona
- El problema de drogas y alcoholismo en los parques
- Hay delincuencia en parques y casas
- Ausencia de policía (indican que no tienen dinero para combustible)
- También es importante mencionar que la población de la Asunción indica que para la Municipalidad ellos no son tomados en cuenta, que las calles y aceras están en malas condiciones, hay muy malos olores y no hay lugares para recreación.

Los principales problemas que percibe la población entrevistada son: el “congestionamiento vial”; la “drogadicción / alcoholismo”; la “pérdida de valores” y el “alto costo de la vida”.

Recomendación: En base a los descontentos de la población entrevistada, la Municipalidad debiera tomar acciones de mejora en aquellos problemas que le competen directamente y también podría generar entre la comunidad una solución de ayuda mutua entre la población y la Municipalidad mediante acciones o capacitaciones, para que juntos

actúen formando comités u organizaciones vecinales para actuar y vigilar contra el hampa, la delincuencia, las drogas, y el alcoholismo.

SATISFACCIÓN GENERAL SOBRE LA MUNICIPALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE

Tanto la labor realizada por la Municipalidad de Belén, como el servicio ofrecido por la Unidad de Servicio al Cliente, fue calificado por los entrevistados como muy satisfactorio.

Recomendación: Es importante mencionar que aunque la mayoría de los entrevistados conocen la oficina de Servicio al Cliente, se puede mejorar aplicando acciones directas de contacto ya sea vía telefónica o por medio de volantes en la zona, algunas acciones que inciten al Belemita a visitar la oficina de Servicio al Cliente, para que sea mayor el porcentaje de visita.

GESTIÓN MUNICIPAL

La calificación de Gestión de la Alcaldía y del Concejo Municipal fue valorado como “muy buena” y “buena” entre los entrevistados que la conocen. La calificación de la Gestión del Personal Municipal fue valorada como “muy buena” en la gran mayoría de todos los entrevistados, ya que prácticamente todos la conocen. La calificación para el Comité de Deportes se puede notar que prácticamente la mitad de los entrevistados lo califican como “muy bueno y “bueno”, pero la otra mitad no conoce que gestión hace.

Recomendación: Como anotación general la Municipalidad debe implementar alguna estrategia de comunicación más masiva para dar a conocer entre la población Belemita la gestión de la Alcaldía y del Concejo Municipal ya que los datos estadísticos nos indican que muchos de los entrevistados no conocen la labor, entonces no la pueden calificar. Y para el Comité de Deportes, se debe doblar más los esfuerzos de comunicación ya que es el menos conocido.

SERVICIOS QUE PRESTA LA MUNICIPALIDAD

En general la calificación de los 26 servicios investigados, y sumadas las variables “muy buena” y “buena”, en forma individual, indica el servicio percibido por el entrevistado ha sido satisfactorio.

Recomendación: se hace la anotación que para poder levantar el conocimiento y nivel de satisfacción cada unidad que presta el servicio podría valorar que nuevas acciones puede implementar para que esa calificación pueda ser percibida por la población como muy buena y que a la vez estas acciones ayuden a que más población conozca el servicio aunque no lo requiera constantemente, ya que en el análisis se refleja que un porcentaje considerable no puedo calificar el servicio porque no lo conoce.

ACTIVIDADES

La mitad de la población Belemita entrevistada indica que si ha participado en actividades organizadas en la comunidad, y que la mayoría de estas actividades son organizadas por la Municipalidad y el Comité de Deportes. Esta población se entera de estas actividades por medio de la comunicación boca a boca por medio de “amigos o conocidos”, el “perifoneo” que pasa por las zonas, el “Internet” y las “redes sociales”.

La población entrevistada menciona que las principales actividades que la Municipalidad de Belén debiera desarrollar para los jóvenes del Cantón son las “actividades deportivas”, la capacitación, los talleres y los cursos técnicos (IPEC), las “charlas preventivas de drogas y sexualidad” y las “actividades culturales”.

La población conoce que existe un Comité de Deportes, pero más de la mitad de la población entrevistada NO práctica ningún tipo de deporte. Los deportes más practicados son el caminar, la natación, y los deportes como taekwondo, basquetbol, voleibol, futbol, entre otros. La mayor parte de los deportes se practican en las vías públicas. Aquellos entrevistados que hacen uso del polideportivo indicaron que tuvieron que pagar por el uso del mismo. Y que en ocasiones utilizan otros lugares principalmente las escuelas de futbol y lugares de Heredia.

Recomendación: Existe un porcentaje considerable de entrevistados que no recuerda quien fue el que organizo la actividad en la comunidad, lo que refleja que la comunicación empleada para promover las actividades es baja, por tanto se debe reforzar los medios y la continuidad para levantar el nivel de recordación de las actividad y por ende la asistencia e involucramiento a la misma. Se debe elaborar un plan de capacitaciones, cursos o talleres dirigido para los jóvenes con temas relacionados a la actividad productiva (posible fuente de empleo para que aprendan un oficio), sobre drogas y sexualidad. Elaborar un plan de actividades deportivas que contemplen diferentes tipos de deportes para que la población pueda participar e involucrarse activamente.

RECICLAJE

La gran mayoría de la población entrevistada, SI tienen la cultura de reciclar en sus hogares y conocen las opciones y fechas que dispone la Municipalidad para el reciclaje y si estarían dispuestos a reciclar residuos orgánicos.

Recomendación: Ya que la mayoría de la población tiene la cultura del reciclaje, la Municipalidad podría implementar algunas acciones de mayor impacto para fidelizar más la cultura hacia el reciclaje y la conservación del medio ambiente.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AL CANTÓN

Los principales cuatro medios de comunicación usados por la población entrevistada para informarse sobre la situación del Cantón de Belén son el “perifoneo”, por “amigos o conocidos”, por la “prensa” y las “redes sociales”. Y los que la población piensa que la Municipalidad debiera utilizar como principal sería el perifoneo y redes sociales. Casi la mitad de los entrevistados usan actualmente Internet, en su hogar y en sus teléfonos celulares. Los entrevistados que indicaron que usan Internet, mencionan que han visitado la página web de la Municipalidad pero solo un poco más de la mitad de este segmento, e indican que lo hacen para saber que está haciendo la Municipalidad y para averiguar impuestos. También mencionan otros motivos entre los que sobresale la búsqueda de empleo y de actividades recreativas. Para la población NO es relevante ver las transmisiones del Concejo Municipal en vivo mediante la página web. La mayoría de los entrevistados que usan Internet usan Facebook y en un porcentaje representativo de un 60% indica que sí conoce el perfil de Facebook de la Municipalidad, y para aquellos que NO lo conocen indican que no sabían que tenían y que quien lo revisa son los hijos y le comentan las novedades. A la población que usa Facebook actualmente le gustaría ver en la página actividades deportivas y culturales, los progresos del cantón y las noticias municipales.

Recomendación: La Municipalidad de Belén debiera enfocar sus comunicados o información a la población Belemita mediante el uso del perifoneo por las zonas, pero en varias ocasiones y con voz y mensajes claros para que sea captado por la población; y también usar las redes sociales con una frecuencia de publicaciones en varios días con la misma información. También puede implementar el uso de boletines o volantes por las casas de la zona y valorar el uso de contestadores inteligentes para realizar llamadas a los hogares de la zona comunicando, para que la persona que reciba la información sea vocera entre su núcleo familiar. Otras estrategias que se podrían implementar son el envío de mensajes de texto ya sea mediante mensaje normal o WhatsApp y comunicar llamativamente mediante la página web y la página de Facebook de la Municipalidad. La página de Facebook requiere una renovación y más dinamismo para que sean más seguida por la población Belemita.



COMPARATIVO DE VARIABLES MEDULARES DE EVALUACIÓN

MUNICIPALIDAD
B E L É N

Trabajamos por las presentes y las
futuras generaciones



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.

III Sección: Comparativo de Variables Medulares de Evaluación

Factores de Evaluación Comparativo

Generalidades del Comparativo

Como parte de los insumos, se presentan a continuación los cuadros comparativos de las variables medulares que fueron estudiadas en la investigación, de forma comparativa con los resultados reflejados en los estudios de los años anteriores (2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015) y agregando los obtenidos en el 2016.

Las variables medulares comparativas son:

- Ficha Técnica de Investigación Comparativa
- Satisfacción General del Cantón
- Gestión del Gobierno Local (Concejo Municipal, Personal Municipal, Alcaldía, y Comité de Deportes)
- Calificación de los Servicios Municipales

Es importante mencionar que al realizar el comparativo, se encontraron algunas diferencias en la forma de presentación de los resultados y de las variables a preguntar entre los años, ya que los cuestionarios no fueron los mismos. Por tal razón, se toma la base del año 2016, para realizar el comparativo hacia años anteriores.

Otro factor importante que se debe considerar es que al realizar el análisis de resultados de años anteriores, se puede notar que en la medición de la escala de satisfacción usada normalmente (Muy Satisfecho, Satisfecho, Ni Satisfecho Ni Insatisfecho, Insatisfecho, y Muy Insatisfecho), se combinaron y sumaron los valores Muy Satisfecho + Satisfecho y se indicó que el valor era MUY SATISFECHO; lo mismo sucedió en los valores de Insatisfecho + Muy Insatisfecho y se indicó que el valor era INSATISFECHO; no siendo lo adecuado, ya que no es lo mismo indicar que la labor fue valorada como muy satisfecha con un valor mayor, que lo que realmente refleje los resultados de la investigación.

Y por último, no en todos los resultados de años anteriores, se indica el porcentaje en forma individual por medición de escala; por lo que se procedió a colocar en la celda de mayor calificación para poder presentar la comparación. A continuación el detalle individual en tablas de las variables medulares comparativas que se requieren para la evaluación anual³.

³ Esta información se encuentra en formato digital en el Excel de nombre 2016-Comparativo de Variables Medulares Anuales, incluida en el CD entregado.

VARIABLE: FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN COMPARATIVA

Tabla E
Estudio de Opinión
Municipalidad de Belén
Ficha Técnica Comparativa de Investigación
Del año 2009 al año 2016

	AÑO 2009			AÑO 2010			AÑO 2011			AÑO 2012		
	B&A Borges y Asociados			UNIMER			B&A Borges y Asociados			B&A Borges y Asociados		
	ÍTEM		MUESTRA	ÍTEM		MUESTRA	ÍTEM		MUESTRA	ÍTEM		MUESTRA
	SI	NO		SI	NO		SI	NO		SI	NO	
Tipo de Estudio	X			X			X			X		
Encuesta de Opinión												
Informante												
Público General $\pm > 18$ años	X			X			X			X		
Muestra												
Total de Muestra			409			400			200			214
Nivel de Confianza			95%			95%			95%			95%
Margen de Error			$\pm 4.8\%$			$\pm 4.9\%$			$\pm 6.9\%$			$\pm 6.7\%$
Fuente de Selección Muestra												
Censo Nacional de Vivienda 2000- INEC	X						X			X		
Censo Nacional de Vivienda 2011- INEC												
Centro Centroamericano de Población (CCP)				X								
Software CONSULTA MITOFSKY TAMAÑO												
Tipo de Herramienta												
Cuestionario	X			X			X			X		
Tipo de Captura												
F2F (cara a cara)	X			X								
Teléfonica							X			X		
Otra												
Período de captura			marzo			julio			octubre - noviembre			diciembre

	AÑO 2013			AÑO 2014			AÑO 2015			AÑO 2016		
	B&A Borges y Asociados			LAO Marketing			LAO Marketing			GB Marketing CR		
	ÍTEM		MUESTRA	ÍTEM		MUESTRA	ÍTEM		MUESTRA	ÍTEM		MUESTRA
	SI	NO		SI	NO		SI	NO		SI	NO	
Tipo de Estudio	X			X			X			X		
Encuesta de Opinión												
Informante												
Público General $\pm > 18$ años	X			X			X			X		
Muestra												
Total de Muestra			304			200			200			201
Nivel de Confianza			95%			95%			95%			95%
Margen de Error			$\pm 5.6\%$			$\pm 6.97\%$			$\pm 6.9\%$			$\pm 6.6\%$
Fuente de Selección Muestra												
Censo Nacional de Vivienda 2000- INEC												
Censo Nacional de Vivienda 2011- INEC		X			X			X				
Centro Centroamericano de Población (CCP)												
Software CONSULTA MITOFSKY TAMAÑO										X		
Tipo de Herramienta												
Cuestionario	X			X			X			X		
Tipo de Captura												
F2F (cara a cara)	X											
Teléfonica				X			X			X		
Otra												
Período de captura			octubre			octubre			diciembre			octubre

VARIABLE: SATISFACCIÓN GENERAL DEL CANTÓN

Tabla F

Variable Medular Comparativa
Satisfacción General del Cantón
Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

Variable	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Muy Satisfecho	----	76,00%	83,50%	80,40%	69,90%	76,00%	74,00%	88,06%
Satisfecho	----	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,46%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	----	19,00%	5,80%	9,50%	18,30%	2,50%	21,00%	2,99%
Insatisfecho	----	0,00%	10,70%	8,70%	11,80%	2,50%	3,00%	0,50%
Muy insatisfecho	----	5,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
NS/NR	----	0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	19,00%	2,00%	0,00%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

VARIABLE: GESTIÓN DEL CONCEJO MUNICIPAL

Tabla G-1

Variable Medular Comparativa
Gestión del Gobierno Local Municipalidad de Belén
CONCEJO MUNICIPAL
Del año 2009 al año 2016

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
2016	56,22%	----	2,49%	1,00%	----	40,30%
2015	74,00%	----	21,00%	3,00%	----	2,00%
2014	82,50%	----	10,50%	1,50%	----	5,50%
2013	63,20%	----	20,80%	12,10%	----	3,90%
2012	70,00%	----	12,60%	9,60%	----	7,80%
2011	65,30%	----	22,50%	5,30%	----	6,90%
2010	----	----	----	----	----	----
2009	49,80%	----	24,2%	7,90%	----	18,1%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

VARIABLE: GESTIÓN DEL PERSONAL MUNICIPAL

Tabla G-2

Variable Medular Comparativa
Gestión del Gobierno Local Municipalidad de Belén
PERSONAL MUNICIPAL
Del año 2009 al año 2016

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
2016	92,85%	----	1,00%	0,50%	----	6,47%
2015	85,19%	----	9,26%	5,56%	----	----
2014	96,50%	----	----	0,50%	----	3,00%
2013	74,90%	----	14,80%	9,20%	----	1,10%
2012	74,40%	----	11,80%	5,60%	----	8,10%
2011	84,90%	----	8,50%	2,80%	----	3,80%
2010	----	----	----	----	----	----
2009	----	----	----	----	----	----

Fuente: GB Marketing CR - 2016

VARIABLE: GESTIÓN DE LA ALCALDÍA

Tabla G-3

Variable Medular Comparativa
Gestión del Gobierno Local Municipalidad de Belén
ALCALDÍA
Del año 2009 al año 2016

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
2016	80,58%	----	4,48%	0,50%	----	11,44%
2015	88,00%	----	8,00%	4,00%	----	----
2014	90,00%	----	2,50%	2,50%	----	5,00%
2013	69,40%	----	18,60%	11,80%	----	0,20%
2012	73,20%	----	8,10%	8,40%	----	10,20%
2011	73,20%	----	14,50%	7,30%	----	5,00%
2010	----	----	----	----	----	----
2009	59,00%	----	22,50%	7,10%	----	11,50%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

VARIABLE: GESTIÓN DEL COMITÉ DE DEPORTES

Tabla G-4

Variable Medular Comparativa
Gestión del Gobierno Local Municipalidad de Belén
COMITÉ DE DEPORTES
Del año 2009 al año 2016

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
2016	29,85%	22,89%	10,95%	1,99%	0,50%	33,83%
2015	----	----	----	----	----	----
2014	----	----	----	----	----	----
2013	----	----	----	----	----	----
2012	----	----	----	----	----	----
2011	----	----	----	----	----	----
2010	----	----	----	----	----	----
2009	----	----	----	----	----	----

Fuente: GB Marketing CR - 2016

VARIABLE: CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS MUNICIPALES

Tabla H-1

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	67,66%	22,89%	7,46%	1,49%	0,50%	0,00%
Alcantarillado Pluvial (caños y alcantarillas)	2015	36,00%	44,00%	18,00%	2,00%	0,00%	0,00%
	2014	64,50%	24,00%	5,00%	2,00%	1,50%	3,00%
	2013	71,30%	0,00%	14,00%	13,30%	0,00%	1,40%
	2012	76,40%	0,00%	14,00%	8,50%	0,00%	1,10%
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----

SERVICIO	2016	46,77%	15,42%	8,96%	1,99%	0,00%	26,78%
Bolsa de Empleo	2015	36,00%	44,00%	18,00%	2,00%	0,00%	0,00%
	2014	71,50%	16,50%	6,00%	0,50%	2,00%	3,50%
	2013	62,20%	0,00%	12,70%	15,40%	0,00%	9,70%
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----

SERVICIO	2016	56,72%	20,90%	3,98%	0,50%	0,00%	17,91%
Gestión de la Contraloría de Servicios	2015	47,37%	26,32%	7,89%	1,32%	0,00%	17,11%
	2014	23,53%	18,38%	0,00%	0,00%	1,47%	56,62%
	2013	20,60%	33,10%	30,90%	2,70%	6,30%	6,40%
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----

SERVICIO	2016	88,06%	7,46%	3,98%	0,50%	0,00%	0,00%
Limpieza de Vías (Ornato Público)	2015	52,00%	34,50%	13,00%	0,50%	0,00%	0,00%
	2014	75,00%	22,00%	0,00%	0,50%	1,50%	1,00%
	2013	91,70%	0,00%	4,10%	4,10%	0,00%	0,10%
	2012	90,20%	0,00%	4,10%	2,20%	0,00%	3,50%
	2011	56,80%	36,00%	3,60%	1,80%	1,20%	0,60%
	2010	95,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%
	2009	72,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	27,20%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

Tabla H-2

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	80,10%	16,92%	0,00%	0,50%	0,00%	2,49%
Mantenimiento de Edificios Históricos	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	87,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	13,00%
	2009	82,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	17,40%

SERVICIO	2016	76,12%	18,41%	2,49%	0,50%	0,50%	1,99%
Mantenimiento de la Infraestructura Pública	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	82,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	17,60%

SERVICIO	2016	72,64%	12,94%	0,50%	1,00%	0,00%	12,94%
Mantenimiento de la Planta de Tratamiento	2015	14,50%	62,50%	15,00%	0,50%	0,00%	7,50%
	2014	70,00%	20,50%	1,50%	0,00%	0,50%	7,50%
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----

SERVICIO	2016	61,19%	21,89%	2,49%	1,00%	0,00%	13,44%
Promoción de Ferias y Festividades	2015	35,50%	51,50%	12,00%	0,00%	0,00%	1,00%
	2014	67,00%	25,00%	3,00%	0,50%	1,50%	3,00%
	2013	74,50%	0,00%	13,30%	8,80%	0,00%	3,40%
	2012	79,20%	0,00%	7,70%	7,90%	0,00%	5,20%
	2011	30,80%	45,50%	13,00%	3,80%	0,00%	6,90%
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	64,80%	0,00%	23,00%	4,90%	0,00%	7,30%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	83,58%	11,94%	3,48%	1,00%	0,00%	0,00%
Protección del Medio Ambiente	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	90,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%
	2009	49,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	51,00%

SERVICIO	2016	65,17%	17,91%	1,49%	1,00%	0,00%	14,43%
Regulación de Actividades Comerciales	2015	36,00%	57,50%	3,50%	0,00%	0,00%	3,00%
	2014	64,00%	29,50%	3,00%	0,00%	0,50%	3,00%
	2013	65,10%	0,00%	11,80%	9,50%	0,00%	13,60%
	2012	72,10%	0,00%	9,00%	4,50%	0,00%	14,40%
	2011	17,90%	34,30%	18,70%	2,70%	0,00%	26,40%
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	67,20%	0,00%	15,40%	4,60%	0,00%	12,80%

SERVICIO	2016	59,70%	21,89%	15,42%	2,49%	0,50%	0,00%
Seguridad General	2015	33,50%	60,50%	5,50%	0,50%	0,00%	0,00%
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	78,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	22,00%
	2009	58,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	41,80%

SERVICIO	2016	94,03%	4,98%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%
Servicio de Agua Potable	2015	16,50%	78,50%	4,00%	1,00%	0,00%	0,00%
	2014	75,00%	17,50%	6,00%	0,00%	1,00%	0,50%
	2013	95,90%	0,00%	1,50%	2,60%	0,00%	0,00%
	2012	92,80%	0,00%	4,00%	2,80%	0,00%	0,40%
	2011	52,10%	43,10%	3,10%	0,00%	0,00%	1,70%
	2010	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	2009	95,90%	0,00%	2,70%	0,90%	0,00%	0,50%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

Tabla H-4

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	95,52%	2,99%	1,00%	0,50%	0,00%	0,00%
Servicio de Alumbrado Público	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	89,90%	0,00%	3,70%	1,10%	0,00%	5,30%
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	99,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%
	2009	92,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,00%

SERVICIO	2016	86,07%	5,47%	0,00%	0,50%	0,00%	7,96%
Servicio de la Biblioteca Municipal	2015	76,50%	19,50%	1,50%	0,50%	0,00%	2,00%
	2014	72,50%	14,00%	1,00%	0,50%	1,00%	11,00%
	2013	78,70%	0,00%	4,40%	2,10%	0,00%	14,80%
	2012	77,10%	0,00%	3,10%	0,00%	0,00%	19,80%
	2011	31,80%	33,80%	1,70%	1,20%	0,00%	31,50%
	2010	98,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%
	2009	74,10%	0,00%	5,10%	1,50%	0,00%	19,30%

SERVICIO	2016	65,17%	4,98%	0,00%	0,50%	0,50%	28,86%
Servicio de la Oficina Bienestar Social (IMAS)	2015	51,00%	27,00%	1,00%	0,00%	0,00%	21,00%
	2014	57,00%	26,00%	7,00%	1,50%	0,00%	8,50%
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----

SERVICIO	2016	68,66%	14,43%	1,99%	0,50%	0,00%	14,43%
Servicio de la Oficina de Cultura	2015	25,50%	49,50%	9,00%	0,00%	0,00%	16,00%
	2014	69,50%	15,50%	2,00%	0,50%	0,50%	12,00%
	2013	69,90%	0,00%	7,70%	2,90%	0,00%	19,50%
	2012	70,70%	0,00%	4,50%	2,20%	0,00%	22,60%
	2011	23,70%	35,40%	3,80%	0,00%	0,50%	36,60%
	2010	97,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,00%
	2009	62,40%	0,00%	7,80%	1,20%	0,00%	28,60%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	66,67%	7,96%	0,00%	0,50%	0,50%	24,38%
Servicio de la Oficina de la Mujer	2015	53,00%	32,00%	0,50%	0,50%	0,00%	14,00%
	2014	66,50%	14,50%	5,00%	0,00%	0,50%	13,50%
	2013	53,80%	0,00%	7,10%	2,30%	0,00%	36,80%
	2012	52,00%	0,00%	7,20%	2,80%	0,00%	38,00%
	2011	15,00%	28,20%	1,30%	0,00%	0,00%	55,50%
	2010	93,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,00%
	2009	45,20%	0,00%	8,10%	3,00%	0,00%	43,70%

SERVICIO	2016	85,57%	11,44%	1,49%	1,00%	0,00%	0,50%
Servicio de Limpieza de los Cauces de los Ríos	2015	32,50%	21,00%	28,50%	18,00%	0,00%	0,00%
	2014	70,50%	15,50%	6,00%	1,50%	0,50%	6,00%
	2013	65,00%	0,00%	14,80%	17,80%	0,00%	2,40%
	2012	63,80%	0,00%	15,10%	11,90%	0,00%	9,20%
	2011	27,40%	28,30%	11,70%	14,40%	1,30%	16,90%
	2010	72,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	28,00%
	2009	68,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	31,30%

SERVICIO	2016	72,14%	18,91%	2,99%	1,00%	1,00%	3,99%
Servicio de Pago de Impuestos	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	64,40%	3,10%	3,60%	0,00%	0,00%	28,90%
	2011	35,00%	42,10%	7,10%	0,50%	0,70%	14,60%
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	79,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,10%

SERVICIO	2016	51,74%	16,92%	26,87%	2,99%	1,49%	0,00%
Servicio de Policía de Tránsito	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----

Fuente: GB Marketing CR - 2016

Tabla H-6

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	92,04%	3,98%	1,99%	1,49%	0,00%	0,50%
Servicio de Recolección de Reciclaje	2015	35,50%	45,00%	19,00%	0,50%	0,00%	0,00%
	2014	77,50%	17,00%	1,50%	0,00%	1,50%	2,50%
	2013	87,40%	0,00%	5,30%	5,80%	0,00%	1,50%
	2012	84,50%	0,00%	8,00%	6,30%	0,00%	1,20%
	2011	42,00%	35,50%	16,80%	3,60%	0,30%	1,80%
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----
SERVICIO	2016	90,55%	3,48%	1,49%	1,49%	0,00%	2,99%
Servicio de Recolección de Residuos	2015	42,50%	46,00%	10,00%	0,50%	0,00%	1,00%
	2014	82,50%	14,00%	1,50%	0,50%	0,50%	1,00%
	2013	93,90%	0,00%	3,20%	2,90%	0,00%	0,00%
	2012	96,70%	0,00%	2,40%	0,90%	0,00%	0,00%
	2011	53,90%	39,80%	1,60%	4,70%	0,00%	0,00%
	2010	96,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%
	2009	94,30%	0,00%	3,90%	1,50%	0,00%	0,30%
SERVICIO	2016	60,20%	16,92%	7,46%	2,99%	0,00%	12,44%
Servicio de Tramitación en General	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	----	----	----	----	----	----
SERVICIO	2016	87,06%	6,47%	14,90%	1,00%	0,00%	3,98%
Servicio del Cementerio	2015	31,50%	61,00%	4,00%	0,50%	0,00%	3,00%
	2014	75,50%	16,00%	1,50%	0,00%	0,00%	7,00%
	2013	92,80%	0,00%	3,50%	2,50%	0,00%	1,20%
	2012	80,20%	0,00%	5,70%	0,80%	0,00%	13,30%
	2011	31,10%	47,40%	1,50%	0,30%	0,00%	19,70%
	2010	98,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%
	2009	80,20%	0,00%	4,20%	2,90%	0,00%	12,70%

Fuente: GB Marketing CR - 2016

Tabla H-7

Variable Medular Comparativa
Servicios de la Municipalidad de Belén
Del año 2009 al año 2016

		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
SERVICIO	2016	65,17%	17,91%	11,94%	19,90%	0,50%	2,49%
Servicio que presta la Policía Municipal	2015	41,00%	41,50%	16,50%	1,00%	0,00%	0,00%
	2014	63,50%	24,00%	6,50%	0,50%	2,50%	3,00%
	2013	63,40%	0,00%	18,00%	18,40%	0,00%	0,20%
	2012	74,10%	0,00%	16,00%	9,20%	0,00%	0,70%
	2011	33,30%	37,90%	22,50%	4,10%	2,10%	0,10%
	2010	86,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,00%
	2009	69,90%	0,00%	22,50%	6,80%	0,00%	0,80%
SERVICIO	2016	73,63%	2,99%	0,50%	0,50%	0,00%	22,39%
Servicios de Telefonía Pública	2015	----	----	----	----	----	----
	2014	----	----	----	----	----	----
	2013	----	----	----	----	----	----
	2012	----	----	----	----	----	----
	2011	----	----	----	----	----	----
	2010	89,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,00%
	2009	89,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10,30%
SERVICIO	2016	----	----	----	----	----	----
Promoción de Deporte y Recreación	2015	38,00%	46,00%	15,50%	0,50%	0,00%	0,00%
	2014	75,00%	19,00%	2,50%	1,00%	1,00%	1,50%
	2013	82,80%	0,00%	8,30%	7,50%	0,00%	1,40%
	2012	77,90%	0,00%	10,60%	7,90%	0,00%	3,60%
	2011	45,60%	38,00%	10,50%	0,00%	0,90%	5,00%
	2010	----	----	----	----	----	----
	2009	84,10%	0,00%	11,00%	3,70%	0,00%	1,20%

Fuente: GB Marketing CR - 2016



MARCO METODOLÓGICO
ESTUDIO JÓVENES
BELEMITAS



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.

IV Sección: Marco Metodológico de Entrevista dirigida a Jóvenes Belemitas

Metodología de la Entrevista a Jóvenes

Objetivos de la Entrevista

Los objetivos y/o variables que componen el estudio de jóvenes belemitas es:

OBJETIVO GENERAL

Conocer la percepción y la necesidad que tiene la población joven del Cantón Belén sobre las variables relacionadas a las actividades deportivas y culturales, a la educación técnica, a la sexualidad preventiva, y las drogas en la comunidad; mediante una entrevista basada en una investigación de carácter cuantitativa, mediante el método de entrevista personal, durante el mes de noviembre del 2016.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las necesidades de los jóvenes para realizar deporte y participar en actividades recreativas y culturales.
- Conocer las necesidades de los jóvenes de prepararse en oficios técnicos para que puedan aplicar a empleos en la zona.
- Conocer la percepción que tiene el joven Belemita acerca de la importancia de una sexualidad sana y preventiva.
- Conocer la percepción que tiene el joven Belemita sobre la distribución y prevención de drogas en el Cantón.

Mercado Objetivo – Población Meta

El mercado objetivo o población meta que ampara este sondeo entre jóvenes belemitas está compuesto por los siguientes perfiles generales:

- Jóvenes que sean menores de edad.
- Jóvenes que residan en el Cantón de Belén, específicamente de los distritos San Antonio, La Ribera y La Asunción.
- Jóvenes que sean estudiantes activos de los dos principales colegios públicos del Cantón de Belén (Liceo Bilingüe de Belén y en el CTP Colegio Técnico Profesional de Belén)
- Jóvenes que tengan entre 15 y 17 años.
- Jóvenes que pertenezcan a las tres clases sociales (baja, media y alta)

Cobertura Geográfica del Estudio dirigido a Jóvenes

Para el estudio dirigido a la población Joven Belemita, se define la cobertura geográfica del Cantón N.407 Belén, específicamente en los centros Liceo Bilingüe de Belén y en el CTP Colegio Técnico Profesional de Belén. Todos pertenecientes a la provincia N°04 Heredia, del país Costa Rica, Centro América.



Muestra Estadística

Específicamente para la muestra de este pequeño estudio de opinión dirigido a la población joven Belemita, se define a criterio del investigador y el coordinador de la Unidad de Comunicación de la Municipalidad de Belén.

Basado en las percepciones generales que dieron la población entrevistada para el Estudio de Opinión 2016, y la preocupación que mostraron por los jóvenes del cantón y la problemática que atraviesa el Cantón con la falta de actividades recreativas y deportivas y la venta y distribución de drogas en los parques y sitios públicos, se plantea realizar una entrevista pequeña a esta población juvenil, captándolos directamente en el centro de estudio, con el previo permiso de los padres de familia y los directores de los centros tomados como muestra.

Por el tipo de enfoque que se requiere se elabora un cuestionario pequeño, para ser dirigido por un entrevistador directamente a la población, y se define a criterio propio del investigador y basado en la experiencia profesional de asignar una muestra de 10 participantes, que cumplieran con el perfil del estudio y distribuidos en cantidades iguales entre los dos centros educativos seleccionados previamente.

DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE MUESTRA

Se define una muestra de la población de interés, incluyendo a personas con rasgos homogéneos, opiniones, conductas, preferencias, actitudes, demografía, etc.; basados en el criterio propio del investigador.

En conjunto con el Licenciado Manuel Alvarado Gómez Coordinador de la Unidad de Comunicación de la Municipalidad de Belén, el jueves 27/10/2016 10:03 a.m., se define vía correo y telefónico los objetivos y la mecánica de acción para realizar este estudio.

Una vez definidos los parámetros del estudio, se procede a elaborar una carta dirigida a los directores de los centros educativos, solicitándoles el permiso respectivo y a su vez se elabora una carta de autorización, ya que el entrevistado debería contar con el permiso del padre de familia o encargado para participar en el estudio.

La muestra se define de la siguiente manera:

- Liceo Bilingüe de Belén con 5 participantes que cumplan con el perfil del mercado meta
- CTP Colegio Técnico Profesional de Belén con 5 participantes que cumplan con el perfil del mercado meta

Diseño de la Investigación

Para el diseño de la investigación se utilizan dos metodologías, que permitirán la medición de variables independientes y separadas según el enfoque de la investigación y específicamente para este estudio se utiliza:

- Herramienta de Investigación: Cuestionario Tipo Entrevista Estructurado
- Plataforma Online para la recolección de información

HERRAMIENTA DE LA INVESTIGACIÓN

El cuestionario cuenta con una estructura propia compuesta por un formato de clasificación interna, un mensaje de introducción y seis filtros, en donde se destacan las variables y los objetivos propios de la investigación. Y fue diseñado como entrevista dirigida con anotaciones para que el encuestador preguntase directamente al entrevistado de forma directa y fuera llenando la entrevista, para después capturar la información mediante la plataforma online, utilizando como instrumento una PC con conexión a Internet.

El cuestionario fue elaborado para ser aplicado en un promedio de tiempo entre 15 y 20 minutos por entrevistado, y su captura fue previamente programada con el director del centro educativo; ya que por los objetivos propios de la investigación y la mezcla de tipos de adolescentes, era necesario previamente seleccionarlos. Adicional a que al ser menores de edad se requería que el padre o encargado diera la previa autorización y firmara la carta respectivamente, antes de realizar el trabajo de campo.

La captura de información se realizó entre las fechas comprendidas desde el 31 de octubre y el 01 de noviembre del 2016, mediante una entrevistadora previamente capacitada para la captura presencial y online, directamente en los centros educativos elegidos para el estudio y la oficina del cliente para la captura online. .

El cuestionario tipo entrevista (ver anexo N°3) está compuesto por 17 preguntas, de las cuales 12 son preguntas principales y 5 preguntas secundarias. La totalidad del cuestionario quedo distribuido de la siguiente manera:

– **6 Filtros Centrales**

- Selección - Sector
- Actividades Deportivas y Culturales
- Educación Técnica
- Sexualidad Preventiva
- Drogas en la Comunidad
- Nivel Socioeconómico NSC

– **Estructura del Cuestionario**

- **5 Preguntas Abiertas**
- **12 Preguntas Cerradas:** distribuidas de la siguiente forma:
 - 5 de respuestas cerradas entre SI / NO
 - 5 de respuesta única entre varias opciones
 - 2 de respuesta múltiple entre varias opciones

PLATAFORMA ONLINE PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La captura de información, se realizó mediante una plataforma digital, compuesta de un software especializado de captura online, hospedado en la nube, que permite configurar el cuestionario para capturar, consolidar y generar reportes en tiempo real; todo mediante el uso de una PC tradicional o un dispositivo móvil (Tablet o Smartphone) que con conexión a Internet, se obtienen los datos para ser analizados y presentados.

El levantamiento de la información del Estudio de Opinión Joven Belemita se realizó durante el período comprendido desde el 31 de octubre al 01 de noviembre del presente año 2016, en horas de la mañana directamente en los centros educativos (lunes y martes).

El análisis e interpretación de resultados se realizó mediante un sistema especializado para la captura y tabulación de encuestas, y hospedado en la nube, que mediante un formato de programación permite el análisis de las conclusiones encontradas y obtener la información en formato Excel para realizar tablas y gráficos según corresponda.

Es importante recalcar que el análisis estadístico se detallará también en forma individual con valores relativos y absolutos, de cada una de las preguntas que componen el cuestionario.

Plus de Participación

Como parte de lograr la efectividad en las respuestas dadas por los jóvenes, la empresa que realiza el estudio decide regalar a los 10 jóvenes participantes un obsequio como agradecimiento de participación. El obsequio definido por la gerencia de la empresa que elabora el estudio fue un par de tenis marca VANS a cada uno; una vez finalizada la entrevista se solicitaron las tallas a cada uno y se entregaron el 09 de noviembre del presente año 2016, directamente a cada uno de los participantes.







ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN JÓVENES BELEMITAS



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.

V Sección: Análisis de la Información Entrevista a Jóvenes Belemitas

Cuestionario Estructurado

Generalidades del Análisis

Para efectos de análisis y recomendaciones generales y sobresalientes, en este apartado, se irá desarrollando un análisis cuantitativo y cualitativo por cada una de las preguntas y sub-preguntas, así como la ilustración con una tabla o gráfica.

Es importante mencionar que para las preguntas abiertas se utilizaron las frases completas por la cantidad total de la muestra. El total en tablas que contiene este análisis es de 16 y en gráficos 13.

En la información digital que ampara este análisis, se puede observar por completo el análisis en formato Excel, de nombre 2016-Análisis de la Información Opinión Joven Belemita distribuida por filtros.

A continuación se presenta el análisis exhaustivo y las recomendaciones en los casos que aplica, de cada uno de los filtros con sus respectivas preguntas. Y seguido se encuentra un reporte de **percepciones generales** que los entrevistados expresaron a la encuestadora en forma libre de algunos temas que no se preguntaban o ampliaban en las preguntas expuestas.

Filtro de Selección – Sector

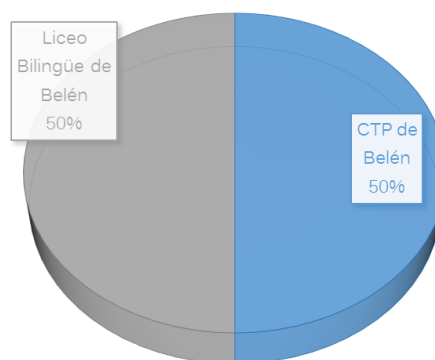
En el **filtro de Selección**, se quería verificar que los participantes en el estudio de jóvenes Belemitas, son estudiantes activos de los Colegios Públicos de Belén, por cantidades equitativas de cinco por centro educativo, tal y como se muestra en la tabla y gráfico N°39 a continuación.

Tabla N°39
Centro Educativo
Municipalidad de Belén
nov-16

Centro	Relativo	Absoluto
CTP de Belén	50,00%	5
Liceo Bilingüe de Belén	50,00%	5
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°39: CENTROS EDUCATIVOS



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro de Actividades Deportivas y Culturales

En el **filtro de Actividades Deportivas y Culturales**, se quería estudiar la percepción que tiene la población joven Belemita sobre la promoción que se realiza del deporte y las actividades recreativas y culturales en el cantón.

En la **P.1**, se les pregunto de forma abierta que creían que **estaba faltando en Belén para promover el deporte y las actividades recreativas y culturales entre los jóvenes**; y las respuestas obtenidas se pueden ver en la tabla N°40.

Tabla N°40
Acciones que faltan para promover el deporte y actividades en Belén para los jóvenes
Municipalidad de Belén
nov-16

Frases Expresadas	Relativo	Absoluto
Falta información y más motivación. Las actividades que hacen para niños son muy aburridas. Deberían informar por WhatsApp a los jóvenes. Se necesita que den más natación o basquetbol y no darle tanta atención al fútbol. Hacer festivales deportivos.	10,00%	1
Falta de información a veces dan volantes pero eso no es efectivo, deberían de hacer una página para los jóvenes y estimular más deportes como la natación, ciclismo, atletismo y basquetbol. Yo creo que deberían de empezar a motivarlos desde la escuela, así cuando uno entra al Cole, ya tiene el hábito del deporte.	10,00%	1
Involucrar más a las personas. Más información y despertar el interés de los jóvenes pero desde la escuela. Se tienen que enfocar en otros deportes como el Béisbol, basquetbol y natación. Podrían darnos incentivos para motivarnos.	10,00%	1
Más información y motivación. No se sienten motivados a apoyar el deporte. Esto debería empezar desde la escuela. No debería ser actividades solo para días especiales sino siempre. Las canchas las mantienen cerradas para que no se dañen y esto no fomenta el deporte.	10,00%	1
Motivación y información pero desde que uno esta en la escuela. Los volantes no sirven, deberían traer deportistas reconocidos para motivar. Enfocarse en atletismo y natación y no como siempre en fútbol.	10,00%	1
Falta de información, se debería poner los afiches en los colegios y escuelas.	10,00%	1
Falta de información, se debería poner los afiches en los colegios y escuelas. Las actividades deben ser fines de semana. Deberían dar clases de dibujo y arte y hacer campeonatos de fútbol.	10,00%	1
Todo se mueve por dinero, entonces solo los que tiene plata pueden ir. Todo lo quieren hacer privado, antes había ayuda y querían que nosotros saliéramos adelante en el deporte pero ahora, se siente otra cosa. La falta de información es mucha. Se debería fomentar el atletismo y las carreras. Y desde la escuela implementar el deporte. Charlas con deportistas reconocidos que le cuenten a uno como empezaron y entonces uno se sentiría identificado.	10,00%	1
Motivación y Comunicación. Traer personas del deporte que hayan pasado las necesidades de uno, que quieren estar pero por falta de dinero no se puede.	10,00%	1
Ayuda económica. Información. Todos los eventos son cobrados, se dan acciones muy caras y si uno no las vende le dicen que no vuelva. No hay apoyo para la gente que no puede y le quitan la motivación. Se supone que el deporte es para sacarnos adelante y aquí lo echan a uno para atrás.	10,00%	1
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

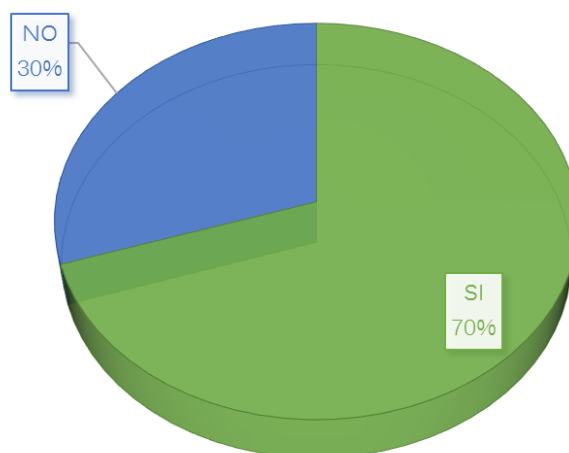
En la **P.2**, se quería conocer si los jóvenes **conocían que existe un Comité de Deportes** en Belén, y tal y como se presenta en la tabla y gráfico N°41, el 70% indico que SI y el 30% indicó que NO lo sabía.

Tabla N°41
Comité de Deportes
Municipalidad de Belén
nov-16

Comité	Relativo	Absoluto
SI	70,00%	7
NO	30,00%	3
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°41: COMITÉ DE DEPORTES



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro de Educación Técnica

En el **filtro de educación técnica**, se quería conocer la percepción que tiene la población joven del cantón, sobre los cursos técnicos y sus pros y contra para ellos.

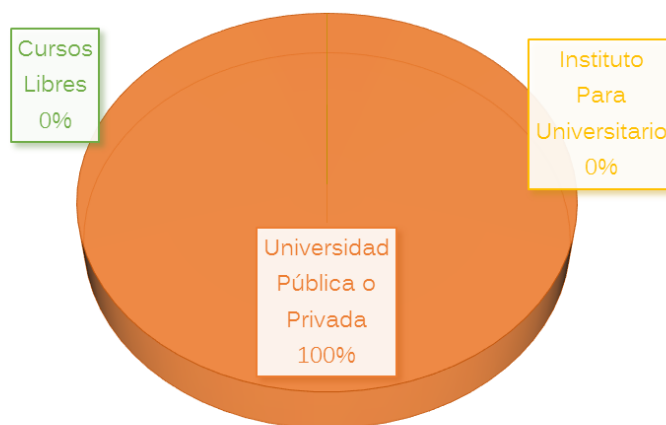
En la **P.3**, se le pregunto a los jóvenes que **dónde sería más atractivo para estudiar, si en la Universidad, o en un Instituto Para Universitario, o llevar cursos libres** para aprender un oficio que les permitiera trabajar; el 100% de los entrevistados menciono que en la Universidad ya sea Pública o Privada, este detalle se puede ver en la tabla y gráfico N°42 a continuación.

Tabla N°42
Lugar para Estudiar
Municipalidad de Belén
nov-16

Lugar	Relativo	Absoluto
Universidad Pública o Privada	100,00%	10
Instituto Para Universitario	0,00%	0
Cursos Libres	0,00%	0
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°42: LUGAR PARA ESTUDIAR



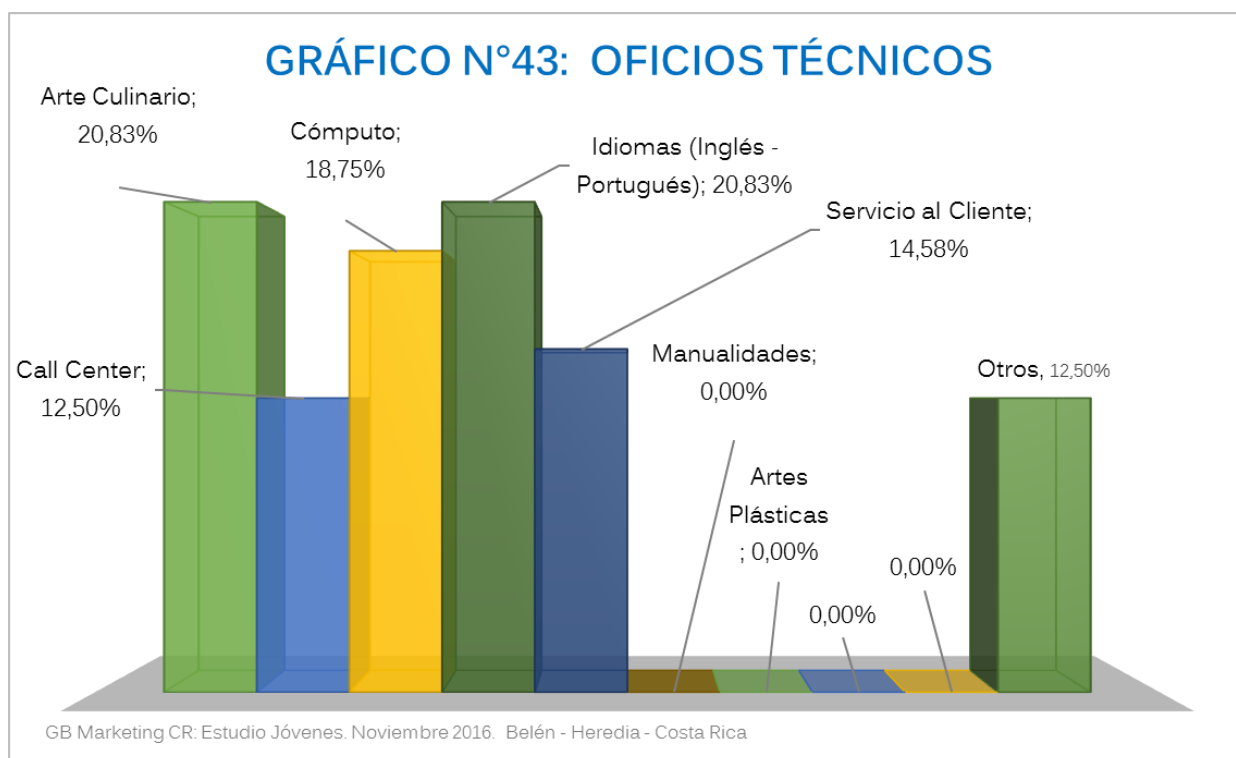
GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

En la **P.4**, se quería conocer qué **tipo de oficios técnicos** creía la población entrevistada que le llamaría la atención a los jóvenes belemitas estudiar. Se creó una lista de diferentes oficios y se procedió dejar que el entrevistado mencionara para marcar la opción. En la tabla y gráfico N°43, se ve el detalle de las menciones expresadas.

Tabla N°43
Oficios Técnicos para Jóvenes
Municipalidad de Belén
nov-16

Oficios Técnicos	Relativo	Absoluto
Arte Culinario	20,83%	10
Call Center	12,50%	6
Cómputo	18,75%	9
Idiomas (Inglés - Portugués)	20,83%	10
Servicio al Cliente	14,58%	7
Manualidades	0,00%	0
Artes Plásticas	0,00%	0
Música	0,00%	0
Actuación	0,00%	0
Otros	12,50%	6
TOTAL	100%	48

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



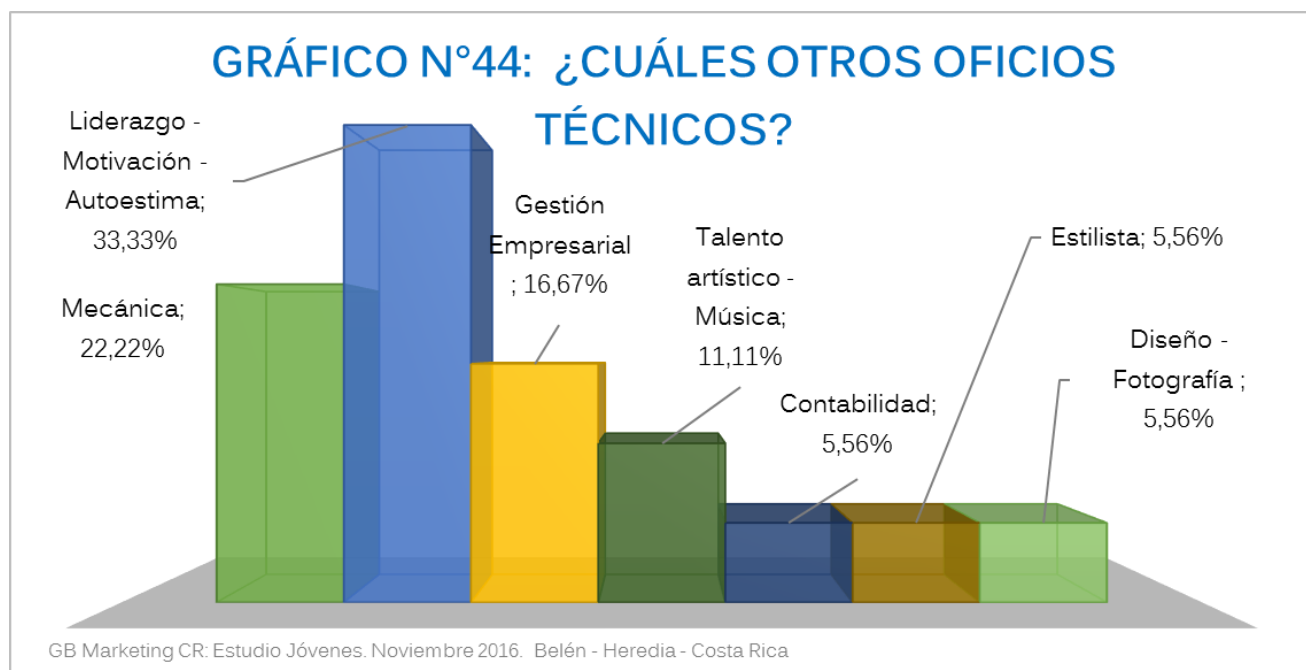
Para aquellos entrevistados que en la pregunta anterior mencionaron la opción de OTROS, debían contestar la **P.4.a**, que hacía referencia a **¿cuáles otros?** Y tal y como se refleja en la tabla y gráfico N°44 a continuación, el mayor porcentaje de un 33,33% se refiere a cursos

de Liderazgo - Motivación – Autoestima; el 22,22% a la mecánica y el 16,67% a la Gestión Empresarial.

Tabla N°44
¿Cuáles OTROS Oficios Técnicos?
Municipalidad de Belén
nov-16

OTROS Oficios Técnicos	Relativo	Absoluto
Mecánica	22,22%	4
Liderazgo - Motivación - Autoestima	33,33%	6
Gestión Empresarial	16,67%	3
Talento artístico - Música	11,11%	2
Contabilidad	5,56%	1
Estilista	5,56%	1
Diseño - Fotografía	5,56%	1
TOTAL	100%	18

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica



En la P.5, se quería **conocer que si la Municipalidad impartiera esos cursos técnicos si los jóvenes asistirían**, y el resultado refleja que el 100% de los entrevistados indicaron que SI asistirían. Estos resultados se muestran en la tabla y gráfico N°45.

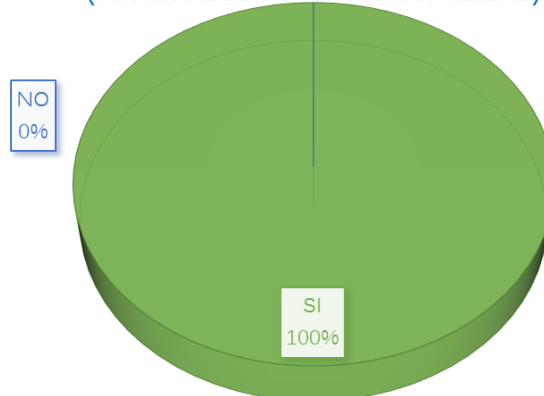
Tabla N°45

Cursos Técnicos Impartidos por la Municipalidad
Municipalidad de Belén
nov-16

Cursos Técnicos	Relativo	Absoluto
SI	100,00%	10
NO	0,00%	0
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°45: CURSOS TÉCNICOS
(PROMOVIDOS POR LA MUNICIPALIDAD)



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro de Sexualidad Preventiva

En el **filtro de sexualidad preventiva** se quería conocer si la población entrevistada recibe instrucción sobre una sexualidad preventiva y sana, y por medio de quien la recibe la información.

En la **P.6**, se quería conocer si los jóvenes **habían recibido educación sexual preventiva en el último año**, y como lo refleja la tabla y gráfico N°46 sólo el 10% (un entrevistado) ha recibido educación sexual recientemente.

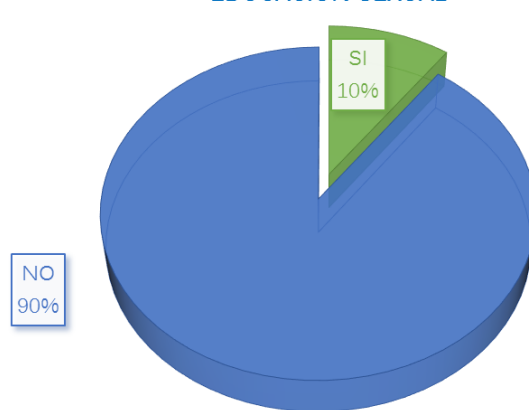
Tabla N°46

Instrucción en Educación Sexual Reciente
Municipalidad de Belén
nov-16

Educación Sexual	Relativo	Absoluto
SI	10,00%	1
NO	90,00%	9
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°46: INSTRUCCIÓN EN
EDUCACIÓN SEXUAL



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

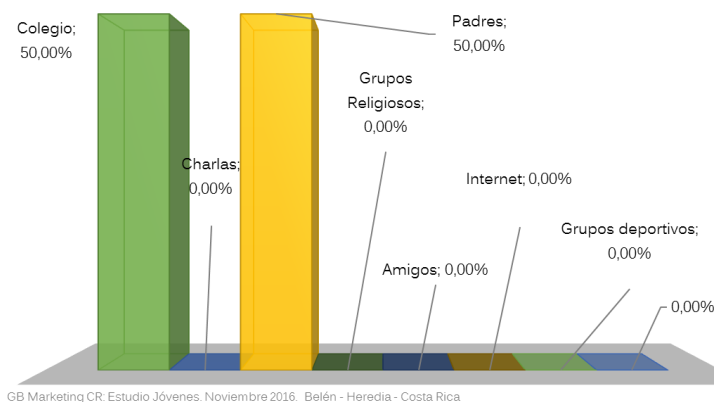
Para aquellos entrevistados que en la pregunta anterior, mencionaron que SI han recibido educación sexual preventiva durante el último año, se les hizo la **P.6.a**, que hacía referencia a que nos indicara **por medio de quien recibió la información**, y como se muestra en la tabla y gráfico N°47, indica que por medio del colegio y los padres.

Tabla N°47
De quien ha recibido Educación Sexual Reciente
Municipalidad de Belén
nov-16

Instrucción de quién	Relativo	Absoluto
Colegio	50,00%	1
Charlas	0,00%	0
Padres	50,00%	1
Grupos Religiosos	0,00%	0
Amigos	0,00%	0
Internet	0,00%	0
Grupos deportivos	0,00%	0
Otros	0,00%	0
TOTAL	100%	2

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°47: QUIEN ENSEÑA EDUCACIÓN SEXUAL



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

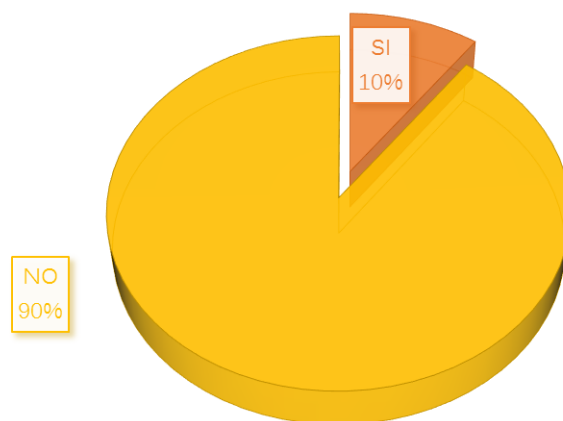
En la **P.7**, se quería evaluar que **si la Municipalidad promoviera charlas o talleres sobre educación sexual preventiva, si los jóvenes asistirían o no**, y como se indica en la tabla y gráfico N°48, el 90% de los entrevistados indicaron que NO, y sólo el 10% indicó que SI. En estos datos es importante recalcar que aunque la mayoría dijo que NO, expresaron que si los daban en el colegio si asistirían, pero si son en la Municipalidad no irían.

Tabla N°48
Cursos de Educación Sexual
Municipalidad de Belén
nov-16

Cursos Educación Sexual	Relativo	Absoluto
SI	10,00%	1
NO	90,00%	9
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°48: CURSOS DE EDUCACIÓN SEXUAL



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro sobre Drogas en la Comunidad

En el **filtro sobre drogas en la comunidad**, se quería conocer la percepción que tiene la población del estudio, sobre la problemática actual del Cantón, el consumo y venta de drogas en sitios públicos (parques y otros).

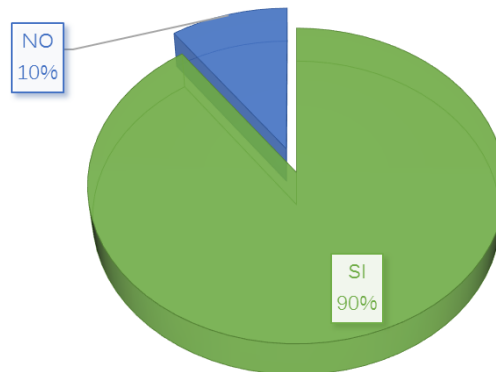
En la P.8, se les pregunto a los jóvenes que **si habían escuchado en el colegio o en la calle sobre la venta de drogas y su distribución**, y el 90% indicó que SI, y sólo el 10% indicó que NO. Esta información se puede ver en la tabla y grafico N°49 a continuación

Tabla N°49
Drogas en la Comunidad
Municipalidad de Belén
nov-16

Drogas en la Comunidad	Relativo	Absoluto
SI	90,00%	9
NO	10,00%	1
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°49: DROGAS EN LA COMUNIDAD



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Para aquellos entrevistados que en la pregunta anterior indicaron que SI habían escuchado en el colegio o en la calle sobre la venta de drogas y su distribución, se les hizo la pregunta **P.8.a.**, ya que se **quería conocer que habían escuchado**. Todas las respuestas son de vital importancia para este estudio, por tanto se presenta la tabla N°50, con el detalle de todas las menciones.

Tabla N°50
Menciones de lo Escuchado sobre la Venta y Distribución de Drogas en la Comunidad
Municipalidad de Belén
nov-16

Frases Expresadas	Relativo	Absoluto
Se maneja por WhatsApp, ellos la tienen bien escondida, pero si uno quiere pone un mensaje y se la van a dejar. Se distribuye mucho en la Rivera y la Asunción en los parques. Hay más droga que alcohol.	11,11%	1
Todos saben que se distribuye y saben como conseguirla. Uno sabe que es malo. Pero para que lo acepten muchos consumen y se creen muy grandes. Y los adultos solo dicen lo malo y (ellos los que consumen) le cuentan a uno otras cosas.	11,11%	1
En el colegio se sabe de muchos que consumen y la venden. En La Asunción y la Rivera se sabe de pulperías y en los parques también la distribuyen.	11,11%	1
Cuando uno esta en el Bulevar a veces se le acercan y le dicen que si quiere comprar o que si vende. Historias de gente que ha pasado por eso o que esta consumiendo y le dicen que pueden hacer mejor los exámenes o que se sienten bien. En la Rivera o en la Asunción se sabe de pulperías que la distribuyen. Muchos se meten en eso por querer ser aceptados por los demás.	11,11%	1
En el colegio muchos consumen, lo hacen como recreativo, y le dicen a uno que no es tan malo y que se siente buenisimo. Conozco algunos que los han sancionado. La verdad que se vende en todo lado.	11,11%	1
En el colegio muchos consumen y lo hacen como recreativo y para sentirse que estan a la moda.	11,11%	1
En el colegio consumen y la promueven. Los muchachos a veces por falta de autoestima se meten en eso o por querer ser aceptado. En los parques se ve mucho. La gente sabe donde conseguirla.	11,11%	1
Chicos diciendo que te lleva al cielo. En el bus envolviéndola. En el parque y cuando llega la policía, ellos la tiran en el zacate y cuando se van los policías regresan a buscarla. En el colegio se ve normal consumir como si fuera una diversión.	11,11%	1
La verdad es una moda, casi todos la usan y saben donde conseguirla.	11,11%	1
TOTAL	100%	9

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Y por último se le pregunto a todos los entrevistados que creerían ellos, que **serían algunas formas que se podrían implementar para guiar a los adolescentes para que NO ingresen al mundo de las drogas**. Al ser la pregunta **P.9**, de respuesta abierta y de importancia para esta investigación, se presenta la tabla N°51 con todas las repuestas dadas.

Tabla N°51
Acciones a implementar para que los jóvenes NO entren en el mundo de las Drogas
Municipalidad de Belén
nov-16

Frases Expresadas	Relativo	Absoluto
Más vigilancia de parte de los policías en los parques. Más charlas en los colegios, pero que no sean aburridas, sino con gente que haya salido del vicio y ahora sea una persona de bien.	10,00%	1
La información para los papás es muy importante, y charlas también para los jóvenes, pero no solo teoría o estudiantes de la U, sino gente real.	10,00%	1
Primero saber las expectativas del joven y fomentar el autoestima y la seguridad. Demostrarle que aunque todo alrededor sea malo él puede tener un mejor futuro. Dar charlas a los padres. Y traer personas que han podido salir adelante a pesar de que algún día consumieron, pero no viejos sino gente joven que han logrado salir.	10,00%	1
Formación para los papás. Vigilancia Municipal pero con autoridad. Capacitaciones más profundas sobre el tema. Y darla a todos por igual para que no caigan en la desigualdad social. Creen que la droga solo la consumen los pobres y eso no es cierto.	10,00%	1
Vigilancia en los parques. Cursos de liderazgo y autoestima. Charlas que nos motiven a ver un futuro mejor. Y hablar bien claro de las drogas .	10,00%	1
Charlas pero que sean amenas, con gente que ya haya salido de las drogas, y que cuenten si de verdad es tan bueno como le dicen a uno.	10,00%	1
Charlas pero que sean amenas, con gente que ya haya salido de las drogas.	10,00%	1
Charlas con gente que ha salido de las drogas, pero que cuenten como ingresaron. Enseñar realmente como es y sus efectos. Porque a mi hermanito una vez le dijeron que la probara y como él venia de la escuela no sabía como era. Uno si sabe porque ya esta más grande.	10,00%	1
Charlas con gente que sale del vicio y todo lo que pasan. Hablar con los jóvenes de sus problemas porque a veces en la casa tienen	10,00%	1
Charlas de motivación con énfasis en proyectos de vida	10,00%	1
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Filtro de Nivel Socioeconómico NSC

En el **filtro de nivel socioeconómico** se quería estudiar las variables relacionadas al **género**, **nacionalidad** y **edad**. En las siguientes tablas y gráficos N°52, N°53 y N°54 se presentan los resultados de las preguntas **P.10**, **P.11**, y **P.12** respectivamente.

Tabla N°52
Género
Municipalidad de Belén
nov-16

Género	Relativo	Absoluto
Masculino	50,00%	5
Femenino	50,00%	5
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°53
Nacionalidad
Municipalidad de Belén
nov-16

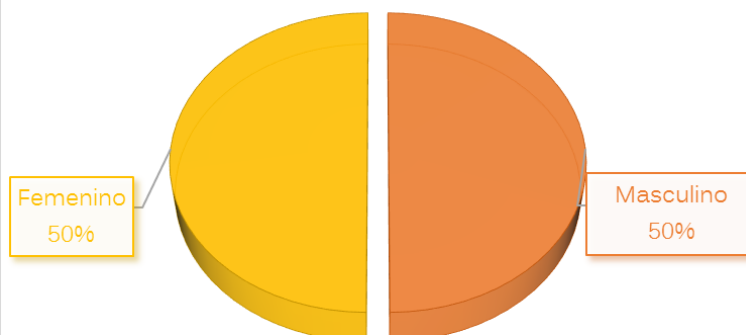
Nacionalidad	Relativo	Absoluto
Costarricense	90,00%	9
Nicaragüense	10,00%	1
Otro país	0,00%	0
TOTAL	100%	10

GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Tabla N°54
Rangos de Edad
Municipalidad de Belén
nov-16

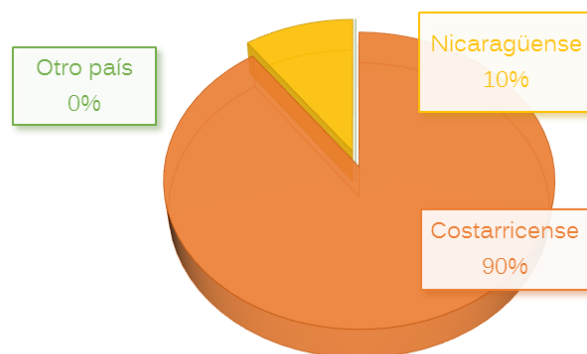
Edades	Relativo	Absoluto
15 años	0,00%	0
16 años	60,00%	6
17 años	40,00%	4
TOTAL	100%	10

GRÁFICO N°52: GÉNERO



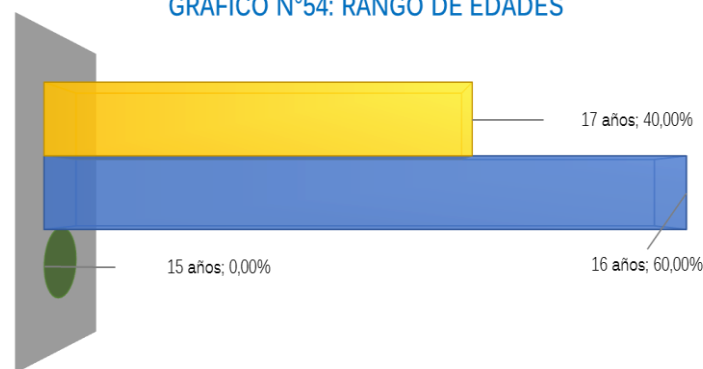
GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°53: NACIONALIDAD



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

GRÁFICO N°54: RANGO DE EDADES



GB Marketing CR: Estudio Jóvenes. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Conclusiones y Recomendaciones Generales

La población juvenil participante en el estudio, estuvo compuesta por cinco hombres y cinco mujeres, todos estudiantes activos de los dos colegios públicos del Cantón de Belén (Liceo y CTP), en su gran mayoría costarricenses y entre edades de 16 y 17 años, y todos residentes del Cantón de Belén.

Al preguntarles sobre la **variable de actividades deportivas, recreativas y culturales**, expresaron que tienen muy poca información, que cuando mandan volantes no son útiles, quieren que se les contacte e informe por medio de la tecnología o por el WhatsApp, que hagan una página para jóvenes, que sean atractivas las actividades, que involucren personas públicas del deporte para motivarlos, porque no sienten interés o motivación por el deporte. Recomiendan que desde la edad escolar deberían enseñarles el hábito por el deporte, no cuando entran al Colegio. Si conocen que existe un Comité de Deportes pero no saben para que sirve, expresan que el deporte es un negocio, que no los dejan entrar a los equipos sino venden acciones o números, y que muchos no pueden venderlos entonces los sacan de la actividad; y que cuando hagan actividades las hagan en horarios que ellos puedan ir. Y que no solo debiera haber fútbol, sino otros deportes como el béisbol, basquetbol, natación, atletismo, entre otros.

Al preguntarles sobre la **variable de educación técnica**, el 100% de los entrevistados indica que le gustaría ir a la Universidad, pero que están conscientes que no todos lo pueden pagar, entonces valoran como importante que si se ofrezcan cursos o carreras técnicas para que la población juvenil en varias áreas principalmente en arte culinario, inglés y cómputo; pero también mencionan la importancia de dar cursos relacionados a Liderazgo - Motivación – Autoestima, de Mecánica y de Gestión Empresarial. Indican que si asistirían si la Municipalidad les invita a los cursos, pero que la comunicación tiene que ser atractiva y que los cursos muy dinámicos para que se sientan motivados a asistir.

Cuando se preguntó sobre la **variable de sexualidad preventiva y sana**, los datos son sorprendentes, el 90% de los jóvenes indican que no han recibido educación sexual recientemente. El único que menciona que SI había recibido recientemente obtuvo la información del colegio y de los padres. Cuando se les pregunto que si la Municipalidad promoviera charlas o talleres sobre educación sexual preventiva, que si asistirían todos indicaron que NO, y sólo el 10% indicó que SI. En estos datos es importante recalcar que aunque la mayoría dijo que NO, expresaron que si los daban en el colegio si asistirían, pero si son en la Municipalidad no irían. Esta variable debe ser analizada tanto por la Municipalidad en conjunto con los centros educativos y juntas de padres de familia, para poner soluciones de mejora para instruir a los jóvenes actuales.

Y por último, en la **variable relacionada a las drogas en la comunidad**, los entrevistados indican si conocer que la venden y la distribuyen en los parques; que se les acercan y se las ofrecen fácilmente incitándoles a que la prueben porque van a sentir buenísimo y porque tienen que estar a la moda. La pueden pedir por mensaje de WhatsApp o comprar directamente en el parque o la pulpería. El lugar más reconocido para comprarla es la Rivera o la Asunción o en el Bulevar. También la pueden conseguir dentro del colegio. Como acciones recomiendan que haya más seguridad en los parques, que los policías tengan autoridad, que les den charlas reales, con personas que conozcan el tema y testimonios reales (personas jóvenes que cayeron en la drogas y lograron salir y las consecuencias, no personas que no saben o de edad adulta) y sobre todo que le enseñen a los padres de familia sobre el tema para que ellos los puedan guiar y orientar y acompañar para no caer.

Percepciones Generales

Una vez concluido el trabajo de campo, la entrevistadora elaboró un pequeño reporte, con aquellas objeciones o menciones que los entrevistados fueron dando cuando contestaban las preguntas.

Reporte de Entrevista CTP Colegio Técnico Profesional de Belén

Actividades Deportivas y Culturales

- Los estudiantes fueron muy concretos, que en el deporte todo se ha vuelto económico y si no tienes dinero no puedes vincularse al deporte, que en Belén todo lo cobran y a veces son muy altas las cuotas de ventas de rifas que les piden y que si no les dicen que se vayan sino van a colaborar.
- Hay poca información, deberían poner los afiches en los colegios y en las escuelas y así promover las actividades deportivas y culturales.
- Deberían traer figuras del deporte, para que les cuenten sus testimonios, eso los motivaría mucho.
- Deberían promover las actividades deportivas y culturales desde la escuela.

Educación Técnica

- Todos quisieran ir a la Universidad pero ellos saben que a muchos se les hace difícil, que ellos por lo menos tienen un técnico, pero les interesa mucho que la Municipalidad de esos curso.
- Pero les preocupa que no lo difundan bien y que los horarios no sean accesibles a ellos porque dicen que el INA les dio un curso de inglés pero las horas en que lo daban chocaban con las horas del colegio. Dicen que una forma de promoción podría ser como una feria y que lleguen los que van a dar los cursos y los den a conocer.

Sexualidad Preventiva

- Están muy desinformados, lo que saben es por la calle, los padres no hablan por vergüenza y ellos quisieran saber más pero les da miedo que los vayan a catalogar, a las chicas de promiscuas y los chicos que no saben y eso les da vergüenza porque ellos lo tienen que saber todo.
- Les gustaría que la Municipalidad diera los cursos, pero en el colegio; pero que no sean de cómo ponerse el condón sino de sexualidad, de los mitos y las realidades que están ocurriendo.

Drogas en la Comunidad

- En este punto es preocupante, el ver como lo ven como una moda y que se los han hecho ver que no les va a perjudicar y que todo el mundo lo hace. Y que el que no lo hace se está perdiendo de algo demasiado bueno.
- Les gustaría que las charlas que dieran fueran con gente que ha salido de las drogas y los pros y los contras.
- Se quejan de que en todos los parques infantiles se ven muchachos con droga y la policía no vigila. Ellos creen que son grandes pero les preocupan los pequeños que no saben nada.

Reporte de Entrevista Colegio Bilingüe de Belén

Actividades Deportivas y Culturales

- Los chicos hablaron de la poca información que había sobre las actividades que se realizaban, que a veces pasa el perifoneo pero que eso no era útil, también han visto volantes pero no es útil. Para ellos la información debería ser por medio de la tecnología o el WhatsApp.
- Ellos no ven el Facebook de la Municipalidad, pero que ellos creen que si algún muchacho envía un mensaje de los cursos de la Municipalidad eso se haría viral, que se debería motivar más, con charlas o firma de autógrafos de diferentes figuras del deporte.
- Que desde la escuela se debería fomentar y vincular a los niños en el deporte, pero no con juegos sin sentido sino verdaderamente con la visión de disfrutar el deporte.
- Saben que hay un comité de deportes pero no saben para que sirve.

Educación Técnica

- Aquí ellos contestaron que Universidad, pero están conscientes que no todos pueden ir a la Universidad, comentaron que compañeros que habían salido de quinto y estuvieron en la U pero ahora trabajan en Pali, porque no les dan los ingresos para seguir.
- Les encantaría que hubieran diferentes cursos técnicos pero, vuelven a lo mismo sin una buena información no se logra.
- Hablan mucho de Liderazgo y Autoestima creen que sería básico fomentar estas charlas.

- Hacen hincapié en que tienen que ser amenas y participativas, que nada hacen con traer al mejor motivador si no despierta en ellos interés.

Sexualidad Preventiva

- En este punto me di cuenta de algo, tienen muy poca información de buena fuente, ellos no les gusta hablar del tema les da mucha vergüenza. Saben que es importante pero no les gusta que la den en el colegio porque se burlan y empiezan a jugar con el tema, las muchachas les interesan más saber, pero como los compañeros se burlan mejor no. Y los varones les interesa pero como ellos ya lo tienen que saber todo entonces no se quieren dar por menos. Que un profesor dio unas charlas algunos grupos pero que no a todos.
- Les gustaría que se diera charlas para padres y que estos pudieran hablar con ellos y orientarlos. Aunque saben que muchos son tradicionales y eso no es un tema de conversación.
- Que ellos llevan el programa de cuidar el bebé y que esto serviría para que se siguiera hablando de sexualidad.

Drogas en la Comunidad

- Están muy conscientes que esto es un problema muy serio, dicen que la baja autoestima, el poco apoyo a saber que quieren los jóvenes y como pueden lograrlo es lo que hace que un joven entre en las drogas.
- Muchas veces tienen problemas en la casa y como no tienen el apoyo de nadie es más fácil ingresar en drogas.
- Ellos creen que se trata de un problema de aceptación, que como no la tienen y quieren pertenecer a algo, ese lado es el más débil.
- Creen que si el joven estuviera motivado y viera un futuro mejor, no entraría en drogas.



**Marketing
Empresarial**
INTEGRADO

ANEXOS

**MUNICIPALIDAD
B E L É N**

Trabajamos por las presentes y las
futuras generaciones



Todos los derechos reservados. La información de este informe es propiedad intelectual y confidencial de Marketing Empresarial Integrado G&B S.A., y de la Municipalidad de Belén y no puede ser copiada, divulgada o reproducida sin el consentimiento previo por escrito de ambas partes.



Anexos

Anexo N°1: Cuestionario Opinión Belemita

FECHA: _____ HORA INICIO: _____ | HORA FINALIZACIÓN: _____ | DÍA (L) (K) (M) (J) (V) (S) (D)
Entrevistador: _____ ID.: _____
Tipo de Supervisión: En el momento: (1) Teléfono: (2) Visita Posterior: (3) No Supervisada: (4)
Digitador: _____ ID.: _____

INTRODUCCIÓN: Buenos días / tardes. Mi nombre es: _____, y le llamo de parte de la Municipalidad de Belén, que igual que en años anteriores, estamos realizando una encuesta con el fin de evaluar los servicios que brinda la Municipalidad como requisito solicitado por la Contraloría General de la República y quisiera que me permitiera algunos minutos de su tiempo para contestar unas preguntas. Su colaboración es de vital importancia para nosotros y la información que usted nos brinde será tratada de forma confidencial y su nombre no podrá ser asociado con sus respuestas.

Filtro de Reclutamiento

P.1. ¿En cuál distrito del cantón de Belén vive usted? **SELECCIÓN ÚNICA.**

☐ San Antonio ☐ La Rivera ☐ La Asunción

P.2. ¿Vive usted en esa casa? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es NO, pregunte si se encuentra algún miembro de la familia, que viva en esa casa y que sea mayor de edad que pueda atender la llamada, de lo contrario agradezca y termine la ☐ SI ☐ NO entrevista.

P.3. ¿Es usted mayor de edad? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es NO, pregunte si se encuentra algún miembro de la familia, que viva en esa casa y que sea mayor de edad, y que pueda atender la llamada, de lo contrario agradezca y termine la ☐ SI ☐ NO entrevista.

P.4. ¿Trabaja usted o algún miembro de su familia en alguna de las actividades que le voy a mencionar a continuación? **SELECCIÓN MÚLTIPLE.** Si la respuesta es SI en alguno o todos los ítem, agradezca y termine la entrevista.

EMPRESA	SI	NO
Agencia de Publicidad	☐	
Agencia de Investigación de Mercados	☐	
Empresa encuestadora	☐	
Municipalidad de Belén	☐	
Ninguna		☐

P.5. ¿Ha participado usted en los últimos seis meses en encuestas o sesiones de grupo? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI agradezca y termine la entrevista, de lo contrario continúe. ☐ SI ☐ NO

Filtro de Satisfacción General del Cantón

P.6. El progreso del cantón de Belén, ¿cómo lo considera? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es CORRECTA o INCORRECTA, por favor haga la pregunta P.6.a. Si la respuesta es NS/NR pase a la pregunta P.7.

☐ Correcta ☐ Incorrecta ☐ NS/NR

P.6.a. ¿Por qué? _____

P.7. ¿Cuál es su grado de satisfacción en general sobre el cantón de Belén? **SELECCIÓN ÚNICA.** Seleccione 1 para MUY INSATISFECHO, 2 para INSATISFECHO, 3 para NI SATISFECHO NI INSATISFECHO, 4 para SATISFECHO, y 5 para MUY SATISFECHO.

- ☐ (1) Muy Insatisfecho ☐ (2) Insatisfecho ☐ (3) Ni satisfecho, ni insatisfecho ☐ (4) Satisfecho ☐ (5) Muy Satisfecho

P.8. De la siguiente lista que le voy a mencionar, me podría decir ¿cuáles son los 4 principales problemas que enfrenta el cantón de Belén actualmente? **SELECCIÓN MÚLTIPLE.** Por favor leer las opciones de forma aleatoria y marcar ÚNICAMENTE 4 OPCIONES.

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ Alto costo de la vida | ☐ Congestionamiento Vial | ☐ Corrupción |
| ☐ Crimen / Violencia | ☐ Deficiencias del sistema de salud | ☐ Deficiencias del sistema educativo |
| ☐ Delincuencia | ☐ Desempleo | ☐ Drogadicción / alcoholismo |
| ☐ Inseguridad que se vive | ☐ Migración | ☐ Narcotráfico |
| ☐ Pérdida de valores | ☐ Pobreza | ☐ Problema de residuos |
| ☐ NS/NR | | |

P.9. En términos generales, ¿diría usted que su comunidad hoy está mejor, igual o peor que hace tres años? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es MEJOR, IGUAL o PEOR, por favor hacer la pregunta P.9.a. Si la respuesta es N/A o NS/NR, pase a la pregunta P.10.

- ☐ Mejor ☐ Igual ☐ Peor ☐ N/A (vive recientemente en la comunidad) ☐ NS/NR

P.9.a. ¿Por qué? _____

Filtro de Satisfacción General sobre la Municipalidad y el Servicio al Cliente

P.10. En términos generales, ¿qué tan satisfecho está usted con la labor realizada por la Municipalidad de Belén en el último año? **SELECCIÓN ÚNICA.** Seleccione 1 para MUY INSATISFECHO, 2 para INSATISFECHO, 3 para NI SATISFECHO NI INSATISFECHO, 4 para SATISFECHO, y 5 para MUY SATISFECHO.

- ☐ (1) Muy Insatisfecho ☐ (2) Insatisfecho ☐ (3) Ni satisfecho, ni insatisfecho ☐ (4) Satisfecho ☐ (5) Muy Satisfecho

P.11. ¿Ha visitado la oficina de servicio al cliente? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI haga la pregunta P.11.a, de lo contrario pase a la pregunta ☐ SI ☐ NO P.12.

P.11.a. Me podría indicar ¿cuál fue el grado de satisfacción del servicio brindado? **SELECCIÓN ÚNICA.** Seleccione 1 para MUY INSATISFECHO, 2 para INSATISFECHO, 3 para NI SATISFECHO NI INSATISFECHO, 4 para SATISFECHO, y 5 para MUY SATISFECHO.

- ☐ (1) Muy Insatisfecho ☐ (2) Insatisfecho ☐ (3) Ni satisfecho, ni insatisfecho ☐ (4) Satisfecho ☐ (5) Muy Satisfecho

Filtro sobre la Gestión Municipal

P.12. Nos gustaría conocer su opinión general sobre cómo ha sido la gestión de la Alcaldía, del Comité de Deportes, del Concejo Municipal y del Personal Municipal durante el último año. **SELECCIÓN ÚNICA.** Marcar 1 opción por cada ítem. Si el entrevistado no sabe marcar la opción NS/NR para continuar.

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NR
De la Alcaldía	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Del Comité de Deportes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Del Concejo Municipal	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Del Personal Municipal	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Filtro sobre los Servicios que presta la Municipalidad

P.13. A continuación le voy a leer una lista de Servicios que ofrece la Municipalidad de Belén, y me gustaría me los pudiera calificar en Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo o Muy Malo. **RESPUESTA ÚNICA.** Marcar 1 por cada servicio. Si el entrevistado no ha recibido algún servicio marque la casilla N/A.

SERVICIOS	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	N/A	NS/NR
Alcantarillado Pluvial (caños y alcantarillas)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bolsa de empleo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gestión de Contraloría de Servicios	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Limpieza de vías (ornato público)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mantenimiento de Edificios Históricos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mantenimiento de la Infraestructura Pública	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mantenimiento de la planta de tratamiento	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Promoción de ferias y festividades	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Protección del Medio Ambiente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Regulación de actividades comerciales	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Seguridad General	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de agua potable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de alumbrado público	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de la Biblioteca Municipal	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de la Oficina Bienestar Social (IMAS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de la Oficina de Cultura	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de la Oficina de la Mujer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de Limpieza de los cauces de los ríos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de pago de impuestos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de Policía de Tránsito	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de recolección de reciclaje	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de recolección de residuos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de tramitología en general	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio del Cementerio	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio que presta la Policía Municipal	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servicios de telefonía pública	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Filtro sobre Actividades y Reciclaje

P.14. ¿Ha participado en alguna actividad organizada en la comunidad? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI, haga la pregunta P.14.a y P.14.b, si la respuesta es NO pase a la ☐ SI ☐ NO pregunta P.15.

P.14.a ¿Quién organizaba esta actividad? **SELECCIÓN ÚNICA.**

☐ Municipalidad ☐ Junta de Educación ☐ Comité de Deportes y Recreación ☐ No Recuerda

P.14.b. ¿Cómo se enteró de esta actividad? **SELECCIÓN ÚNICA.**

- ☐ Afiches ☐ Internet ☐ MUPIS ☐ Perifoneo ☐ Pizarras informativas
☐ Por amigos ☐ Prensa ☐ Radio ☐ Redes Sociales ☐ Rótulos
☐ Televisión ☐ Teléfono ☐ No Recuerda

P.15. Me podría mencionar que tipo de actividades le gustaría que la Municipalidad desarrollara para los jóvenes del cantón.

P.16. ¿Conoce usted que existe un Comité de Deportes? **SELECCIÓN ÚNICA.** ☐ SI ☐ NO

P.17. Practica usted o algún familiar algún deporte. **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI, haga la pregunta P.17.a y P.17.b; si la respuesta es NO pasar a la pregunta ☐ SI ☐ NO P.18.

P.17.a. ¿Cuál tipo de deporte? _____

P.17.b. ¿Y dónde lo realiza? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es POLIDEPORTIVO haga la pregunta

P.17.b.1, si la respuesta es OTROS haga la pregunta P.17.b.2, de lo contrario continúe con la P.18.

- ☐ Gimnasio Privado ☐ Ojo de Agua ☐ Parques ☐ Polideportivo ☐ Vías Públicas ☐ Otros

P.17.b.1. ¿Tuvo que pagar para el uso del Polideportivo? ☐ SI ☐ NO

P.17.b.2. ¿Cuáles otros lugares? _____

P.18. En su casa reciclan. **SELECCIÓN ÚNICA.** ☐ SI ☐ NO

P.19. Conoce las diferentes opciones y fechas que le brinda la Municipalidad para reciclar. **SELECCIÓN ÚNICA.**

☐ SI ☐ NO

P.20. Estaría dispuesto a reciclar sus residuos orgánicos (cascaras de verduras, frutas, broza de café entre otros). **SELECCIÓN ÚNICA.** ☐ SI ☐ NO

Filtro de Medios de Comunicación e Información del Cantón

P.21. ¿Cuáles son los medios de comunicación que más utiliza para informarse sobre la situación del cantón? **SELECCIÓN MÚLTIPLE.** No leer las opciones, permitir que el entrevistado mencione, de ser necesario mencione las opciones de forma aleatoria. Se deben seleccionar 4 OPCIONES, si es necesario para completar marque la opción NS/NR.

- ☐ Afiches ☐ Internet ☐ MUPIS ☐ Perifoneo ☐ Pizarras informativas
☐ Por amigos ☐ Prensa ☐ Radio ☐ Redes Sociales ☐ Rótulos
☐ Televisión ☐ Teléfono ☐ NS/NR

P.22. De la siguiente lista de medios de comunicación que le voy a mencionar, me podría indicar ¿cuáles DOS son los más efectivos para que la Municipalidad le pueda informar sobre algún tema? **SELECCIÓN MÚLTIPLE.** Leer las opciones. Máximo 2 opciones.

- ☐ Afiches ☐ Boletín Municipal ☐ Internet ☐ MUPIS ☐ Perifoneo
☐ Pizarras informativas ☐ Por amigos ☐ SI ☐ Prensa ☐ Radio ☐ Redes Sociales
☐ Rótulos ☐ Televisión ☐ NO ☐ Teléfono

P.23. ¿Usa usted Internet? **RESPUESTA ÚNICA.** Si la respuesta es SI continúe con la pregunta P.23.a, si la respuesta es NO pase a la pregunta P.28.

P.23.a. Tiene usted servicio de Internet en el... **RESPUESTA ÚNICA.** Marque 1 opción por cada servicio.

- | | SI | NO |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| Hogar | ☐ | ☐ |
| Trabajo | ☐ | ☐ |
| Teléfono | ☐ | ☐ |
| Sitios Públicos | ☐ | ☐ |

P.24. ¿Ha ingresado o visto la página de Internet de la Municipalidad de Belén? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI, por favor hacer la pregunta P.24.a y P.24.b; si la respuesta es NO pase a la pregunta P.25. ☐ SI ☐ NO

P.24.a. ¿Qué lo motivó a utilizar la página de Internet de la Municipalidad? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es OTROS MOTIVOS, por favor haga la pregunta P.24.a.1, de lo contrario pase a la P.24.b.

- ☐ Saber que está haciendo la Municipalidad
☐ Averiguar sobre impuestos
☐ Trámites
☐ Otros Motivos

P.24.a.1. ¿Cuáles otros motivos? _____

P.24.b. ¿Ve usted las transmisiones del Concejo Municipal en vivo a través de nuestra página web? **SELECCIÓN ÚNICA.** ☐ SI ☐ NO

P.25. ¿Tiene usted Facebook? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI continúe, si la respuesta es NO, pase a la pregunta ☐ SI ☐ NO P.28.

P.26. ¿Conoce usted el perfil de Facebook de la Municipalidad de Belén? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es NO haga la pregunta P.26.a de lo contrario pase a la pregunta P.27. ☐ SI ☐ NO

P.26.a. ¿Por qué NO lo conoce? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es OTRA RAZÓN haga la pregunta P.26.a.1, de lo contrario pase a la P.27.

- ☐ No le interesa ☐ No sabía que tenían ☐ Otra razón

P.26.a.1. ¿Cuál OTRA razón? _____

P.27. ¿Qué le gustaría ver en nuestra página de Facebook? _____

Filtro de Nivel Socioeconómico NSC

P.28. Género ☐ Masculino ☐ Femenino

P.29. Nacionalidad: ☐ Costarricense ☐ Nicaragüense ☐ Otro país

P.30. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se ubica usted?

- ☐ Menos de 18 años ☐ De 18 a 25 años ☐ De 26 a 35 años ☐ De 36 a 45 años
☐ De 46 a 55 años ☐ De 56 a 65 años ☐ De 66 a 75 años ☐ Más de 75 años

P.31. Su estado civil es:

☐ Soltero (a) ☐ Casado (a) ☐ Separado (a) / Divorciado (a)
☐ Viudo (a) ☐ Unión Libre

P.32. Su ocupación actual es:

- ☐ Ama de casa ☐ Desempleado ☐ Estudiante
☐ Estudiante con trabajo ☐ Trabajador asalariado (a) ☐ Trabajador independiente
☐ Microempresario (a) ☐ Pensionado / Jubilado

P.33. ¿Cuál es el último grado de escolaridad formal que usted aprobó?

- ☐ Sin estudios ☐ Primaria Incompleta ☐ Primaria Completa
☐ Secundaria Incompleta ☐ Secundaria Completa ☐ Estudios Técnicos
☐ Universidad Incompleta ☐ Universidad Completa ☐ Estudios de Posgrado

P.34. ¿Qué es usted en el núcleo familiar?

- ☐ Abuelo / Abuela ☐ Esposo / Esposa ☐ Hijo / Hija
☐ Inquilino ☐ Jefe / Jefa del Hogar ☐ Otro pariente
☐ Tío / Tía

P.35. ¿Cuál es la cantidad de miembros que componen su núcleo familiar? (bajo el mismo techo)

- ☐ 1 persona ☐ 2 personas ☐ 3 personas ☐ 4 personas ☐ 5 personas ☐ + 6 personas

P.36. ¿En su hogar tienen mascotas domésticas? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI continúe con la pregunta P.36.a; si la respuesta es NO debe marcar la casilla en la P.36.a para continuar con la P.37. ☐ SI ☐ NO

P.36.a. ¿Cuál de las siguientes mascotas domésticas habitan en su hogar? **SELECCIÓN ÚNICA.** Marque 1 opción por cada servicio.

	SI	NO
Perros	☐	☐
Gatos	☐	☐
Peces	☐	☐
Tortugas	☐	☐
Canarios / Pericos	☐	☐
Gallinas	☐	☐
Especies Mayores	☐	☐

P.37. ¿Cuál es su religión?

- ☐ Católica ☐ Protestante/evangélica ☐ Ateo ☐ Ninguna ☐ Otra

P.38. En cuál de los siguientes rangos de ingresos mensuales, se encuentra su núcleo familiar (sumando ingresos fijos y variables de todos los miembros mayores de edad que viven en el mismo hogar). **Entrevistador: Agradezca el tiempo brindado, y cierre la entrevista.**

- ☐ (E) De ¢ 125 000,00 a ¢ 250 000,00 ☐ (D) De ¢ 251 000,00 a ¢ 450 000,00
☐ (D+) De ¢ 451 000,00 a ¢ 650 000,00 ☐ (C-) De ¢ 651 000,00 a ¢ 850 000,00
☐ (C+) De ¢ 851 000,00 a ¢ 1 500 000,00 ☐ (A/B) Más de ¢ 1 500 000,00
☐ N/S-N/R

Anexo N°2: Manuales de Códigos

Manual de Códigos N°1

Pregunta: P.6a. Cualidad: CORRECTA Menciones: POSITIVAS

Estudio de Opinión 2016

Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica

nov-16

CÓDIGO	FRASE
0001	Buen servicio de recolección de basura y de reciclaje
0002	Cualidades: muy limpio, muy bonito y muy seguro
0003	Cuidan los intereses de la comunidad y sus familias
0004	El uso de cámaras de vigilancia da seguridad y confianza
0005	Es un lugar muy bonito, muy seguro y muy tranquilo para vivir
0006	Mucha cultura en cuido de parques, planta de tratamiento, medio ambiente y reciclaje
0007	Mucha recreación: máquinas en los parques y actividades
0008	Muchas mejoras en el cantón
0009	Muchas oportunidades de empleo, debido al desarrollo comercial
0010	Mucho apoyo al adulto mayor
0011	Mucho desarrollo comercial
0012	Muy buen mantenimiento: en calles, aceras, puentes, ríos, Ebais, biblioteca, infraestructura general
0013	Muy estable, se nota la buena inversión de los impuestos en mejoramiento de obras públicas
0014	Rápida resolución de problemas menores
0015	Se ve mucho el progreso, da gusto
0016	Servicio de la Municipalidad: muy bueno, bien organizado, cumplen lo que prometen

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°2

Pregunta: P.6a. Cualidad: CORRECTA Menciones: NEGATIVAS

Estudio de Opinión 2016

Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica

nov-16

CÓDIGO	FRASE
0017	Falta ampliar la vigilancia policial en los parques
0018	Falta arreglar aceras y cunetas
0019	Falta de colocar semáforos en algunas zonas
0020	Falta de Comunicación con los habitantes de la Asunción (se sienten marginados)
0021	Falta mejorar vías para discapacitados
0022	La demarcación es buena, pero no dejaron donde parquear
0023	Mucha delincuencia y drogas
0024	Muchos furgones: hacen mucho ruido y contaminan el cantón

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°3
Pregunta: P.6a. Calidad: INCORRECTA
 Estudio de Opinión 2016
 Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica
 nov-16

CÓDIGO	FRASE
0025	El congestionamiento vial es demasiado
0026	Los servicios de buses deben mejorar.
0027	No ha visto nada nuevo
0028	No se ha medido el crecimiento
0029	Porque últimamente se ha estancado
0030	Porque cobran por todo y los impuestos muy altos
0031	Porque hay mucha inseguridad
0032	Velar más por la comunidad

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°4
Pregunta: P.9a. Calidad: MEJOR Menciones: POSITIVAS
 Estudio de Opinión 2016
 Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica
 nov-16

CÓDIGO	FRASE
0033	Agilidad en trámites municipales
0034	Ayuda a los artesanos
0035	Ayuda social, al centro del adulto mayor y a las mujeres agredidas
0036	Buena proyección hacia la comunidad
0037	Calles, aceras y puentes en buen estado, buena demarcación
0038	Crecimiento comercial que genera empleo
0039	Crecimiento en el sistema de salud
0040	Crecimiento notable
0041	Cumplen con las promesas
0042	El reciclaje, la recolección de basura y el servicio del agua es muy buena
0044	Hay crecimiento, progreso y mejoras
0045	Hay más servicios en el cantón
0046	Hay más vigilancia, más seguridad, limpieza y orden
0047	Hay mucha paz y tranquilidad
0048	Hay poca delincuencia
0049	Mejor infraestructura (guarderías, planta de tratamiento, zonas de deporte, biblioteca, Ebais)
0050	Se cuida el medio ambiente
0051	Solución eficiente de problemas comunes
0052	Todo funciona bien

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°5

Pregunta: P.9a. Calidad: MEJOR Menciones: NEGATIVAS

Estudio de Opinión 2016

Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica

nov-16

CÓDIGO	FRASE
0043	Falta de semáforos
0053	Dar a conocer las fechas de cobro de los impuestos municipales
0054	Mejorar los centros de juegos para niños
0055	Mucho congestionamiento vial
0056	Muchos furgones que hacen mucho ruido y contaminación
0057	Policía de tránsito es un poco prepotente
0058	Supervisar mejor las zonas de estacionamiento

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°6

Pregunta: P.9a. Calidad: IGUAL Menciones: POSITIVAS

Estudio de Opinión 2016

Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica

nov-16

CÓDIGO	FRASE
0059	Buena seguridad
0060	Calles en buen estado
0061	Cumplen con soluciones
0062	El progreso se mantiene (no hay cambios)
0063	Implementar multas para personas que sacan a sus mascotas y no recogen los residuos
0064	Se ha mejorado el reciclaje
0065	Siempre han estado bien

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°7

Pregunta: P.9a. Calidad: IGUAL Menciones: NEGATIVAS

Estudio de Opinión 2016

Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica

nov-16

CÓDIGO	FRASE
0066	Aceras y calles en pésimas condiciones
0067	En la Asunción falta por hacer muchas cosas (hay malos olores, lugares de recreación)
0068	En la Rivera (no hay recreación para jóvenes ni adultos; no hay iluminación en plazas, es muy solo)
0069	Falta más atención para los jóvenes
0070	Falta vigilancia policial
0071	Hay inseguridad y la corrupción
0072	Invierten en cosas que después no sirven (semáforos)
0073	Mucha congestión vial
0074	Mucha droga
0075	Muchos indigentes
0076	No hay facilidad en tránsito vial para personas con discapacidad
0077	Problemas de aguas (no corren y se producen enfermedades)
0078	Vehículos estacionados en las aceras (no hay vigilancia policial)

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°8

Pregunta: P.9a. Calidad: PEOR Menciones: NEGATIVAS

Estudio de Opinión 2016

Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica

nov-16

CÓDIGO	FRASE
0079	Ausencia de policía (indican que no tienen dinero para combustible)
0080	Congestionamiento Vial
0081	Hay más delincuencia (parques y casas)
0082	Mucha droga y alcoholismo en los parques
0083	Muchos indigentes
0084	Problemas en la Rivera (humedad, calles malas, no hay máquinas para hacer ejercicio)

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°9
Pregunta: P.15. Actividades para los Jóvenes del Cantón
Estudio de Opinión 2016
Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica
nov-16

CÓDIGO	FRASE
0085	Ciclismo
0086	Carreras
0087	Actividades Culturales
0088	Arte
0089	Actividades Deportivas
0090	Teatro, danza y cine
0091	Patinaje
0092	Bailes
0093	Capacitación, Talleres y Cursos Técnicos (IPEC)
0094	Natación
0095	Yoga
0096	Cursos de Hotelería e Inglés
0097	Promoción Humana (superación y motivación)
0098	Conciertos
0099	Zonas para bicicletas, patinetas, patines y máquinas de ejercicio
0100	Seguridad para jóvenes
0101	Charlas preventivas de drogas y sexualidad
0102	Grupos juveniles (orientación, scout)
0103	Actividades Recreativas
0104	Cursos de Computación, Internet, Negocios, Emprendedurismo
0105	Canchas de basquet
0106	Formación Espiritual y Formación de Valores
0107	Charlas sobre el medio ambiente
0108	Escuela de Fútbol
0109	Programas de lectura
0110	Grupos de música
0111	Casa de la Juventud
0112	Actividades para personas adultas (40 a 60 años)

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Manual de Códigos N°10
Pregunta: P.27. Acciones para la página de Facebook de la Municipalidad
Estudio de Opinión 2016
Municipalidad de Belén, Heredia, Costa Rica
nov-16

CÓDIGO	FRASE
0113	Considero que esta bien
0114	Fechas de recolección de reciclaje y de cobro de servicios
0115	Galería de fotos de actividades y antiguas del cantón
0116	Información al día, constante y más dinámica
0117	Información cuando van a suspender el agua
0118	Información de actividades para adultos (40 a 60 años)
0119	Información de actividades para adultos mayores y personas con discapacidad
0120	Información de como participar en las actividades
0121	Información de la comunidad
0122	Información de proyectos nuevos y terminados
0123	Información para el pequeño empresario
0124	Información para jóvenes
0125	Información sobre actividades (deportivas y culturales)
0126	Información sobre cosas que vendan
0127	Información sobre cursos
0128	Información sobre empleos
0129	Los progresos y el desarrollo del Cantón
0130	Noticias municipales y del cantón
0131	Propuestas para mejorar el cantón
0132	Reseña del Cantón
0133	Sección para quejas

GB Marketing CR: Estudio de Opinión. Noviembre 2016. Belén - Heredia - Costa Rica

Anexo N°3: Entrevista a Jóvenes Belemitas

FECHA: _____ HORA INICIO: _____ | HORA FINALIZACIÓN: _____ | DÍA (L) (K) (M) (J) (V) (S) (D)
 Entrevistador: _____ ID.: _____
 Tipo de Supervisión: En el momento: (1) Teléfono: (2) Visita Posterior: (3) No Supervisada: (4)
 Digitador: _____ ID.: _____ Supervisor: _____ ID.: _____

INTRODUCCIÓN: Buenos días / tardes. Mi nombre es: _____, y estoy aquí para conocer tu opinión sobre algunos temas que se relacionan directamente con la población juvenil de Belén. Me gustaría que te sientas libre de contestarme algunas preguntas que te voy a hacer a continuación. Te recuerdo que tu colaboración es de vital importancia para nosotros y la información que nos brindarás será tratada de forma confidencial y tu nombre no podrá ser asociado con sus respuestas.

Filtro de Selección – Sector

☐ CTP de Belén ☐ Liceo Bilingüe Belén

Filtro de Actividades Deportivas y Culturales

P.1. ¿Qué crees que está faltando en Belén para promover el deporte y las actividades recreativas y culturales para los jóvenes? **Entrevistador, ahonde abiertamente sobre todas las necesidades que el entrevistado indique y que crea conveniente de implementar directamente para jóvenes adolescentes.**

P.2. ¿Sabías que hay un comité de deportes en Belén? ☐ SI ☐ NO

Filtro de Educación Técnica

P.3. ¿Qué crees que sería más atractivo para los jóvenes, estudiar en una Universidad, o en un Instituto Para Universitario o llevar cursos libres que les permita aprender un oficio para incorporarse en la fuerza laboral? **SELECCIÓN ÚNICA.**

Universidad (pública – privada) ☐
 Instituto Para Universitario ☐
 Cursos Libres ☐

P.4. ¿Cuáles serían los oficios técnicos que más le llamaría la atención a los jóvenes para estudiar? **SELECCIÓN MÚLTIPLE. No leer las opciones, permitir que el entrevistado mencione, de ser necesario apoye leyendo las opciones en forma aleatoria. Si menciona la opción OTROS, haga la pregunta P.4.a; de lo contrario continúe con la pregunta P.5.**

☐ Arte Culinario ☐ Idiomas (Inglés – Portugués) ☐ Artes Plásticas ☐ Otros
☐ Call Center ☐ Servicio al Cliente ☐ Música ☐
☐ Cómputo ☐ Manualidades ☐ Actuación ☐

P.4.a. ¿Cuáles otros? _____

P.5. ¿Crees que si la Municipalidad impartiera cursos libres dirigidos a jóvenes para aprender oficios técnicos asistirían? **SELECCIÓN ÚNICA.** ☐ SI ☐ NO

Filtro de Sexualidad Preventiva

P.6. ¿Has recibido educación sexual preventiva en el último año? **SELECCIÓN ÚNICA.** Si la respuesta es SI, por favor haga la pregunta P.6.a y P.6.b (si corresponde), de lo contrario continúe ☐ SI ☐ NO con la P.7.

P.6.a. ¿De quién has recibido esa educación sexual? **SELECCIÓN MÚLTIPLE.** Si menciona la opción OTROS, haga la pregunta P.6.b; de lo contrario continúe con la pregunta P.7.

- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|---|---|
| ☐ Colegio | ☐ Charlas | ☐ Padres | ☐ Grupos religiosos |
| ☐ Amigos | ☐ Internet | ☐ Grupos deportivos | ☐ Otros |

P.6.b. ¿Cuáles otros? _____

P.7. Crees que si la Municipalidad invitara a charlas de educación sexual preventiva, ¿los jóvenes asistirían? **SELECCIÓN ÚNICA.** ☐ SI ☐ NO

Filtro Sobre Drogas en la Comunidad

P.8. ¿Has escuchado en el colegio o en la calle sobre la distribución y/o venta de drogas a jóvenes? Si la respuesta es SI, por favor haga la pregunta P.8.a, de lo contrario continúe con la ☐ SI ☐ NO P.9.

P.8.a. Me podrías contar ¿qué has escuchado? Entrevistador, ahonde abiertamente sobre la respuesta.

P.9. ¿Cuáles crees vos, que serían algunas formas que podríamos nosotros los adultos implementar para guiar a los adolescentes, para que NO ingresen al mundo de las drogas? Entrevistador, ahonde abiertamente sobre la respuesta.

Filtro de Nivel Socioeconómico NSC

P.10. Género ☐ Masculino ☐ Femenino

P.11. Nacionalidad: ☐ Costarricense ☐ Nicaragüense ☐ Otro país

P.12. ¿Me podrías indicar tu edad? ☐ 15 años ☐ 16 años ☐ 17 años

Entrevistador: Agradezca el tiempo brindado, y cierre la entrevista.