

UNIVERSIDAD NACIONAL  
SEDE REGIÓN BRUNCA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

EFFECTOS DIRECTOS E INDIRECTOS OCASIONADOS POR LA PANDEMIA DEL  
COVID-19 EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO DE LOS CANTONES DE COTO  
BRUS, CORREDORES Y GOLFITO, DURANTE EL 2021.

INFORME DEL SEMINARIO DE GRADUACION PARA OPTAR POR EL GRADO  
ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN GESTIÓN  
FINANCIERA.

Realizado por:

Iliana Fallas Estrada

Mariana Ovaes Barrantes

Karla Sequeira Jiménez

Karla Venegas Solís

Vannessa Víquez Esquivel

Gabriela Zúñiga Rojas

Responsable académico:

MBA. Melvin Bermúdez Elizondo

Campus Pérez Zeledón

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL

SEDE REGION BRUNCA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

EFFECTOS DIRECTOS E INDIRECTOS OCASIONADOS POR LA PANDEMIA DEL  
COVID-19 EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO DE LOS CANTONES DE COTO  
BRUS, CORREDORES Y GOLFITO, DURANTE EL 2021.

Informe del Trabajo Final de Graduación para ser sometido a consideración del Tribunal  
Examinador, como requisito parcial para optar al grado de Licenciatura en Administración en  
Gestión Financiera.

Realizado por:

Iliana Fallas Estrada

Mariana Ovares Barrantes

Karla Sequeira Jiménez

Karla Venegas Solís

Vannessa Víquez Esquivel

Gabriela Zúñiga Rojas

Responsable académico:

MBA. Melvin Bermúdez Elizondo

Campus Pérez Zeledón

2021

## **HOJA DEL TRIBUNAL EXAMINADOR**

Trabajo final de graduación presentado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_ del 2021, en la ciudad de San Isidro de El General, Pérez Zeledón, Costa Rica, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera.

El trabajo presentado se da por aprobado por los miembros del tribunal Examinador

---

MSC. Geovanny Abarca Jiménez  
Vicedecano, Sede Región Brunca

---

M.L. Joseph Montenegro Bonilla  
Director Académico Campus Pérez Zeledón  
Sede región Brunca

---

Dr. Melvin Bermúdez Elizondo  
Director de trabajo final de graduación  
Sede Región Brunca

---

MSc. Ileana Araúz Beita  
Lector Interno

---

Lic. Geovanni Prendas Ruiz  
Lector Externo

## **Dedicatoria**

A Dios en primer lugar; por tenerme con vida, con salud y fortaleza para poder realizar este proceso exitosamente. De manera muy especial a mi madre María Antonia Estrada Barrantes quien siempre me ha apoyado de manera incondicional y cuyos esfuerzos se ven reflejados en los míos. Sin su apoyo no me habría sido posible lograrlo, ya que sus palabras sabias me han guiado a lo largo de la vida y su buen ejemplo ha sido mi camino a seguir. Le dedico a mi familia, a las personas más importantes de mi vida: mis padres, hermanos (as), sobrinos (as) y cuñados (as) quienes con su amor, su apoyo y su tiempo me han ayudado en todo el proceso y quienes me han enseñado a ser una persona mejor y a superarme cada día para ir en busca de mis metas y sueños.

***Iliana Fallas Estrada***

Principalmente a Dios por acompañarme y guiarme a lo largo del camino. A mi madre Kattia Ovares, mujer esforzada que me ha enseñado a luchar por conseguir cada meta, por ser la persona a quién le debo lo que soy y por brindarme su apoyo incondicional. Finalmente les dedico este logro a aquellas personas cercanas que me han brindado su apoyo mediante inspiración y consejo durante este proceso académico y de vida.

***Mariana Ovares Barrantes***

Dedico de manera muy especial este trabajo principalmente a Dios por permitir culminar de manera exitosa un proyecto tan apreciado como este. Luego, a mi compañero de vida, inseparable y amado Jonnathan, quien en todo momento ha sido mi apoyo y fortaleza, ejemplo de superación, bondad y amor. Además, con mucho cariño a mis padres, quienes me han apoyado en cada etapa de mi vida haciéndome creer en todo momento que soy capaz de llegar aún más lejos, Dedico de forma muy especial este trabajo a mis hermanos Carolina, Juan Carlos y Valeria, quienes me han apoyado de una forma muy especial, por ser promotores de mis sueños. A mi pequeño amor Diana, quien con su dulzura hace que mis días sean mejores.

***Karla Sequeira Jiménez***

A Dios y a la Virgen, por darme la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi formación profesional. A mis padres por todo el amor y afecto incondicional recibido a lo largo de mi carrera, a toda mi familia por siempre impulsarme a seguir adelante, a la memoria de mi tía Ana que siempre creyó en mí y sé que desde el cielo está compartiendo esta alegría conmigo. Por último y no menos importante dedico este trabajo a todas aquellas personas que de una u otra manera formaron parte de esta etapa de mi vida

*Karla Venegas Solís*

Primeramente, a Dios por brindarme la fortaleza y la sabiduría, a mi familia por ser mi gran apoyo incondicional, en especial a mi madre por ser un pilar en mi vida, un gran ejemplo a seguir y quien con sus palabras de apoyo siempre me ha inculcado no rendirme. Va dedicado a todas aquellas personas que compartieron este proceso conmigo y que me tendieron una mano amiga en momentos difíciles, a mis compañeras y amigas por recibirme con las mejores intenciones y con las cuales he podido crecer profesional y personalmente.

*Vannessa Víquez Esquivel*

Con la conclusión de un proyecto tan importante, en primer lugar, se lo dedico a Dios, por ser el creador, el motor de mi vida y por haberme dado la sabiduría y entendimiento para poder llegar a final de este proyecto. Se lo dedico a una de las personas que más ha marcado mi vida, mi papá, fue él quien me enseñó la importancia de comprometerme con los retos, y seguir adelante a pesar de las adversidades. A él quiero dedicarle hoy este logro pues inclusive sin estar físicamente me he sentido alentada por sus lecciones de vida, por su espíritu de lucha y perseverancia. También se lo quiero dedicar a mi mamá quien ha inculcado el hábito del aprendizaje y la superación personal desde la infancia, en busca de un mejor futuro. A mi hermana por siempre estar en los momentos más difíciles, ser mi apoyo en primera línea y motivarme para cumplir los objetivos. Por último se lo dedico a mi pequeña sobrina Lía, que con su sonrisa y carisma me motiva a ser mejor persona día a día.

*Gabriela Zúñiga Rojas*

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por ayudarme a salir adelante siempre y por permitirme tener la salud y la capacidad suficiente para lograr las metas propuestas y sentirme una persona feliz y agradecida con la vida. Le agradezco enormemente a mi familia, quienes con su amor y sus consejos me han guiado a lo largo de la vida y por proveerme los medios para superarme; a mi madre por su amor y paciencia, por enseñarme que siempre es posible superarse si así se desea; y a mis hermanos (as) por ayudarme en todo momento. A todas mis compañeras de trabajo por su esmero y enorme compromiso, en especial a Karla Sequeira y Karla Venegas por tantos años de amistad y de permitirme trabajar juntas como equipo, así como a mi mejor amigo por todo su apoyo durante este proceso. Agradezco a la Universidad Nacional y a FOCAES por permitirnos participar de la extensión universitaria, así como destacar la excelente labor del profesor M.B.A Melvin Bermúdez como docente de nuestro trabajo final de graduación.

***Iliana Fallas Estrada***

Expreso mi gratitud a Dios por dotarme de fortaleza, sabiduría y bienestar en la culminación de esta meta, a la Universidad Nacional y FOCAES por haberme permitido vivir una de las mejores experiencias de vida en sus pasillos, por todo su apoyo académico y financiero. Además, agradezco a mis compañeras de seminario por su dedicación y compañerismo para alcanzar esta meta juntas, especialmente a Gabriela Zúñiga, quien siempre desde el primer año de Bachillerato fue mi compañera de equipo en todos los trabajos realizados. También agradezco a aquellos profesores de los cuales nunca me olvidaré pues su excelencia académica y humildad fueron la mayor lección que pude aprender.

***Mariana Ovaes Barrantes***

Un especial agradecimiento a mi Dios, forjador de mi camino, quien me acompaña siempre en todo momento, me guía y me levanta en mi continuo tropezar, su amor y su bondad no tienen límites y me permite festejar mis logros resultado de su ayuda. Un especial agradecimiento a mi querida amiga Ileana Fallas, quien desde el momento que llegué a la universidad ha estado para mí en cada paso, apoyándose en todo momento, en especial en la culminación de este trabajo. A mis excelentes compañeras de trabajo, mis queridas amigas Karla, Vanesa, Mariana y Gabriela, personas muy trabajadoras, esforzadas y dedicadas. Sin ellas la culminación de este trabajo no sería lo mismo. Además, a nuestro profesor y tutor Melvin Bermúdez, quien nos ha apoyado durante todo este proceso, ha tenido la anuencia y disponibilidad en todo momento de atendernos y ofrecernos su amplio conocimiento en la formación de un trabajo de calidad. A todos ellos un especial agradecimiento.

*Karla Sequeira Jiménez*

En primer lugar a Dios por ser mi motor de guía en este proyecto, a mis padres por apoyarme en todo momento, a mi grupo de seminario por tanta comprensión y paciencia, que al final se volvieron más que una familia y logramos culminar esta meta juntas. A la Universidad Nacional por todo el apoyo académico, económico y profesional brindado en tantos años, a los profesores y asesor académico Melvin Bermúdez por el compromiso con este seminario, por estar siempre dispuesto a aclarar dudas y ayudarnos a darle fruto a este gran proyecto y terminar este paso exitosamente.

*Karla Venegas Solís*

Doy gracias a Dios por siempre llenarme de bendiciones, por ponerme en el camino a las personas correctas con las cuales tengo el gusto de culminar este trabajo. A mi familia y amigos quienes han estado para mí en todo momento. A la Universidad Nacional, por el soporte y apoyo que le brinda a sus estudiantes. A Melvin Bermúdez quien nos ha brindado su apoyo y conocimientos para poder forjarnos como profesionales.

*Vanessa Viquez Esquivel*

Le agradezco a Dios por proveerme de todo lo necesario para salir adelante y darme la fortaleza para no rendirme en ningún momento. A mis padres que siempre me han brindado un apoyo desinteresado e incondicional. Con sus palabras y expresiones de apoyo han hecho posible que me encuentre en este momento. Agradezco la asesoría ofrecida por parte del M.B.A Melvin Bermúdez Elizondo, tutor del proyecto final de graduación, mismo que a través de su retroalimentación y crítica constructiva, propició el desarrollo de un proyecto de alta calidad. Un agradecimiento para las compañeras del seminario, porque a pesar de los momentos difíciles que se presentaron se pudo salir adelante, con compañerismo, amistad, apoyo, paciencia y más que todo comprensión, gracias porque han aportado un alto porcentaje a las ganas de superarme en mi carrera profesional.

*Gabriela Zúñiga Rojas*

## Tabla de Contenidos

HOJA DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimientos.....	vi
Tabla de Contenidos .....	ix
Índice de Tablas .....	xv
Índice de Figuras.....	xviii
Acrónimos.....	xxi
Resumen Ejecutivo .....	xxiii
Introducción.....	xxv
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
1.1    Antecedentes del tema.....	2
1.2.    Justificación .....	15
1.3.    Descripción y planteamiento del problema.....	19
1.4.    Interrogantes de la Investigación .....	21
1.4.1. Interrogante General.....	22
1.4.2. Interrogantes Específicas .....	22
1.5.    Objetivos.....	22
1.5.1. Objetivo General .....	22
1.5.2. Objetivos Específicos.....	23
1.6    Modelo de Análisis .....	23
1.6.1 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable condiciones de mercado.....	23

1.6.2	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable periodo de tiempo.....	25
1.6.3	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable impacto.....	26
1.6.4	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable empleo.....	27
1.6.5	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable pandemia.....	28
1.6.6	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable acciones.....	29
1.6.7	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable estrategia.....	30
1.6.8	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable comercialización.....	31
1.6.9	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable promoción.....	32
1.6.10	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable percepción.....	33
1.6.11	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable institucionalidad pública.....	34
1.6.12	Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable estructura financiera..	36
1.7.	Alcances y limitaciones.....	42
1.7.1.	Alcances.....	42
CAPÍTULO II.....		45
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....		45
2.1.	Marco Referencial.....	46
2.1.1.	Relevancia del turismo costarricense.....	46
2.1.2.	Generalidades de la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur.....	61
2.1.3.	Particularidades de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito.....	64
2.2.	Marco teórico.....	70
2.2.1.	El Turismo.....	70
2.2.2	El sector turístico.....	72
2.2.3.	El Sistema Turístico.....	73

2.2.4. Los Atractivos y la planta turística.....	76
2.2.5. La Infraestructura .....	79
2.2.6 La Superestructura .....	82
2.3. Impacto .....	83
2.4. Percepción.....	85
2.5. Desempleo .....	87
2.6. Declaración pandemia.....	89
2.7. Comercialización – Promoción.....	91
2.8 Economía Institucional .....	91
2.8.1 Economía Institucional Original .....	92
2.8.2 Nueva Economía Institucional .....	93
2.8.3. Instituciones públicas y organizaciones relacionadas al turismo en la unidad de planeamiento del Pacífico Sur.....	95
2.9 Políticas Públicas .....	98
2.9.1 Elementos de una Política Pública .....	99
2.9.2 Tipos de Políticas Públicas.....	100
2.10 Crisis .....	101
2.10.1 Fases de la Crisis .....	102
2.10.2 Orígenes de la Crisis .....	103
2.10.3 Tipología de las crisis.....	103
2.11. Reactivación Económica.....	104
2.11.1 Estrategias de reactivación en las empresas posterior a la COVID-19 .....	104
CAPÍTULO III .....	107
MARCO METODOLÓGICO .....	107

3.1 Enfoque de investigación.....	108
3.2 Tipo y diseño de investigación .....	110
3.2.1 Tipo de investigación .....	110
3.2.2 Diseño de investigación .....	111
3.3 Fuentes de información.....	112
3.3.1 Fuentes Primarias .....	112
3.3.2 Fuentes Secundarias .....	113
3.4 Población de Estudio .....	113
3.5. Censo .....	114
3.6 Sujetos de información .....	116
3.7 Instrumentos de recolección de datos .....	117
3.7.1 Análisis documental y bibliográfico .....	118
3.7.2 Cuestionario .....	118
3.7.3. Entrevista Dirigida .....	119
CAPÍTULO IV .....	123
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	123
4.1. Condiciones de mercado del sector turismo antes y durante la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19.....	125
4.1.1. Condiciones de mercado del sector turismo en Costa Rica y en la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur antes del inicio de la pandemia, periodo 2010-2019 .....	125
4.2. Impactos producidos por la pandemia del COVID-19 en el nivel de empleo de las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito de la Región Brunca....	141
4.2.1. Impacto en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito ocasionado por la crisis por la pandemia del COVID-19 .....	141

4.2.2. Evolución del empleo por actividades asociadas al sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito antes y durante la crisis por la pandemia COVID-19.....	146
4.3. Acciones y estrategias implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19 .....	157
4.3.1. Estrategias implementadas por las empresas relacionadas a la actividad turística de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito como respuesta a la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19.....	157
4.3.2. Acciones implementadas por las empresas relacionadas a la actividad turística de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito como respuesta a la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19.....	159
4.4. Estrategias de comercialización y comunicación implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos provocados por la pandemia del COVID-19.....	162
4.4.1. Estrategias de comercialización implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos provocados por la pandemia del COVID-19 .....	163
4.4.2. Estrategias de promoción implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos provocados por la pandemia del COVID-19 .....	166
4.5. Percepción del empresario turístico de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito sobre las acciones que desde la institucionalidad pública se emprendieron para mitigar los efectos de la crisis del COVID-19 en el sector turismo.....	168
4.6. Impacto financiero en los empresarios del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito producto de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19.....	183
CAPÍTULO V .....	190
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	190
5.1. Conclusiones.....	191

5.2. Recomendaciones .....	195
Referencias .....	198
Anexos .....	216

## Índice de Tablas

Tabla 1 Costa Rica: Indicadores seleccionados en comparación con la OCDE.....	18
Tabla 2 Resumen del Modelo de Análisis .....	38
Tabla 3 Motivo principal de visita durante el periodo 2011-2019 .....	47
Tabla 4 Cantidad de llegadas internacionales por todas las vías, según zona durante el periodo 2011-2020.....	48
Tabla 5 Cantidad de visitas de los residentes y no residentes a las Áreas Silvestres Protegidas por categoría de protección, del 2011-2019.....	49
Tabla 6 Visitantes Residentes y No Residentes a las Áreas Silvestres Protegidas, del 2011-2019 .....	50
Tabla 7 Actividades que integran los grupos (según las respuestas de los turistas en las encuestas realizadas de forma continua por el ICT) .....	51
Tabla 8 Divisas por concepto de turismo, café y banano (cifras en millones de \$E.E.U. U).....	52
Tabla 9 Gasto medio por persona en US\$ de los turistas no residentes, aéreas y terrestres, del 2011 al 2020 .....	54
Tabla 10 Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico.....	55
Tabla 11 Unidades y sectores turísticos del país .....	58
Tabla 12 Distribución de los pisos de demanda internacional según Unidad de Planeamiento Turístico, vía aérea, durante el periodo 2015-2019 .....	60
Tabla 13 Estimación porcentual de la distribución de los pisos de demanda internacional por Unidad de Planeamiento Turístico, vía aérea, durante el periodo 2015-2019.....	60
Tabla 14 Resumen por cantón según sector .....	64
Tabla 15 Distribución de los pobladores según sexo y totalidad de los habitantes según cantón de Coto Brus, Corredores y Golfito .....	65

Tabla 16 Clasificación de los principales atractivos turísticos, según cantón de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	66
Tabla 17 Cantidad de visitas de residentes y no residentes a las ASP según cantones Coto Brus, Corredores y Golfito, 2011-2019.....	69
Tabla 18 Clasificación de los elementos del equipamiento turístico.....	77
Tabla 19 Clasificación de las instalaciones .....	78
Tabla 20 Clasificación de los atractivos turísticos .....	79
Tabla 21 Clasificación de la infraestructura .....	81
Tabla 22 El ABC de la Recuperación Económica.....	105
Tabla 23 Método de recolección de información: censo .....	115
Tabla 24 Población de estudio.....	116
Tabla 25 Entrevistas dirigidas por aplicar .....	120
Tabla 26 Entrevistas efectivas Tour Operadores .....	120
Tabla 27 Entrevistas efectivas Rent a Car .....	121
Tabla 28 Entrevistas Efectivas Cámaras de Turismo .....	121
Tabla 29 Entrevistas dirigidas Municipalidades.....	122
Tabla 30 Cantidad de entrevistas dirigidas efectivas.....	122
Tabla 31 Base para la interpretación de las variables en estudio .....	124
Tabla 32 Nivel de Impacto .....	125
Tabla 33 Turismo y otras fuentes generadoras de divisas (cifras en millones de \$ E.E.U.U) 2015-2020 .....	129
Tabla 34 Nivel de Impacto .....	134
Tabla 35 Impacto según la categoría de la empresa .....	143

Tabla 36 Impacto promedio según la antigüedad de la empresa.....	145
Tabla 37 Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico, datos trimestrales del 2019 al 2020 .....	146
Tabla 38 Porcentaje de la fuerza de trabajo, del 2019 al 2020.....	147
Tabla 39 Población ocupada por actividades asociadas al sector turismo, según sexo, zona, y edad, datos anuales del 2019 al 2020.....	148
Tabla 40 Expectativa para el 2021 en cuanto a la cantidad de personal de la empresa .....	153
Tabla 41 Cantidad de casos por COVID-19 en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito .....	155
Tabla 42 Acciones adoptadas por las empresas turísticas para la reactivación económica .....	160
Tabla 43 Grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones presentadas sobre percepción en relación con la institucionalidad pública .....	172
Tabla 44 Grado de satisfacción con la institucionalidad pública .....	173

## Índice de Figuras

Figura 1 Llegadas de turistas internacionales, 2007-2020 .....	3
Figura 2 Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico 2016 – 2020 .....	17
Figura 3 Divisas por concepto de turismo, periodo 2011-2020 (cifras en millones de \$E.E.U. U) .....	53
Figura 4 Mapa de las Unidades de Planeamiento Turístico de Costa Rica .....	59
Figura 5 Mapa de la distribución por cantones de la Unidad de Planeamiento Turístico del Pacífico Sur de Costa Rica .....	63
Figura 6 Distribución de los pisos de demanda internacional de la Unidad de Planeamiento Turístico Pacífico Sur del 2015-2019.....	64
Figura 7 Labor del sistema turístico .....	74
Figura 8 Curso de las situaciones histórica, inicial y futura.....	85
Figura 9 Ciclo de las Políticas Públicas.....	100
Figura 10 Llegada de turistas internacionales a Costa Rica, 2015-2020.....	126
Figura 11 Vía de llegada de turistas a Costa Rica en Enero – Abril .....	127
Figura 12 Divisas por concepto de turismo, periodo 2015-2020 (cifras en millones de \$E.E.U. U) .....	128
Figura 13 Estimación porcentual de la distribución de los pisos de demanda internacional en la Unidad de Planeamiento Turístico Pacífico Sur, vía aérea, 2015-2019 .....	130
Figura 14 Edad de los turistas que visitan los negocios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito .....	136
Figura 15 Condición de los turistas que visitan los negocios turísticos .....	137
Figura 16 Principales atractivos para los turistas de Corredores, Coto Brus y Golfito.....	138
Figura 17 Principales países de los cuales reciben turistas .....	139

Figura 18 Promedio de noches que se hospedan los turistas por negocio.....	140
Figura 19 Nivel de impacto en las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito durante el 2021 .....	142
Figura 20 Población total ocupada por actividades asociadas con el sector turístico .....	149
Figura 21 Porcentaje correspondiente a la cantidad de personal en teletrabajo, personal con reducción de jornada y reducción de personal en Coto Brus, Corredores y Golfito .....	150
Figura 22 Promedio total de empleados de las empresas de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	151
Figura 23 Cantidad promedio de empleados en el sector turístico de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	152
Figura 24 Probabilidad de tomar decisiones por parte de las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	154
Figura 25 Cantidad de casos confirmados, activos, recuperados y fallecidos por el virus de COVID 19 en Coto Brus, Corredores y Golfito.....	155
Figura 26 Cantidad de casos confirmados por el virus de COVID-19 según cantidad de población en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito .....	156
Figura 27 Estrategias implementadas por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito .....	158
Figura 28 Acciones adoptadas por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito para la reactivación económica .....	161
Figura 29 Servicios que ofrecen los negocios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito ....	163
Figura 30 Reserva o contacto de los turistas que visitan los negocios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	164
Figura 31 Estrategias de comercialización aplicadas por las empresas de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	165

Figura 32 Estrategias de promoción implementadas por las empresas .....	166
Figura 33 Promocionar a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación es una excelente estrategia para el sector turístico .....	169
Figura 34 Promover a Costa Rica Como un destino internacional de residencia para teletrabajo .....	170
Figura 35 Promover a Costa Rica como un destino internacional de turismo accesible.....	171
Figura 36 Posee algún crédito con alguna entidad bancaria.....	184
Figura 37 Uso que la empresa le dio al crédito obtenido por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito.....	185
Figura 38 Tasas de interés anual promedio bajo la que los empresarios de Coto Brus, Corredores y Golfito obtienen financiamiento.....	186
Figura 39 Moneda en la cual tienen los empresarios de Coto Brus, Corredores y Golfito el crédito .....	187
Figura 40 Garantías requeridas en los financiamientos tramitados por empresarios encuestados .....	188
Figura 41 Probabilidad de que en los próximos meses las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito enfrenten esas situaciones .....	189

## **Acrónimos**

ACOT: Asociación Costarricense de Operadores de Turismo

ADOCA: Asociación de Organizadores de Profesionales de Congresos y Afines de Costa Rica

ALA: Asociación Costarricense de Aerolíneas

ALC: América Latina y el Caribe

ASP: Áreas Silvestres Protegidas

CACORE: Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines

CANAECO: Cámara Nacional de Ecoturismo

CANATUR: Cámara Nacional de Turismo

CCH: Cámara Costarricense de Hoteles

CCSS: Caja Costarricense del Seguro Social

CEFSA: Consejeros Económicos y Financieros S. A.

EIO: Economía Institucional Original

GMP: Gasto Medio por Persona

ICT: Instituto Costarricense de Turismo

IED: Inversión Extranjera Directa

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Judesur: Junta de Desarrollo Regional de la Zona Sur

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica

MIDEPLAN: Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica

MS: Ministerio de Salud

NAPH: Red Nacional de Pequeños Hoteles

NEI: Nueva Economía Institucional

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OMS: Organización Mundial de la Salud

OMT: Organización Mundial del Turismo

PP: Políticas Públicas

pp: Puntos porcentuales

## **Resumen Ejecutivo**

La presente investigación se encuentra enfocada en la búsqueda de información que permita analizar de manera detallada los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito durante el 2021. Es un modelo investigativo de tipo exploratorio ya que la temática analizada cuenta en la actualidad con información limitada debido a los efectos ocasionados por el COVID-19 son relativamente desconocidos.

Además, presenta un diseño de investigación de tipo documental debido a que busca tener información fehaciente, de calidad y neutral relacionada con el tema analizado. El enfoque investigativo utilizado para la recolección, tabulación e interpretación de datos se basa en la investigación mixta, es decir, se realiza la combinación de los enfoques cuantitativos y cualitativos que permiten detallar de manera minuciosa los efectos directos e indirectos que han tenido el sector turismo de los cantones mencionados anteriormente debido al COVID-19.

Para el desarrollo de la investigación la población de estudio fue en primera instancia de 89 empresas, no obstante, se obtuvo que 26 empresas incluidas originalmente en la población de estudio no contestaron el instrumento desarrollado para la recolección de información, por lo que el presente trabajo contó con la colaboración de 63 empresas turísticas ubicadas en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, ubicadas dentro de las categorías de hoteles y atractivos. Además de 21 entrevistas dirigidas que debían ser aplicadas entre las municipalidades de los cantones, ICT del Pacífico Sur, tour operadores y renta car, se obtuvo un total de 10 entrevistas completadas satisfactoriamente.

Entre los resultados más importantes obtenidos con el desarrollo de la investigación, en primera instancia se encuentra la evidente problemática que ha enfrentado el sector turístico y todas las personas que dependen de este, debido a la gran disminución de visitantes, donde la cantidad promedio de empleados para el 2019 era de 10, cayó a 6 para el 2020. Las empresas han visto seriamente afectadas el nivel de ingresos, la rentabilidad, la liquidez, consecuentemente esto ha traído una notable disminución en relación con las fuentes de empleo.

Al finalizar con el proceso de análisis y recolección de datos, se recomienda a las empresas del sector turismo la creación de mecanismos de confianza que les permita a los turistas, poder visitar la zona sin temor a contagiarse, así como continuar con un minucioso acatamiento de las medidas o disposiciones por parte de las autoridades de salud que permitan poder alcanzar una reactivación del turismo en forma segura. De la misma manera es necesario la ejecución de planes por parte de los gobiernos locales que permitan brindar apoyo a las compañías hoteleras mediante el otorgamiento de plazos de créditos, suspensión de pagos de impuestos que les permita al sector empresarial un surgiendo adecuado y seguro.

De la misma manera se recomienda al sector empresarial hacer uso de la innovación como estrategia que les permita reinventarse para mejorar la oferta turística, mediante la aplicación de estrategias de promoción. Además, se requiere un mayor apoyo gubernamental por medio de inversión pública, que contribuya a mejorar el estado de las redes viales de acceso a los cantones y a sus principales potencias turísticas.

## **Introducción**

El turismo había experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en una de las actividades económicas que crecen con mayor rapidez en el mundo, lo que lo ha vinculado de manera directa al desarrollo y, por ende, lo ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico. Sin embargo, con la llegada de la pandemia de COVID-19, ha sido uno de los sectores más perjudicados, especialmente en Costa Rica ya que es uno de los países que más destaca en cuanto a visitación por sus bellezas naturales. Con la llegada de la pandemia se genera un impacto sin precedentes al sector turístico, este sector se encuentra en un estado de emergencia total y la afectación económica ha sido importante. Por tal motivo se realiza una investigación que permita identificar cuáles son los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021.

El fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, dedicadas al sector turismo se vuelve un imperativo para el país. Si se desea aumentar la visitación y alcanzar un mayor nivel de crecimiento económico en los cantones en estudio y por ende nacional, la recuperación de las plazas de trabajo que se han tenido que cesar producto de la pandemia se vuelve indispensable, además de la creación de nuevos y mejores empleos. Según estadistas del ICT, el turismo es uno de los sectores con mayor aporte en términos de generación de empleo y de contribución a la economía nacional. Para el 2019, el número de llegadas internacionales al país tuvieron un importante aumento respecto al 2018, rondando los 3.139.008, es decir, tuvo un crecimiento del 4,1%, superando el porcentaje del 4% correspondiente al crecimiento del turismo a nivel mundial. Sin embargo, para el 2020 visitaron el país 1.011.912 turistas, lo que representa alrededor de la tercera parte del registro del año 2019.

Es importante reconocer las situaciones que afectaron de manera positiva o negativa el estudio, por lo que entre los aspectos positivos se puede mencionar, el acceso a una base de datos de la Universidad Nacional, con respecto a la población en estudio. El suministro y clarificación de datos y consultas se obtuvo de forma oportuna y eficiente, lo cual generó un proceso de desarrollo más ágil y en cumplimiento con los alcances e intereses de las partes. Asimismo, es de

recalcar la atención brindada por los encuestados, quienes identificaron el desarrollo del seminario como una oportunidad de beneficio hacia ellos mismos en un mediano y largo plazo. De manera negativa, se tiene la dificultad de no contar con estudios previos con los cuales se pudieran analizar el desarrollo histórico del turismo en los operadores propios de la región evaluada. La información disponible con respecto al turismo en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito es muy limitada; sin embargo, al mismo tiempo representa un beneficio, puesto que demuestra la necesidad e importancia que el desarrollo del proyecto implica.

En el primer capítulo del estudio se presentan los aspectos metodológicos que determinan el alcance del proyecto y que le permiten al lector tener una visión integral sobre la forma como los investigadores concibieron la temática, considerándose dentro de esta, antecedentes, justificación, la descripción y planteamiento del problema por investigar, interrogantes de la investigación y la sistematización del problema a través del establecimiento de seis objetivos específicos con los cuales se generó información que permitió satisfacer las necesidades directamente relacionadas con la condición actual presentada y de donde se genera la propuesta por estudiar.

El documento también cuenta con un capítulo específico sobre referencias relacionadas con la importancia del turismo costarricense, generalidades de la Unidad de Planteamiento del Pacífico Sur y particularidades de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito. Por otro lado, se desarrolla un capítulo específico que contiene las bases teóricas requeridas para la interpretación de conceptos y temas del área en análisis bajo el cual se ve inmerso el estudio.

En el capítulo tres se encuentra explícita la estrategia de investigación aplicada. Se hace mención del tipo de investigación por desarrollar, las fuentes de investigación de donde se obtuvo la información requerida, y como parte esencial de la investigación, se establece la población sujeta de estudio, para la cual se definen los procedimientos y métodos para la recolección, análisis e interpretación de los datos.

En el capítulo cuatro se realiza el análisis de la información recolectada mediante la aplicación del instrumento a los empresarios del sector turismo de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito. En el mismo se presenta una síntesis de las variables en estudio tales como:

condiciones de mercado, impacto, empleo, acciones, estrategias, comercialización, promoción, percepción, institucionalidad pública y estructura financiera. Además, en este capítulo se muestran los resultados obtenidos de las entrevistas dirigidas las cuales se aplicaron a los rent a car, tours operadores, municipalidades y al ICT con sede regional en el Pacífico Sur.

El capítulo cinco abarca conclusiones y recomendaciones a partir de los resultados obtenidos, por medio de los cuestionarios y entrevistas aplicadas. Los capítulos de análisis de resultados, así como las conclusiones y recomendaciones son la verdadera esencia del seminario, puesto que es donde se genera el valor agregado a la condición identificada como problemática y a partir de la información aquí desarrollada es de donde se cuantifica el verdadero valor generado por el proceso de investigación.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

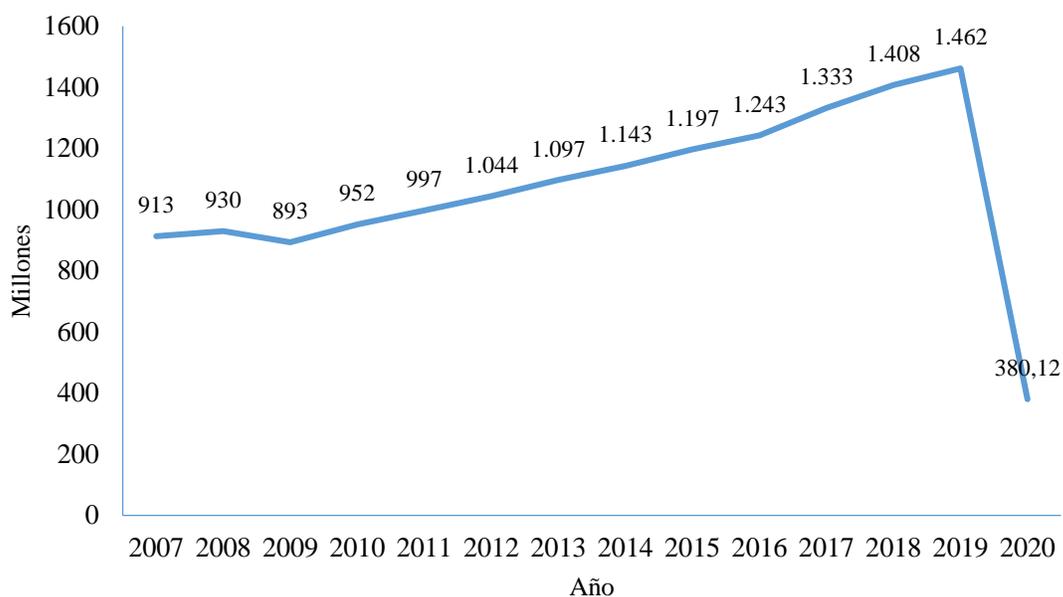
## 1.1 Antecedentes del tema

El turismo ha mostrado un crecimiento importante durante los últimos años, posicionándose como un sector productivo distinguido debido a su constante evolución y expansión en la economía mundial, de tal manera que para el año 2018 los ingresos por gastos de turistas crecieron más rápido que la economía mundial (OMT, 2019). Además, como lo mencionó Castello (2020) el turismo favorece a otros sectores que forman parte de su cadena de valor, como: la gastronomía, publicidad, entretenimiento, comercios, hotelería, transporte, infraestructura, construcción, paseos y todos aquellos servicios turísticos complementarios. A grandes rasgos, su importancia reside en la preservación cultural, generación de empleo, aumento de las exportaciones y crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB).

De acuerdo con el análisis sectorial de la OMT (2019) el turismo regional refleja que, de las cinco regiones mundiales, Europa representa el 51% de las llegadas internacionales del mundo, seguida de Asia y el Pacífico con un 25%, con 1 de cada 4 llegadas. Después se encuentra Américas, África y Medio Oriente con 15%, 5% y 4% respectivamente. De forma similar, Europa encabeza la lista de los ingresos por turismo internacional, abarcando el 39%, seguido de Asia y el Pacífico con un 30% y Américas, África y Medio Oriente con 23%, 5% y 3% respectivamente.

Según el informe “Turismo hacia el 2030” la OMT (2015) ofrecía un pronóstico a largo plazo sobre la evaluación del desarrollo del turismo. Se calculó que el número de llegadas por turistas internacionales crecería un 3.3% al año, entre el periodo que comprende el 2010 y 2030. En aquel momento se proyectó que las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarían la cifra de 1.400 millones en el 2020 y 1.800 millones para el 2030. Se proyectó además que el 57% de las llegadas internacionales se registrarían en destinos de economías emergentes y el 43% en destinos de economías avanzadas para el 2030. El mayor crecimiento se pronosticó para Asia y el Pacífico, seguidos de Oriente Medio y África; Europa y las Américas crecerían comparativamente menos.

La Figura 1 muestra la evolución del turismo internacional durante el 2007 al 2020 según la OMT (2020).



*Figura 1* Llegadas de turistas internacionales, 2007-2020

*Nota:* Organización Mundial de Turismo.

De la Figura 1 se desprenden varias conclusiones, pues evidencia que el turismo internacional ha enfrentado diferentes obstáculos. Según la OMT (2020) este sector ha experimentado una expansión continua a lo largo del tiempo, sin embargo, la misma organización afirmó en su artículo “Barómetro OMT del turismo mundial mayo 2020 con especial enfoque en el impacto de la COVID-19” que la crisis ocasionada por las medidas de restricción de movilización impuestas por la mayoría de los países del mundo, ha llevado sus estimaciones a la obsolescencia para el presente y por los próximos años, debido a los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia. Seguidamente se mencionarán las principales crisis que han afectado al turismo durante la última década.

Con el transcurso de los años el turismo se ha convertido en uno de los sectores con mayor influencia para la economía mundial; no obstante, es un sector vulnerable ante las posibles anomalías que puedan surgir, como enfermedades, guerras o ataques terroristas. Entre

los eventos terroristas más impactantes en el mundo se encuentra el ataque a las torres gemelas, debido a que este atentado tuvo grandes repercusiones en el turismo a nivel mundial, ya que el miedo por viajar en avión invadió a los ciudadanos y la seguridad de los Estados Unidos y el resto del mundo fue puesta en duda tras el secuestro de cuatro aviones de distintas aerolíneas estadounidenses cuya finalidad eran ser estrellados en diversos objetivos de los estados de Nueva York, Virginia, Pensilvania y un intento fallido que fue estrellado en un campo de Shanksville, el cual iba dirigido a Washington. Dichos atentados suicidas fueron dirigidos por Osama Bin Laden, quien entonces era el líder del grupo terrorista Al Qaeda (Salas, 2016).

Cabe mencionar que previo a la pandemia COVID-19, el atentado terrorista del 11 de septiembre del 2001 había sido el suceso catalogado como la crisis con mayor afectación en el sector turístico a nivel mundial, ya que tras este acontecimiento se registró una baja del 1.3% en el crecimiento del turismo según las estadísticas realizadas por la OMT. Los daños en Estados Unidos fueron tan severos a nivel de infraestructura, vidas y heridos, con más de 3.000 muertos y 6.000 heridos. También se dieron cierres de negocios, recortes de personal y jornadas reducidas, con pérdidas de un aproximado de 375.000 puestos de trabajo relacionados con el sector turístico. El paro económico fue tan severo, que la OMT tuvo que crear un comité para la reactivación del turismo en octubre del 2001, la cual vuelve a tomar acciones en la pandemia COVID-19, con un conjunto de recomendaciones globales para apoyar al empleo y la economía a través del turismo (Kamp, 2006).

Otra de las crisis que afectaría al turismo, fue la crisis económica mundial más conocida como “Gran Recesión” la cual comenzó en el 2008 y tuvo su origen en los Estados Unidos. En este sentido según los datos aportados por la OMT (2009) en la primera mitad del 2008 la llegada de turistas internacionales aumentó en un 5%, sin embargo, el crecimiento de la llegada de turistas internacionales se situó en valores negativos durante la segunda mitad del 2008, y el resultado final fue un crecimiento estimado del 2% para todo el año, en comparación a un 7% que se dio en el 2007 y no se presentaron indicadores de que esta tendencia a la baja mejorara en los primeros meses del 2009.

Con base en el estudio “Impacto de la Crisis en América Central” realizado por Aráuz (2009) en donde señaló que la crisis que estalló en Estados Unidos en el 2008 tuvo un impacto directo en Centroamérica, puesto que la economía de estas regiones depende en gran medida de Estados Unidos, por lo que se vieron afectadas de varias formas: menor crecimiento de las exportaciones, disminución de la Inversión Extranjera Directa (IED), flujos de remesas, y disminución del turismo. En este contexto, se estimó que Centroamérica solo creció un 2,6% en la economía como un todo en el 2009.

Costa Rica es el principal receptor de turistas a nivel de Centroamérica; por tal motivo, experimentó una reducción importante de la afluencia turística con respecto a las metas originales. Debido a ello, el sector hotelero, de comercio y de alimentos se vio afectado con la crisis del 2008.

De acuerdo con Morales (2009) la crisis mundial se extendió rápidamente a otras partes del mundo, como fue el caso de Costa Rica, donde la tasa de crecimiento de la producción comenzó a declinar, la tasa de inflación subió, cayó la entrada de remesas, así como la IED y las exportaciones. La entrada de turistas comenzó a disminuir, el consumo presentó una reducción importante y el desempleo estaba a la orden del día; por otra parte, aunque la inversión extranjera total en Costa Rica se incrementó en el 2008 con respecto al 2007, la inversión canalizada al sector turismo más bien se redujo pues pasó de \$321,3 millones a \$294 millones. En estos años esta situación provocó una contracción de la actividad económica en general y en determinados sectores, especialmente los vinculados al mercado exterior, como el turismo, esto se vio reflejado en una reducción de los beneficios, consumos e ingresos de las empresas y una menor recaudación fiscal por parte del Estado.

En el 2008 el sector turístico se vio afectado, aunque en menor medida de lo que se podría haber esperado, si bien es cierto el turismo es una actividad que es propensa a presentar afectaciones producto de las crisis económicas, este sector presentó una resistencia significativa, porque no declinó a nivel mundial, por el contrario, tuvo una fuerte tenacidad incluso ante la crisis económica, esto se reflejó en el alza de los precios de las materias primas, servicios y

bienes implicados en la actividad, principalmente se debió a que esta crisis difícilmente llegaría a provocar un descenso en el deseo de viajar a otros países, como ocurrió en el ataque de las torres gemelas, de manera que puede bajar el consumo pero el deseo de viajar siempre va a existir; dado lo anterior, se puede decir que los efectos de la crisis sobre el turismo en general han sido intensos aunque poco duraderos (Aurioles, 2012; Morillo, 2009; Valenzuela, 2009).

Por otra parte, a lo largo de la historia han existido distintas enfermedades que han atacado a la humanidad de forma muy potente y en ellas los animales han estado involucrados de forma directa. Tal y como lo mencionó Uribe (2015) se comenzaron a domesticar animales desde los tiempos ancestrales, donde el satisfacer las necesidades alimenticias y obtener distintos productos era su fin; sin embargo, por diversas situaciones a las que han sido sometidos se generan a través de la historia un sin fin de patologías en los seres humanos, tal es el caso de las pandemias, cuya palabra hace referencia a enfermedad del pueblo entero, en donde situaciones como pobreza, crecimiento demográfico, migraciones e inmigraciones contribuyen al desarrollo de las mismas. Además, se afirmó que las enfermedades infecciosas en la historia constituían una amenaza para la sociedad, y llegando al siglo XX eran consideradas extinguidas, situación que no ocurrió de esa manera, dado que las enfermedades epidemiológicas han continuado su afectación en a los seres humanos en gran medida.

Según Fernández (2020) la falta de comunicación en sanidad, desinformación de la población y la falta de controles son también indicadores de la gran afectación que tuvieron las pandemias en siglos pasados; por su parte, las pandemias en el siglo actual se han logrado controlar en mayor medida en comparación con épocas anteriores, pero su propagación es mayor debido a un mundo tan globalizado y con una sociedad que gusta de las actividades turísticas en donde la facilidad de contagio es mayor, y la economía de los países se evidencia más afectada.

De todas las pandemias que han existido en el mundo, la que ha sido más violenta en cuanto a defunciones fue la gripe española ocurrida en 1918-1919, Godínez (2011) mencionó que su nombre “Española” se deriva más por razones políticas que científicas, ya que esta inició en Estados Unidos. Dicha pandemia siendo la más letal, inició a finales de la primera Guerra

Mundial, dado esto existió mucha comparación con las afectaciones que produjo la guerra, pero se comprobó que las causadas por la pandemia habían sido mayores. La guerra ocasionó 10 millones de defunciones y en comparación con la gripe española existen registros de más de 20 millones de muertes; además, esta influenza mató en 24 semanas más personas que el SIDA en 24 años, y también en un año cobró la vida de más personas que la peste negra en 100 años, esta última ocurrida en la edad media.

El mismo autor mencionó que el origen del nombre de esta enfermedad surge debido al ocultamiento de información por parte de los Estados Unidos; sin embargo, fue España quien al inicio presentó pocos casos, fue neutral ante la información suministrada, la prensa de dicho país informó con gran detalle lo ocurrido ante la epidemia. Si bien es cierto, el sector turismo no estaba desarrollado en esa época, los sectores como el empresarial y comercial sí lo estaban, y estos mismos recién se recuperaban de los estragos ocasionados tras la primera guerra mundial; posterior a esto surge la enfermedad de la gripe española. Según Rodas (2015) señaló que esta gripe fue una mutación gripal aviar y que las condiciones tanto sociales como económicas y ambientales no adecuadas, sirvieron como focos de contagio en ese momento.

Una de las enfermedades que afectó significativamente en China y que tuvo origen en la región de Guangdong en noviembre del 2002, fue la epidemia de Síndrome Respiratorio Agudo Grave, conocido por sus siglas como SARS. Por su parte, Vaqué (2005) mencionó en su artículo que esta pandemia se propagó a 29 países dejando un rastro de 8.422 casos confirmados y 916 muertes denominándose la primera pandemia del siglo XXI. Sin embargo, pudo ser controlada de manera muy rápida, ya que para julio del 2003, es decir, en un lapso de ocho meses, la OMS declaró la pandemia bajo control, aplicando medidas similares a las que se han empleado para tratar de mitigar el impacto de la COVID-19, tales como aislamiento de pacientes e implementación de cuarentenas. Además, como se mencionó anteriormente, no solo se pudo controlar dicha enfermedad, sino que fue erradicada, esto a pesar de que China registró su primer caso en noviembre 2002 y fuese informado a la OMS en febrero del 2003.

El virus SARS según Fernández (2020) tuvo una gran velocidad de contagio debido a que en el sector turismo encontró una manera rápida de expansión por el mundo, esto porque las personas que viajan son un foco de contagio altamente vulnerables de la enfermedad y dado esto el sector fue afectado en gran parte, detalló que la llegada de turistas internacionales disminuyó en un 1.2% de manera global en ese año; en Asia oriental en el mes de abril se redujo en un 41% la llegada de turistas comparando esto con el periodo del 2002 en la misma fecha. En ciudades como Hong Kong, Singapur y Vietnam la caída en el turismo fue de 9%, alrededor de 12.000.000 de llegadas durante los meses que el brote se encontró presente. China fue el país más afectado, pero al darse la expansión de manera global muchos países sufrieron daños, tal es el caso de Canadá en donde alrededor de \$2.000.000.000 de ingresos y una gran baja en el empleo de 2.800 personas se registró producto del SARS. Además, el autor mencionó que Vietnam tuvo 62.000 pérdidas de trabajos, Singapur 17.500, Hong Kong 27.000, y China 2.800.000 pérdidas de trabajo en el sector turismo. Además, se cancelaron eventos y acudieron a medidas de seguridad mayores. Este virus afectó al turismo tanto en donde se dio su origen como a nivel global; la falta de controles, una buena planificación y toma de decisiones ocasionaron grandes problemas en todos los sectores de la economía.

Por su parte, Almeida (2006) afirmó que existieron pandemias como la influenza Aviar con gran poder de expansión, lo cual ocasionó grandes pérdidas económicas y muchas repercusiones en el comercio, por lo que en el 2003 se llevó a cabo el sacrificio de millones de aves; además, gran cantidad de personas perdieron sus empleos y muchas granjas tanto grandes como pequeñas desaparecieron. Tal como lo afirmó Herrero-Urbe (2008) en su investigación, esta nueva cepa del virus ocurrida en el 2003 tuvo la capacidad de transmitirse al ser humano y produjo una letalidad respecto a las personas que contrajeron el virus del 50%, esto en gran cantidad de países asiáticos. Este virus, el cual tiene gran afectación en el sistema respiratorio produce además síntomas como diarrea, vómitos y dolor abdominal, poniendo en riesgo la vida del ser humano.

En cuanto a la aparición y desarrollo de enfermedades epidemiológicas, Fernández (2020) hizo mención a que en el 2009 se descubrió un virus de influenza tipo A, similar al

causante de la “Gripe Española”, causante en este caso de la Gripe H1N1, en donde Estados Unidos fue uno de los países con mayor afectación por esta enfermedad. Allí se detectaron los primeros casos del virus, específicamente en el sur de California y México, en estos lugares se registraron altos picos durante todo el año, en el continente americano se registraron casos pero no hubo gran afectación y los sistemas sanitarios no fueron colapsados.

El virus H1N1 tuvo gran impacto en el sector turismo, se puede citar el caso de México, país que tradicionalmente ha recibido una gran afluencia de turistas y que fue uno de los países que tuvo gran impacto. Fernández (2020) señaló que, en el primer cuatrimestre del 2009, se registró una disminución de un 8% en el ingreso de turistas extranjeros, los comercios vieron sus ventas reducidas en hasta un 60% registrando pérdidas millonarias. En el sector servicios también existieron pérdidas millonarias, personas que tenían reservaciones en hoteles las cancelaron inmediatamente, como también los tiquetes de aerolíneas, estos fueron cancelados en un 90%. Además, fueron suspendidos cruceros donde destinos como Cancún y la Riviera Maya se ubicaron como los más afectados. La cancelación de eventos tales como convenciones, ferias, conciertos, lo fueron de forma masiva, alcanzaron pérdidas por 480 millones de pesos. En épocas donde la afluencia de turistas extranjeros oscila alrededor de 800.000 turistas tan solo se registraron 271.000 aproximadamente, dando como resultado una reducción del 66,13%. También acciones como campañas publicitarias a nivel nacional e internacional para atraer turistas, planes de ayuda para 58.000 trabajadores en la industria turística que vieron afectados sus ingresos fueron estrategias implementadas por México para reactivar el turismo y que el turista recuperara la confianza.

Otra enfermedad que llegó a afectar la actividad turística de forma particular y general en diferentes países, fue el caso del virus del Zika, el cual se transmite por mosquitos del género *Aedes Agypti*, provocando algunos síntomas como erupciones en la piel, dolores musculares, conjuntivitis. De acuerdo con Maguiña (2016) quien señaló que este virus llegó al continente americano en el 2014 a la Isla de Pascua y seguidamente se produjo el brote en Brasil, en donde no se supo cuál fue el origen y afectó en gran medida al país. Para el 15 de mayo del 2014 se confirmaron los primeros 16 casos, pero la alerta más grande fue cuando para octubre del 2015

se dieron muchas mujeres embarazadas infectadas con este virus, trayendo al mundo niños con microcefalia y distintas discapacidades. Para octubre del 2015 las autoridades sanitarias se dieron cuenta del incremento de los casos de microcefalia, y para el 23 de enero del 2016 ya se registraban 4.180 casos sospechosos relacionados en gran parte al virus de Zika, llegando a tener para el 2016 un aproximado entre 497.593 a 1.482.701 casos del mismo virus.

El virus del Ébola fue otra de las enfermedades que tuvo un gran impacto. En el artículo denominado “Enfermedad por el virus del Ébola”, Maguiña (2015) mencionó que este virus fue detectado por primera vez en 1976 en África. Una enfermedad conocida también como la fiebre hemorrágica de Ébola, la cual tuvo gran letalidad. El virus se transmitía por medio de líquidos corporales como la sangre, orina o vómitos, y cuyos síntomas comunes corresponden a fiebres altas, cefalea, vómitos y conjuntivitis, y afectó en gran medida a los países que no contaron con los suficientes recursos para controlar su propagación. Además; se mencionó que el brote registrado en el 2014 en África Occidental fue el que más se extendió desde su descubrimiento en 1976, en donde las tasas de letalidad estuvieron alrededor del 25% y para el 2014 se registraron más de 20.000 enfermos y alrededor de 230 defunciones. Asimismo, para dicho año se registraron tasas de letalidad de aproximadamente 50%, entre los cuales estaban médicos, enfermeras y personal paramédico, estos siendo los primeros en ser afectados, debido al contacto con los pacientes enfermos, ocasionando una crisis humanitaria que afectó en gran parte la economía y salud de los países. Según Guardia (2020) mencionó que, para mitigar un poco los efectos de esta epidemia, en los países infectados se llevaron a cabo estrategias para sobrellevar la crisis tanto económica como humanitaria. El costo de recuperación para regiones como Liberia, Sierra Leona y Guinea fue respectivamente de \$812.000.000 para Liberia, \$844.000.000 para Sierra Leona y \$2.89 billones para Guinea. En pérdidas económicas globales se registraron \$53.000.000.

En marzo del 2015 durante una conferencia en Canadá, Bill Gates externó su opinión sobre el hecho de que el mundo no se encontraba preparado para una próxima epidemia, así mismo, sugirió medidas claves de prevención ante posibles enfermedades de transmisión.

También, manifestó que una guerra no era lo que mataría próximamente a millones de personas, que sería un virus, el cual podría tener impacto potencial a nivel mundial (Machado y Ma, 2020).

El caso más reciente de aparición de pandemias que han afectado al sector turismo corresponde al de la pandemia COVID-19, en este sentido Cabello y Pulido (2020) señalaron que, en diciembre del 2019 comenzaron a evidenciarse reportes de personas enfermas con una nueva enfermedad respiratoria en Wuhan, China, generando alertas en el continente asiático y posteriormente se extendió al resto de países del mundo. Sin embargo, no fue hasta principios del 2020 cuando la OMS declaró la pandemia de la COVID-19, generando una alerta sanitaria internacional.

En relación con otras pandemias que han surgido a través del tiempo, la COVID-19 tiene la particularidad de que al ser una enfermedad de tipo viral, se le atribuye una alta capacidad de transmisión de impacto potencial al extenderse rápidamente entre países en un corto periodo de tiempo, especialmente debido a la alta movilización de las personas de un país a otro y a la globalización que permite acortar distancias y traspasar las fronteras cada vez con mayor facilidad, favoreciendo a que el virus se propague fácilmente alrededor del mundo, por lo que la mayoría de los países optaron por tomar medidas y restricciones drásticas que buscan reducir el tráfico humano y, por ende, evitar la expansión del virus hacia su país principalmente y hacia los demás. Estas medidas han impactado la economía mundial, a algunas naciones en mayor proporción que a otras, dependiendo de la reacción y control que cada región haya implementado en resguardo de la salud de sus habitantes; asimismo ha golpeado fuertemente al sector turístico a nivel internacional por su tipo de actividad el cual resulta mayormente afectado con los confinamientos obligatorios y cierres de fronteras. Desde su aparición hasta inicios del mes de junio de 2020 este virus ha cobrado la vida de más 380.000 personas y el reporte de personas contagiadas registran más de 6,42 millones a nivel mundial (Lalanza, 2020).

Con base en la OMT (2020) el “Barómetro del Turismo Mundial” proporcionó datos que muestran los efectos directos ocasionados por la COVID-19. Las llegadas de turistas se redujeron en el mes de marzo en un 57% tras el inicio del confinamiento, trayendo consigo para

el 20 de abril de 2020 restricciones de viaje del 100% de los destinos, lo que significó una pérdida por 67 millones de llegadas de turistas internacionales y alrededor de 80.000 millones de USD en ingresos perdidos en exportaciones. La pandemia impactó primeramente la región de Asia y el Pacífico con un descenso del 35%, seguida de Europa con un declive del 19%, seguida de Américas, África y Oriente Medio con un -15% -12%, y -11% respectivamente, para el primer trimestre del 2020. Este impacto se vio reflejado en la reducción de viajes aéreos, pérdidas en el sector hotelero y se estima que entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo se encuentran en peligro. Se pronosticó que la economía global se contraería significativamente en un 3,0% para repuntar en el 2021 un 5,8% cuando la actividad económica se espera vaya retomando fuerza. Por su parte, el comercio mundial de mercancías se estimó caer entre un 13% y un 32% en el 2020.

Por otro lado, Fernández (2020) indicó que la disminución de las llegadas de turistas internacionales rondaría entre aproximadamente 290 y 440 millones en todo el mundo, de donde dicha reducción se resume en que el sector turismo dejaría de percibir alrededor de 450 billones de dólares durante el 2020, además de que los turistas pueden reducir sus gastos por dar prioridad a otras necesidades más básicas debido a la crisis económica, así como una afectación en el sector transporte que tiene una estrecha relación con el turismo, por ejemplo en aeronáutica las pérdidas se estimarían en 44% en relación con el año anterior, equivalentes a desapercibir 250 millones en el 2020.

Entre algunos de los países más afectados, se puede citar España, el cual no poseía mucha experiencia en relación con pandemias anteriores y para junio del 2020 se posicionaba entre los primeros diez países que contabilizaban más contagios a nivel mundial. Los primeros lugares los ocupaban Estados Unidos, Brasil y Rusia. De manera general, los países afectados indican problemas en términos de desempleo, contracción en el producto interno bruto, menor llegada de turistas y disminución en la cantidad de ingresos percibidos por parte de la actividad turística. Por supuesto, el grado de afectación varía en cada país de acuerdo con las medidas de contención que hayan implementado y las cifras recabadas corresponden a estimaciones realizadas por las diferentes organizaciones encargadas de estudiar el impacto en el sector. No obstante, la realidad

de las cifras puede variar conforme la pandemia avance y atraviere diferentes etapas y rebrotes que enfrente cada nación; por ejemplo, China logró mitigar un impacto mayor gracias a sus medidas de confinamiento drásticas, aunque en relación a los efectos en la industria de entretenimiento y cultural percibió ingresos de 1,45 billones (yuanes) para el 2019 y solamente 1,81 millones de yuanes para el 2020, mientras que España en primera instancia no demostró tanto interés y subestimó a la enfermedad (Fernández, 2020).

De acuerdo con un estudio de la CEPAL (2020) el producto interno bruto a nivel global se podría contraer al 2% para ese mismo año, y se evidencian otro tipo de afectaciones, por ejemplo en los mercados financieros, y una mayor acumulación de la deuda mundial. En cuanto al desempleo en el turismo, se prevé gran impacto en las micro y pequeñas empresas “cuyo peso en el sector de hoteles y restaurantes es muy grande: el 99% de las empresas y el 77% del empleo” (p. 13).

Según Cabello y Pulido (2020) indicaron:

El turismo es uno de los sectores que, por ser tan vulnerable, resulta con una afectación de manera inclemente por fenómenos que tienen su origen en situaciones terroristas, en algunos casos, y en otros, en factores tales como los desastres naturales, enfermedades infecciosas, epidemias y pandemias. (p. 9)

El turismo en Costa Rica inicia a formar parte de la historia a partir de 1900, es en este momento que el país incursiona en el mundo de ofertas y servicios, con el único fin de compensar al cliente. Para lograr satisfacer dichas necesidades, se funda la primera organización enfocada en el turismo, llamada Junta Nacional de Turismo. Con el paso del tiempo se convierte en el inicio de lo que actualmente es considerado como una institución pionera en el tema, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT); estos cambios son meramente necesarios debido al constante aumento de turistas al país (Cámara Costarricense de Hoteles, 2010). La principal finalidad de los turistas ha sido conocer el país verde que por muchos años se ha promocionado refiriéndose a la labor emprendedora en materia ambiental.

Como parte de la evolución que ha tenido, se puede observar que según datos del Instituto Costarricense de Turismo (2017) el turismo ha crecido considerablemente en comparación con años pasados. Esta tendencia al crecimiento ha sido afrontada por el país mejorando en términos de calidad, al ofrecer servicios completos que incluyen la visita a hermosas playas, aventuras, maravillas de la naturaleza y una interesante cultura.

Es necesario rescatar la importancia que posee para el país el crecimiento del turismo, el cual se ha convertido en una de las actividades económicas que crece con mayor rapidez. Este acontecimiento genera que se vincule al turismo con el desarrollo socioeconómico de los diferentes sectores de las unidades de planeamiento donde se da un máximo aprovechamiento de la ubicación geográfica, la diversidad en flora y fauna, condiciones climatológicas, entre otros atractivos del país. Por ello, Benavides (2019) señaló que la actividad turística provee más ingreso por divisas que aquellas exportaciones de cultivos que son considerados como tradicionales, además de su otro aporte con respecto al empleo para el 2019 ya que dicha actividad genera un 13,2% del total de empleo en Costa Rica. Estos datos muestran lo significativo que es el sector para el país y de ahí su relevancia como tema de investigación.

El país al igual que el mundo entero se ha visto fuertemente afectado por el impacto de la pandemia COVID-19 y para contrarrestar su efecto se tomaron medidas con el propósito de disminuir la tasa de contagio. El gobierno de la república ha establecido una serie de medidas en materia de salud pública, entre ellas destaca las restricciones en cuanto al acceso por vuelos, el cierre temporal de comercios como bares, en cuanto a los restaurantes su aforo se ha visto por completo disminuido con capacidad restringida. La situación anterior ha agravado el turismo en todo el país, pero principalmente en zonas como la Región Chorotega y el Pacífico Central. De acuerdo con el ICT (2018), el 56% de la oferta de habitaciones está concentrada en Guanacaste y Puntarenas.

Para el mes de octubre del 2020 los casos de contagio aumentaron; sin embargo, dada la crisis que enfrentaron diversos sectores del país, las medidas tomadas con anterioridad dieron un giro y poco a poco se dio la apertura de los diferentes sectores bajo la aprobación del

Ministerio de Salud. Por decreto ejecutivo los aeropuertos reabren sus puertas; según datos del ICT (2020) el acceso se encuentra condicionado a algunas medidas como formularios, pólizas de ingreso y pruebas COVID-19 con resultados negativos; en caso de incumplir con alguna de estos requerimientos el acceso se verá afectado e incluso negado.

La apertura gradual para una nueva normalidad va en camino en pro de ayudar a todas aquellas personas que han perdido su empleo frente a la crisis y como parte de ello, el ICT (2020) se pronuncia con medidas en áreas como mercadeo, promoción, producto, además capacitando al personal y proporcionando nuevas medidas de empleo. Otra de las disposiciones gira en torno a la inversión extranjera y nacional difundiendo a Costa Rica como un destino turístico lleno de muchos atributos por descubrir.

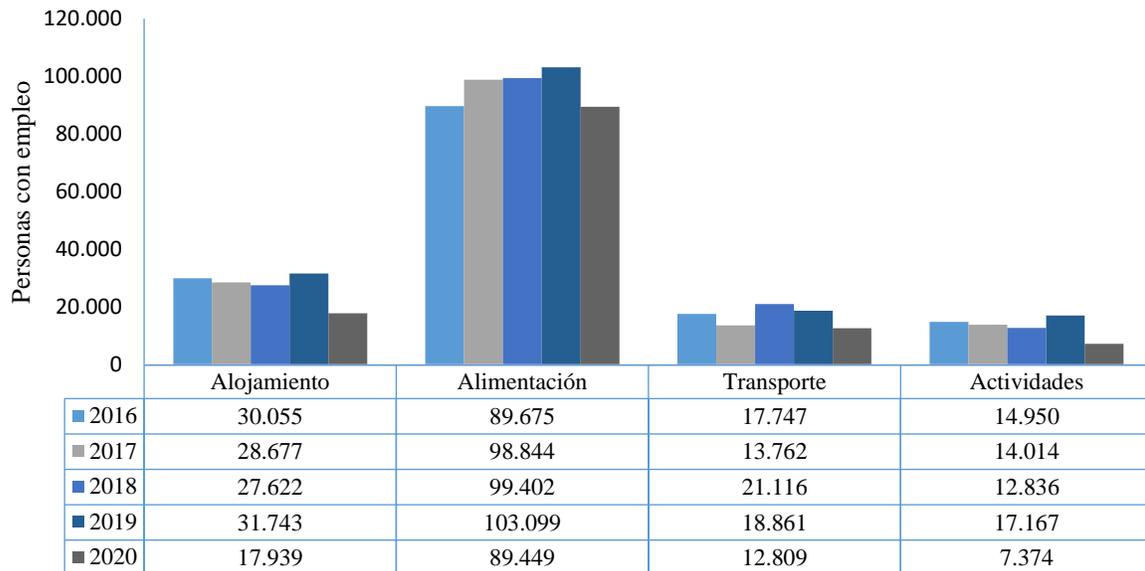
El impacto de la pandemia hacia Costa Rica ha generado grandes pérdidas, del mismo modo que para el resto del mundo donde se ha ocasionado grandes disturbios y se ha visto una desaceleración económica total. Según un estudio realizado por la CEPAL (2020) el turismo es uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19. En datos del mismo documento se evidencia que el turismo es un motor de la economía y gran fuente de empleo para el mundo. En 2019 representó el 42% de las exportaciones totales en el Caribe, y para lo que respecta a América significó un 10%. En el mismo documento se detalló que el turismo representó el 26% del PIB total en el Caribe y el 10% en América Latina.

## **1.2. Justificación**

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas (2020) la pandemia ha obligado a concebir una nueva esfera de desarrollo, en la cual realmente se establezca un equilibrio entre el progreso económico, social y ambiental, de la mano a como se prevé en la Agenda 2030 y los objetivos de Desarrollo sostenible (ODS). Entre los 17 objetivos del milenio se puede esperar que los siguientes se encuentran en camino de retroceso como consecuencia de los efectos de la pandemia COVID-19, entre ellos destacan: erradicar la pobreza, cero hambre, salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género, agua, limpieza y saneamiento, energía asequible y no

contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, ciudades sostenibles, paz y justicia e instituciones sólidas. Sin embargo, los siguientes objetivos se han visto favorecidos: alianzas para lograr objetivos, pone en claro la importancia de la colaboración internacional en materia de salud pública, e igualmente, aunque exista menor compromiso con el clima, ha presentado un menor impacto ambiental debido a la disminución de la producción y el transporte. Por consiguiente, según PNUD (2020) para reponer el equilibrio entre las personas, el planeta y ayudar a los países a recuperarse, es indispensable invertir en economías verdes.

La economía costarricense también ha experimentado una etapa de recesión debido a la pandemia COVID-19 y de igual manera el turismo como sector económico se vio afectado, sufriendo un efecto devastador del 100% como consecuencia de las medidas de cierre de fronteras durante el segundo y tercer trimestre del 2020. Tal como lo muestra el ICT (2019) el turismo ha desempeñado una función dinámica y representativa en la economía nacional, pues el gasto medio por persona (GMP) de los turistas no residentes fue de US\$ 1.190,3 en el 2019. El PIB turístico para el año 2016, último dato publicado, representó un valor agregado a la producción interna de un 6,3 %, aunque cabe destacar que el potencial turístico del país ha aumentado por la variedad de recursos naturales y territorios, por lo que este aporte espera sea aún mayor en la actualidad (ICT, 2016). Estos resultados muestran la importancia que representa el turismo en Costa Rica, ya que de esta actividad dependen muchas personas que laboran en actividades directamente relacionadas al turismo o indirectamente prestan sus servicios como: las agencias de viajes, servicios de reserva alojamiento, comidas y bebidas, transporte, artesanías, souvenirs, entre otras actividades, que permiten el aprovechamiento económico de los atractivos turísticos que como consecuencia de la pandemia han visto disminuidas sus labores, aumentando considerablemente el desempleo. En la Figura 2 se puede apreciar la variación de la población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico y cómo disminuyó considerablemente durante la pandemia.



*Figura 2* Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico 2016 – 2020

*Nota:* Elaboración propia con datos extraídos del INEC Encuesta Continua de Empleo (ECE).

Lo que demuestra que para el 2016 se encontraban 152.426 personas empleadas en actividades relacionadas al sector turístico y se evidenció un crecimiento positivo en los años 2017, 2018 y 2019. Sin embargo, para el 2020 hubo una disminución notable de 43.300 empleos en comparación con el año 2019, ya que solo 127.570 personas estaban laborando para este sector.

Costa Rica abrió sus fronteras el 1 de agosto del 2020 para reactivar la economía tras recibir la certificación “Safe Travels” (Viajes Seguros) del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (Garza, 2020), iniciativa que promueve el ingreso de turistas extranjeros quienes no solo escogen viajar a Costa Rica por sus bellezas naturales, sino también porque el país cuenta con un aspecto de salud y seguridad importante. En este sentido, Costa Rica se encuentra entre los seis países que obtuvieron las mejores calificaciones en la categoría de mejor atención de la salud en el mundo en el “Índice Global de Retiro Anual del 2019”. El primer lugar lo ocupa Malasia, seguido de Francia, Tailandia, Ecuador y finalmente Costa Rica, quien comparte el quinto lugar con México (Bustamante, 2019). Lo anterior evidencia que la atención médica es uno de los factores de mayor importancia considerados por los turistas antes de viajar o mudarse,

colocando a Costa Rica en una posición ventajosa frente a otros destinos en tiempos de pandemia.

El sistema de salud de Costa Rica es considerado un caso de éxito, pues ha demostrado estabilidad institucional al ofrecer atención primaria con un alto grado de coordinación intersectorial a nivel nacional. Al 2020 el país cuenta con 29 hospitales regionales y 1043 Equipos Básicos de Atención Integral en Salud (EBAIS), además se ha incorporado la creación de Expediente Digital Único en Salud (CCSS, 2017). Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (2020) Costa Rica ha tenido una calificación alta en muchas dimensiones de bienestar:

Tabla 1 *Costa Rica: Indicadores seleccionados en comparación con la OCDE*

<i>Indicador</i>	<i>Costa Rica</i>	<i>Promedio de países ALC de la OCDE</i>	<i>Promedio de la OCDE</i>
Satisfacción de vida	7,1	6,3	6,7
Esperanza de vida	80,4	76,6	80,7
Servicios básicos de saneamiento	98,4	93,6	98,3
Mortalidad infantil	7,9	12,0	3,8

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos de OCDE 2020.

La satisfacción con los servicios de salud ha llevado a resultados sociales notables, como una esperanza de vida relativamente larga (cerca de 80 años), una baja mortalidad infantil y la esperanza de vida excede la de muchos países de la OCDE.

Con la presente investigación se busca determinar los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, regiones caracterizadas por exuberantes atractivos turísticos como: el mar, pesca deportiva, surf, jardines botánicos, vista de aves de gran tamaño, flora y fauna, cavernas, aguas termales, territorios indígenas, entre otros.

Los cantones objeto de la presente investigación forman parte de la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur y que en general, atraía antes de la pandemia COVID-19 aproximadamente en promedio a un 10% de los turistas que visitaban Costa Rica, equivalente a poco más de 340 mil visitantes.

Por consiguiente, con el desarrollo del presente seminario se busca aportar conocimiento científico al proyecto “Análisis del sistema turístico de la Región Brunca” de la Universidad Nacional, con el fin de ser una fuente de información que ofrezca resultados sobre el impacto socioeconómico que han vivido los empresarios turísticos, especialmente en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito y al mismo tiempo incentivar el desarrollo de dichas regiones, pues actualmente no existen estudios a nivel regional que midan las consecuencias que la pandemia ha ocasionado en esta región del país.

### **1.3. Descripción y planteamiento del problema**

El turismo es uno de los sectores con mayor aporte en términos de generación de empleo y de contribución a la economía nacional. Para el 2019, el número de llegadas internacionales al país tuvieron un importante aumento respecto al 2018, rondando los 3.139.008, es decir, tuvo un crecimiento del 4,1%, superando el porcentaje del 4% correspondiente al crecimiento del turismo a nivel mundial (ICT, 2019c).

Costa Rica es reconocida mundialmente por todas las bellezas naturales que alberga, así como por las labores de conservación de su flora y fauna que implementan en resguardo de su patrimonio ecológico y cultural, la cual es una de las razones por las que los turistas se sienten atraídos de visitar sus destinos turísticos, donde el eje central y fundamental del producto turístico del país se encuentra basado en lo natural. Es decir, los elementos naturales han adquirido un valor no solo ecológico, sino también económico al mostrarse como un atractivo a disposición de los turistas de todo el planeta. Además, Costa Rica cuenta con gran variedad de opciones a las cuales recurrir para vacacionar, tales como áreas protegidas, playas, museos, montañas, biodiversidad, entre muchos otros paisajes y lugares que enriquecen aún más sus atributos, sin olvidar el hecho de que aloja a la Isla del Coco, una de las designadas en 2002 a

formar parte de las siete maravillas del mundo y que es Patrimonio Mundial de la Humanidad, por lo que su impacto a nivel de economía y cultura le vuelven una actividad primordial para el progreso y el desarrollo costarricense (Vargas, 2009). Tal situación la reafirma Benavidez (2020) al indicar que:

El país posee una oferta de productos turísticos amplia y variada; dentro de la cual se cuenta con un sistema de parques nacionales y áreas protegidas, que cubren alrededor de un 25% del territorio nacional, con gran variedad de flora y fauna, que se estima contiene un 5% de la biodiversidad del mundo. (p.26)

Además, este sector genera una mayor cantidad de ingresos por divisas que incluso las exportaciones del conjunto de algunos cultivos tales como el café, la piña y el banano, los cuales son conocidos por ser productos tradicionales de la nación. Así mismo, esa situación refleja la gran ventaja competitiva que representa para el país contar con este tipo de atractivos para los turistas (Benavidez, 2020).

De acuerdo con un estudio realizado por el ICT, que comprende los periodos 2013-2019, se determinó que el motivo principal por el cual los turistas visitaron el país en el 2019, corresponde en primer lugar a motivos personales, donde de los más de tres millones de llegadas internacionales, las encuestas de salida que se realizaron a los turistas en el aeropuerto reflejaron motivos tales como; vacaciones, recreo y ocio, seguido por visitas a familiares y amigos, educación y formación, salud y atención médica, entre otros. Otras razones abarcan cuestiones de negocios y motivos profesionales tales como; conferencias o congresos, y otros motivos profesionales como reuniones, ferias o exposiciones (ICT, 2019c).

La zona sur del país también representa una cantidad importante de la actividad turística, entre algunos de los destinos más relevantes que se pueden encontrar en el cantón de Coto Brus, destacan La Laguna El Zoncho, la Zona Protectora las Tablas, Finca Cántaros, Cascada Canasta, Cascada Kamaquiri, Estación Biológica las Cruces entre otros. Por su parte, en el cantón de Corredores se encuentran las plantaciones de palma africana y de banano, las Cavernas de Ciudad Neilly, el Turístico rural Rancho Manú, y la zona fronteriza en Paso Canoas. En el

cantón de Golfito existe gran cantidad de playas entre las que cabe mencionar Playa Cacao, Playa Zancudo y Playa Gallardo, además de atractivos como el Parque Nacional Corcovado, el Depósito Libre Comercial, entre otros (ICT, 2011).

Además, Ruíz (2020) en referencia al economista Fernando Naranjo, presidente de Consejeros Económicos y Financieros S.A. (CEFSA) recalcó que durante el 2019 se generaron alrededor de 211.000 puestos de trabajo a nivel del empleo en el sector turismo. No obstante, es uno de los sectores mayormente afectados a raíz de la emergente crisis por la pandemia COVID-19, debido a las restricciones a la movilización humana y a las prohibiciones de operación de algunas empresas sobre todo turísticas, que tienen repercusiones a nivel de empleo, generación de ingresos, y en la contribución al PIB; como consecuencia la actividad turística nacional para finales del 2020 prevé pérdidas significativas del 52% a nivel de empleos, dejando de percibir un total aproximado que ronda los 2400 a 2500 millones de dólares al final de año, por lo que las proyecciones alertan desde a los economistas, empresarios y trabajadores de la industria.

El presente estudio surge por la relevancia y la actualidad del tema, el cual consiste en investigar la situación real que enfrentan las empresas del sector turismo específicamente en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito debido a la pandemia del SARS-CoV-2, el cual conllevará a la generación de información oportuna para conocer el nivel de afectación y los efectos tanto directos como indirectos evidenciados producto de esta pandemia. De este modo, toda esta situación genera el siguiente problema de investigación:

#### **1.4. Interrogantes de la Investigación**

De acuerdo con los argumentos esbozados en las páginas precedentes, se procede en este apartado a plantear el problema de investigación y los subproblemas que guiarán el desarrollo del trabajo.

### **1.4.1. Interrogante General**

¿Cuáles son los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021?

### **1.4.2. Interrogantes Específicas**

- ¿Cómo han sido las condiciones de mercado antes y durante la crisis que afecta al sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito?
- ¿Cuál es el impacto ocasionado en el nivel de empleo de las empresas del sector turismo, por la pandemia del COVID-19 en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021?
- ¿Cuáles acciones han sido tomadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, para mantenerse y mitigar el impacto de la actual pandemia del COVID-19?
- ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización y comunicación emprendidas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante y posterior a la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19?
- ¿Qué acciones ha implementado la institucionalidad pública para apoyar la reactivación económica de las empresas del sector turismo en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito?
- ¿Cuánto ha sido el impacto económico que el sector turismo ha tenido en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito antes de la pandemia y durante la pandemia?

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Comparar las condiciones de mercado antes y durante la crisis que afecta al sector turismo en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.
- Describir el impacto ocasionado en el nivel de empleo de las empresas del sector turismo, por la pandemia del COVID-19 en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021.
- Identificar cuáles han sido las acciones tomadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, para mantenerse y mitigar el impacto de la actual pandemia del COVID-19.
- Describir las principales estrategias de comercialización y comunicación emprendidas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante y posterior a la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19.
- Determinar la percepción del empresario turístico de las acciones emprendidas por la institucionalidad pública para apoyar la reactivación económica de las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.
- Analizar el impacto financiero que las empresas del sector turismo han tenido en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, antes de la pandemia y durante la pandemia.

### **1.6 Modelo de Análisis**

Seguidamente se llevará a cabo la conceptualización, operacionalización e instrumentalización de cada una de las variables a desarrollar en la presente investigación.

#### **1.6.1 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable condiciones de mercado.**

Para la conceptualización de la variable condiciones de mercado, se puede definir como el lugar en el cual interaccionan tanto los oferentes, los demandantes y el producto en sí, es decir, todos aquellos que poseen de alguna manera influencia sobre estos en un lugar físico o

virtual en el cual se encuentran todos estos individuos (Navarro, 2012). Además, este autor indicó que:

Antes de empezar a definir cuál es el mercado en el que se mueve la empresa, hay que realizar un análisis más genérico, ya que todo mercado pertenece a un entorno general y en un entorno sectorial. Se podría definir el entorno de una organización como el conjunto de fuerzas directas e indirectas y controlables e incontrolables que ejercen influencia, desde un ámbito microeconómico y macroeconómico, en todas las acciones, decisiones y resultados de la empresa. (p. 3)

Algunos mercados muestran condiciones de su entorno más prósperas en término de mantener los precios y otros elementos de manera más equilibrada, mientras que en otros mercados se muestran con mayores barreras de entrada y asimetrías dada la gran cantidad de empresas existentes. Tal argumento lo afirmó Pellisé (2010) al explicar algunas reglas de los mercados en competencia perfecta haciendo énfasis en que surgen cuando aquellas empresas que producen productos y servicios similares en las cuales “no existen barreras a la entrada o a la salida; los productores y consumidores tienen información completa y simétrica, no tienen que asumir costes de transacción, son precios aceptantes y, finalmente, no hay externalidades” (p. 6).

Por lo tanto, se puede entender como el contexto o el escenario bajo el cual los demandantes y oferentes realizan los intercambios de un bien o un producto e interaccionan para establecer el precio de estos, sin que ninguna de estas partes pueda influir y obtener alguna ventaja sobre otros, bajo el supuesto de competencia perfecta. Entonces, para el presente trabajo se refiere a todas las condiciones relacionadas a cómo se encuentra en un determinado momento dicho mercado y algunos aspectos que le caracterizan, por ejemplo, la cantidad de competidores existentes, cantidad de demandantes, nivel de competencia, características de su segmento de mercado, entre otros.

Esta variable será operacionalizada a partir de los indicadores que se han definido para la misma como lo son: servicios que ofrece el negocio, el número de visitantes a la unidad, edad

de los visitantes a la unidad, condición de los turistas que visitan el negocio, medios de reservación utilizados por los turistas, promedio de estadía del turista, nacionalidad de los turistas, promedio de estadía de los turistas, y motivo principal de visita, principales atractivos de la región, tipos de turismo en la zona, cantidad de hoteles y empresas relacionadas a actividades turísticas. En cuanto a la instrumentalización de esta variable, la misma se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas que se logren ubicar, además por medio de las preguntas M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7 y M8 correspondientes al módulo 2 del cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información.

### **1.6.2 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable periodo de tiempo.**

Para la conceptualización de la variable periodo de tiempo se tomó en cuenta el aporte de Fernández (2010) quien lo definió como el espacio dentro del cual se mide de manera temporal, los términos, sucesos e incluso el conocimiento incurrido en el pasado, presente y en el futuro de manera que permite explicar la evolución, el progreso y los cambios surgidos dentro de cada uno. Así mismo, explicó que existen algunos adverbios de localización temporal que hacen referencia al cuándo, tales como: antes, ahora, después, ayer, hoy y mañana, que contribuyen al aprendizaje humano para describir la temporalidad dentro de la cual se encuentra un hecho y poder responder a los cuestionamientos sobre en qué momento o cuándo sucedió y lograr una mayor comprensión de este. Al mismo tiempo, este autor indicó que:

lo que marca el paso de un período histórico a otro son cambios que afectan las estructuras sociales existentes, la organización política, la economía, la cultura y la vida de las personas en general. La periodización es una parte de la construcción de la historia que ayuda a estructurar también la narración histórica. Comprender la periodización también es una forma de dominio o de control sobre el tiempo histórico. (p.296)

Por otro lado, algunos autores hacen alusión a conceptos más filosóficos entre si el tiempo existe o no, ya que los hechos pasados ya han surgido mientras que el futuro no existe

aún en el momento del presente en que se menciona. Para ello, Navarro (2006) mencionó al tiempo como algo que es misterioso, ya que “palpita entre la existencia y la inexistencia, entre el conocimiento y el desconocimiento” (p. 3). A esto le atribuyó igualmente límites existentes en el tiempo; es decir, que el pasado y el futuro poseen una fecha de inicio y de finalización, ya sea por medio de recuerdos y pensamientos, se les asigna fechas a situaciones para hacer alusión al momento en que ocurren y que permite a las personas orientarse en un periodo o etapa específica dentro del cual acontecen sucesos específicos.

Desde épocas antiguas existen muchos conceptos diferentes a la hora de definir el término “periodo de tiempo”, por ejemplo, Zubiri (1976) hace referencia a la continuidad que es inherente al tiempo al indicar que “este continuo lo concebimos naturalmente como abierto, como una línea infinita sin carácter cíclico, pero ordenada. En este continuo la línea del tiempo tiene una dirección fija: es un irrepetible e irreversible ir desde un «antes» hacia un «después»” (p. 14).

Por lo tanto, para el presente trabajo en contexto con la pandemia COVID-19 y como consecuencia de los grandes cambios experimentados en el orden mundial, se define periodo de tiempo como el espacio, rango o lapso durante el cual suceden una serie de eventos, circunstancias o acontecimientos que hacen alusión a una etapa específica de la historia, describiendo el momento en que ocurre un suceso y en el que este termina, marcando el nuevo inicio de otro intervalo en el que emergen nuevos cambios y hechos diferentes. Es decir, permite la descripción espacial y temporal del momento en que surge cada aspecto de la vida diaria. Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: antes 2019 y durante 2020, y su instrumentalización se realizará por medio de la búsqueda de información en fuentes bibliográficas.

### **1.6.3 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable impacto**

Para esta variable se toma el aporte de Bello (2009) el cual estableció que el impacto está conformado por el efecto causado por un acontecimiento en la población o en el entorno, sea o no deseado y de esta forma también será posible examinar sus consecuencias ya sean

positivas o negativas. Por otro lado, el autor Aedo (2005) expresó que se debe determinar si existe o no una relación de causa-efecto entre el suceso y los resultados obtenidos, pues también puede haber otros componentes que influyen durante el periodo de intervención, que están correlacionados con los resultados y que no han sido causados por este hecho. Es decir, la evaluación del impacto se basa en el contraste entre la situación causante y lo que ocurre una vez que los efectos se han dado a conocer, esto con el fin de revelar los cambios que se pueden atribuir al evento a evaluar. Por lo tanto, el impacto se puede definir como los efectos o cambios generados a partir de una situación en específico.

Para el presente trabajo esta variable será evaluada en relación con los cambios ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turístico. Además, los autores Rodríguez y Cobas (2008) afirmaron que el impacto puede contener un carácter cuantitativo y cualitativo y su evaluación requiere un análisis exhaustivo de información, aplicación de encuestas y análisis estadísticos. En cuanto al presente trabajo, esta variable será operacionalizada por medio de los siguientes indicadores: niveles de ingresos, rentabilidad y liquidez, además de las inversiones, personal de las empresas y precios. Para instrumentalizar esta variable se utilizará un cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información mediante las preguntas I1, I2, I3, I4, I5, I6 y I7 correspondiente al módulo cuatro y al mismo tiempo se obtendrá información de las cámaras de turismo y responsables institucionales.

#### **1.6.4 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable empleo**

La variable empleo se ha conceptualizado para el presente seminario tomando en cuenta el aporte de Neffa (2000) el cual expresó que se conoce como empleo a la relación que enlaza el trabajo realizado por una persona con la organización para la cual labora, esta tiene permanencia en el tiempo y es de carácter mercantil, pues por la labor realizada el empleado obtiene a cambio un salario justo que le es consignado según el periodo que se establezca.

Por otra parte, según Barba (2011) es importante tener claro que este concepto es distinto del término trabajo, debido a que este último no necesariamente tiene una retribución económica y puede verse reflejada en cualquier tipo de actividad o tareas indispensables para cubrir las

necesidades básicas del ser humano como la higiene, educación, limpieza y alimentación; por lo tanto, se debe entender que toda persona tiene trabajos, sin embargo, no todas poseen empleo.

Además, según la Organización Internacional del Trabajo (2015) existe trabajo para todas las personas que lo busquen y que deseen ingresar al ámbito laboral, en donde este empleo será tan productivo como le sea posible y los individuos tendrán la libertad de elegir el tipo de empleo en el que anhelan laborar. En otros términos, el empleo es la actividad mediante la cual una persona es contratada para realizar una actividad específica por la que recibe una remuneración a cambio y esta relación laboral le otorga garantías, entre ellas destaca la protección por las leyes, así el trabajador tiene la seguridad de que cuenta con las condiciones dignas para realizar su labor, como lo son una jornada limitada, descansos, vacaciones pagadas y seguro social.

Esta variable será operacionalizada por medio de los indicadores: contrataciones de personal, tasas de desempleo, reducción de jornadas y porcentaje de despido como consecuencia de la pandemia COVID-19. Para instrumentalizar esta variable se utilizará un cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información por medio de las preguntas E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9 y E10 correspondiente al módulo 5 y al mismo tiempo por medio de recolección de datos del INEC y datos proporcionados por las municipalidades de los cantones en estudio.

#### **1.6.5 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable pandemia**

La variable pandemia se ha conceptualizado para el presente seminario tomando en cuenta el aporte de la OMS (2010) quien definió pandemia como:

La propagación mundial de una nueva enfermedad. Se produce una pandemia de gripe cuando surge un nuevo virus gripal que se propaga por el mundo y la mayoría de las personas no tienen inmunidad contra él. Por lo común, los virus que han causado pandemias con anterioridad han provenido de virus gripales que infectan a los animales.  
(párr. 2)

Además, pandemia se refiere a:

La propagación de una nueva enfermedad. Para que se declare el estado de pandemia se tienen que cumplir dos criterios: que el brote epidémico afecte a más de un continente y que los casos de cada país ya no sean importados sino provocados por transmisión comunitaria. (Pulido, 2020, párr. 7)

Por otra parte, Roselli (2020) indicó que el término pandemia podría aplicarse a “cualquier epidemia que logre extenderse ampliamente, es decir una enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región” (p. 169).

Para efectos del presente seminario se define pandemia como una nueva enfermedad que se propaga hacia diferentes regiones, en las cuales sus habitantes no se encuentran inmunizados, causando gran cantidad de contagios en una determinada zona, extrapolándose a diferentes países y continentes por lo que se sobrepasa el número de contagios esperados y las consecuencias persisten en el tiempo.

Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: cantidad de contagios positivos en el sector turismo, trazabilidad de los contagios, población más afectada por el desempleo, interrupción de las actividades, cierre de empresas y lugares de trabajo, trabajo no remunerado y tasa de desempleo. En cuanto a la instrumentalización de esta variable, se contempla por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas.

#### **1.6.6 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable acciones**

La variable acciones para el presente seminario ha sido conceptualizada tomando en cuenta el aporte de Chialvo (2006) quien definió que “La palabra acción proviene del latín agere, hacer, obrar. La amplitud de esta palabra es superada difícilmente por otra alguna; pues toda la vida es acción, y solo existe inacción absoluta corporal al menos en la muerte y en la nada” (párr.1).

También por medio del aporte de Matheus (2000) en su análisis enfoca la acción al ámbito jurídico y lo describe de la siguiente manera:

Acción no es la facultad de invocar tutela para un derecho sino sólo la facultad de imponer la propia facultad en vía judicial, y el ordenamiento jurídico romano no era el ordenamiento de los derechos, sino de las pretensiones judicialmente perseguibles y, en tal sentido, en Roma lo decisivo no era tener derecho sino poder accionar. (p.4)

Por tanto, acción se puede definir como la manera de realizar un acto o algún hecho, o bien un efecto que produce realizar ese acto, es también aquella posibilidad de actuar en diversos ámbitos.

Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: medidas llevadas a cabo durante la crisis, objetivos planteados e iniciativas implementadas en cuanto a salud. La instrumentalización de esta variable se realizará por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas, recolección de información por medio de las cámaras de turismo de los catones de Coto Brus, Corredores y Golfito y además un cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información por medio de las preguntas A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 correspondiente al módulo cinco.

#### **1.6.7 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable estrategia**

La variable estrategia se ha conceptualizado para la presente investigación tomando en cuenta el aporte de Rivera y Malaver (2011) desde su concepción en el arte militar de dirigir, definieron estrategia de la siguiente manera:

Gestión de la coordinación del trabajo cooperativo orientado, esto es, el desarrollo del ejercicio del poder para mantener el control en la asignación de recursos y poseer nuevos territorios en posiciones privilegiadas que faciliten doblegar al contrario y tomar dominio y propiedad de nuevos recursos. (p.6)

Por otra parte, la siguiente definición conceptualiza la estrategia en el ámbito empresarial:

La estrategia de una empresa puede ser mejor que la de otra sin importar el tamaño, no necesariamente tiene que ser la más grande para poder salir adelante. Lo importante es que se tengan definidos los objetivos a los cuales se apunta, se cuente con el conocimiento y los deseos de echar a andar el proyecto hacia adelante. (Contreras, 2013, p.159)

También se tomó en cuenta el aporte de los autores Mintzberg y Quinn (1991) quienes definieron estrategia dando un enfoque a la administración como "el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar" (p.5).

Por lo tanto, estrategia se puede definir como una serie de acciones o una planificación de objetivos propuestos ya sea por una persona u organización llevándose a cabo con un fin determinado.

Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: cantidad de publicidad y campañas realizada para atraer turistas, fuentes de financiamiento, cantidad de reducción de empleo, estrategias en precios y costos, mecanismos de teletrabajo. En cuanto a la instrumentalización de esta variable, se realizará por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas, recolección de información por medio de la cámara de turismo y además se utilizará un cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información por medio de las preguntas S10 y S11 correspondiente al módulo seis.

#### **1.6.8 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable comercialización**

Los autores Govea, Mojica y Estrada (2012) definieron comercialización como "la actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes, este intercambio es parte

fundamental en el comercio e impacta el mercado de los bienes, servicios y propiedad intelectual" (p.1).

Por otro lado, Caamaño (2011) manifestó que comercialización es "aquella que canaliza las motivaciones de la demanda hacia una relación mercantil, a ponerlo en contacto los productos o servicios con los mercados" (p.175).

Además, para lograr un concepto más claro la Organización Internacional de Trabajo (2016) definió comercialización de la siguiente manera "La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia" (p.3).

En síntesis, se puede definir como un intercambio comercial, donde se completa la compra-venta de bienes o servicios entre los clientes. Por medio de la comercialización el consumidor logra satisfacer la demanda de un determinado producto, y la organización obtiene a cambio una ganancia económica. En este caso, la presente variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: producto, precio, plaza y promoción. Para instrumentalizar esta variable se utilizará un cuestionario para la recolección de la información por medio de las preguntas S4, S5, S6, S7 y S8 correspondiente al módulo 6 denominado estrategia.

#### **1.6.9 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable promoción**

Para la variable promoción se encuentra diversa información, el autor Monferrer (2013) definió promoción de la siguiente manera "La promoción engloba al conjunto de actividades de corta duración dirigidas a intermediarios, vendedores o consumidores que, mediante incentivos o realización de actividades, tratan de estimular la demanda a corto plazo o aumentar la eficacia de vendedores" (p.163).

Asimismo, los autores Clow et al. (2010) manifestaron que se puede comprender promoción como los "incentivos ofrecidos a los clientes y miembros del canal para estimular las compras de productos" (p.324).

Otro aporte es el de Marcial (2015) quien conceptualizó promoción de la siguiente manera, "La promoción será toda comunicación de carácter persuasivo dirigida a un público o segmentos y que tiene como fin incentivar a corto, medio o largo plazo el uso de los servicios de información" (p.70).

Con base en las aportaciones mencionadas anteriormente, se comprende que la promoción es un conjunto de actividades que se realizan con el fin de darle un incentivo a un determinado bien o servicio, dicho valor lo convierte en un atractivo para el cliente y este se sentirá motivado a adquirirlo. Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: publicidad, ventas y participación. Para instrumentalizar esta variable se utilizará un cuestionario para la recolección de la información por medio de las preguntas S1, S2 y S3 correspondientes al módulo seis de estrategias.

#### **1.6.10 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable percepción**

Para definir la percepción se considera el aporte de la psicología de acuerdo con la Teoría Gestalt:

Un proceso de extracción y selección de información relevante encargado de generar un estado de claridad y lucidez consciente que permita el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles en el mundo circundante. Se puede afirmar que, de la enorme cantidad de datos arrojados por la experiencia sensorial (luz, calor, sonido, impresión, táctil, etc.), los sujetos perceptuales toman tan solo aquella información susceptible de ser agrupada en la conciencia para generar una representación mental. (Ovidio, 2004 p.2)

Para Oyarbide (2004) "La percepción se asienta sobre la formulación de hipótesis y sobre la toma de decisiones, influyendo en ella las necesidades, valores y deseos del sujeto" (p.1). Así pues, concluyó que existen determinantes formales y funcionales en la percepción. Los determinantes formales hacen referencia a las propiedades de las estimulaciones y del aparato

receptor y por su parte, los determinantes funcionales a las necesidades, emociones, actitudes, valores y experiencias del perceptor.

De acuerdo con Castilla (2006) la percepción consta de dos procesos:

Primero, la remodelación o selección del enorme caudal de datos que nos llegan del exterior, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria, segundo, un intento de ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros y de ese modo, evitar o reducir la sorpresa. (p.2.)

Para el presente trabajo se conceptualizará la variable percepción como la representación de la realidad experimentada por el empresario turístico como consecuencia los aportes recibidos por la institucionalidad pública a causa de la pandemia COVID-19.

Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: Grado de satisfacción de los empresarios turísticos en relación con las acciones implementadas por la institucionalidad pública para la reactivación económica y nivel de desempeño de instituciones públicas de turismo. La instrumentalización de esta variable se llevará a cabo por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas, además de las preguntas P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23 y P24 correspondiente al módulo siete del cuestionario, instrumento diseñado para la recolección de la información. Además, las entrevistas a profundidad que se han planteado para la recolección de los impactos y efectos que ha ocasionado la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, pertenecientes a la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur.

#### **1.6.11 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable institucionalidad pública**

Huenchuan (2016) afirmó que “el estudio de las instituciones se refiere al análisis de las reglas formales, los procedimientos de cumplimiento y las prácticas operativas mediante las

cuales se estructuran las relaciones de los individuos en diversas unidades de gobierno, así como entre el Estado y la sociedad” (p.10).

Para Hodgson (2001) Las instituciones son consideradas como regularidades generales de comportamiento social o “las reglas del juego en la sociedad o las restricciones desarrolladas por humanos que dan forma a la interacción humana engloban no sólo organizaciones” (p. 16). Tal definición no solo comprende organizaciones como corporaciones, bancos, y universidades sino también entidades sociales sistemáticamente integradas tales como el dinero, lenguaje y el derecho.

Por su parte, para Rodríguez (2014) la institucionalidad pública consta de:

Una serie de decisiones o de acciones, intencionalmente coherentes, tomadas por diferentes actores, públicos y a veces no públicos cuyos recursos, nexos institucionales e intereses varían a fin de resolver de manera puntual un problema políticamente definido como colectivo. Este conjunto de decisiones y acciones da lugar a actos formales, con un grado de obligatoriedad variable, tendentes a modificar la conducta de grupos sociales que, se supone, originan el problema colectivo a resolver (grupos-objetivos), en el interés de grupos sociales que padecen los efectos negativos del problema en cuestión (beneficiarios finales). (p.2)

Para el presente seminario se conceptualizará la variable institucionalidad pública como el sistema de repuestas o alternativas de solución ofrecidas por las entidades estatales locales ante la crisis y sus implicaciones políticas y económicas a nivel regional. En este caso, la presente variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: medidas implementadas para reactivar el turismo de la zona, calidad de los servicios públicos ofrecidos a los empresarios turísticos, nivel de desarrollo económico y cantidad de decretos o leyes. La instrumentalización de esta variable se llevará a cabo por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas.

### **1.6.12 Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable estructura financiera**

La conceptualización de la variable estructura financiera se toma a partir del aporte de Jiménez, F. y Palacín, M. J. (2007) quienes definieron la estructura financiera como:

La combinación de recursos propios y ajenos utilizados por las empresas para financiar sus inversiones, es decir, existe una combinación de recursos propios y ajenos que maximiza el valor de mercado de la empresa y minimiza el coste medio de los recursos. Ese óptimo de deuda se alcanza donde se equilibran los beneficios y costes asociados a una unidad adicional de deuda. (p. 10)

Según Peujio y Domínguez (2019) la estructura financiera es:

La combinación entre financiamiento interno y externo que utilizan las empresas para financiar sus actividades. No obstante, cuando esta combinación privilegia el financiamiento externo, y ello se conjuga con un ambiente de inestabilidad financiera, puede poner en riesgo la supervivencia de las empresas, y transmitir sus efectos negativos al resto de la economía. (p. 10)

También, se entiende la estructura financiera como “la combinación entre los recursos propios y ajenos de corto y largo plazo, y a la estructura de capital como los recursos de largo plazo con que cuenta la organización” (Virgen y Rivera, 2012, p. 178).

En el desarrollo del presente seminario se define la estructura financiera como una combinación de deuda a corto y largo plazo y capital utilizado por las empresas para financiar sus activos y operaciones, es decir constituye los pasivos del negocio, incluido el capital, las deudas y las obligaciones de la empresa. Las organizaciones pueden usar su propio dinero o dinero prestado para recaudar fondos, la relación entre una cantidad y otra es la estructura de capital.

Esta variable será operacionalizada mediante los siguientes indicadores: necesidades de financiamiento, uso del crédito otorgado, condiciones de financiamiento, divisa del crédito, garantía del crédito, fuentes para costear gastos, reducción de costos. Para instrumentalizar esta variable se utilizará un cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información por medio de las preguntas F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F 10, F11, F12, F13 y F14 correspondientes al módulo ocho.

Tabla 2 Resumen del Modelo de Análisis

Objetivo Especifico	Variables	Definición conceptual	Operacionalización	Instrumentalización	Fuentes de información
<b>Comparar las condiciones de mercado antes y durante la crisis que afecta al sector turismo en los cantones de la zona Sur.</b>	Condiciones de mercado	Son todas las condiciones relacionadas a cómo se encuentra en un determinado momento dicho mercado y algunos aspectos que le caracterizan, tales como, la cantidad de competidores existentes, cantidad de demandantes, nivel de competencia, y otros.	Servicios que ofrece el negocio, el número de visitantes a la unidad, edad de los visitantes a la unidad, condición de los turistas que visitan el negocio, principales atractivos de la región, tipos de turismo en la zona, cantidad de hoteles y empresas relacionadas, nacionalidad de los turistas, promedio de estadía de los turistas y motivo principal de visita.	Análisis documental de las principales fuentes bibliográficas y por medio de un cuestionario por medio de las preguntas M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7 y M8 correspondientes al módulo dos.	-Empresarios del sector turístico -Cámaras de Turismo.
	Periodo de tiempo	Es el espacio, rango o lapso durante el cual suceden una serie de eventos o acontecimientos que hacen alusión a alguna etapa específica de la historia.	Antes 2019 y durante 2020	Fuentes bibliográficas	-Fuentes bibliográficas

Nota: Elaboración propia.

Continuación de Tabla 2 *Resumen del Modelo de Análisis*

Objetivo Especifico	Variables	Definición conceptual	Operacionalización	Instrumentalización	Fuentes de información
<b>Describir el impacto ocasionado en el nivel de empleo de las empresas del sector turismo, por la COVID-19 en los cantones de la zona Sur.</b>	Impacto	Cambios efectuados por un acontecimiento específico, estos efectos ocasionados pueden ser positivos o negativos.	Niveles de ventas durante la pandemia y la variación porcentual de clientes.	Aplicación de un cuestionario, por medio de las preguntas I1, I2, I3, I4, I5, I6 e I7 correspondiente al módulo cuatro e información bibliográfica.	-Empresarios del sector turístico -Institucionales responsables -Cámaras de turismo
	Empleo	Labor realizada por una persona a cambio de un salario justo por medio de un contrato laboral.	Contrataciones de personal, las tasas de desempleo y el porcentaje de despidos.	Recolección de datos y la aplicación de un cuestionario, por medio de las preguntas E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9 Y E10 del módulo cinco.	-Empresarios del sector turístico -Municipalidades -INEC
	Pandemia	Es una enfermedad nueva que se extiende a muchos países y continentes, sobrepasa el número de casos esperado y persiste en el tiempo.	Contagios, interrupción de las actividades, cierre de empresas, trabajo no remunerado.	Se contempla por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas.	-Fuentes Bibliográficas
<b>Identificar cuáles han sido las acciones tomadas por las empresas del sector turismo de los cantones de la zona Sur, para mantenerse y mitigar el impacto de la COVID-19.</b>	Acciones	Manera de realizar un acto o algún hecho, o bien un efecto que produce realizar ese acto.	Medidas realizadas, objetivos planteados e iniciativas implementadas en cuanto a salud.	Análisis documental de las principales fuentes bibliográficas y aplicación de cuestionario por medio de las preguntas A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 correspondiente al módulo cinco.	-Empresarios del sector turístico -Cámaras de turismo -Fuentes bibliográficas
	Estrategia	Serie de acciones de algo que se propone, la cual se llevará a cabo con un fin determinado, alcanzar una meta.	Publicidad y campañas realizadas para atraer turistas, estrategias en precios y costos.	Análisis documental de las principales fuentes bibliográficas y aplicación de un cuestionario por medio de las preguntas S10 y S1 correspondiente al módulo seis.	-Empresarios del sector turístico -Cámaras de turismo -Fuentes bibliográficas

*Nota:* Elaboración propia.

Continuación de la Tabla 2 *Resumen del Modelo de Análisis*

<b>Objetivo Específico</b>	<b>Variabes</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Operacionalización</b>	<b>Instrumentalización</b>	<b>Fuentes de información</b>
<b>Describir las principales estrategias de comercialización y comunicación emprendidas por las empresas del sector turismo de los cantones de la zona Sur, durante y post la crisis.</b>	Comercialización	Intercambio comercial, donde se completa la compra/ventas de bienes o servicios entre los clientes y compradores.	Producto, precio, plaza y promoción.	Se utilizará un cuestionario por medio de las preguntas S4, S5 S6, S7 y S8 del módulo seis y análisis documental de información.	-Empresarios del sector turístico de la zona Sur -Sitios internet
	Promoción	Incentivo de un bien o servicio, dicho valor lo convierte en un atractivo para el cliente y este se sentirá motivado a adquirirlo.	Publicidad, ventas y participación.	Se utilizará un cuestionario por medio de las preguntas S1, S2 y S3 del módulo seis y un análisis documental de información.	-Instituciones públicas -Empresarios del sector turístico de la zona Sur
	Percepción	Representación de la realidad experimentada por el empresario turístico como consecuencia los aportes recibidos por la institucionalidad pública.	Satisfacción de los empresarios turísticos con las acciones implementadas por la institucionalidad pública para la reactivación económica y nivel de desempeño de instituciones públicas.	Análisis documental de fuentes bibliográficas, además por medio de las preguntas P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23 y P24 del módulo siete del cuestionario.	-Empresarios del sector turístico de la zona Sur -Cámaras de Turismo.
<b>Determinar la percepción del empresario turístico de las acciones emprendidas por la institucionalidad pública para apoyar la reactivación económica de las empresas del sector turismo de los cantones de la zona Sur.</b>	Institucionalidad Pública	Alternativas de solución ofrecidas por las entidades estatales locales ante la crisis y sus implicaciones políticas y económicas a nivel regional.	Medidas implementadas para reactivar el turismo, calidad de los servicios públicos y nivel de desarrollo económico y cantidad de decretos.	Análisis bibliográfico de decretos o leyes.	-Fuentes bibliográficas

*Nota:* Elaboración propia.

Continuación de Tabla 2 *Resumen del Modelo de Análisis*

<b>Objetivo Especifico</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Operacionalización</b>	<b>Instrumentalización</b>	<b>Fuentes de información</b>
<b>Analizar el impacto financiero que el sector turismo ha tenido en los cantones que componen los cantones de la zona Sur antes de la pandemia y durante la pandemia.</b>	Estructura Financiera	Es la combinación de deuda a corto plazo, deuda a largo plazo y capital utilizado por las empresas para financiar sus activos y operaciones, es decir constituye los pasivos del negocio, incluido el capital, las deudas y las obligaciones de la empresa.	Necesidades de financiamiento, uso del crédito otorgado, condiciones de financiamiento, divisa del crédito, garantía del crédito, fuentes para costear gastos, reducción de costos.	Se utilizará un cuestionario que se ha diseñado para la recolección de la información por medio de las preguntas F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F 10, F11, F12, F13 y F14 correspondientes al módulo ocho.	-Empresarios del sector turístico -Entidades Financieras

*Nota:* Elaboración propia.

## **1.7. Alcances y limitaciones**

### **1.7.1. Alcances**

El presente seminario permite conocer a mayor profundidad las afectaciones que han sufrido las empresas del sector turístico debido a la crisis por la COVID-19. Para ello, existe gran disponibilidad de literatura sobre el tema de crisis epidemiológicas y pandemias que han tenido gran impacto a nivel mundial y de manera más específica en el sector turismo, lo que permite tener información precisa, veraz y confiable empleada como punto de comparación en cuanto a las medidas de sanidad y las estrategias económicas desarrolladas a lo largo de la crisis que ha vivido el país.

Además, por medio de este estudio se plantea un documento el cual da a conocer los efectos directos e indirectos ocasionados por la COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito y el plan o acciones empleadas para mitigar el impacto negativo causado por la pandemia, con la finalidad de conocer más a fondo su afectación; si se ha brindado protección de los empleados, procesos de teletrabajo eficientes y estrategias de comunicación efectivas con el cliente, temas de financiamiento, comercialización y promoción, entre otros. Dicho proyecto podrá ser empleado como referencia para estudios posteriores, investigaciones académicas, estrategias de marketing, ventas y estudios de reactivación económica post SARS-CoV-2, ya que al ser una enfermedad que se desarrolló recientemente, no existen estudios previos que midan su impacto y la manera eficiente de mitigarlo.

De igual manera, el estudio realizado es importante para los habitantes de los cantones de Corredores, Coto Brus y Golfito, ya que, con base a los resultados obtenidos, se podrá realizar una mejor gestión en cuanto al logro de resultados, partiendo de los datos obtenidos con la investigación y con ello orientar una toma de decisiones adecuada, un nuevo planteamiento de ideas en búsqueda de la reactivación del sector tras el análisis proveniente del trabajo realizado.

Además, es importante mencionar que el trabajo final de graduación se encuentra vinculado al Proyecto de extensión universitaria “Fondo para el Fortalecimiento de las Capacidades Estudiantiles” (FOCAES), en el cual se busca que la Universidad Nacional se proyecte y se haga visible en la sociedad, con un aporte real a comunidades, sectores empresariales e instituciones, con el objetivo de generar resultados de impacto mediante un proceso de concientización sobre la importancia del sector turismo en la economía de la región. Por medio de este proyecto se pretende socializar los resultados obtenidos para dar a conocer la afectación de la pandemia por COVID-19 en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

### **1.7.2. Limitaciones**

Es importante mencionar que a pesar de los inconvenientes durante el desarrollo del presente seminario la disposición del grupo para trabajar y aportar al tema siempre permaneció como desde el inicio del trabajo de investigación. El año 2021 no presentó las mejores situaciones con respecto a salud, y situación en general a nivel global y por ende en el país. Dado lo anterior, se dispone del siguiente apartado para indicar cuáles fueron algunas de las limitaciones que se presentaron según se fue realizando el trabajo.

- Falta de estudios previos de investigación sobre el tema; existe amplia información sobre el tema que se investigó, sin embargo, no existen estudios previos como tales sobre los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo y esto constituye la base de la revisión bibliográfica y ayuda a afirmar las bases para entender el problema de investigación que se está planteando. Por lo anterior, se dificultó formar una posición sobre el tema en análisis.
- Información en otro idioma diferente al español, ya que gran parte de la información de las páginas oficiales de la Organización Mundial del Turismo se encuentra en inglés, idioma no oficial de Costa Rica, de manera que en muchos casos se dificultó interpretar la información de forma correcta.
- Datos autoinformados; los datos o información que se recolectaron en la presente investigación están limitados por el hecho de que no se pudieron verificar

independientemente, es decir se tuvo que indagar lo que los informantes opinan sobre el problema en estudio por medio de entrevistas y cuestionarios, pero no se pudo determinar si contenían algún tipo de sesgo o qué tan cierta era la información que brindaron puesto que no se estableció contacto físico por tema de la pandemia del COVID-19.

- En el mes de marzo del 2020, se dio el cierre de negocios dedicados al sector turismo, esto como medida preventiva implementada por el Gobierno para actuar con respecto al brote del virus COVID-19, y no fue hasta el mes de mayo que se dio la apertura de algunos parques nacionales y del sector de hoteles con 20 habitaciones pero de manera controlada es decir con un aforo del 50%, lo que conllevó a muchos comercios a reducir planillas, suspender contratos laborales y hasta cierres de negocios, puesto que fue gran cantidad de tiempo sin percibir utilidades y no fue viable mantenerse en el mercado, en consecuencia la población en estudio se redujo de manera importante. Inicialmente habían contempladas 89 empresas como población de estudio, sin embargo, en la verificación de campo se logró determinar que 12 de estas empresas no mantenían operaciones activas. De esta forma, el total de la población de estudio paso a ser de 77 empresas, de las cuales se obtuvo respuesta al cuestionario de manera completa de 63 de ellas lo que limitó en gran parte la interpretación de los resultados de la investigación.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

## **2.1. Marco Referencial**

Con el objetivo de buscar una perspectiva amplia del espacio territorial donde se desarrollará la investigación se confecciona este segmento del trabajo; en este apartado se presenta en primera instancia una caracterización general de la importancia que ha tenido el turismo para el país, describiendo luego la Unidad de planeamiento del Pacífico Sur de Costa Rica y concluyendo con las principales características socioeconómicas y socio empresariales del sector turístico en Costa Rica, específicamente de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

### **2.1.1. Relevancia del turismo costarricense**

El turismo es un sector que ha sido importante en Costa Rica desde el último cuarto del siglo anterior, dado que antes de 1980 no tenía una importancia absoluta. En el siglo XIX los visitantes extranjeros llegaban al país principalmente por motivos de estudios científicos, así como por las atracciones naturales que le caracterizan, estas se prestaban para la realización de algunos tipos de turismo que actualmente se conocen como turismo de aventura y ecoturismo. Para el siglo XX sucedieron acontecimientos relevantes que favorecieron la conexión entre varios países por medio del mar, tales como la creación de la vía férrea en el Caribe, el ferrocarril del Pacífico y el surgimiento del Canal de Panamá. Entre otros motivos por los cuales las personas visitaban el país, se destacaban los motivos laborales, la identidad y la belleza cultural de las zonas, así como el disfrute del patrimonio natural que alberga, como volcanes, playa y sol, monumentos, parques nacionales, visita de zonas agropecuarias, golf y deportes acuáticos como el surf (Canals, 2014).

En el año 1955 surge el ICT, sin embargo, el turismo aún no tenía representación para la economía de Costa Rica, y alrededor de 1980 de acuerdo con Canals (2014) surgieron varias agencias y albergues cuyos tours se encaminaban a la práctica de lo que llamaron ecoturismo, turismo ecológico-sostenible o turismo naturista. En él los turistas pueden gozar del medio ambiente en las áreas protegidas del país. Por lo tanto, al siglo XXI ya existían gran cantidad de instituciones y entidades que se encargaban de velar por el resguardo y la promoción del turismo nacional así como una mayor organización de este, y desde entonces hasta la actualidad el turismo ha evidenciado un apogeo, los gobiernos han visto la necesidad de continuar con la protección de

las zonas verdes y de la naturaleza que tanto caracteriza a la nación para incentivar a las personas de todas partes del mundo para que visiten esos destinos turísticos y disfruten del entretenimiento sano, y además, de esta forma este sector contribuye de manera importante a la economía y al desarrollo de las comunidades.

Este sector ha cobrado cada vez mayor fuerza en Costa Rica, en los últimos años ha evidenciado un mayor dinamismo y crecimiento sostenido en la demanda turística. En el 2011 las llegadas internacionales fueron de 2.192.059, mientras que para el 2015 y 2020 el flujo de las llegadas internacionales fue de 2.660.257 y 1.011.912 respectivamente. Entre los principales motivos de visita, 1.890.409 personas viajaron por motivos personales en el 2011 y 2.977.798 en el 2019, por lo que aumentó la cantidad de turistas que visitaban el país por motivos de vacaciones, recreo y ocio, visitas a familiares y amigos, educación y formación, salud y atención médica y otros motivos personales (ICT, 2019c).

Con respecto a los motivos de visita por negocios y motivos profesionales Calvo (2017) señaló que pasó de 301.650 el total de personas que viajaron por tales razones en 2011, pero para el 2019 disminuyó la cantidad de turistas que viajaban por razones correspondientes a conferencias o congresos, y otros motivos profesionales relacionados con reuniones, ferias y exposiciones, llegando a 161.210 en ese año (ICT, 2019c). En la Tabla 3 se pueden apreciar los principales motivos de visita al país por parte de los turistas durante el periodo 2011-2019:

Tabla 3 *Motivo principal de visita durante el periodo 2011-2019*

Motivo principal de la visita	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total	2.192.059	2.343.213	2.427.941	2.526.817	2.660.257	2.925.128	2.959.869	3.016.667	3.139.008
<b>Motivos personales</b>	<b>1.890.409</b>	<b>2.036.726</b>	<b>2.140.556</b>	<b>2.179.813</b>	<b>2.241.180</b>	<b>2.630.514</b>	<b>2.715.317</b>	<b>2.731.277</b>	<b>2.977.798</b>
Vacaciones, recreo y ocio	1.672.048	1.688.562	1.819.719	1.903.744	1.939.288	2.168.225	2.288.691	2.237.692	2.511.824
Vistas a familiares y amigos	152.183	246.549	238.102	223.725	244.220	363.170	294.540	317.799	297.933
Educación y formación	22.805	39.493	28.405	20.261	19.154	36.219	40.824	68.860	76.896
Salud y atención médica	8.728	13.287	7.904	3.941	9.774	13.131	18.913	15.901	19.769
Otros motivos personales	34.646	48.835	46.425	28.142	28.745	49.768	72.349	91.025	71.316
<b>Negocios y motivos profesionales</b>	<b>301.650</b>	<b>306.487</b>	<b>287.385</b>	<b>347.004</b>	<b>419.077</b>	<b>294.614</b>	<b>244.552</b>	<b>285.390</b>	<b>161.210</b>
Conferencias o congresos	16.098	24.035	38.645	74.019	31.164	32.424	25.516	29.382	18.062
Otros motivos profesionales (Reuniones, ferias o exposiciones)	285.552	282.452	248.740	272.986	387.913	262.190	219.036	256.008	143.148

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos extraídos del ICT y la Tesis de Licenciatura en Derecho de Calvo.

De esta forma, entre los países o zonas de donde más llegadas internacionales por todas las vías registraron durante el 2011-2019, se encuentra en primera instancia América del Norte, especialmente turistas provenientes de Estados Unidos con una cantidad de 1.334.777 llegadas al país en 2019; y para el año 2020 el total de las llegadas internacionales disminuyó a 1.011.912, siendo el año que menor cantidad de visitas de turistas ha registrado desde el 2011 al 2020, tal como se detalla a continuación en la Tabla 4 de acuerdo con datos del ICT (2019d).

Tabla 4 *Cantidad de llegadas internacionales por todas las vías, según zona durante el periodo 2011-2020*

Zonas	Año									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
América del Norte	1.044.569	1.139.624	1.162.368	1.245.037	1.337.755	1.515.880	1.507.945	1.580.991	1.666.571	571.010
América Central	670.271	721.049	736.161	716.645	711.404	724.638	735.178	691.386	698.601	202.374
América del Sur	129.216	136.810	164.496	138.138	156.152	181.179	181.399	190.413	195.581	50.237
Caribe	12.737	11.728	12.120	11.632	12.649	12.549	13.381	12.997	13.510	3 247
Europa	301.960	296.106	311.726	370.482	393.115	434.884	462.295	480.102	500.602	169.949
Otras zonas	33.306	37.896	41.070	44.883	49.182	55.998	59.671	60.778	64.143	15.095
Total	2.192.059	2.343.213	2.427.941	2.526.817	2.660.257	2.925.128	2.959.869	3.016.667	3.139.008	1.011.912

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos extraídos del ICT.

También, cabe destacar que existe gran diversidad de atracciones turísticas en el país que captan la atención de las personas de distintas partes del mundo y al mismo tiempo promueven la conservación del medio ambiente para su disfrute de la mano con la sostenibilidad.

Según Meneses, Córdova, y Oleas (2019) indicaron que:

Desde 2000 el número de visitas de turistas no residentes al Sistema de Parques Nacionales pasó de 0.3 millones a 1.1 millones en 2018; los lugares más visitados son en su mayoría aquellos que ofrecen sol y playa como atractivo. Según los registros del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), en 2018 se registraron un total de 59 Áreas Silvestres Protegidas (ASP), de éstas, diez concentran el 91% de las visitas: Manuel Antonio,

Tortuguero, Volcán Irazú, Arenal, Rincón De La Vieja, Volcán Tenorio, Marino Ballena, Corcovado, Carara y Volcán Poás. (p. 11)

Sin embargo, el ICT (2020e) destacó que la cantidad de visitas de residentes y no residentes a las Áreas Silvestres Protegidas (ASP), en el 2019 fue de 2.263.231 turistas, de los cuales la mayoría corresponden a visitas a parques nacionales, donde el más visitado fue Manuel Antonio con un total de 513.050 de turistas. También 41.916 visitaron un refugio nacional de vida silvestre, 21.158 las reservas biológicas, 17.026 una reserva forestal, 5.823 una reserva nacional absoluta, 2.664 las zonas protectoras y 57.260 visitaron otras áreas silvestres protegidas en ese mismo año, tal como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5 *Cantidad de visitas de los residentes y no residentes a las Áreas Silvestres Protegidas por categoría de protección, del 2011-2019*

Área	Año								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Parque Nacional	1.374.107	1.457.867	1.490.908	1.641.048	1.762.972	2.002.846	1.912.794	2.004.149	2.117.384
Refugio Nacional de Vida Silvestre	64.431	86.753	66.480	49.187	52.808	49.235	39.427	41.880	41.916
Reserva Biológica	19.911	19.568	23.544	25.145	27.028	28.517	29.398	31.920	21.158
Reserva Forestal	5.855	7.225	8.795	7.448	9.880	12.974	19.242	15.149	17.026
Reserva Natural Absoluta	7.310	5.869	9.188	11.630	11.772	11.507	7.497	12.086	5.823
Zona Protectora	1.296	2.055	1.573	1.393	1.544	2.062	2.036	2.085	2.664
Otras ASP	36.362	33.792	33.305	42.206	29.182	33.943	49.008	35.311	57.260
<b>Total</b>	<b>1.509.272</b>	<b>1.613.129</b>	<b>1.632.793</b>	<b>1.778.057</b>	<b>1.895.196</b>	<b>2.141.084</b>	<b>2.059.402</b>	<b>2.142.580</b>	<b>2.263.231</b>

*Nota:* Elaboración propia con base en datos extraídos del ICT.

Con relación a la procedencia de los visitantes a las ASP, cabe destacar que la cantidad de visitas por parte de los turistas no residentes fue mayor que la de los residentes durante el periodo 2011-2019. Al respecto, en la Tabla 6 también se puede apreciar el detalle de la cantidad de visitantes tanto residentes como no residentes a las ASP, así como su variación en la tasa de crecimiento durante el periodo mencionado, de acuerdo con el ICT (2020e).

Tabla 6 *Visitantes Residentes y No Residentes a las Áreas Silvestres Protegidas, del 2011-2019*

<b>Año</b>	<b>Residentes</b>	<b>No residentes</b>	<b>Total</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2011	697.085	812.187	1.509.272	19,37
2012	763.266	849.863	1.613.129	6,88
2013	807.709	825.084	1.632.793	1,22
2014	825.407	952.650	1.778.057	8,90
2015	896.641	998.555	1.895.196	6,59
2016	1.058.467	1.082.617	2.141.084	12,97
2017	999.203	1.060.199	2.059.402	-3,81
2018	985.960	1.156.620	2.142.580	4,04
2019	996.430	1.266.801	2.263.231	5,63

*Nota:* Elaboración propia con base en datos extraídos del ICT.

Continuando con los aportes del mismo autor, algunas de las principales actividades realizadas por los turistas no residentes en Costa Rica para el 2019, correspondieron al turismo de sol y playa, seguido por las caminatas por senderos, la observación de la flora y fauna, realización de compras de artesanías y otros, visita a los volcanes y aguas termales. Mientras que entre las actividades realizadas por un menor porcentaje de los turistas se encontraban la pesca deportiva, el rappel, la luna de miel, buceo y teleférico.

Se puede visualizar en la Tabla 7 algunas otras actividades que se practican en el país de acuerdo con el ICT (2019e), en relación con las categorías dentro de las cuales las clasifican: sol y playa, aventura, ecoturismo, deportes, bienestar y turismo cultural.

Tabla 7 Actividades que integran los grupos (según las respuestas de los turistas en las encuestas realizadas de forma continua por el ICT)

<b>SOL Y PLAYA</b>	Sol y playa Paseos en Bote, Banana Boat, Moto acuática, Sky acuático, Catamarán Kayak en el mar (Sea Kayaking) / Kayak en río (Kayaking)
<b>ECOTURISMO</b>	Visita a los volcanes Observación de la flora y la fauna Observación de aves con equipo Puentes colgantes Buceo Teleférico Observación de Delfines y Ballenas Snorkel Espeleología, cavernas Cabalgatas o paseos a caballo
<b>AVENTURA</b>	Cuadraciclo - ATV Rápidos de los ríos (Rafting) Canoa Kite surfing SUP (Stand up Paddleboarding) Canopy (Zip-line) / Tirolesa Rappel Trekking (zapatos especializado - caminatas por senderos) - Hiking (terreno más difícil), con o sin guía Climbing - escalada en roca Canyoning – Barranquismo Bungee jumping- salto en bungee Deportes de vuelo libre: Parapente y Hang gliding (ala delta) Tubing
<b>BIENESTAR</b>	Aguas termales Bienestar (tratamientos terapéuticos, algas, sales, spa volcánico, masaje terapéutico) Yoga
<b>DEPORTES</b>	Actividades ecuestres (Se refiere solo a actividades profesionales) Pesca deportiva Mountain Bike - Ciclismo de montaña Golf Surf Wind Surf
<b>CULTURAL</b>	Visita a museos, teatros, galerías, arte Visita a una comunidad rural y compartir con los habitantes actividades, tradiciones y estilos de vida Clases de baile / cocina Disfrute de la gastronomía local Visita a comunidades/pueblos o iglesias Visita a finca agropecuaria / pequeñas agroindustrias Visita a Estación Biológica las Cruces / mariposarios / zoológicos Asistir a actividades religiosas - misiones Asistir a conciertos o actividades deportivas

*Nota:* Encuestas de no residentes realizadas en los aeropuertos internacionales, ICT.

Debido a la gran cantidad de bellezas naturales que posee el país el turismo representa un gran aporte en términos de generación de ingresos; a su vez, favorece al crecimiento económico y al desarrollo de las diferentes comunidades que logran percibir entradas de dinero para mantener sus familias y hacer frente a sus necesidades, por lo que, en el transcurso del 2012 al 2016 Meneses, Córdova, y Oleas (2019) manifestaron que:

las divisas que generan los visitantes al país (turistas y excursionistas) representaron aproximadamente casi la mitad de las exportaciones de servicios (42,9%), una tercera parte de las exportaciones de bienes (33,4%), están muy por encima de las divisas generadas por los principales productos de exportación, por ejemplo: el turismo genera 4 veces más divisas que las exportaciones de piña, un valor similar si se compara con las ventas externas de banano y casi el doble de las exportaciones de productos médicos y afines. (p.15)

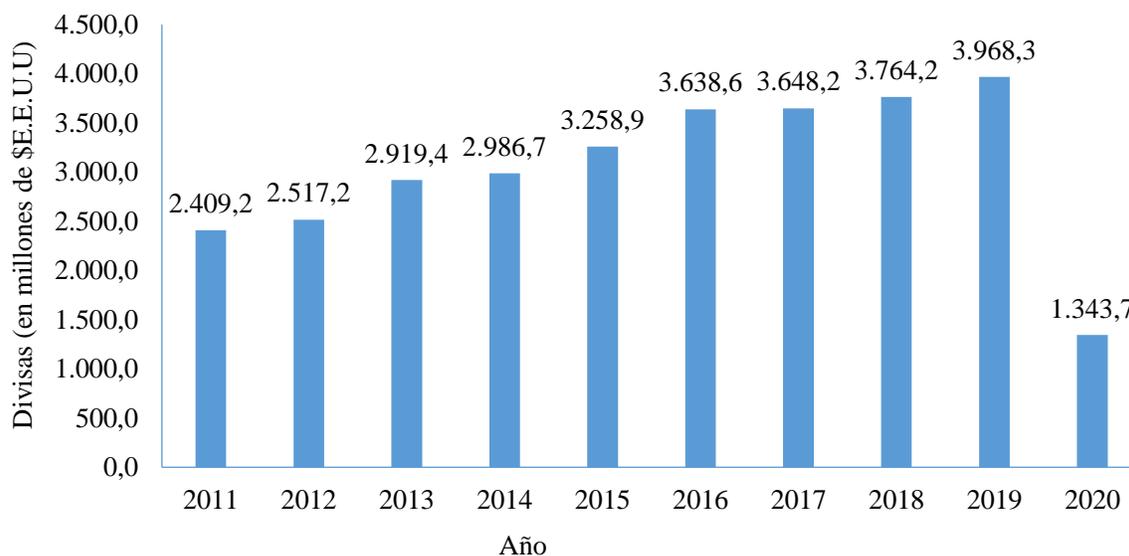
Tabla 8 *Divisas por concepto de turismo, café y banano (cifras en millones de \$E.E.U. U)*

<b>Cantidad de divisas</b>			
<b>Año</b>	<b>Turismo</b>	<b>Café</b>	<b>Banano</b>
2011	2.409,2	374,9	752,6
2012	2.517,2	412,4	816,3
2013	2.919,4	302,5	847,8
2014	2.986,7	275,9	906,7
2015	3.258,9	305,9	833,7
2016	3.638,6	307,9	996,5
2017	3.648,2	305,9	1.042,2
2018	3.764,2	315,7	1.028,2
2019	3.968,3	276,2	997,6
2020	1.343,7	325,6	1.080,8

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos extraídos del ICT.

De acuerdo con datos del ICT (2020b) en la Tabla 8 se muestra la cantidad de divisas por concepto de turismo, manteniendo un progresivo incremento conforme el paso de los últimos años donde aumentó de 2.409,2 a 3.968,3 millones de dólares estadounidenses durante el periodo 2011-2019; se refleja que es superior incluso comparado con las fuentes de divisas por concepto de café

y de banano. Para el 2020 surge la particularidad de que las divisas por concepto de turismo disminuyeron drásticamente en cuestión de un año, siendo de 1.343,7 millones de dólares estadounidenses para el último año en mención, superado por primera vez durante el periodo 2011-2020 por el conjunto de divisas por concepto de café y banano, cifras bastante desalentadoras para el sector turístico del país y por ende para la economía costarricense. De igual modo, en la Figura 3 se puede visualizar de manera ilustrativa la variación correspondiente a las divisas por concepto de turismo en Costa Rica para el 2019.



*Figura 3* Divisas por concepto de turismo, periodo 2011-2020 (cifras en millones de \$E.E.U. U)

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos extraídos del ICT.

Con respecto al total del gasto medio por turista no residente, Calvo (2017) señaló que también mantuvo un ascenso, ya que en el transcurso del 2011 oscilaba los 997,2 US\$ y aumentó a 1.318,6 US\$ para el 2020 según el ICT (2019a), por lo que en los últimos años cada persona turista gastó un poco más de dinero en su estadía, sobre todo durante el año 2017 cuya cifra fue la más alta en el periodo 2011-2019, pero para el 2020 incrementó aún más, alcanzando el monto más alto equivalente a 1.318,6 US\$, tal como se muestra en Tabla 9. Por otro lado, es importante

recaltar que el aporte del turismo al producto interno bruto fue de 4,4% en el 2012, y ascendió al 6,3% para el 2016, siendo un sector relevante para el crecimiento del país (Banco Central de Costa Rica, s.f).

Tabla 9 Gasto medio por persona en US\$ de los turistas no residentes, aéreas y terrestres, del 2011 al 2020

	Año									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
GMP TOTAL (EN US\$)	997,2	948,5	986,5	1.002,2	1.074,3	1.047,3	1.239,8	1.100,8	1.190,3	1.318,6
Vía Aérea	1.302,8	1.252,2	1.322,6	1.351,3	1.369,3	1.309,1	1.561,4	1.335,4	1.438,2	1.592,1
Aeropuerto Internacional Juan Santamaría.	1.268,8	1.299,4	1.457,7	1.506,9	1.528,3	1.467,0	1.663,9	1.386,4	1.446,7	1.678,3
Aeropuerto Internacional Daniel Oduber.	1.456,5	1.078,8	797,8	800,2	835,9	884,4	1.237,4	1.172,8	1.412,3	1.380,9
Vía Terrestre.	376,9	344,6	308,8	248,7	382,8	355,1	313,7	317,3	344,9	325,3

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos extraídos del ICT y de la Tesis de Licenciatura en Derecho de Calvo.

Así mismo, el sector turístico también es esencial en la generación de empleo. La situación de la pandemia COVID-19 ha afectado a los diferentes sectores productivos, pues las restricciones y el confinamiento influyeron en que muchas empresas tuvieran que recortar personal o incluso cerrar operaciones, dejando gran cantidad de personas afectadas en medio de la situación sanitaria y la crisis económica que agrava aún más la situación de obtener un empleo e integrarse a la fuerza laboral costarricense. Para el tercer trimestre del 2020 el país ha registrado una tasa de desempleo bastante alta respecto al año previo. De acuerdo con el INEC (2020) fue del 22,0 %, por lo que aumentó en 10,6 puntos porcentuales en comparación con el mismo trimestre del año anterior; donde “la tasa de desempleo de la población masculina se estimó en 17,4 %, la de la mujer en 29,0 %, lo que representó un incremento estadísticamente significativo de 8,8 pp. y de 13,6 pp. respectivamente” (p.14). Por ende, toda esta información refleja el importante papel que juega el turismo a nivel de empleo, donde en medio de una crisis del sector se afecta de manera significativa a la sociedad; de allí la importancia de que el gobierno desarrolle medidas que contribuyan a la

promoción y reactivación de este sector, así como buscar estrategias para que los turistas puedan sentirse seguros dentro de los lugares que visitan.

En la Tabla 10 se muestra la cantidad de personas ocupadas según las actividades asociadas con el sector turístico, donde se puede apreciar el aumento en el total de empleo directo que ha generado el turismo durante el periodo 2011-2019. Sin embargo, para el 2020 el total de población ocupada en actividades turísticas disminuyó a 127.570, y en todas las actividades tanto relacionadas con alojamiento para visitantes en estancias cortas, provisión de alimentos y bebidas, agencias de viajes y otros servicios, transporte de pasajeros por la vía aérea, marítima y terrestre, y alquiler de vehículos, así como las asociadas a actividades culturales, deportivas y recreativas tuvieron decrecimiento durante el último año, de acuerdo con el ICT (2019b).

Tabla 10 *Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico*

<b>Actividad turística</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Total	120.084	130.438	152.081	149.207	156.574	152.426	155.296	160.976	170.870	127.570
Alojamiento	25.330	23.691	25.758	26.397	30.113	30.055	28.677	27.622	31.743	17.939
Alimentación	66.580	79.774	89.339	87.420	92.725	89.675	98.844	99.402	103.099	89.449
Transporte	17.191	14.007	14.961	16.267	16.355	17.747	13.762	21.116	18.861	12.809
Actividades	10.983	12.966	22.024	19.124	17.381	14.950	14.014	12.836	17.167	7.374

*Nota:* Fuente ICT con datos del INEC. Encuesta Continua de Empleo (ECE).

El tema de la salud tiene un rol influyente en el desarrollo del turismo, sobre todo en tiempos de pandemia donde depende de las medidas sanitarias y los niveles de higiene que cada empresa implemente, esto repercute en la percepción de seguridad y el grado de confianza de las personas hacia las empresas turísticas a la hora de visitarlas, siendo fundamental que se les garantice el resguardo de su persona. Ruiz, Jiménez, Márquez, y George (1994) afirmaron que la salud es importante debido a que:

es un elemento importante que debe tomarse en cuenta al planear la actividad turística, pues en él se incluye tanto a la población que vive en los lugares receptores, como a los visitantes.

La infraestructura y los servicios de salud son una constante que debe integrarse a la atención brindada al viajero. (p. 62)

Es decir, cuando las personas tienen una experiencia turística agradable existe la posibilidad de que quieran regresar en otra ocasión a dicho lugar, o viceversa, un lugar riesgoso puede alejar a sus visitantes o crearse una mala reputación, por lo que la salud interviene en el adecuado desarrollo de las empresas turísticas, pero también de sus visitantes y de la comunidad dentro de la que se desenvuelven. Por otro lado, Funes (2011) hizo alusión a los beneficios turísticos para la salud de las personas al tener espacios necesarios para el ocio, la recreación y sano disfrute, indicando que funciona como “una necesidad básica humana para recuperar el bienestar mental y físico. Muchos de los lugares destinados a vacaciones incorporan atención profesional para usar el tiempo libre para la pérdida de peso, aptitud física, rehabilitación y reducción de estrés” (p.27).

Tal argumento lo reafirman Ruiz et al. (1994) quienes manifestaron que especialmente para el turismo de salud, es fundamental la eficacia en la salubridad del entorno, ya que los turistas viajan con el fin de descansar, relajarse, entrar en contacto con la naturaleza y salir de la rutina para lograr su bienestar físico y mental por medio de esta, así como liberar estrés y sentirse mejor.

Por su parte, Chen (2014) destacó que el Estado debe implementar estrategias y acciones adecuadas que permitan continuar promocionando al país como un país verde, cuya imagen se base en los atractivos naturales y de esta manera captar la atención de los turistas de distintas partes del mundo, ya que los motivos principales por los cuales se sienten atraídos a visitar Costa Rica radican en practicar la recreación, ocio y por motivos vacacionales. De esta forma, invertir más en elementos que influyen en el turismo como la educación, conservar y aprovechar los espacios naturales de manera que sea sostenible y de la mano con la conservación de la biodiversidad, minimizando el impacto de las actividades, siendo responsables de cuidar el medio ambiente como fortaleza para el turismo nacional, y a su vez revisar sus políticas públicas que puedan favorecer el desarrollo del país en este tema, ya que indicó que “el desarrollo de un turismo sostenible presenta retos importantes para que haya un impacto positivo en las comunidades, en aspectos como: educación, organización comunal, apoyo económico, técnico y financiero de instituciones públicas, mejora de infraestructura, entre otros” (p.102). Continuando con los aportes del autor, resulta

indispensable brindar condiciones aptas para que los turistas se motiven a desplazarse hacia las diferentes zonas del país, tanto en término de hospedaje, transporte, mejora en las rutas de acceso, en la atención brindada, la seguridad y otros, para de esta manera fomentar el crecimiento del turismo y una eficiente generación de ingresos sobre todo en las áreas más vulnerables del país.

Actualmente, el Instituto Costarricense de Turismo realiza la planificación de la actividad turística por medio de siete Unidades de Planeamiento y en ese sentido, el ICT (s.f) señaló que dentro de las actividades de las cuales se encarga la Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico está la actualización de los diferentes planes dentro de los cuales se encuentran:

Planes generales de uso del suelo en la ZMT, planes de desarrollo por unidades de planeamiento, planes de actuación municipal, planes para circuitos y rutas turísticas, planes reguladores costeros y, en particular, el Plan Nacional de Turismo, incorporando cambios y ajustes según sea necesario en virtud de las situaciones variables del entorno, y promoviendo el diseño y establecimiento de políticas que servirán para orientar el desarrollo turístico, la gestión y administración del espacio turístico del país. (párr.3)

Por lo tanto, las Unidades de Planeamiento Turístico según el ICT (2017) hacen referencia a “la división de rango superior que engloba los elementos del patrimonio que integran el concepto de destino país” (p.112). Dichas unidades turísticas corresponden a: Caribe, Guanacaste, Llanuras del Norte, Pacífico Medio, Pacífico Sur, Puntarenas y Valle Central, de los cuales en la presente investigación se estudió específicamente a la Unidad Turística Pacífico Sur y se abarcaron los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito. A su vez, estas unidades se encuentran subdivididas en sectores tal como se aprecia en la Tabla 11 con el propósito de que puedan abarcarse de una manera más específica y concreta, así como gestionar y tratar de una mejor manera los diferentes espacios conformados por distintos cantones que integran cada unidad turística, sobre todo para facilitar su accionar a la hora de implementar los programas en cada unidad concreta dedicada a la actividad del turismo, ya que resulta más pertinente manejarlas de esta manera donde está dividida la superficie territorial costarricense y dentro de las cuales cada unidad encuentra diferentes

realidades y un contexto propio, lo que facilita su planeación. Continuando con los aportes del mismo autor, este manifestó que:

La división del espacio turístico, tal y como está planteado, permite una aproximación a la planificación que va de lo general (la unidad de planeamiento como área extensa del territorio) a lo particular (el centro de desarrollo o el corredor), lo que facilita el planteamiento de estrategias y acciones puntuales, enfocadas en resolver las necesidades o potenciar las oportunidades concretas según los casos encontrados y según la dinámica turística que prevalece. (p.116)

Tabla 11 *Unidades y sectores turísticos del país*

<b>Unidades</b>	<b>Sectores</b>
Guanacaste	Guanacaste norte Guanacaste sur
Puntarenas	Central Península Monteverde
Pacífico Medio	Tárcoles-Jacó Manuel Antonio
Pacífico Sur	Corcovado Golfito
Caribe	Caribe norte Caribe centro Caribe sur
Llanuras del Norte	Fortuna Sarapiquí
Valle Central	Occidente Cartago Heredia San José

*Nota:* Tomada del Plan Nacional de Turismo de Costa Rica 2017-2021.

En la Figura 4 se puede apreciar a manera de ilustración el mapa de Costa Rica subdividido de acuerdo con la superficie territorial que abarca cada una de las diferentes Unidades de Planeamiento Turísticas del país tal como se mencionaban anteriormente.



*Figura 4* Mapa de las Unidades de Planeamiento Turístico de Costa Rica

*Nota:* Encuestas de no residentes vía aérea, ICT.

De acuerdo con datos estadísticos del ICT (2019d) hubo un aumento con respecto a la cantidad de turistas internacionales que pernoctaron al menos una noche en alguna de las Unidades de Planeamiento Turístico del Pacífico Sur durante el periodo 2015-2019 al pasar de 136.800 a 328.523 turistas respectivamente tal como se aprecia en la Tabla 12 a continuación.

Tabla 12 *Distribución de los pisos de demanda internacional según Unidad de Planeamiento Turístico, vía aérea, durante el periodo 2015-2019*

Unidad de Planeamiento Turístico	Año				
	2015	2016	2017	2018	2019
Caribe	300.836	376.757	437.194	396.064	525.423
Guanacaste	766.882	893.359	885.975	881.893	976.323
Llanuras del Norte	562.497	722.268	757.984	733.135	867.999
Pacífico Medio	474.100	598.580	615.791	615.626	696.615
Pacífico Sur	136.800	158.518	162.128	198.787	328.523
Puntarenas	403.099	508.907	531.304	519.177	654.602
Valle Central	912.783	867.865	939.689	1.092.574	1.042.292
Total de llegadas vía aérea	1.858.965	2.114.865	2.189.234	2.314.888	2.418.300

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos del ICT.

Por otra parte, la Unidad de Planeamiento Pacífico Sur poseía la menor tasa de participación en relación con la distribución de los pisos de demanda internacional durante el 2015 al 2019, equivalente al 7,4% y 13,6% respectivamente, mientras que la unidad turística con mayor representación corresponde al Valle Central durante los años mencionados anteriormente, exceptuando el 2016 donde predominó Guanacaste con una participación del 42,2% (ICT, 2019d).

Tabla 13 *Estimación porcentual de la distribución de los pisos de demanda internacional por Unidad de Planeamiento Turístico, vía aérea, durante el periodo 2015-2019*

Unidad de Planeamiento Turístico	Año				
	2015	2016	2017	2018	2019
	%	%	%	%	%
Caribe	16,2	17,8	20,0	17,1	21,7
Guanacaste	41,3	42,2	40,5	38,1	40,4
Llanuras del Norte	30,3	34,2	34,6	31,7	35,9
Pacífico Medio	25,5	28,3	28,1	26,6	28,8
Pacífico Sur	7,4	7,5	7,4	8,6	13,6
Puntarenas	21,7	24,1	24,3	22,4	27,1
Valle Central	49,1	41,0	42,9	47,2	43,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos del ICT.

### **2.1.2. Generalidades de la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur**

La Unidad Pacífico Sur de Costa Rica o Región Brunca es una de las más grandes en extensión del país; la conforman seis cantones de los cuales Buenos Aires, Osa, Coto Brus, Corredores y Golfito pertenecen a la provincia de Puntarenas; mientras que Pérez Zeledón pertenece a San José. Entre algunas de las actividades que destacan mayormente en la región, se encuentra el ecoturismo o turismo de naturaleza, el turismo de sol y playa, e incluso el turismo rural comunitario, así como el avistamiento de gran cantidad de flora y fauna, animales acuáticos como delfines y ballenas, manglares, arqueología, comunidades tanto rurales como indígenas y la práctica de deportes relacionados con el medio ambiente como nadar, surfear, bucear, caminar y visitar áreas de conservación de la naturaleza que abarca la región (ICT, 2011). Continuando con los aportes del mismo autor, señala que entre otros productos turísticos se encuentran:

senderismo, observación de mamíferos marinos, observación de arribada de tortugas marinas, observación de flora y fauna, pesca de marlín, pez vela, pez gallo y dorado entre otros, natación, buceo, snorkel, buceo con tanque de aire comprimido, kayakismo y surfing, deslizamiento por la copa de los árboles, paseos a caballo, toma de fotografías, actividades productivas en fincas, observación de esferas precolombinas, visita a áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales. (p.119)

Además, el Parque Nacional Chirripó se encuentra dentro de los destinos turísticos favoritos de acuerdo con el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) (2020). Las personas pueden disfrutar de sorprendentes paisajes, lagos, plantas, bosques, aves exóticas, así como avistamiento de quetzales y gran cantidad de especies de árboles que otorgan diversidad a la flora y fauna del lugar lo cual a su vez genera efectos positivos para el desarrollo de la zona y de la comunidad, por medio de la generación de empleo e ingresos para los encargados de su hospedaje, de alimentar a los turistas, de trasladar su equipaje durante el recorrido por los senderos y aligerarles la llegada a la cima del cerro, así como favorece a las personas encargadas de vender sus productos o souvenirs en sus tiendas y en las zonas cercanas al lugar, cuando se desplazan los visitantes durante el trayecto rumbo a los centros turísticos y suelen realizar compras en los comercios de la zona.

Así mismo, Costa Rica busca potenciar su oferta turística mediante la Ruta Nacional de las Aves, busca atraer a turistas de todo el mundo que deseen realizar aviturismo, es decir, para que consideren al país dentro de los destinos para avistamiento de gran diversidad de aves. Según el ICT (2021) destacó que “el gasto promedio de los turistas interesados en aviturismo que visitan Costa Rica es de \$3221 por estancia, con una permanencia promedio de 18 noches. Este tipo de turista tiene un rango de edad entre los 25 y 70 años” (p. 5). También señaló que existen alrededor de 9,2 millones de personas alrededor de todo el mundo que gustan de la apreciación de aves, considerados posibles observadores dentro del mercado; esto refleja la importancia de incentivar o diversificar el turismo costarricense, dado su potencial no solo para captar turistas nacionales sino también internacionales pues el 98% de ese mercado son miembros de organizaciones dentro de los que sobresalen Europa y Estados Unidos de América.

Por su parte, Molina-Murillo (2019) destacó el papel del sector turístico en el crecimiento de las comunidades, sobre todo de aquellas zonas rurales que cuentan con gran biodiversidad y utilizan la naturaleza con gran responsabilidad a la hora de recibir turistas, con el fin de generar desarrollo y al mismo tiempo preservar los recursos que le dan base a la actividad turística; por ello manifiesta la idea de que el turismo contribuye de manera local por medio de “múltiples modalidades (ecológico, rural, comunitario, de aventura), ha permitido inyectar y dinamizar el mercado, favoreciendo en gran parte a las zonas rurales donde se concentran muchas de las áreas protegidas” (p.365).

De igual forma, Canals (2014) manifestó que a partir de 1910 cobra mayor importancia el turismo de playa y sol donde “Puntarenas se convirtió en la meca para los amantes del mar” (p. 4). Por tanto, la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur y específicamente en la provincia puntarenense cuenta con gran cantidad de áreas libres, playas y zonas verdes aptas para el desarrollo de actividades turísticas y su aprovechamiento es fundamental para las comunidades, las cuales hacen del turismo una fuente de ingresos y de supervivencia para las familias que se dedican a la actividad.

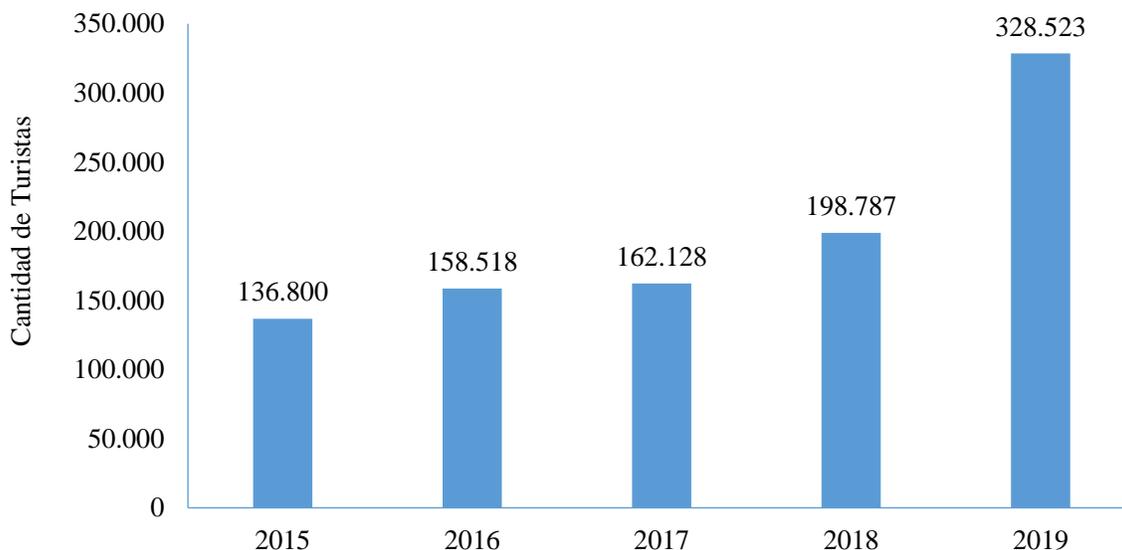
A continuación, en la Figura 5 se puede apreciar de manera gráfica el mapa de los cantones que integran la Unidad de Planeamiento Pacífico Sur en el país, el cual geográficamente comprende

el mismo espacio que la Región Brunca, los cuales corresponden a Pérez Zeledón, Buenos Aires, Osa, Golfito, Coto Brus y Corredores, de los cuales para el presente estudio únicamente se analizaron los últimos tres cantones mencionados.



*Figura 5* Mapa de la distribución por cantones de la Unidad de Planeamiento Turístico del Pacífico Sur de Costa Rica

*Nota:* Elaboración propia con base en gráfico del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica.



*Figura 6* Distribución de los pisos de demanda internacional de la Unidad de Planeamiento Turístico Pacífico Sur del 2015-2019

*Nota:* vía aérea, Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos del ICT.

### 2.1.3. Particularidades de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito

Los cantones de Corredores, Golfito y Coto Brus reflejan gran diversidad económica, comprendiendo desde campesinos dedicados especialmente al cultivo de productos específicos como el café, maíz, frijoles, plátano, palma aceitera y arroz, así como comerciantes con pequeñas, medianas y grandes empresas, dedicadas al turismo bajo una modalidad ecoturística, turismo de playa y turismo rural comunitario. Además, entre otras actividades desarrolladas se encuentra la construcción, manufactura y otros servicios (Municipalidad de Corredores, s.f).

Tabla 14 *Resumen por cantón según sector*

Sector/Cantón	Corredores	Coto Brus	Golfito
Sector Primario	28,1%	41,9%	24,3%
Sector Secundario	15,1%	8,9%	13,1%
Sector Terciario	56,8%	49,2%	62,7%
Total	100%	100%	100%

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en los datos obtenidos del Censo Nacional 2011.

Tal como se aprecia anteriormente en la Tabla 14 el cantón de Golfito tiene un porcentaje más alto de participación en lo que respecta al sector terciario que los cantones de Corredores y Coto Brus, el cual es el 62,7%, mientras que Corredores tiene un mayor porcentaje en el sector secundario equivalente al 15,1% y por su parte, en el cantón de Coto Brus predomina en mayor porcentaje de su actividad dentro del sector primario el cual corresponde a un 41,9% (INEC, 2011).

También, es importante destacar que, de los cantones en estudio Golfito es el que posee mayor cantidad de habitantes tal como se muestra en la Tabla 15, la cual refleja la distribución de los pobladores según sexo y la totalidad de habitantes por cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, quienes pertenecen a la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur y a la provincia de Puntarenas, de acuerdo con los datos correspondientes a la información del Censo 2011 (INEC, 2011).

Tabla 15 *Distribución de los pobladores según sexo y totalidad de los habitantes según cantón de Coto Brus, Corredores y Golfito*

<b>Género</b>	<b>Corredores</b>	<b>Golfito</b>	<b>Coto Brus</b>	<b>Total</b>
Población Hombres	20.720	19.799	19.127	59.646
Población Mujeres	21.111	19.351	19.326	59.788
Total de habitantes	41.831	39.150	38.453	119.434

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en los datos obtenidos del Censo Nacional 2011.

Según el INEC (2011) la cantidad de población ocupada en el cantón de Corredores es de 14.454, la cual es mayor que el de los cantones de Coto Brus y Golfito con un total de 11.689 y 13.079 respectivamente y por ende posee la tasa de ocupación más alta con relación a los otros dos cantones en estudio, la cual es de 48,9%, de los cuales 69,9% corresponden a la tasa de ocupación masculina y del género femenino la tasa es menor, del 28,3%.

Dichos cantones albergan diferentes Cámaras de Turismo, en Golfito de Puntarenas se encuentra la Cámara de Turismo de Golfito (CATUGOLFO), en Ciudad Neilly del distrito de Corredores la Cámara de Comercio Industria y Turismo de los Cantones del Sur (CATUSUR) y en

el distrito de Linda Vista de Coto Brus cuentan con la Cámara de Turismo Rural Comunitario de Coto Brus (CATUBRUS) (ICT, 2020a).

Tabla 16 *Clasificación de los principales atractivos turísticos, según cantón de Coto Brus, Corredores y Golfito*

<b>Cantón</b>	<b>Distrito</b>	<b>Atractivos turísticos</b>	<b>Clasificación</b>
Coto Brus	San Vito	Laguna El Zoncho	Atractivos naturales
	Sabalito	Zona Protectora Las Tablas	Atractivos naturales
	Pittier	Cascada Canasta	Atractivos naturales
	Pittier	Cascada Camaquiri	Atractivos naturales
	San Vito	Turístico Rural Rafaelita	Atractivos artificiales
	San Vito	Turístico Cuenca de Oro	Atractivos artificiales
	Agua Buena	Finca Cántaros	Atractivos artificiales
	Agua Buena	Estación Biológica las Cruces	Atractivos artificiales
Corredores	San Vito	Dante Aligheri	Atractivos culturales
	Corredor	Cavernas de Ciudad Neily	Atractivos naturales
	Corredor	Turístico rural Rancho Manú	Atractivos naturales
	Corredor	Plantaciones de Banano	Atractivos culturales
	Corredor	Palma africana	Atractivos culturales
Golfito	Canoas	Poblado de Paso Canoas	Atractivos culturales
	Pavón	Playa Pavones	Atractivos naturales
	Golfito	Playa Gallardo	Atractivos naturales
	Pavón	Punta Banco	Atractivos naturales
	Golfito	RVS Golfito	Atractivos naturales
	Golfito	Playa Punta Encanto	Atractivos naturales
	Pavón	Canales del Delta Río Coto	Atractivos naturales
	Golfito	Playa Cacao	Atractivos naturales
	Golfito	Playa Atrocho	Atractivos naturales
	Golfito	Playa Puntarenitas	Atractivos naturales
	Pavón	Playa Zancudo	Atractivos naturales
Golfito	Depósito Libre Comercial	Atractivos artificiales	

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos del ICT.

- ***Caracterización del cantón de Coto Brus***

El cantón de Coto Brus se encuentra ubicado en la provincia de Puntarenas en la zona sur de Costa Rica, cuyo principal río lleva su mismo nombre y cuenta con seis distritos donde la cabecera del cantón corresponde a San Vito. Desde él se puede apreciar y tener acceso a la flora y fauna que le alberga, como bosques, humedales, reservas e incluso parques naturales que permiten la interacción con las bellezas naturales que le caracterizan. Entre estos sitios naturales se pueden citar el Parque Internacional La Amistad, la Estación Biológica las Cruces y la Reserva Forestal las Tablas (Municipalidad de Coto Brus, 2019).

Por su parte, según el ICT (2011) el cantón cuenta con varios atractivos turísticos naturales como la Laguna El Zoncho, la Zona Protectora Las Tablas, Cascada Canasta y la Cascada Camaquiri, mientras que el Turístico Rural Rafaelita, el Turístico Cuenca de Oro, la Finca Cántaros y Estación Biológica las Cruces corresponden a atractivos de tipo artificial, y Dante Aligheri dentro de la clasificación de atractivo cultural de la región, como se observa en la Tabla 16 correspondiente a la clasificación de los atractivos según cantón.

De acuerdo con Quesada (2013) el cantón cuenta con actividades económicas como la agricultura y la ganadería, el café es el cultivo que se representa mayormente su actividad e indica que es “el eje central de su desarrollo económico; la ganadería es, junto a la agricultura, una de las actividades económicas principales de la zona” (p. 48). Además del café, el clima favorece la cosecha de otros productos en la región tales como la caña india, el maíz, los frijoles y el cultivo de plátanos y también se destaca la producción de materias primas para el consumo de las personas que habitan la zona.

Respecto a la presencia del turismo en el cantón, el mismo autor destaca que Coto Brus es una zona que busca la protección de sus ecosistemas naturales y ello genera atracción de turistas, por lo que tiene potencial para la implementación del turismo basado en la naturaleza como por ejemplo el ecológico. Sin embargo, no es una actividad con gran fuerza en el sector, se encuentra todavía emergiendo ya que no ha surgido suficiente interés en desarrollarlo adecuadamente debido a la falta de infraestructura requerida para la actividad y por la inestabilidad vial; es decir, a las

condiciones en que se encuentran las carreteras que le comunican con las demás zonas del país que dificultan la llegada de turistas cuando el clima no es favorable. No obstante; “posee un aeropuerto para aviones pequeños, aunque no existe servicio continuo a la zona; pero podría darse en el momento en que se iniciara actividades turísticas” (Municipalidad de Coto Brus, 2019, párr.4).

- ***Caracterización del cantón de Corredores***

El cantón de Corredores cuya cabecera es Ciudad Neilly mide aproximadamente 620,60 km<sup>2</sup> y se localiza en la provincia de Puntarenas, al sur del país. Además, cuenta con un río que aduce a su mismo nombre y cuenta con varios atractivos turísticos (Municipalidad de Corredores, s.f).

En la Tabla 16 se pueden apreciar algunos atractivos naturales que posee el cantón: las Cavernas de Ciudad Neilly y el Turístico rural Rancho Manú en el distrito de Corredor, mientras que algunos atractivos culturales que posee corresponden a las Plantaciones de Banano y al Poblado de Paso Canoas, donde este último corresponde al distrito de Canoas (ICT, 2011).

- ***Caracterización del cantón de Golfito***

De acuerdo con la Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT) (2020) el cantón de Golfito posee grandes atractivos sobre todo en términos culturales y naturales, dada la arquitectura que aduce a la época bananera (donde la Compañía Bananera United Fruit Company producía banano en la zona del Pacífico Sur del país), así como también posee:

varias edificaciones declaradas Patrimonio histórico arquitectónico. Es un punto de distribución a locaciones como: Puerto Jiménez, Playa Zancudo y Golfo Dulce. Durante su estadía en Golfito puede visitar el P. N. Peñas Blancas, Isla Grande y el Refugio de Vida Silvestre Golfito. (p.3)

Entre algunos de los principales atractivos turísticos del cantón clasificados como naturales se pueden mencionar Playa Pavones, Canales del Delta Río Coto y Playa Atrocho, mientras que

respecto a los atractivos artificiales se encuentra el Depósito Libre Comercial. En la Tabla 16 se muestra la clasificación de dichos atractivos del cantón (ICT, 2011).

Tabla 17 *Cantidad de visitas de residentes y no residentes a las ASP según cantones Coto Brus, Corredores y Golfito, 2011-2019*

Área	Año								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>PARQUE NACIONAL</b>	<b>38.928</b>	<b>39.088</b>	<b>49.327</b>	<b>59.049</b>	<b>78.553</b>	<b>72.048</b>	<b>85.321</b>	<b>97.463</b>	<b>103.410</b>
Chirripó	6.471	6.324	7.513	8.074	7.490	8.443	15.179	21.079	18.901
Corcovado	28.297	28.861	38.531	47.683	54.604	55.325	51.610	56.794	70.114
Internacional La Amistad	465	485	426	527	419	786	807	744	657
Isla del Coco	3.517	3.131	2.489	2.481	15.756	7.370	17.503	18.540	12.975
Piedras Blancas	178	287	368	284	284	124	222	306	763
<b>REFUGIO NACIONAL DE VIDA SILVESTRE</b>	<b>566</b>	<b>790</b>	<b>344</b>	<b>637</b>	<b>452</b>	<b>296</b>	<b>924</b>	<b>721</b>	<b>1.623</b>
Golfito (mixto)	566	790	344	637	452	296	924	721	1.623
<b>RESERVA BIOLÓGICA</b>	<b>19.633</b>	<b>19.167</b>	<b>22.430</b>	<b>24.599</b>	<b>25.838</b>	<b>27.310</b>	<b>28.221</b>	<b>30.543</b>	<b>19.233</b>
Isla del Caño	19.633	19.167	22.430	24.599	25.838	27.310	28.221	30.543	19.233

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos del ICT.

A su vez, el ICT (2020e) destacó que la cantidad de visitantes al Refugio de Vida Silvestre de Golfito aumentó de 566 a 1.623 visitas del 2011 al 2019 respectivamente, tal como se puede apreciar en la Tabla 17 correspondiente a la cantidad de visitas a las ASP según los cantones en estudio, dentro de los cuales se contempló al Parque Nacional Chirripó, Corcovado, Internacional La Amistad, Isla del Coco y Piedras Blancas, al Refugio Nacional de Vida Silvestre de Golfito y La Reserva Biológica Isla del Caño.

## **2.2. Marco teórico**

El presente apartado consiste en una serie de definiciones conceptuales, dentro de las cuales se mencionan al turismo, su sistema turístico como tal, la infraestructura, superestructura, impacto, percepción, desempleo, declaración pandemia, comercialización–promoción, economía institucional, economía institucional original, nueva economía institucional, instituciones públicas, planificación turística y organizaciones relacionadas al turismo en la unidad de planeamiento del Pacífico Sur, políticas públicas, elementos de una política pública, tipos de políticas públicas, crisis, fases de la crisis, orígenes de la crisis, tipología de las crisis, reactivación económica, estrategias de reactivación en las empresas posterior a la COVID-19 y las estrategias del ICT para fomentar reactivación del empleo turístico. Esto facilitará la comprensión de los términos empleados en el presente trabajo, la cual ayudará a trazar una línea de enfoque y dirección, para la obtención de resultados.

### **2.2.1. El Turismo**

Una de las actividades que tiene gran impacto en la economía de un país es el turismo, esto por su gran versatilidad y capacidad de desarrollo. Actualmente los turistas buscan sumar experiencias únicas de acuerdo con sus gustos, preferencias y las necesidades de cada uno. Funes (2011) mencionó que en 1996 fue llevada a cabo la XVIII reunión Ordinaria de Presidentes de Centroamérica en Montelimar, Nicaragua, en donde el turismo fue declarado un sector estratégico y prioritario para el desarrollo regional. El turismo se puede conceptualizar de diversas formas, y para tener una visión más amplia sobre el mismo, es posible abordarlo desde diversas aristas:

El turismo por medio de desplazamientos voluntarios efectuados por personas es la suma de relaciones y prestación de servicios, estos llevándose a cabo de manera temporal y cada quien, con una razón diferente. Funes (2011) menciona que el turismo es aquella actividad que realiza cada individuo para la satisfacción de sus necesidades y deseos, y a su vez el turismo sostenible es un concepto muy utilizado hoy en día, ya que lo que busca es la protección de los recursos tanto naturales como culturales para evitar su cambio o deterioro.

Por otra parte, López (2015) definió al turismo como las actividades en las que se involucran personas que se desplazan a un lugar, el cual es diferente al de su entorno habitual, esto por un tiempo determinado. También hace referencia a aquella afición de viajar por gusto de recorrer un país o lugar y se excluye como turista a los estudiantes y jóvenes residentes en el extranjero. El turismo involucra conceptos que fueron aprobados por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) en 1968, tales como:

- Turistas: aquellas personas que recorren lugares por recreación ya sean viajes de familia, salud, profesionales que incluyen reuniones, viajes de estudios, salud, tránsito y motivos diversos.
- Placer: Momentos de distracciones, salud y deporte.
- Excursionistas: Los excursionistas son aquellos visitantes que permanecen en lugar determinado menos de 24 horas en estos están incluidos todos aquellos turistas que realizan viajes por crucero.

De acuerdo con Cabarcos (2010) se definió el concepto de turismo como aquellas actividades en conjunto que llevan a cabo las personas cuando se encuentran alojadas en lugares distintos al de su habitat normal, todo con fines de ocio, motivos empresariales u otros, en los cuales el periodo de tiempo es menor a un año, denominando también como turista o visitante, a toda persona que realiza turismo, diferenciando este concepto de visitante de día, cuya estadía es menor a 24 horas. Además, Cabarcos (2010) conceptualiza y fundamenta el turismo de la siguiente manera:

Un sistema de relaciones entre el sujeto (turista) y el objeto turístico (localidad, empresa u organización turística). Para el sujeto, el turismo es un conjunto de servicios que le son facilitados por el objeto turístico, mientras que, para el objeto turístico, el sujeto es el destinatario de los servicios que él produce. (p.2)

Según Boullón (2006) el turismo no es considerado una ciencia, esto debido a que es necesario que se cumplan una serie de requisitos, lo cual no se ha logrado, el turismo no nació de una teoría, este surgió de una realidad espontánea y fue formándose a sí mismo junto con descubrimientos que se realizaban en otras áreas, citando algunos como por ejemplo los avances

en la navegación, la invención del ferrocarril, el automóvil y el avión, en otras palabras no fue desarrollado por medio de datos empíricos.

La planificación turística según Castro (2018) se define de manera general como aquel proceso ordenado y razonado, para lograr el crecimiento o el progreso turístico de un territorio en específico. Para Socatelli (2010) la planificación turística es un requerimiento fundamental en el desarrollo de actividades turísticas, ya que garantiza de manera correcta una integración del turismo en la sociedad, cultura, medio ambiente y economía.

Son planes consecuentes de acción que sirven de guía para desarrollar el turismo y lo que busca es la prevención de todo aquel efecto perjudicial, es decir se realiza planificación para evitar impactos dañinos, así lo detalla Eduturismo (2010) para con ello lograr los objetivos que se planteen. Al mismo tiempo también provee la información que se necesita para una buena toma de decisiones, la planificación turística busca además del éxito en el ámbito económico la sostenibilidad de la actividad y lograr crear fuentes de empleo.

### **2.2.2 El sector turístico**

El sector turístico tal y como lo mencionó Funes (2011) es aquel sector económico formado por las empresas turísticas cada una con características propias, en donde gran parte de los servicios resultan de gran importancia para la satisfacción de las necesidades de los turistas, y otros cumplen un papel de soporte o bien periférico. El mismo cuenta con grandes características como lo son:

- **Los Hoteles:** La hotelería es conocida como parte turismo, la cual brinda el servicio de hospedaje a los turistas, cuenta con varias clasificaciones, esto según las necesidades de cada turista y el lugar donde se ubiquen, se menciona además que el alojamiento se convierte en una base psicológica durante el periodo de estadía fuera de casa y es por ello que se encuentra gran variedad y diversidad de los hoteles, como por ejemplo mencionando algunos estos son: hoteles, hoteles pequeños, complejos turísticos, establecimientos de turismo rural, apartamentos, por mencionar los más comunes.
- **Los Restaurantes:** Su actividad primordial es suministrar platillos gastronómicos y bebidas ya sea para consumo en el interior o exterior del local, los mismos tienen el derecho

de pautar normas dentro de sus establecimientos, aun siendo estos de carácter público, están conformados por cafeterías, restaurantes, bares entre otros con similitud de servicios.

- **Transporte:** El transporte se refiere a el traslado de los turistas hacia cada lugar elegido, y se pueden clasificar en transporte aéreo como las líneas regulares o charter, transporte terrestre tales como autos, trenes, motocicletas y el transporte marítimo que lo componen las líneas regulares y los cruceros.

Además, se determinó que existen muchas más empresas las cuales están relacionadas con el sector turismo de manera directa como indirecta, tales como, las actividades de ocio que son brindadas por los cines, las discotecas y los espectáculos públicos, también los proveedores de equipamiento a los hoteles, las lavanderías, las tiendas de souvenirs entre otras más que componen este sector.

### **2.2.3. El Sistema Turístico**

Con respecto al turismo, Boullón (2006) destacó que se han formado una gran serie de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema y se deben a un movimiento espontáneo, en el cual la iniciativa de empresas privadas y el poder público fueron resolviendo estas necesidades al incorporar mayores servicios, que están destinados a aumentar el confort de los viajeros y a la vez también su diversión. No existe una versión única que explique el sistema turístico, pero esto no significa que hayan muchos sistemas, a lo que hace referencia es a que existe uno solo, pero con diferentes fases y el estudio de cada una de ellas ha dado origen a varios modelos analíticos, entre ellos, oferta-demanda, el cual centra su interés en el funcionamiento del turismo comercial, el antropológico social se ocupa del ocio y el tiempo libre en distintos ámbitos y el modelo turismo industrial que se enfoca por producción masiva, la comercialización y las actividades de lucro.

La Figura 7 representa las partes que integran un sistema turístico, esto según el modelo de oferta-demanda, en la cual están señaladas las relaciones entre ellos, se puede visualizar al lado izquierdo el inicio de cómo funciona el sistema turístico, cuando se origina el encuentro de la oferta y la demanda turística, al cual se le conoce como producto turístico, y este producto se muestra a la derecha junto con la infraestructura, conformando la estructura de producción. La función de la

superestructura turística la cual se encuentra en el centro es controlar la eficiencia del sistema, verificando que exista buen funcionamiento y relación entre todas las partes que lo integran.

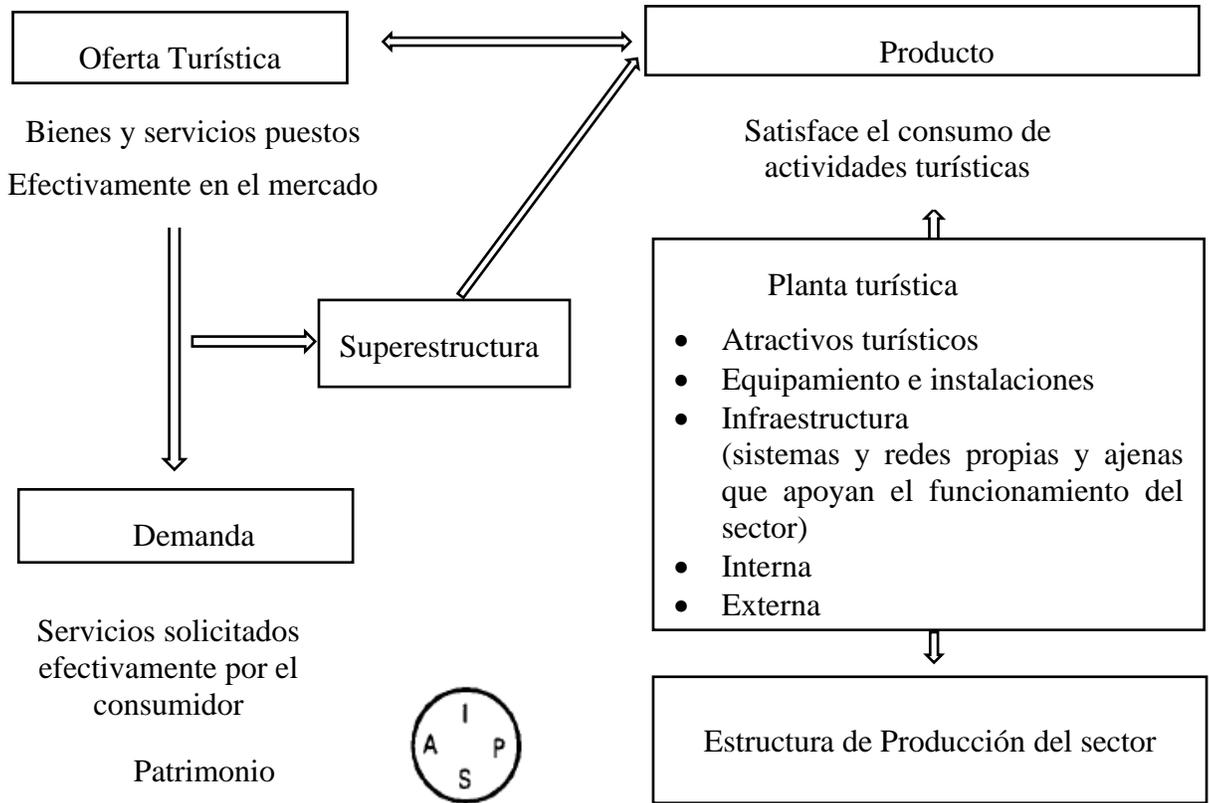


Figura 7 Labor del sistema turístico

Nota: (Boullón, 2006)

Cabe mencionar que los autores Miranda y Alvarado (2017) señalaron que el turismo se ha estudiado desde perspectivas distintas de la actividad y se obtienen las dos variables oferta y demanda relacionándolas de manera invariable entre ambas, esto ya que para que se dé la satisfacción de los gustos de la demanda, se tiene que estar dispuesto a desarrollar una gran variedad de servicios, esto llevándose a cabo por medio de la oferta, la cual se conforma por atractivos turísticos, los servicios que se brindan, el transporte entre otros. También hace mención que existen factores en el exterior los cuales influyen de forma directa en el sistema turístico, tales como los recursos naturales y culturales, financiamiento, organizaciones, la competencia, comunidades y las políticas establecidas en cada región.

Por su parte Boullón (2006) mencionó que existen algunas particularidades con respecto al funcionamiento del sistema turístico. Se detallarán las partes que lo componen y además las características a continuación:

- **La demanda turística:**

Una de las maneras de medir la demanda turística es utilizando el total de los turistas que visitan ya sea un país, región, centros o atractivos turísticos junto con el total de ingresos que se perciban, y si se desea una mayor profundidad de los datos obtenidos se complementa con otros por medio de la demanda de los centros que son de mayor importancia. Sin embargo, son como estadísticas ya que no van más allá de lo que es el total de los turistas por año, también la estimación de los gastos y los datos de temporadas altas como Semana Santa, fines de semana largos, vacaciones y días festivos. Los días turistas multiplicándose por el gasto diario dan el total del gasto, el cual se puede dividir en sus componentes que son, alojamiento, alimentación, transporte, diversión, compras, y si lo que se desea es una mayor profundidad se puede realizar la misma operación para cualquier de los componentes mencionados anteriormente.

También argumentó que, para realizar un estudio en su totalidad se deben analizar los tipos de demanda entre las cuales están: la demanda real, que indica la cantidad de viajeros que se encuentran en un zona determinada de la mano de los bienes y servicios que son solicitados; la demanda turística real-consumidor potencial, se refiere a los gastos que incurre la demanda real de manera extraordinaria durante una estadía, es decir aquellos que no fueron cancelados con anticipación; la demanda histórica es el registro y análisis que se da estadísticamente de las demandas reales acontecidas en el pasado, esto para minimizar riesgos en su evolución; y la demanda potencial la cual es aquella que se puede obtener por medio de un mercado que no ha sido conquistado. El autor señaló, que es fundamental que el análisis de la demanda debe extenderse a un conocimiento mayor de los turistas, esto para saber sus mayores preferencias y el nivel de satisfacción en cada lugar visitado, ya que menciona que, sin estudios de tal magnitud, es complicado saber que realizar para aumentar las demandas.

- **La oferta turística**

La cantidad de productos o servicios que ingresan a un determinado mercado, a un precio establecido y por un periodo dado es lo que se conoce como oferta, se menciona el ejemplo de productos tangibles los cuales si no son vendidos no existe ningún problema en ser almacenado en bodega durante un tiempo determinado, caso contrario con los servicios, debido a que en cada ocasión que expira el tiempo de un servicio ofertado, este es renovado, es decir si no es vendido, se perderá, ya que todo servicio no vendido no es posible de acumular. Por lo cual, Boullón (2006) menciona el siguiente ejemplo: “En cada vuelo de una línea aérea se ofrece un nuevo servicio igual a la capacidad total del avión, al que ya no se pueden agregar los asientos vacíos del viaje anterior, que deben considerarse perdidos irremediablemente” (p.35). Asimismo, se menciona que la oferta turística es la que se encuentra compuesta por los servicios que suministra la planta turística y por bienes no turísticos los cuales son comercializados por el sistema turístico.

- **El proceso de Venta**

Una vez aclarado el concepto de la oferta turística, Boullón (2006) mencionó que el encuentro de la oferta con la demanda se efectúa mediante el proceso de compra y venta, con una gran diferencia en su proceso, donde el consumidor en este caso el turista es quien se desplaza al lugar geográfico en el cual se localiza la oferta y no al contrario como siempre sucede con los demás productos, contando también con la peculiaridad que se comercian servicios específicos y bienes que proceden de otros sectores, además el proceso de venta se basa en un mercado, en el cual la oferta turística tiene que poseer precios competitivos de los productos, ya que la demanda puede elegir otro destino económicamente mejor o puede optar por la decisión de no viajar. Este proceso es de suma importancia, el cual, si no se cumple de la manera adecuada, aunque todas las demás partes estén bien elaboradas, perjudicará el funcionamiento de todo el sistema turístico.

#### **2.2.4. Los Atractivos y la planta turística**

Por otro lado, Boullón (2006) mencionó que los servicios ofertados a los viajeros están diseñados por un subsistema conocido por el nombre de planta turística, el cual se conforma de dos

elementos como lo son el equipamiento y las instalaciones. Los mismos se muestran en las siguientes Tablas:

Tabla 18 *Clasificación de los elementos del equipamiento turístico*

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	
1. Alojamiento	1.1 Hoteles	1.7 Casas (unidades o barrios)
	1.2 Moteles	1.8 Cabañas
	1.3 Hosterías y posadas	1.9 Albergues
	1.4 Pensiones	1.10 Trailer Parks
	1.5 Aparthoteles	1.11 Camping
	1.6 Condominios (unidades o conjuntos)	1.12 Camas en casas de familias
2. Alimentación	2.1 Restaurantes	
	2.2 Cafeterías	
	2.3 Quioscos	
	2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, entre otros)	
3. Esparcimiento	3.1 Night clubs	
	3.2 Discotecas	
	3.3 Bares	
	3.4 Casinos y otros juegos de azar	
	3.5 Cines y teatros	
	3.6 Otros espectáculos públicos (toros, riñas de gallo, rodeos, entre otros)	
	3.7 Clubes deportivos	
	3.8 Parques temáticos	
4. Otros servicios	4.1 Agencias de viajes	4.6 Dotación para congresos y convenciones
	4.2 Información	4.7 Transportes turísticos
	4.3 Guías	4.8 Primeros auxilios
	4.4 Comercio	4.9 Guarderías
	4.5 Cambio de moneda	4.10 Estacionamientos

*Nota:* (Boullón,2006)

La Tabla 18 muestra un resumen de la clasificación del equipamiento turístico con cada subcategoría, el mismo está conformado por todos aquellos locales que brindan servicios básicos y su administración es llevada a cabo por la actividad pública o privada.

También se obtiene la Tabla 19, la misma detalla el otro elemento de la planta turística denominado las instalaciones.

Tabla 19 *Clasificación de las instalaciones*

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	
1. De agua y playa	1.1 Marinas	1.5 Carpas o tiendas
	1.2 Espigones	1.6 Sombrillas
	1.3 Muelles	1.7 Reposeras
	1.4 Palapas, quinchos o ramadas	1.8 Observación submarina
2. De montaña	2.1 Miradores	2.5 Teleféricos
	2.2 Circuitos de senderos	2.6 Ski lift
	2.3 Refugios	2.7 Poma lift
	2.4 Funiculares	
3. Generales	3.1 Piscinas	3.5 Tenis
	3.2 Vestuarios	3.6 Otros deportes
	3.3 Juegos infantiles	3.7 Pasarelas, puentes
	3.4 Golf	

*Nota:* Elaboración propia con datos tomados de (Boullón 2006)

En la Tabla número 19 son colocadas todas las obras de construcción de carácter especial, es decir aquellas distintas al equipamiento y facilitar la práctica de actividades en el turismo es su función primordial, se colocan separados debido a que estas últimas lo que permiten al viajero es que se satisfaga el consumo de actividades turísticas.

Para poder operar una planta turística, el autor mencionó que se requiere de materia prima, la cual es obtenida por medio de los recursos naturales pero en el turismo esto es aportado por los atractivos turísticos, es decir en la industria la materia prima brindada por la naturaleza es procesada y convertida en una distinta cosa, pero en el turismo los atractivos turísticos además de ser inamovibles tienen que persistir intactos, ya que si son intervenidos pueden perder alguna cualidad propia de cada uno, quedando excluido cuando se refiere a que se realizan mejoras en ellos, por obra destructiva de alguna persona, o por el pasar de los años. Como se mencionó anteriormente un atractivo turístico al ser inmovible de su sitio es lo que obliga a que la planta turística se ubique cerca del mismo.

Tabla 20 *Clasificación de los atractivos turísticos*

<i>Categoría</i>		<i>Tipo</i>
1. Sitios Naturales	1.1 Montaña	1.8 Lugares de observación de flora y fauna
	1.2 Planicies	1.9 Lugares de caza y pesca
	1.3 Costas	1.10 Caminos pintorescos
	1.4 Lagos, lagunas y esteros	1.11 Ternas
	1.5 Ríos y arroyos	1.12 Parques nacionales y reservas de flora y fauna
	1.6 Caías de agua	
	1.7 Grutas y cavernas	
2. Museos y manifestaciones culturales históricas	2.1 Museos	2.3 Lugares históricos
	2.2 Obras de arte y técnica	2.4 Ruinas y sitios arqueológicos
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares	3.5 Comidas y bebidas típicas
	3.2 Ferias y mercados	3.6 Grupos étnicos
	3.3 Música y danzas	3.7 Arquitectura popular y espontánea
	3.4 Artesanías y artes populares	
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	4.1 Explotaciones mineras	4.4 Obras de arte y técnica
	4.2 Explotaciones agropecuarias	4.5 Centros científicos y técnicas
	4.3 Explotaciones industriales	
5. Acontecimientos programados	5.1 Artísticos	5.4 Concursos
	5.2 Deportivos	5.5 Fiestas religiosas y profanas
	5.3 Ferias y exposiciones	5.7 Otros

*Nota:* (Boullón, 2006)

Se puede observar en la Tabla 20 donde se muestran algunos ejemplos de los atractivos turísticos con sus respectivas categorías y tipos, cómo solo una categoría de las cinco mencionadas hace referencia a la naturaleza, ninguna contemplando los recursos de capital y humanos y las otras restantes hacen referencia a cosas culturales o acontecimientos, esto debido a que el autor menciona que la palabra “recurso” quedo excluida del lenguaje técnico turístico.

### **2.2.5. La Infraestructura**

La infraestructura es una parte fundamental del sistema turístico, así lo indicó Boullón (2006) el cual hace énfasis en que, un buen funcionamiento del sistema requiere que a la planta y los atractivos turísticos se le sume la infraestructura; además hace mención del concepto de infraestructura como: “la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de esta, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía” (p.47).

El principal factor que muestra la distancia que existe entre un país desarrollado y otro subdesarrollado es el tema de la infraestructura o más bien la carencia de una buena infraestructura ya que el segundo se dice que carece de ella. El autor señaló que la infraestructura puede crear una red o bien un sistema y además con respecto a la localización se divide en interna y en externa siendo estas categorías muy incluyentes entre ambas, debido a que cada clase de ellas contiene a las dos partes de la otra, como se observará a continuación:

- Infraestructura red: su principal función es enlazar entre sí los sitios en los que se ubican los humanos y dar soluciones a las necesidades internas de los mismos, con el objetivo de permitir la circulación de mercancías, personas, energías y noticias, cuando se entrelazan estas líneas y canales que facilitan los desplazamientos se forma una trama, la cual se hace más compleja cuando los países prosperan más en sus desarrollos.
- Infraestructura sistema: pertenece a los servicios de salud, vivienda y educación en donde las ubicaciones son exactas, motivo por el cual discontinua en espacio físico, es decir la ubicación de cada elemento está proyectada, no se realiza de manera casual, y da como resultado un sistema con relaciones eficaces entre los elementos que la conforman, junto con todos los servicios que se brindan a una comunidad, lográndose un equilibrio entre la oferta y la demanda.
- Infraestructura externa: se conoce como externa debido a que es general, esto porque no pertenece a ningún sector en específico sino más bien brinda servicio a todos los sectores; no obstante, puede llegar a beneficiar mayormente a unos más que otros.
- Infraestructura interna: contiene dos formas de ser interpretada, una es la dotación que se da a un sector para operar en una localización precisa, por ejemplo parques industriales o puertos los cuales deben de construir propias redes de carreteras y abastecimiento, también eliminado líquidos y conectando a todas las redes externas que se encuentren disponibles. La otra forma se conoce como infraestructura urbana, esta hace un resumen de todas las redes que brindan servicios sin distinción de las actividades de una región; es interna pero conserva cualidades de la externa en lo que se refiere a los servicios que brinda apoyo.

Tabla 21 *Clasificación de la infraestructura*

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>
1. Transporte	1.1 Terrestre	1.1.1 Red de carreteras
		1.1.1.2 Servicios para el automotor (talleres mecánicos, gasolineras)
		1.1.1.3 Servicios para el turista (sanitarios, cafeterías, restaurantes)
		1.1.1.4 Señalización
		1.1.1.5 Servicios de transporte
		1.1.1.6 Terminales autobuses
	1.2. Red ferroviaria	1.1.2.2 Terminales ferroviarias
		1.2.1 Servicios aéreos
	1.2 Aéreo	1.2.2 Terminales
		1.1.3 Red de calles
1.3.1 Marítimo		
1.3 Acuático	1.3.1.1 Servicios de transporte	
	1.3.1.2 Terminales	
	1.3.2.1 Fluvial y lacustre	
	1.3.2.1 Servicios de transporte	
	1.3.2.2 Terminales	
	2.1 Postales	
2. Comunicaciones	2.2 Telegráficas	
	2.3 Télex	
	2.4 Telefónicas	
	3. Sanidad	3.1 Red de agua
3.2 Red de desagües		
3.3 Recolección de basura		
3.4 Salud		
3.2.1 Aguas negras		
3.2.2 Pluvial		
3.4.1 Primeros auxilios		
3.4.2 Hospitalización		
4. Energía	4.1 Red eléctrica	4.1.1. Alumbrado público
		4.1.2. Servicios domiciliarios
	4.2 Combustible	4.2.1 Gasolina
		4.2.2. Gas

Nota: (Boullón, 2006)

La Tabla 21 muestra un resumen de infraestructura que se puede aplicar al campo turístico, en el cual se clasifica la infraestructura en categorías y tipos; además se incorporó un subtipo para mayor comprensión.

Por su parte, Varisco (2013) definió la infraestructura como aquel conjunto de obras y servicios los cuales sirven de base para un buen desarrollo de todas las actividades económicas, mencionando además que puede ser utilizado de forma común o específicamente para el turismo- La infraestructura sirve como medio de conexión entre los centros emisores y los receptores, y también para el desarrollo del destino turístico comprendiendo en especial el transporte y la comunicación.

### **2.2.6 La Superestructura**

Para que se dé un buen funcionamiento del sistema turístico se necesita además de la infraestructura, un subsistema que regule todo el sistema el cual se conoce con el nombre de superestructura.

Boullón (2006) manifestó que la superestructura turística “comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema” (p.50). A su vez también crea mecanismos para facilitar la producción y la venta de muchos de los servicios que integran el producto turístico. Es de suma importancia crear superestructuras potentes y eficientes en esto para que el sector turístico alcance de forma directa a la gran importancia que tienen los atractivos y las plantas que se construyen para su explotación.

De acuerdo con Varisco (2013) la superestructura está compuesta por todos los órganos públicos y privados en el cual su objetivo primordial es planear y coordinar un buen funcionamiento del sistema turístico. Dentro del sector público están incluidos los órganos gubernamentales que estén vinculados de forma directa con la actividad turística, siendo estos tales como organismos municipales de turismo y aquellas instituciones públicas como secretarías de cultura, deporte y producción. Menciona además que el sector privado se compone de los

empresarios que cuentan con empresas vinculadas con la actividad ya sea de manera directa o indirecta tales como: cámaras de turismo, recreación, comercio e industria, también instituciones como hoteles, agencias de viajes, empresas de transportes, concesionarios de playas entre otras más. En resumen, el sector público es representado por los gobiernos y el sector privado es conformado por el mercado.

### **2.3. Impacto**

El impacto se define de acuerdo con el aporte de Valdés (2009) como una evaluación de los efectos directos e indirectos de un suceso cualquiera, comprendiendo las externalidades positivas y negativas, con la finalidad de realizar una distinción entre el resultado y el impacto, por medio de la aplicación de un instrumento en el cual se puedan medir las modificaciones tangibles, medibles o registrables. De esta manera, se puede realizar una comparación entre la situación inicial versus la situación final, operacionalizada a través de la fijación en un sistema referencial de una línea base y una línea de comparación, en las que los tiempos de estudios son previos a la intervención del suceso y posteriores al evento ocurrido. Por lo tanto, se puede decir que la evaluación de impactos permite realizar una comparación entre un conjunto de características iniciales y características finales observadas en el transcurso de un acontecimiento.

De acuerdo con la reseña realizada por Huergo (2016) se determinó que la evaluación del impacto se ha generado de diversas condiciones que traen consigo una grave crisis socioeconómica, tal y como lo son:

Las tendencias regresivas en la condición, nivel y calidad de vida de importantes sectores de la población: pérdida del poder adquisitivo, problemas de empleo y precariedad laboral, aumento en las tasas de desempleo y subempleo, cambio en el perfil de los desocupados y subocupados.

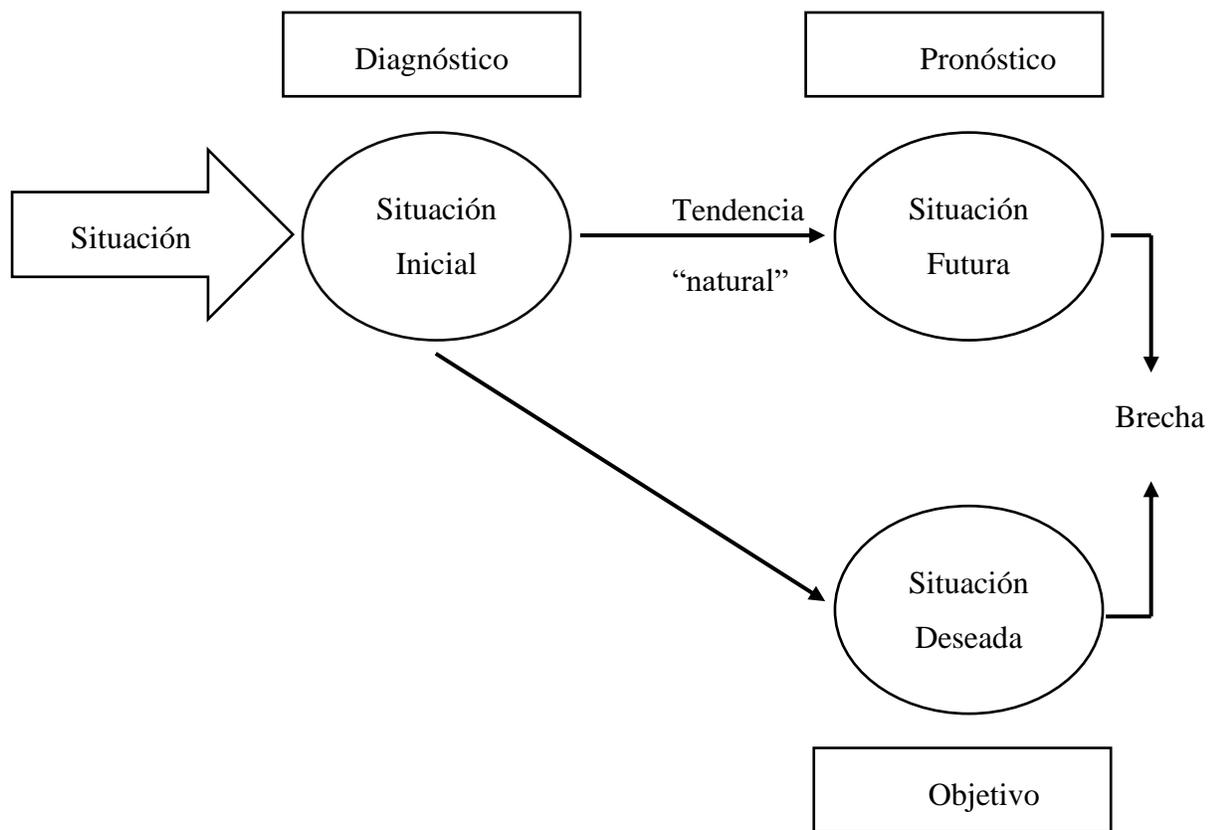
La expresión de la crisis económica se manifiesta en la caída del producto por habitante, alargamiento de la duración del desempleo y efecto «retiro» de la fuerza de trabajo, caída en la remuneración del factor trabajo, ampliación del sector no estructural o sector informal

como fuente de empleo, impacto de la situación en lo psicológico y lo comunitario, agravamiento de la pobreza.

También se manifiesta la caída de la economía en los efectos sobre el gasto público, expresado en crisis de la participación de los gastos del gobierno central en PBI, crisis del gasto social por habitante, deterioro de la oferta de servicios públicos y de servicios sociales, deterioro en los servicios que significan importantes componentes de la calidad de vida (como salud, educación, vivienda y seguridad social), disminución de la calidad de los servicios ofrecidos. (p.1)

A partir de estas condiciones se deben generar diversas medidas con la finalidad de mitigar los impactos causados, velando por cubrir las necesidades básicas de la población más vulnerable, revalorizando lo social bajo el impacto de la crisis promoviendo acciones para mejorar las condiciones de vida y de trabajo. Además, estas acciones deberán ser de carácter preventivo, el cual funciona como una forma de respuesta anticipada a los problemas y de carácter correctivo, siendo este una manera de reorientar los procesos, teniendo en cuenta situaciones imprevistas.

De acuerdo con Pichardo (1997) se definió impacto como aquellos cambios observados producto de la política, programas o proyectos, vinculados al conjunto de acciones involucradas para obtener los resultados esperados y ser registrados a través de los indicadores macroeconómicos o macrosociales. No obstante, estas se crean a partir de los cambios progresivos referentes de la situación inicial, de esta manera se podrán introducir mejoras, cambios o modificaciones, con la finalidad de generar condiciones que favorezcan su ejecución hacia el objetivo esperado. Además, estableció que tanto las acciones preventivas como correctivas, deberán surgir del proceso de evaluación, para el cual los problemas y sus componentes deben estar claramente delimitados.



*Figura 8* Curso de las situaciones histórica, inicial y futura

*Nota:* (Pichardo, 1997)

De acuerdo con la Figura anterior, Pichardo (1997) estableció que la importancia de crear condiciones es alcanzar una situación futura distinta a la que se ha pronosticado en la evaluación y que los problemas diagnosticados en la situación inicial puedan ser superados, creando así una situación deseada con escenarios más favorables.

## 2.4. Percepción

De acuerdo con Hernández (2016) la teoría de la percepción muestra la forma en la que la percepción como tal, no se obtiene únicamente por medio de los sentidos y el neocórtex, sino que también se incluyen diversos sistemas de interpretación de la información, por lo tanto, el ser humano percibe aquello para lo que está programado y no lo que en realidad es, es decir la percepción es subjetiva, pues las imágenes se analizan con base en las vivencias, la cultura y la

experiencia personal, por lo que a este fenómeno se le conoce como leyes de la percepción visual. Además, es indispensable comprender la manera en que la mente organiza y percibe la información, esto con la finalidad de reducir la carga cognitiva en el proceso de lectura y apropiación de los datos, adaptándolos al sistema perceptivo. Estas funciones se realizan de manera automatizada haciendo que el individuo realice análisis muy complejos como los de profundidad o tridimensionalidad, sin el menor esfuerzo. Por lo que la importancia en la teoría de la percepción radica en la adaptación de la infografía de las capacidades y debilidades del sistema de percepción, bajando la carga cognitiva considerablemente. Este autor también abarcó las principales leyes de la psicología de la percepción que explican cómo el cerebro estructura, estas se basan en la premisa de que el todo es superior a la suma de sus partes. Dentro de estas leyes se encuentran:

1. Ley de proximidad: Los elementos que están a una distancia cercana suelen ser percibidos como un grupo o como uno mismo, es decir se crea un sentido de pertenencia en la proximidad de los objetos.
2. Ley de semejanza: Aquella en la cual los elementos con características similares de forma, color, luminosidad o tamaño aparentan pertenecer a un mismo grupo o ser percibidos como una unidad.
3. Ley de destino común: Los elementos ordenados de forma armónica simulan pertenecer y formar parte de un grupo.
4. Ley de la forma cerrada: Los contornos de los elementos que pertenecen a formas cerradas se perciben como las formas mismas, estas tienen su contorno definido por una línea ininterrumpida; sin embargo, la mente tiende a añadir los elementos que faltan para completar una Figura.
5. Ley de simetría: Se basa en que el cerebro percibe las imágenes simétricas como iguales y como un solo elemento, es decir, el espacio simétrico será interpretado como imagen.
6. Ley de la buena forma: Se basa en la forma en la que el cerebro intenta organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, incluyendo el sentido de perspectiva, volumen y profundidad.

7. Ley de contornos: Se distingue la forma contra el fondo debido a que el contorno es marcado y la mente es capaz de percibir formas incompletas o no del todo evidentes.

Asimismo, Ballesteros (2000) confirmó la importancia de la percepción visual, siendo considerado el sistema primordial, dejando en segundo plano al sistema háptico, el cual es aquel que permite a cada individuo percibir el entorno por medio del tacto de su propio cuerpo. No obstante, se evidenció que, por medio de este sistema, las personas pueden tener una percepción de diversas características de los objetos, que no se pueden percibir por medio de la visual, como lo es la textura, la dureza, rugosidad, tamaño y forma. Sobre esa base se desarrolla la clasificación de las tres distinciones terminológicas, las cuales consisten en:

1. Percepción táctil: Se refiere cuando la información es obtenida por medio del sistema cutáneo, debido a que el receptor toma una postura estática que se mantiene en el transcurso del procesamiento de la estimulación.
2. Percepción kinestésica: Se refiere cuando la información es proporcionada por medio de los músculos y tendones.
3. Percepción háptica: Se refiere a la combinación de ambos elementos, táctil y kinestésico, con la finalidad de proporcionar al receptor información válida acerca de un objeto.

## **2.5. Desempleo**

Para Pugliese (2000) se estableció que el término desempleo está definido por tres dimensiones esenciales, abarcando a todas aquellas personas que se encuentran sin trabajo, las cuales están disponibles y desean ingresar al mercado laboral, ya sea un trabajo por cuenta ajena o por cuenta propia, es decir, el de no estar trabajando, estar disponible para aceptar un empleo y estar en busca de obtener uno. No obstante, la situación se complica cuando una de estas dimensiones presenta fallas, como la falta de empleo, es por esta razón que ocurre un desempleo involuntario, debido a la escasa demanda de trabajo y cuando no hay una disponibilidad absoluta, ya que la persona no está dispuesta a aceptar cualquier trabajo en cualquier condición, en cualquier lugar y con un salario mínimo establecido por ley. Además, no se trata solo de la indisponibilidad

del trabajador lo que lo que le impide conseguir trabajo, sino más bien de los problemas de funcionamiento de la producción industrial, ya que esta es consecuencia directa de que un puesto se distribuye entre varios ofertantes de empleo, en el que cada uno está sujeto a diferente suerte, dependiendo de la naturaleza de la demanda de trabajo y no del volumen global de la oferta. Se definen tres formas en las que aparece el desempleo:

1. El desempleo de aquel que aún no ha sido obrero, pero que sí llegará a serlo, en el cual se ubican; campesinos sin tierra, de artesanos empobrecidos, emigrantes, es decir, desempleados que aún no se identifican como tales.
2. El desempleo de aquel que ya ha sido obrero y ha perdido su empleo, esta situación sucede diariamente, pero adquiere carácter masivo en los momentos de crisis.
3. El desempleo de aquel que nunca no ha sido obrero y tiene pocas oportunidades de entrar en la condición obrera, en estos casos se evidencia el desempleo juvenil debido a la disminución de la demanda de empleos estables, por lo que su experiencia se limita a trabajos informales.

El desempleo es una situación vivida alrededor del mundo. Según Thirlwall (2007) existen más de mil millones de personas que están desempleadas o trabajando un número bajo de horas y aunque desearían trabajar más, no pueden hacerlo por la falta de demanda. Se puede argumentar que el empleo es el principal medio de obtención de un salario digno para poder subsistir y hacer frente a las necesidades básicas y de dignidad humana, debido a que el desempleo es causa principal de la pobreza, enfermedades relacionadas con el estrés, rupturas de matrimonios y agitación social, por lo que en una sociedad civilizada toda persona debería tener derecho al trabajo, como un medio de salida de la pobreza. Se le puede atribuir el aumento en las tasas de desempleo a la deficiencia de demanda, los impuestos laborales, la protección de empleo, las barreras a la movilidad del trabajo, el sistema de determinación salarial, y los cambios institucionales en el mercado de trabajo como el sistema de pago de compensación. Además, este autor estableció que uno de los componentes principales en el aumento del desempleo, es el exceso de mano de obra oculta en la agricultura, debido a que de esta manera un sinnúmero de trabajadores trabaja muy pocas horas, sin una jornada establecida, producto del desequilibrio entre el aumento de la demanda de

productos agrícolas y el aumento de la oferta. El problema radica en que la tasa de creación de nuevos empleos formales no es suficiente para cubrir con toda la mano de obra disponible.

De acuerdo con Buendía (1990) el desempleo no solo representa que una persona se encuentre sin recursos económicos o sin un trabajo remunerado, sino que podría además evidenciar algunos trastornos afectivos o psicofisiológicos debido a la pérdida de su empleo, teniendo en cuenta que cada individuo atraviesa e interpreta las situaciones de manera distinta de acuerdo a las circunstancias y los recursos psicológicos que posee, por lo que el desempleo también causa un efecto directo en la forma en la cada persona se percibirse a sí misma, puede causar pérdida de autoestima, sentimientos de inseguridad y de fracaso, degradación social, vergüenza o sentimientos de culpa, en algunos casos también se pueden sufrir episodios de fatiga respiratoria, insomnio, debilidad, dolores de cabeza, vértigos, inhibición sexual, dolores reumáticos, aislamiento social, dependencia, sentimientos de inutilidad, aumento de los estados depresivos y de ansiedad y un aumento de tensión en las relaciones familiares. Por lo que el principal amortiguador en la aparición de estas alteraciones en las personas desempleadas es el apoyo social, ya que, según estudios realizados por el autor, la persona en paro laboral que no cuenta con apoyo manifestará un peor estado físico y psicológico que los que sí tienen apoyo, debido a que ayuda a disminuir el estrés y también promueve y desarrolla las capacidades del individuo, aumentando su autoestima.

## **2.6. Declaración pandemia**

Con base en Gracia (2020) las enfermedades son clasificadas respecto a sus características. La manera más sencilla de hacer esta división es en enfermedades agudas, que son aquellas en las que se evidencia un comienzo repentino y una evolución rápida, incluyendo su cura, y las enfermedades crónicas, las cuales tienen un comienzo más lento y se mantienen en el tiempo. Otra manera de realizar esa división es por medio de las afectaciones de las personas, es decir, si se afectan a un grupo de individuos aislados o si se extienden por poblaciones. Por lo tanto, por medio de esta última división se puede obtener la definición del término pandemia, como aquella en la cual se afecta no a una población concreta, sino que invade el mundo entero, afectando a casi todos los individuos de una localidad o región.

Además, como consecuencia de la revolución neolítica los ecosistemas de muchas especies animales tuvieron diversas alteraciones, por lo que el ser humano estuvo expuesto a diferentes microorganismos con lo que no tenía contacto habitualmente. Producto de este contacto el sistema inmune de los individuos fue clasificado en dos especies: el reservorio, donde un determinado microorganismo crece y se multiplica en su interior sin causarle daño alguno, y el susceptible, el cual enferma y por medio del sistema inmune intenta destruir al intruso. Debido a esto, cuando los reservorios se encuentran en la proximidad de los susceptibles, se crea un contagio entre las especies, ya sea por medio de un contacto directo o a través de vectores, estos animales o parásitos que transmiten patógenos de una persona o animal infectado a otro causan una alteración o ruptura de los equilibrios ecológicos, es lo que causan las pandemias.

Por otra parte, Roselli (2020) describió el término pandemia como una definición operativa, que involucra la afectación de seres humanos y que fleja una severidad y letalidad para la salud humana, con afectación en amplias extensiones geográficas, causando temor y ansiedad de un posible contagio. Además, abarcó la importancia de conocer las seis fases de una pandemia, las cuales no necesariamente ocurren de manera cronológica, pero su conocimiento se podría emplear como una herramienta de planificación y facilitará el no caer en noticias falsas, que generen pánico. Como parte de la primera fase se encuentra la interpandemia, la cual se basa en el estudio de virus existentes en animales que podrían tener una afectación en los seres humanos; la segunda fase se da cuando se detectan personas contagiadas por el virus detectado; para la tercera fase se identifica un grupo de personas interrelacionadas entre sí, infectadas con el virus, mediante el cual se identifican diversas características y síntomas en común, sin embargo aún no se tienen suficientes pruebas para declarar un brote en la comunidad. Para la cuarta fase se detecta una transmisión de contagio por medio de la comunidad y se realiza la notificación de la situación a la OMS con la finalidad de que realice una intervención focalizada y aplacar la propagación; para la quinta fase se identifica una propagación hacia otro país, además del país de origen, por lo que se encuentran más comunidades, sin embargo, no es sino hasta la sexta fase cuando se declara una pandemia mundial debido a la propagación en países de otras regiones.

## **2.7. Comercialización – Promoción**

Según Montero (2001) se determinó que la comercialización y la promoción turística muestran una tendencia a englobar la comercialización dentro de la promoción. Sin embargo, por medio de estudios realizados se logró fragmentar de manera independiente estos términos, sin olvidar la conexión existente entre ambas: por un lado, la promoción conserva la vivacidad del producto y, por otro lado, la comercialización canaliza las motivaciones de la demanda hacia una relación mercantil. Por tanto, la promoción turística se puede concebir como el medio con el cual el comprador es incentivado a realizar la compra de un producto o servicio, a través de técnicas seleccionadas previamente como campañas publicitarias, medios de comunicación, información turística, elaboración y distribución de videos, folletos, guías, mapas y carteles, mercadotecnia, participación en ferias y páginas web, con la finalidad de promocionar y estimular el interés de un sector de la población. Por su lado, la comercialización turística se puede entender como aquel conjunto de técnicas y acciones realizadas por la organización con la finalidad de dirigir el flujo de bienes turísticos desde el productor hasta el consumidor, creando una relación entre ambas partes. Al mismo tiempo se derivan diversos elementos que integran la comercialización turística. Como elemento primordial se encuentra el producto, seguidamente se encuentran los sujetos, que están compuestos por el productor quien elabora el producto o servicio y lo vende por un precio, y por el comprador, quien recibe el producto o servicio, a fin de satisfacer sus necesidades e intereses. Y también se encuentran el precio y las acciones, las cuales hacen posible la ejecución de la comercialización.

## **2.8 Economía Institucional**

La economía institucional señaló diversas tradiciones económicas relacionadas con los sistemas sociales. Estas tradiciones tienen gran relación con la producción, distribución y consumo de bienes y las relaciones sociales correspondientes (Dimmelmeier y Heussner, 2016). La mayoría de los economistas institucionales consideran la economía como un sistema de organización social (formal e informal) relacionado con la producción, distribución y consumo de mercancías.

De acuerdo con Morales (2015) la institucionalidad económica establecería que el sistema es el elemento central del poder económico, porque las instituciones determinan, orientan y restringen los patrones de acción de los diversos sujetos que constituyen el sistema nacional. El desarrollo de cualquier proceso económico significa la formación y mantenimiento de determinadas instituciones, que utilizan incentivos específicos para orientar estrategias individuales y colectivas. Por lo tanto, el Estado es fundamental para establecer los incentivos que orienten la acción estratégica de los diversos agentes económicos mediante la construcción de una matriz institucional que genere seguridad.

Por otra parte, North (1990) concluyó que:

Las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente, estructuran incentivos en el intercambio humano, sea político social o económico. El cambio institucional conforma el modo en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el cambio histórico. (p.13)

Para Artavia, Benavides y Parada (2018) el progreso económico está impulsado por las instituciones, lo que hace que unas sociedades estén más desarrolladas que otras, es decir, algunas se han estancado durante décadas, mientras que otras se han desarrollado con mayor vitalidad. La capacidad de las instituciones para promover el desarrollo dependerá de la posibilidad de autorrenovación en el tiempo para adaptarse a las necesidades cambiantes de la organización; esto se denominó cambio institucional.

### **2.8.1 Economía Institucional Original**

Según Parada (2005), indicó que la Economía Institucional se puede aproximar desde una visión puramente neoclásica, como es el caso de ver las instituciones como una aplicación de la teoría de juegos, dentro de los marcos racionales del agente económico. Una segunda aproximación de la economía institucional es el neoinstitucionalismo, que, aunque aceptó menos restricciones en el campo de la teoría neoclásica, definió el comportamiento de los agentes económicos con

oportunismo con astucia y racionalidad limitada. El método institucionalista original es muy diferente a lo anterior porque se basó en un pragmatismo filosófico basado en John Dewey, la teoría de la evolución de Darwin y los métodos filosóficos europeos tradicionales desde principios del siglo XX. Fue desarrollado por economistas norteamericanos en la década de 1950.

La metodología de EIO tomó como base un enfoque orientado por valores, el cual es un proceso dinámico e instrumental. Este método fue activista en el sentido de reconocer el papel de la agencia humana individual y colectiva, se centra en hechos donde la tecnología juega un papel crucial, integral y no orientado o basado únicamente en decisiones racionales y esencialmente no dogmáticas. Se reconoce de salida que el conocimiento humano es incompleto y limitado (Parada, 2005).

Por otro lado, Commons (2003) indicó que:

La economía institucional no se divorcia de las escuelas clásica y psicológica de economistas: traslada sus teorías al futuro cuando los bienes se produzcan, se consuman o se intercambien como resultado de las transacciones presentes. Ese futuro puede ser la ingeniería económica de la producción de los economistas clásicos o la economía hogareña del consumo de los economistas hedonistas, las cuales dependen del control físico. Pero la economía institucional es el control legal de las mercancías y del trabajo, mientras que las teorías clásica y hedonista sólo tratan del control físico. (p.201)

De esta manera, el objetivo de la economía no se reduce al claro equilibrio del mercado, sino que es un proceso continuo de medios y fines en el que los valores de la comunidad juegan un papel importante. Las decisiones en la economía no pueden basarse en el proceso de competencia pura, sino en las opiniones de los participantes en el proceso comercial.

### **2.8.2 Nueva Economía Institucional**

La Nueva Economía Institucional (NEI), encabezada por Ronald Coase y Douglass North constituye el cuerpo teórico más relevante que haya surgido en economía en las últimas décadas.

La NEI reúne un conjunto de hipótesis que asumen que las instituciones son importantes y que los determinantes de las instituciones pueden analizarse con los instrumentos de la teoría económica. (Caballero, 2002).

North (1990) expresó que:

La moderna economía institucional comienza con dos premisas: 1) que el marco teórico debería ser capaz de integrar la teoría neoclásica con un análisis acerca del modo en que las instituciones modifican el conjunto de opciones a las que pueden acceder los seres humanos, y 2) que este marco debe ser construido teniendo en cuenta los determinantes básicos de las instituciones, de manera que no sólo se pueda definir el conjunto de opciones que realmente están disponibles en un momento determinado, sino también analizar la forma en que las instituciones cambian y por lo tanto alteran este conjunto disponible a lo largo del tiempo. (p. 1)

Los supuestos que la Nueva Economía Institucional asume, según North (1990), son los siguientes:

- El individuo persigue su interés personal. Ese interés personal puede incluir la preocupación por los demás.
- Existen costos de transacción. Además, medir los atributos de bienes y servicios es costoso y las regulaciones e instituciones los reducen.
- El cumplimiento de las normas es básico y costoso, estas normas se logran a través de las tradiciones y la ética, y en la economía impersonal a través de la Figura del Estado en el país.
- Las preferencias de las personas no solo están reguladas por las motivaciones establecidas por las normas, sino también por sus percepciones de la realidad.

Según Krause (2014) el nuevo paradigma de la economía institucional es aquel en el que los individuos buscan beneficios personales, pero las preferencias que pueden satisfacer están limitadas por el marco institucional existente. Estas reglas son básicamente las reglas de comportamiento político y derechos de propiedad.

Por lo que se puede determinar que la NEI asume el individualismo metodológico y el supuesto de una racionalidad limitada del comportamiento humano. La Nueva Economía Institucional consiguió que las instituciones volvieran a ocupar un lugar destacado en la investigación de los economistas. No obstante, el nivel de conocimiento sobre las instituciones y su relación con lo económico es todavía insuficiente. Esto supone un estímulo para una Nueva Economía Institucional en un proceso de expansión (Caballero, 2002).

### **2.8.3. Instituciones públicas y organizaciones relacionadas al turismo en la unidad de planeamiento del Pacífico Sur**

En cuanto al sector turístico, en el caso de Costa Rica existen una serie de instituciones encargadas de facilitar el diseño e implementación del orden público y crear las condiciones para una mejor plataforma con el fin de mejorar la competitividad del país en regiones y sectores de manera particular. A continuación, se describen las principales instituciones relacionadas al turismo en la unidad de planeamiento del Pacífico Sur.

- **ICT**

De acuerdo con el ICT (2020f) la participación estatal en el desarrollo turístico tiene sus orígenes en 1930, con la creación del primer hotel privado: "Gran Hotel Costa Rica", como hotel de primera clase, construido con el apoyo de la empresa privada y el estímulo del Gobierno de la República. La corriente turística de aquel tiempo la constituía turistas extranjeros, quienes ingresaban vía marítima al Puerto de Limón y, de ahí, se desplazaban a San José a través de la red ferroviaria de la "Northern Railway Company".

En 1931, se decreta la primera normativa sobre regulación turística, mediante la Ley 91, del 16 de junio de 1931, donde se crea la Junta Nacional de Turismo, la cual funcionó hasta el 9 de agosto de 1955, fecha en que fue creada, mediante la Ley 1917, la entidad que hasta hoy conocemos como Instituto Costarricense de Turismo. (párr.2)

Dentro de sus principales funciones se encuentra: desarrollar una serie de propuestas para hacer competitiva la industria turística de Costa Rica y mantener su participación en el mercado internacional. Además, fortalecer el proceso de formulación e implementación de los planes de

desarrollo turístico, atraer y asesorar a inversionistas, desarrollar sistemas de calidad y competitividad, desarrollar mercadeo integral, enfocarse en el turista, brindar al turista información para la toma de decisiones y fortalecer los procesos para mejorar la gestión (ICT, 2020).

De acuerdo con Canals (2014) en 1955, con la promulgación de la ley en 1917, se creó el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que dio origen al turismo organizado. Las funciones principales incluyen la protección y promoción de edificios o lugares históricos y paisajes naturales o lugares de importancia científica.

Al ICT se le atribuyó el mantenimiento de los parques nacionales y la custodia y conservación de dos kilómetros alrededor de todos los volcanes del país, los cuales se declaran tales zonas como parques nacionales. Esta labor inicial se vería fortalecida con el establecimiento a partir de 1970 de los primeros parques nacionales, que serían administrados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). (Canals, 2014, p. 5)

- **SINAC**

Es una dependencia del Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), creado mediante el artículo 22 de la Ley de la Biodiversidad N° 7788, de 1998.

El SINAC tiene personalidad jurídica y funciona como un sistema de gestión y coordinación institucional descentralizado y participativo que integra la silvicultura, la vida silvestre, las áreas protegidas, las cuencas hidrológicas y los sistemas hídricos. También, formula políticas, planifica y ejecuta procesos orientados a lograr la sostenibilidad en el manejo de los recursos naturales del país (SINAC, s.f.).

El SINAC es un concepto de protección integral que ofrece la posibilidad de desarrollar una gestión pública responsable, involucrando al Estado, la sociedad civil, las empresas privadas y todas las personas del país interesadas y comprometidas con la construcción de un medio ambiente saludable y ecológicamente equilibrado. Por otra parte, El SINAC está dividido en 11 áreas protegidas, en estas áreas se interrelacionan las actividades públicas y se buscan soluciones conjuntas bajo la guía de estrategias de protección de los recursos naturales y desarrollo sostenible (SINAC. S.f.).

- **Gobiernos Locales**

De acuerdo con Ameriso, Goytia y Maceratesi (2005) cada gobierno municipal ejerce sus competencias municipales y administrativas dentro de su jurisdicción territorial como persona jurídica pública estatal y “asume las competencias, funciones, atribuciones y responsabilidades, que le asignan la Constitución Provincial, la Ley Orgánica Municipal de la respectiva Provincia y/o su respectiva Carta Orgánica” (p.1). Por lo que se puede decir que un municipio es una sociedad que realiza organización política dentro de un determinado territorio, tiene las relaciones de vecindad necesarias sobre la base de la capacidad económica para cubrir sus propios gastos gubernamentales y tiene personalidad jurídica pública.

Dentro de sus principales propósitos de acuerdo con Ameriso, Goytia y Maceratesi (2005) se encuentran: retorno social de la inversión en bienes sociales e infraestructura económica, seguir el principio de redistribución de la renta pública, promover el desarrollo económico, social, ecológico y ambiental basado en la igualdad y la participación. Además, Maguiño (2000) manifestó que, de acuerdo con la situación, el gobierno municipal planifica, ejecuta y promueve una serie de acciones a través de organismos competentes, con el objetivo de brindar a los ciudadanos un ambiente adecuado para satisfacerlos en materia de vivienda, salud y suministros, educación, entretenimiento, transporte y comunicación. Estas acciones son realizadas con los propios recursos municipales, y son ejecutadas por las acciones estipuladas por las leyes pertinentes en las autoridades administrativas, organismos descentralizados, empresas de desarrollo y gobiernos locales.

La concentración de visitantes en los distintos centros turísticos transforma a los municipios en microeconomías especializadas, consecuencia de la concentración de servicios específicos para atender las necesidades de los turistas durante su estadía en los cantones. Asimismo, son economías de aglomeración, ya que un gran número de empresas que ofrecen espacios turísticos operan en el reducido espacio que cubren estos conglomerados. En los cantones de Corredores, Golfito y Coto Brus existen gobiernos locales los cuales brindan un apoyo fundamental para el desarrollo del turismo.

## 2.9 Políticas Públicas

Para el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (2016) una política pública es una “línea de acción definida para orientar o alcanzar un fin, que se expresa en directrices, lineamientos, objetivos estratégicos y acciones sobre un tema y la atención o transformación de un problema de interés público” (p.7). Traducen claramente la voluntad política en decisiones y apoyo en términos de recursos humanos, técnicos y financieros, con base en tareas, acuerdos o compromisos nacionales e internacionales.

Según Lahera (2004) tanto la política como las políticas públicas están relacionadas con el poder social. Sin embargo, aunque la política es un concepto amplio, está relacionado directamente al poder en general, mientras que la política pública corresponde a soluciones específicas sobre cómo gestionar los asuntos públicos. Una política pública de excelencia corresponde a “aquellos cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo político definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado” (p. 8). Por tanto, se puede decir que las políticas públicas de alta calidad incluyen lineamientos, contenidos, medios o mecanismos, o cambios institucionales y predicciones de resultados; las políticas públicas de excelencia tienen características que ayudan a mejorar las discusiones políticas.

Por otra parte, Parada (2002) indicó que la política pública corresponde al curso de acción y flujo de información relacionado con metas públicas definidas democráticamente; proyectos desarrollados por el sector público y muchas veces con la participación de la comunidad y el sector privado. Las políticas públicas de alta calidad incluyen lineamientos o contenido, herramientas o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales y predicciones de resultados.

Astorga y Facio (2009) expresaron que:

Una política pública no es cualquier acción del gobierno, que puede ser singular y pasajera, en respuesta a particulares circunstancias políticas o demandas sociales. Dicho de otra manera, lo específico y peculiar de la política pública consiste en ser un conjunto de acciones intencionales y causales, orientadas a la realización de un objetivo de interés /

beneficio público, cuyos lineamientos de acción, agentes, instrumentos, procedimientos y recursos se reproducen en el tiempo de manera constante y coherente. (p. 6)

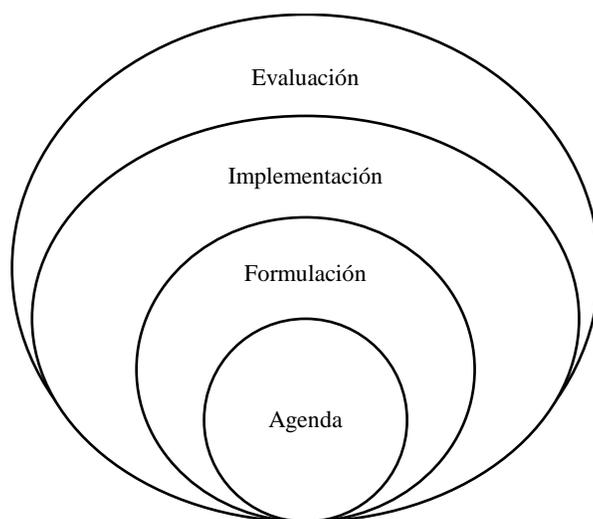
Ante la escasez de recursos como tiempo, presupuesto, personal, entre otros, la política pública intenta encontrar una solución a un problema específico por sí misma. La política pública proporciona un marco para el análisis y la acción para revertir lo indeseable de una manera organizada, donde los actores no se limitan al gobierno, y en particular donde la parte pública de la política es rescatada, incorporando diversos hallazgos científicos.

### **2.9.1 Elementos de una Política Pública**

Para el MIDEPLAN (2016) los principales elementos que deben contener las Políticas Públicas (PP) son los siguientes:

- Inclusión del tema principal en la Agenda Política
- El reconocimiento del marco legal nacional e internacional
- El estado de situación o el resumen diagnóstico del problema y las variables e indicadores asociados.
- La participación y los grupos de población objetivo
- La definición de temas prioritarios o ejes de intervención
- Objetivos, resultados, acciones y otras variables
- Modelo de gestión o la forma de organización, los mecanismos para la gestión y el papel de los entes participantes,
- La evaluación y su seguimiento
- La operativización de la PP por medio del Plan de Acción o una Estrategia.

A continuación, se muestra el ciclo de las PP:



*Figura 9* Ciclo de las Políticas Públicas

*Nota:* Elaboración propia.

Para Díaz (1998) la construcción de la agenda asume el surgimiento de problemas, sus definiciones y la concentración de prioridades para insertarlos en las decisiones y planes de acción del poder público, La formulación de políticas es una etapa en la que, una vez consideradas las medidas de intervención, se toma una decisión sobre la estrategia básica a determinar, la implementación del programa o programas establecidos y por último su evaluación y eventualmente la finalización o extinción de la política misma.

### **2.9.2 Tipos de Políticas Públicas**

Los gobiernos de todos los niveles desarrollan políticas públicas que pueden clasificarse según una variedad de criterios. Las clasificaciones más comunes se enumeran a continuación.

- Políticas sustantivas y procedimentales: Las políticas sustantivas tienen que ver con “lo que el gobierno va a hacer, como construir autopistas, abonar un subsidio por desempleo o prohibir la venta de alcohol a menores de edad. Se trata de políticas que directamente proporcionan a la gente ventajas y desventajas” (Delgado, 2009, p.4). Las políticas procedimentales tienen que ver con la forma en que se hace algo o con la que se toman las medidas es decir quien ejecuta la acción, incluidas las relativas a materias organizativas de la administración pública, por ejemplo, quien es el responsable de la aplicación de las leyes

ambientales o las de establecer procesos o procedimientos para realizar determinadas actividades.

- Políticas distributivas, regulatorias, autorregulatorias y redistributivas: La política de distribución incluye la provisión de bienes o servicios a grupos específicos de personas, incluida la provisión de asesoría legal a pequeñas y medianas empresas. Las políticas regulatorias señalan restricciones sobre el comportamiento de individuos y grupos, como las regulaciones de carreteras. Las políticas de autorregulación son similares a las políticas anteriores ya que consisten en restringir o controlar ciertos grupos, pero a diferencia de ellas, son defendidas y apoyadas por grupos para proteger o promover los intereses de sus miembros; los requisitos necesarios para la apertura de un establecimiento comercial configuran una política autorregulatoria. La política de redistribución es un esfuerzo deliberado realizado por el gobierno para cambiar la distribución de la riqueza, los ingresos, la propiedad o los derechos entre grupos o clases sociales. Son las políticas más típicas del estado de bienestar, el sistema de seguridad social es uno de los ejemplos más conocidos. (Delgado, 2009).
- Políticas materiales y simbólicas: Según Delgado (2009) la política material tiene ventajas y desventajas evidentes, el programa de becas para estudiantes universitarios es un ejemplo de esta política. En contraste, las políticas simbólicas tienen poco impacto material en las personas, brindan ventajas y desventajas intangibles, la campaña contra el racismo y la xenofobia es una política simbólica.

## **2.10 Crisis**

De acuerdo con Castro (s.f.) una crisis es aquella situación de dificultades más o menos graves. A veces el término se usa para referirse a emergencias o desastres, es decir, una situación incontrolable que ocurre debido a los efectos de desastres naturales o provocados por el hombre. Además, expresó que una crisis internacional es aquel cambio que genera una situación de dificultad que puede tener capacidad para desestabilizar a la comunidad internacional y pueden venir provocadas por conflictos armados, por motivos económicos o por catástrofes naturales.

Por otra parte, Svampa (2016) indicó que este término:

remite a una fractura entre lo que acontece en el tiempo presente, los patrones precedentes y las posibilidades que arroja el futuro cuando no cabe pensar en una continuidad. Así, las crisis ponen de manifiesto un estado de agonía de determinadas cosmovisiones estructurantes tanto de nuestras prácticas teóricas, como de nuestras experiencias históricas. (p. 132)

Para Beinstein (2005) el concepto de crisis podría definirse como una turbulencia o alteración importante del sistema social más allá de su duración y alcance geográfico, que puede poner en peligro la supervivencia y el mecanismo básico de crecimiento. Aunque, en otros casos le permite a éste reparar, desechar componentes y comportamientos nocivos e incorporar innovaciones salvadoras. En el primer caso “la crisis lleva a la decadencia y luego al colapso. En el segundo a la recomposición más o menos eficaz, sea como supervivencia difícil o bien como crisis de crecimiento” (p.2).

Por lo que se puede decir en términos generales que una crisis es una situación de alta incertidumbre que afecta las actividades básicas y la credibilidad de un país y sus organizaciones, requiriendo medidas urgentes. Estas son generadas por eventos inesperados e inevitables de carácter catastrófico que pueden afectar a la población, la estructura financiera, e incluso la reputación; no siempre suponen la activación de una economía.

### **2.10.1 Fases de la Crisis**

De acuerdo con Ponce y Smolak-Lozano (2013) independientemente de la definición que se le otorgue a la palabra crisis, esta identifica tres etapas en la evolución de las Crisis, las cuales se detallan a continuación:

- Fase de Precrisis: En esta etapa, la crisis comenzó a dar señales de vida, y la organización ha comenzado a predecir y descubrir posibles problemas en el futuro.
- Fase de Crisis: En esta etapa, la crisis ha sido expuesta a través de los medios. La crisis como tal ha estallado de forma clara y es conocida externamente; además, comienza la formación de la opinión pública sobre el conflicto.

- Fase de Postcrisis: Puede entenderse como la etapa de retorno a la normalidad. En esta etapa del conflicto, la organización ha superado el pico de la crisis y ahora se encuentra en la fase de recuperación. La crisis ha finalizado y también, las causas que la han provocado. Es un momento de balance, análisis de la situación resultante y de ajuste de las medidas técnicas y humanas previsiblemente útil para sucesivas ocasiones similares.

### **2.10.2 Orígenes de la Crisis**

Según Piñuel y Westphalen (1997) los orígenes de las crisis pueden ser:

- Objetivos / subjetivos: Objetivos: Son aquellos acontecimientos externos. Subjetivos: aquellos provocados por personas relacionadas directa o indirectamente con la empresa, ya se trate de exempleados, periodistas, o miembros de otras empresas enfrentados, entre otros.
- Técnicos / políticos: Técnicos: relacionados con la cadena o algunos procesos de fabricación del producto. Políticos: referentes a la política de la empresa.
- Exógenos / Endógenos: Exógenos: subida de los costes de las materias primas. Endógenos: aquellos que hacen el primer objetivo dentro de la empresa.

### **2.10.3 Tipología de las crisis**

De acuerdo con Rojas (2003), la empresa enfrenta agresiones externas e internas. Algunas de estas dificultades pueden conducir a crisis internas muy graves, con menor notoriedad en el exterior. Aunque otras pueden no afectar directamente el negocio de la empresa, pueden tener una influencia muy importante en la opinión pública.

Aunque resulta difícil establecer una tipología completa de todas las crisis, se mencionan algunas categorías:

Fenómenos naturales (inundaciones, terremotos, etc.), crisis relacionadas con la salud y la alimentación (epidemias, intoxicaciones, etc.), acontecimientos políticos y conflictos sociales (protestas violentas, conflictos políticos y comerciales, etc.), accidentes (relacionados con el transporte, que afecten el medio ambiente, incendios, derrames químicos, etc.), eventos de origen criminal (secuestros, asesinatos, sabotajes, etc.), asuntos jurídicos (de discriminación racial, de abuso sexual, plagios, etc.), hechos de tipo

económico (bancarrota, fraude, corrupción, etc.), retirada de productos (defectos de fabricación, por utilizar sustancias prohibidas en su elaboración, etc.), y ataques informáticos (virus, entrada de hackers a sistemas...). (Rojas, 2003, p.138)

## **2.11. Reactivación Económica**

Para Gallego (2017) la reactivación en la esfera jurídica, económica y en el Derecho Internacional se define como un proceso destinado a dinamizar las actividades económicas a partir de una serie de medidas de política económica. En el proceso de recuperación económica, la renta nacional, la inversión, el empleo, los salarios y los valores totales del bienestar social han aumentado por encima de los niveles del período anterior.

Según Rodríguez (2019) ciertamente el crecimiento y la dinámica de la actividad económica pueden y suelen estar asociados, pero no necesariamente. El crecimiento económico se refiere al crecimiento de la escala económica, generalmente medido por cambios en el producto interno bruto (PIB). En cuanto a la recuperación económica, tiene que ver con la dinámica interna de la economía y sus relaciones. “Una economía puede ser cada vez más grande, sin que por ello se vuelva más dinámica. Igualmente, una economía puede tener el mismo tamaño, pero ser más o menos dinámica en distintos momentos” (párr. 5).

Por otra parte, Vargas (2019) indicó que reactivación se trata de promover el crecimiento económico nacional, para que crezca a un ritmo más acelerado del que lo hace. Pero la reactivación solo tiene sentido a corto plazo, no es un proceso que se retrasa indefinidamente. No podría ser de ninguna otra forma, “porque muchísima gente que carece de un empleo digno, lo necesita ya mismo, y porque la acuciante situación fiscal, reclama una economía dinámica, sin lo cual salir de ese atolladero será muchísimo más difícil y costoso” (párr.2).

### **2.11.1 Estrategias de reactivación en las empresas posterior a la COVID-19**

Uno de los principales retos que afrontan las empresas es la reactivación, es evidente que la estrategia de los negocios tiene que cambiar, transformarse, las empresas tienen que reinventarse, al ofrecer nuevos productos de acuerdo con las nuevas necesidades que surgieron.

De acuerdo con Matallana (2020) la tecnología y el comercio electrónico brindan a las empresas oportunidades para generar flujo de efectivo, proporcionar contenido innovador y establecer nuevas relaciones con los clientes. También, la Responsabilidad Social Corporativa no es una opción, sino una manera de concebir una nueva forma de operar de la empresa y fortalecer la relación con clientes, empleados, proveedores y sociedad. Además, la logística es otro factor que cambió con el comercio electrónico, ya que se tuvo que adaptar rápidamente a los cambios que se produjeron, de esta manera se han implementado mejoras y con respecto a la cadena de suministro las empresas deben diversificar sus proveedores para mitigar riesgos en las operaciones.

Por su parte Gutiérrez (2020), en su informe para el Mercado de Valores de Costa Rica indicó que el camino hacia la recuperación no es fácil, está claro que se debe lograr un equilibrio entre contener el virus y reabrir la economía. Así que esto va a depender del esfuerzo conjunto y la disciplina de todos. Costa Rica en este momento “enfrenta una amenaza en un entorno global, pero gestionado de una manera estratégica tiene la oportunidad de lograr cambios estructurales que le permitan evolucionar hacia un país que brinda bienestar para sus habitantes en el mediano y largo plazo” (p.3).

Tabla 22 *El ABC de la Recuperación Económica*

<b>El ABC de la Recuperación Económica</b>	
Enfoque en el contrato social	Se debe velar por mantener la relación entre empresas y ciudadanos, lo que se traduce en empleo. Esto implica apoyo a los ingresos de las empresas para mantener empleo y el consumo.
Las medidas de atención inmediata deben ser transitorias	La política monetaria y fiscal que han tomado lugar hasta el momento deberá desaparecer, al tiempo que la economía evoluciona hacia un punto de equilibrio.
Las medidas de recuperación deberán tener un enfoque sectorial y estructural	Medidas con enfoque sectorial y de carácter estructural buscan garantizar la eficiencia del gasto, al tiempo que la situación actual se convierte en una oportunidad para cerrar brechas históricas.
No se debe perder de vista la sostenibilidad fiscal de mediano y largo plazo	La reforma fiscal por sí sola no es suficiente. Una vez pasada la emergencia inmediata, parte de los esfuerzos se deben de dirigir a un mayor ajuste, particularmente enfocado en una mayor eficiencia del gasto.
El esfuerzo debe ser conjunto	El sector privado también es responsable. Este es el gran empleador de la economía costarricense y con su experiencia y conocimiento puede potencia la labor pública. La comunicación y la apertura debe ser continua y abierta.

*Nota:* Mercado de Valores.

La estrategia de reactivación de cada empresa debe responder de manera específica al tipo de producto o servicio que se brinda y la percepción de las autoridades sobre el nivel de riesgo en el desarrollo de esta actividad. Asimismo, la velocidad de la recuperación estará marcada por la evolución de la demanda, en este sentido las empresas deben considerar medidas para reactivar la demanda, revisar las estrategias promocionales y de precios y brindar financiamiento a clientes solventes con difícil liquidez.

Los desafíos que enfrentan las empresas en esta etapa son muy relevantes porque deben velar por la seguridad de sus empleados, asegurar la continuidad de las operaciones y la estabilidad financiera, al mismo tiempo que enfrentan nuevos requisitos regulatorios, restricciones o planes de políticas que pueden afectar el negocio y generar nuevos cambios. Además de gestionar adecuadamente el período de transición, las organizaciones deben visualizar qué características tendrá el nuevo entorno, con el fin de adaptarse a los cambios significativos entre ellos: la percepción de la sanidad, en el desarrollo de actividades y consumo en el hogar, en el que, como consecuencia de la pandemia, han llegado para quedarse. Por lo que es de suma importancia que las empresas se adapten a las nuevas condiciones que exige el mercado para poder operar de manera adecuada y seguir con continuidad la operación productiva.

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

La investigación científica es un proceso metódico dirigido a la solución de problemas, mediante la producción de nuevos conocimientos que ofrezcan una solución o respuesta a las interrogantes. Por consiguiente, el marco metodológico de acuerdo con Arias (2012) comprende un conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y dar solución al problema de investigación.

Tomando en cuenta el aporte de Azuero (2019) el presente marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar a profundidad el problema planteado ¿Cuáles son los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021? Por consiguiente, en este capítulo se llevan a cabo procedimientos específicos en los que se determinaron el “cómo” se realizó el estudio, lo cual incluyó acciones enfocadas en aspectos como el diseño de la investigación, la estrategia a utilizar, la población a estudiar, los métodos empleados para la recolección de los datos, las técnicas seleccionadas para el análisis de la información y los criterios para incrementar la calidad de la investigación.

### **3.1 Enfoque de investigación**

El enfoque de investigación hace referencia a la técnica que se utilizó para la recolección, tabulación e interpretación de los datos. El enfoque puede variar de acuerdo con el tipo de resultado que se espera encontrar. Según el carácter de la medida existen tres tipos de enfoques: cualitativo, cuantitativo y mixto.

En la presente investigación “Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021” se aplicó el enfoque de investigación mixto, el cual como lo afirmaron Hernández, Fernández y Baptista (2014) es el resultado de emplear “la combinación del enfoque cuantitativo y el cualitativo” (p.3). A continuación, se detallan ambos enfoques para una mayor comprensión.

Tal y como lo afirmó Barrantes (2002) el enfoque cuantitativo se fundamenta en los aspectos observables y susceptibles de medir o cuantificar. Utiliza la metodología empírico-

analítica y se sirve de la estadística para el análisis de datos. De forma similar, Malhotra (2016) expresó que la investigación cuantitativa tiene como objetivo cuantificar los datos y generalizar los resultados de la muestra a la población de interés. Dicha muestra está compuesta por un número grande de casos representativos. La recolección de los datos es estructurada y su análisis se llevó a cabo mediante la estadística, buscando como resultado recomendar un curso de acción final.

Por otro lado, según Guerrero (2016) la investigación cualitativa es utilizada generalmente en el análisis de las ciencias sociales. Esta utiliza herramientas como las palabras, textos, discursos, dibujo, gráfico e imágenes, es decir, datos cualitativos para comprender la vida social por medio de significados que permiten percibir y profundizar los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente en relación con los aspectos que los rodean. Normalmente este enfoque de investigación es escogido cuando se desea comprender la perspectiva de los individuos o grupos de personas a investigar sobre los sucesos en los que se involucran, profundizando en sus experiencias, opiniones, conociendo subjetivamente cómo perciben su realidad. La investigación cualitativa, es concebida como una propuesta ontológica, epistemológica y generalmente el método cualitativo asume la inducción como vía para el desarrollo de criterios que permitirán determinar la validez de los diferentes conocimientos.

Entre las diferencias de la investigación cualitativa y cuantitativa se pueden mencionar que por métodos de investigación cuantitativos se entienden los diseños experimentales, la investigación por encuesta, los cuestionarios estandarizados, los registros estructurados de observación, las técnicas estadísticas de análisis de datos, entre otros. Por otra parte, las técnicas cualitativas de investigación incluyen la teoría fundamentada en la realidad, la investigación histórica, la investigación fenomenológica, las historias de vida y la investigación-acción.

Sin embargo, a lo largo del tiempo han existido distintas posturas ontológicas entre ambos tipos metodológicos de investigación. Para Cabrero y Richard (1996) “este debate entra de lleno en el terreno de las mixtificaciones: la investigación cualitativa es no científica, subjetiva, de generalidad limitada y blanda, y la investigación cuantitativa es superficial, extrañada de la realidad, sometida a un empirismo estéril, y dura” (p. 213). Lo anterior, muestra la rigidez con que

se ha tratado de encasillar estos enfoques de investigación, pero ambos enfoques pueden reforzarse uno al otro para brindar la percepción que ninguno de los dos por separado podría lograr, surgiendo de esta forma el enfoque mixto de investigación. En este sentido, ante las diferencias de pensamiento Hernández, Fernández y Baptista (2014) dejaron en claro que “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p. 532).

Finalmente, el enfoque mixto según Barrantes (2002) se utiliza en aquellos estudios en los que se tiende a dar tanto una explicación de los hechos, como una comprensión de estos. Lo que contribuye a eliminar sesgos y a fortalecer el proceso investigativo. De esta forma el enfoque cualitativo aporta al cuantitativo en el momento del diseño, con la aplicación de entrevistas a profundidad y puede mejorar la determinación del marco muestral, ya que permite identificar la unidad de análisis más fiel y cercana al contraste entre los sujetos o grupos en estudio.

### **3.2 Tipo y diseño de investigación**

#### **3.2.1 Tipo de investigación**

El tipo o alcance de investigación hace referencia al grado de profundidad con que se aborda el fenómeno en estudio. Existen diversos tipos de investigación, entre ellos se encuentran: exploratorio, descriptivo y explicativo. Para efectos de este seminario se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria.

Para Arias (2012) “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (p. 23). Así, este tipo de investigación puede servir de base para la realización de una investigación descriptiva posterior, despertando el interés de un nuevo tema en otros investigadores. En este estudio se midieron las siguientes variables: condiciones de mercado, periodo de tiempo, impacto, empleo, pandemia, acciones, estrategias, comercialización, promoción, percepción, institucionalidad pública y

estructura financiera. Además, en este tipo de investigación se determina sobre qué o quiénes se recolectarán los datos, ya sean personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, entre otros.

De la misma manera, Barrantes (2002) concluyó que la investigación exploratoria se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación para posteriormente realizar una investigación más profunda, por lo que se espera que este tipo de investigación sea de carácter provisional, generalmente es descriptiva, pero puede llegar a ser explicativa. Como parte de la misma definición de los tipos de investigación y tomando en consideración el aporte de Lara (2013) se determinó que en este estudio se ha desarrollado investigación exploratoria, esto por cuanto aumenta el grado de familiaridad con un fenómeno relativamente desconocido, como ha sido el caso de la pandemia de la COVID-19 o de forma similar, donde a la fecha existe poca información disponible. Además, se investigó un problema del comportamiento humano considerado crucial en el área de interés profesional por tratarse de las empresas de la planta turística de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

### **3.2.2 Diseño de investigación**

El diseño de investigación presenta la estrategia general que se adopta por parte del investigador para responder al problema planteado. Es importante aclarar que los diseños son concebidos para ser realizados en el lugar donde se desarrolla cotidianamente el fenómeno en estudio, generalmente sin criterios preestablecidos, dando énfasis al análisis de procesos (Arias, 2012; Barrantes, 2002). Una investigación, en atención al diseño se puede clasificar en documental, de campo y experimental. Para efectos del presente estudio se utilizó el diseño documental.

La investigación documental es una actividad académica y profesional, puesto que tanto los estudiantes como los profesionales constantemente elaboran informes, monografías, ensayos, manuales, entre otros escritos, que contribuyen a la búsqueda de soluciones ante los diversos problemas de la vida cotidiana. Por consiguiente, con la presente investigación documental, como lo señaló Ortiz (2015) se buscó obtener información relevante, fidedigna e imparcial, mediante la aplicación de métodos científicos para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

Por su parte Arias (2012) contextualizó una definición más específica de la investigación documental, considerándola como un “proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales” (p. 27). Como en toda investigación, el propósito del diseño documental es aportar nuevos conocimientos. Así, las fuentes documentales aportan datos secundarios, los cuales a su vez se catalogan como fuentes documentales vivas o primarias, aquellas obras originales o los informantes de una investigación de campo y en fuentes documentales secundarias, trabajos en los que se utilizó la obra de un autor impresa, audiovisual o electrónica.

### **3.3 Fuentes de información**

Las fuentes representan el origen de la información utilizada en el presente estudio, es decir, es de dónde provinieron los datos. La recolección de fuentes conlleva las fases de revisión, detección, consulta, extracción, recopilación e integración selectiva de literatura relevante referente al problema de investigación. Las fuentes de información se dividen en dos, de acuerdo con la información de la que procedan, estas son primaria y secundaria (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Al realizar una comparación entre los datos primarios y secundarios Malhotra (2016) destacó que los datos primarios se recolectan para el problema en cuestión, su proceso de recolección es complejo, su costo es alto y su tiempo de recolección es largo. A diferencia, en los datos secundarios su propósito de recolección se realiza para otros problemas, su proceso es rápido y sencillo, y su tiempo de recolección es corto. Posteriormente se detallan las fuentes de información que se utilizaron en esta investigación.

#### **3.3.1 Fuentes Primarias**

Como lo describieron Hernández, Fernández y Baptista (2010) Las fuentes primarias proporcionan los datos de primera mano, pues son los documentos que incluyen los resultados del estudio correspondiente. Dentro de las fuentes primarias se encontraron los empresarios de la planta turística de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, quienes fueron objeto de cuestionarios

y entrevistas para obtener la información necesaria. Además, se consideró como fuente primaria la información obtenida de instituciones y organizaciones relacionadas con el sector turismo, como las Municipalidades, Tours Operadores y las cámaras de turismo de la región.

### **3.3.2 Fuentes Secundarias**

Por su parte Lara (2013) describe que las fuentes secundarias son compilaciones, resúmenes y listados de regencias publicadas en un área de conocimiento en particular. Lo anterior significa que las fuentes secundarias reprocesan la información de primera mano. Como fuentes secundarias se revisaron listas electrónicas, artículos científicos, revistas académicas, bases de datos, libros y estudios previos relacionados con el COVID-19 a nivel mundial y nacional.

### **3.4 Población de Estudio**

La calidad de un trabajo investigativo reside en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema. La población de estudio según Hernández, Fernández y Baptista (2010) es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Esta debe situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo. Con base en ello, se definió como población las empresas de la planta turística de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021. Es decir, se consideraron todas aquellas empresas que facilitaron al turista la estadía en esta región y que forman parte de su cadena de valor. Por lo que en este caso la población de estudio fue definida como micro, pequeños y medianos empresarios del sector turismo que operan específicamente en Corredores, Coto Brus y Golfito, cantones pertenecientes a la Región Brunca. Las empresas investigadas fueron las que se dedican a ofrecer servicios de:

- Hospedaje: empresas que brindaban servicios de alojamiento como hoteles y cabinas, los cuales contaban con las condiciones óptimas para atender al turista nacional e internacional de un sector económico alto, por lo que se limitó el estudio de cabinas a aquellas que cumplieron con una connotación turística.
- Servicios alimentarios: incluye la industria de restaurantes.
- Tours operadores: empresas que comercializaban paquetes turísticos, entre ellos: transporte, alimentos, hospedaje, visitas de sitios, entre otros.
- Municipalidades de los cantones en estudio y las cámaras de turismo locales: instituciones y organizaciones relacionadas con el sector turismo.

### **3.5. Censo**

Para el desarrollo del presente trabajo en relación con la recopilación de información, se seleccionó la herramienta censo como la adecuada para el tratamiento de la información. Para una mejor comprensión del tema, el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2011) lo definió como una compleja investigación que involucra a un conjunto de operaciones dirigidas o encaminadas básicamente a la recopilación de información, para luego procesarla, analizarla y por último, informar a la población sobre los datos recabados en un momento determinado. Al final del proceso con base en los resultados se procede a la toma de decisiones.

Otro aporte en cuanto a la conceptualización del censo es por parte de las Naciones Unidas (2008); por medio de esta herramienta, se puede recolectar información esencial para el análisis y la evaluación de investigaciones. Con su aplicación se logra estudiar la distribución y el crecimiento pasado y previsto de una determinada población, lo que es sumamente esencial ya que es requerida la información por parte de los sujetos de investigación de las zonas en estudio. Los resultados obtenidos a partir del censo se utilizan como referencia para una adecuada toma de decisiones y la emisión de recomendaciones por parte de los investigadores.

La principal relevancia de ejecutar correctamente un censo es la cantidad de información de importancia que refleja y permite dimensionar el entorno de cada individuo bajo estudio; así

mismo, permite vincular las similitudes que comparten cierto conjunto de individuos que conforman un segmento poblacional escogido, lo que es beneficioso ya que los sujetos de investigación, como se mencionó anteriormente, están compuestos por una diversidad de personas.

Considerando la extensión del territorio de los cantones de Corredores, Coto Brus y Golfito y la totalidad de empresas relacionadas con la actividad turística, seguidamente se muestra una clasificación según cantón, de acuerdo con la cantidad de hoteles y atractivos de la zona, concluyendo que la base de datos proporcionada por la Universidad Nacional contempló 89 empresas, las cuales equivalen al número de cuestionarios que deberían haberse aplicado en los cantones objeto de estudio, tal y como se muestra en la Tabla 23.

Tabla 23 *Método de recolección de información: censo*

<i>Categoría</i>	<i>Corredores</i>	<i>Coto Brus</i>	<i>Golfito</i>	<i>Total</i>
Hoteles	21	21	38	<b>80</b>
Atractivos	0	3	6	<b>9</b>
<b><i>Población de estudio</i></b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>44</b>	<b>89</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

A pesar de que la población inicial de estudio era de 89 empresas, producto del desarrollo de la investigación se determinó que había empresas que no estaban operando, otras que a pesar de que fueron consultadas de forma insistente por medio del grupo de investigadores y mediante cartas de la Universidad Nacional no dieron respuesta al instrumento, y por último, algunas empresas contactadas que atendieron la consulta y manifestaron su anuencia a colaborar no lo hicieron o dejaron el instrumento incompleto en sus respuestas, tal y como se puede observar en la Tabla 24.

Tabla 24 *Población de estudio*

<i>Categoría</i>	<i>Total</i>
<b>Población original</b>	<b>89</b>
(-) Empresas sin operación	12
<b>(=) Población de estudio</b>	<b>77</b>
(-) Empresas que se negaron a contestar	7
(-) Empresas que se les envió el instrumento y no se obtuvo respuesta	7
<b>(=) Respuestas efectivas</b>	<b>63</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

Inicialmente habían contempladas 89 empresas, sin embargo, en la verificación de campo se logró determinar que 12 de estas empresas no mantenían operaciones activas, por lo tanto, se establece que la población de estudio se encuentra comprendida por las 77 empresas en operación de los cantones de Corredores Coto Brus y Golfito durante el 2021. Sin embargo, se obtuvo que 63 de ellas completaron el cuestionario, es decir, el 81,82% de la población de estudio completó el instrumento satisfactoriamente, reflejando una tasa de respuesta favorable para la validez de los resultados de la investigación.

### **3.6 Sujetos de información**

Una vez comprendida la importancia de lo que es una adecuada recopilación de información es necesario obtener la misma de fuentes confiables, esto con el fin de brindar la mayor validez a la investigación. Dentro de este proceso, los sujetos de información son actores significativos, ya que son ellos quienes brindan una opinión basada en conocimientos y vivencias propias de la práctica y el manejo de empresas relacionadas al sector turismo. Dichos sujetos son de vital importancia para la investigación ya que proporcionan la información necesaria y los datos para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En el presente proyecto se buscó analizar los efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia, específicamente en las empresas que operaban en el sector turismo en los cantones de

Coto Brus, Corredores y Golfito. Para el estudio se tomaron como sujetos al conjunto de propietarios o administradores del sector turismo en las zonas mencionadas anteriormente. Dichos sujetos revelaron información esencial para el estudio del impacto que ha ocasionado la COVID-19. El sujeto de información es la persona con formación científica que es capaz de pensar, investigar, un objeto de investigación, en relación con un problema de investigación (Carvajal, 2018). En la presente investigación participaron propietarios de centros turísticos propiamente de las zonas mencionadas. Fueron objeto de estudio ya que cumplen con requerimientos o características básicas, entre ellas se resalta la particularidad de que fueron locales comerciales ubicados en los cantones en estudio.

Además, formaron parte de los sujetos de investigación aquellas personas o instituciones que mantenían una participación dentro de lo que es el turismo de la zona como personeros de la Cámara de Turismo, oficina regional del ICT ubicada en Rio Claro, municipalidades de los cantones en estudio, tour operadores y renta car de las zonas. Dichos sujetos de información fueron sumamente valiosos, ya que con su experiencia en el sector pudieron aportar información importante para la investigación.

### **3.7 Instrumentos de recolección de datos**

Usar instrumentos adecuados de recolección de información le garantiza al investigador la adquisición de datos valiosos para el desarrollo de la investigación; por lo tanto, debido al tipo de investigación se seleccionaron los siguientes instrumentos que permitieron indagar a profundidad cuál fue el impacto ocasionado por la pandemia a los cantones de Corredores, Golfito y Coto Brus. Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) un instrumento es “un recurso que utiliza el investigador para registrar la información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p.276). Con base a ello, se pretendió conocer y comprender la experiencia por parte de cada uno de los participantes en la aplicación de cada instrumento, y para la presente investigación se recabó información por medio de los siguientes:

### **3.7.1 Análisis documental y bibliográfico**

Este instrumento hace referencia a los procesos de revisión, comprensión, selección y reestructuración de información e ideas que se han recabado a través de un previo análisis de fuentes confiables de información, con la finalidad, de generar un compendio de ideas que permitan consolidar un punto de vista más estructurado para la investigación o proceso en estudio. Por medio de este tipo de comparación, se sintetizan los documentos originales, se recopila la información disponible y se llegan a nuevas conclusiones. Consultando documentos de tipo primario facilita la obtención e incorporación al proceso posterior de análisis de información (Dulzaides y Molina, 2004). El análisis y comprensión de estudios anteriores fomenta una mejor redacción y formulación de la investigación; todo esto lleva a una mejor conceptualización de los resultados.

Como fundamento bibliográfico para la presente investigación, se realizó una extensa recopilación de información de artículos científicos e investigaciones recientes referentes al tema de la pandemia. Por ser un tema de impacto mundial la oferta de información es extensa, encontrando de este modo aporte de muchas instituciones o entes gubernamentales e internacionales que fomentan el enriquecimiento de los datos analizados y que en efecto estudian el impacto que ha ocasionado la COVID-19 en el sector turístico del país.

### **3.7.2 Cuestionario**

El cuestionario ha sido una herramienta ampliamente utilizada tanto en investigaciones cuantitativas como cualitativas. García (2009) manifestó que una característica esencial del cuestionario es que registra la información recopilada. Mediante la aplicación de dicho instrumento, puede catalogarse como menos profunda e impersonal que una entrevista que se realiza de frente al entrevistado mediante el desarrollo de un diálogo. En la aplicación de un cuestionario, se aplican una serie de preguntas acordes con las variables de la investigación, dicho instrumento se prepara con anterioridad a su aplicación y se busca recopilar información de sumo interés proveniente de los sujetos de investigación. (Ver anexo 1)

Para la recopilación de información por medio de la herramienta se categorizaron ocho módulos de información que abarcaron específicamente las variables en estudio: condiciones de mercado, impacto, empleo, acciones, estrategia, percepción y finanzas, cuya finalidad fue conocer la percepción de los encuestados acerca del comportamiento que tuvo el turismo respecto a la situación por la COVID-19. La aplicación de esta herramienta se llevó a cabo por medios electrónicos como llamadas telefónicas y correo electrónico.

### **3.7.3. Entrevista Dirigida**

Se considera un instrumento de recolección de información ampliamente utilizado en procesos de investigación, para ello, los autores Peláez et al. (2020) indicaron que se puede catalogar como un proceso de comunicación que se realiza comúnmente entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, bajo esta metodología se recopila información de forma directa bajo una conversación formal que busca obtener información relacionada al objeto de estudio.

La entrevista es uno de los instrumentos más funcionales en la investigación cualitativa, hay una cercanía entre el entrevistador y entrevistado que favorece la empatía y genera la recolección de información, obteniendo confianza para la reformulación de las preguntas o si existen dudas con respecto a las respuestas obtenidas, es importante enfatizar en que el entrevistador debe estar inmerso en el ambiente del entrevistado para que la comunicación que exista en el proceso sea clara y concisa, con el fin de comprender el resultado de la aplicación.

Para efectos prácticos de la investigación, con el fin de obtener la información deseada se realizaron entrevistas especializadas acorde al giro de cada sujeto de investigación, específicamente para los tours operadores (Ver anexo 2), municipalidades e ICT (Ver anexo 3), cámaras de turismo (Ver anexo 4), y renta car (Ver anexo 5), de los cantones en estudio. Esto con el fin de conocer con mayor profundidad cuál fue el impacto que tuvo la pandemia en estos sectores y cómo algunas instituciones de poder en la zona se manifestaron con la intención de disminuir o mitigar los efectos ocasionados.

Las entrevistas fueron personalizadas acorde a las categorías mencionadas, específicamente de la siguiente manera: 10 preguntas de carácter abierto para las cámaras de turismo, 8 preguntas abiertas y dos de selección para los rent a car, 9 abiertas y 2 de selección para los tours operadores, en el caso de las municipalidades se confeccionó una entrevista con un total de 7 preguntas abiertas. Para la recolección de información las entrevistas dirigidas fueron aplicadas mediante correos electrónicos y llamadas telefónicas.

Tomando en consideración la extensión del territorio de los cantones de Corredores, Coto Brus y Golfito, seguidamente se muestra una clasificación según cantón, de acuerdo con la cantidad tour operadores, renta car y municipalidades de la zona, siendo un total de 21 entrevistas dirigidas las que deberían haberse aplicado en los cantones objeto de estudio, tal y como se muestra en la Tabla 25.

Tabla 25 *Entrevistas dirigidas por aplicar*

<i>Categoría</i>	<i>Corredores</i>	<i>Coto Brus</i>	<i>Golfito</i>	<i>Total</i>
Tours operadores	1	1	6	<b>8</b>
Renta car	0	0	3	<b>3</b>
Cámaras de turismo	2	2	3	<b>7</b>
Municipalidades	1	1	1	<b>3</b>
<b>Total de entrevista de dirigidos por aplicar</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>21</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

A pesar de que tenían que aplicarse 21 entrevistas dirigidas, producto del desarrollo de la investigación se determinó que 14 entrevistas dirigidas no tuvieron respuesta alguna por los motivos que se detallan a continuación de acuerdo con la categoría de entrevista.

Tabla 26 *Entrevistas efectivas Tour Operadores*

<b>Tours Operadores</b>	<b>8</b>
(-) Empresas sin operación	4
(-) Empresas sin respuesta	1
<b>(=) Entrevistas dirigidas efectivas Tour Operadores</b>	<b>3</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

De las 8 entrevistas personalizadas para la categoría de tours operadores únicamente tres de ellas fueron aplicadas satisfactoriamente, puesto que la mitad de estas empresas se encuentran sin operación, además no se obtuvo respuesta alguna de las restantes dos de ellas.

Tabla 27 *Entrevistas efectivas Rent a Car*

<b>Rent a Car</b>	<b>3</b>
(-) Una empresa ubicada en dos zonas de estudio diferente. Se decidió aplicar el instrumento una sola vez.	1
(-) Empresas sin respuesta	1
<b>(=) Entrevistas dirigidas efectivas Rent a Car</b>	<b>1</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

De las 3 entrevistas personalizadas para la categoría de rent a car una entrevista fue aplicada satisfactoriamente, puesto que una empresa se encontraba ubicada geográficamente en dos zonas diferentes y de la última no se obtuvo respuesta.

Tabla 28 *Entrevistas Efectivas Cámaras de Turismo*

<b>Cámaras de Turismo</b>	<b>7</b>	
Corredores	ASOGUITU Cámara de Comercio, Industria y Turismo de los Cantones del Sur	Sin respuesta Respondida
Coto Brus	CATUBRUS Turibus R.L	No existe Respondida
Golfito	Catugolfo y ACACIA* *(Ambas cámaras tienen el mismo presidente, por lo que se aplicó la entrevista una sola vez)	Sin respuesta
	ICT Rio Claro	Respondida
<b>(=) Entrevistas dirigidas efectivas</b>	<b>3</b>	

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

De las 7 entrevistas personalizadas para la categoría cámaras de turismo únicamente tres fueron aplicadas satisfactoriamente, puesto que una de las cámaras no mantiene operaciones activas y no se obtuvo respuesta alguna de las restantes dos de ellas.

Tabla 29 *Entrevistas dirigidas Municipalidades*

<b>Municipalidades</b>	<b>3</b>
Corredores	Respondida
Coto Brus	Respondida
Golfito	Sin Respuesta
<b>(=) Entrevistas dirigidas Municipalidades</b>	<b>2</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

De las 3 entrevistas personalizadas para la categoría municipalidades únicamente dos fueron aplicadas satisfactoriamente, puesto que no se obtuvo respuesta alguna de la municipalidad de Golfito.

Tabla 30 *Cantidad de entrevistas dirigidas efectivas*

<i>Categoría</i>	<i>Corredores</i>	<i>Coto Brus</i>	<i>Golfito</i>	<i>Total</i>
Tours operadores	1	1	1	<b>3</b>
Rent a car	0	0	1	<b>1</b>
Cámaras de turismo	0	1	1	<b>2</b>
Municipalidades	1	1	0	<b>2</b>
<b>Total de entrevista de dirigidos efectivas</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>8</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de base de datos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

Finalmente, se determinó que 8 entrevistas dirigidas fueron aplicadas efectivamente, tal y como se puede observar en la Tabla 30 de resumen.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

A continuación, se analizan los resultados obtenidos de la investigación efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito, durante el 2021. Los datos se obtuvieron por medio de la aplicación de 63 cuestionarios exitosos y 10 entrevistas dirigidas completadas. Para el análisis estadístico de los datos se utilizó el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) el cual facilitó la tabulación de los datos mediante Figuras y Tablas para presentar los aspectos considerados de mayor importancia en la investigación, y al mismo tiempo facilitar el análisis y la interpretación de estos, favoreciendo la obtención de las conclusiones de acuerdo con la información recopilada. De conformidad con los apartados que se muestran en adelante se realiza una síntesis por cada variable según los objetivos planteados en el presente estudio.

Seguidamente se detallan las escalas implementadas en el instrumento aplicado a los empresarios del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para su mayor comprensión en la interpretación de los datos. Se miden las variables de: Impacto, empleo, acciones, estrategias, percepción y finanzas, en relación con la pandemia COVID-19. De tal forma se establecen los intervalos para obtener promedios por medio de una escala del 0 al 5 de acuerdo con los resultados emitidos por los empresarios.

Tabla 31 *Base para la interpretación de las variables en estudio*

<b>Escala</b>						
<b>Aspecto</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Impacto</b>	No impactó	Muy poco impacto	Poco impacto	Impacto moderado	Alto impacto	Muy alto impacto
<b>Empleo</b>	Nada probable	Muy poco probable	Poco probable	Raramente probable	Probable	Muy probable
<b>Acciones</b>	No lo han implementado	Muy poca implementación	Poca implementación	Raramente se implemento	Implementado	Completamente implementado
<b>Estrategia</b>	No lo han implementado	Muy Poca implementación	Poca implementación	Raramente se implemento	Implementado	Completamente implementado
<b>Percepción</b>	N/A	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>Percepción</b>	No conoce la institución	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indeciso	Satisfecho	Muy satisfecho
<b>Finanzas</b>	N/A	Nada probable	Probable	Raramente probable	Poco Probable	Muy probable

*Nota:* Elaboración propia con base en el cuestionario aplicado a los empresarios turísticos en el 2021.

Para efectos de interpretación de los resultados obtenidos con uso de escala Likert la cual contempla valores del 1 al 5 de acuerdo con la Tabla 31, para la presente investigación se define el nivel de impacto de acuerdo con los valores obtenidos:

Tabla 32 *Nivel de Impacto*

<b>Valores</b>	<b>Impacto</b>
Menores a 2	Bajo
Entre 2 y menos de 3.5	Moderado
Entre 3.5 y 5	Alto/Muy alto

*Nota:* Elaboración propia.

#### **4.1. Condiciones de mercado del sector turismo antes y durante la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19**

En el siguiente apartado se detallarán los resultados obtenidos del análisis instrumental de datos de los cuestionarios aplicados a las 63 empresas que formaron parte de la muestra con la cual se analizaron las condiciones de mercado en las empresas que operaban en el sector turismo en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito. Además, por medio de un análisis documental se abarcó la evolución del turismo en Costa Rica de la Unidad de Planeamiento del Pacífico.

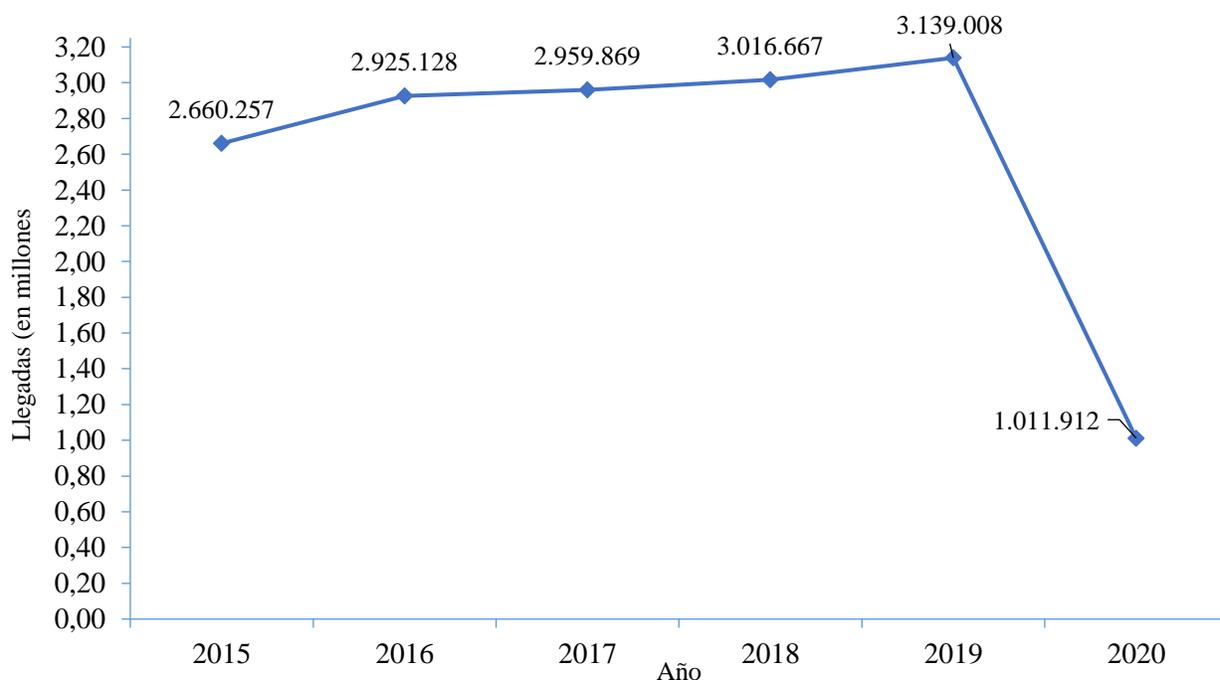
##### **4.1.1. Condiciones de mercado del sector turismo en Costa Rica y en la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur antes del inicio de la pandemia, periodo 2010-2019**

De acuerdo con estudios realizados por el ICT, Costa Rica ha logrado catalogarse como un destino que ofrece una oferta de servicios y productos turísticos, basados en ecoturismo, sol y playa, aventura, turismo rural, bienestar y turismo sostenible. Este modelo de sostenibilidad o gestión sostenible del destino se ha conseguido a partir de diversos planes de mejora y planes nacionales de turismo, basados en tres pilares; la conservación y uso responsable de los atractivos turísticos y del ambiente, un crecimiento en la oferta de planta turística, infraestructura y servicios turísticos.

En Costa Rica la reactivación gradual del sector turístico para los visitantes internacionales inició el 01 de agosto de 2020, salvaguardando las medidas sanitarias, con la apertura a los vuelos

internacionales procedentes de la Unión Europea. Para noviembre del 2020 hubo una apertura de fronteras, tanto aérea como marítima quedaron abiertas a todos los países y el turismo inició a mostrar signos de una paulatina recuperación al pasar de 1.636 turistas internacionales en agosto a 37.573 en noviembre y 74.974 en diciembre, para un total acumulado de 1.011.912 turistas en el periodo enero-diciembre del 2020, lo que representa alrededor de la tercera parte del registro del año 2019 cuando la cifra fue de poco más de tres millones de turistas.

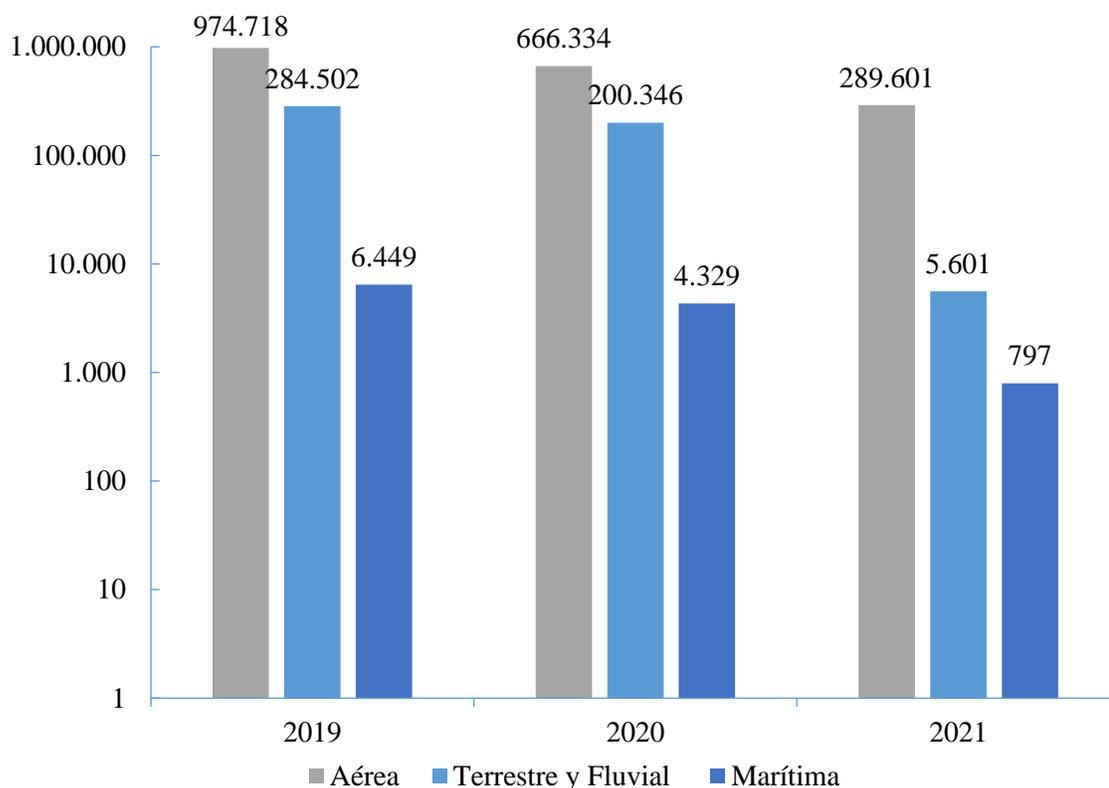
Figura 10 Llegada de turistas internacionales a Costa Rica, 2015-2020



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos del ICT.

De la Figura 10, se puede apreciar como la llegada de turistas se mantuvo en crecimiento después del año 2015, sin embargo, tras el inicio de la pandemia se desplomó considerablemente, con una disminución del 33% aproximadamente en comparación con el 2015, alcanzando el margen de visitas que se tenían en el periodo de 1984 y 1989, convirtiendo al sector turístico en uno de los más vulnerables y con mayor retroceso. Las medidas sanitarias dirigidas a promover el distanciamiento social impactaron profundamente al sector servicios, de entretenimiento, hotelería, restaurantes, el turismo, la aviación y otras formas de transporte.

Debido a la apertura de todas las fronteras del país, se puede evidenciar cuál vía de llegada fue la que tuvo mayor afluencia de visitantes, esto se visualiza en la siguiente Figura:

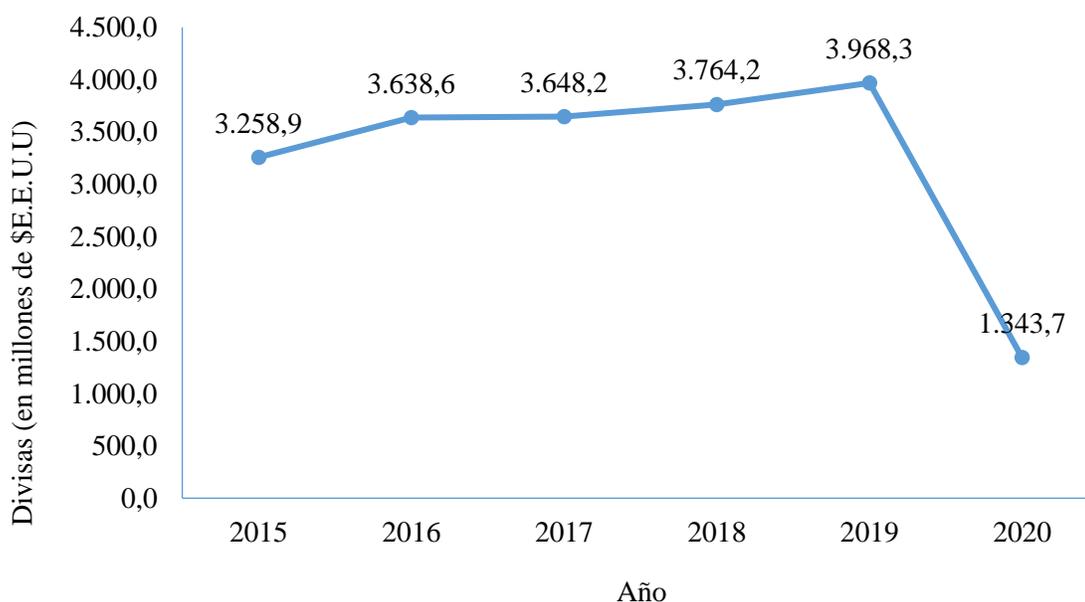


*Figura 11* Vía de llegada de turistas a Costa Rica en Enero – Abril

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos del ICT.

De acuerdo con la Figura 11, se puede visualizar como para el periodo de enero a abril del 2021 el país recibió 295.999 turistas por todas las vías, lo cual representa tan solo un 25% de la cantidad de turistas que ingresaron en ese mismo periodo en el 2019, sin embargo, al menos se mantiene una tendencia creciente en relación con los últimos meses del 2020. Según el ICT en el periodo del 2021 América del Norte es la región de la que provienen mayor cantidad de visitantes con 212.619 turistas por la vía aérea, seguido por Europa con 50.551 turistas provenientes principalmente de Alemania, España, Francia y Suiza y la mejor cantidad de visitas proviene de América del Sur con 13.438 visitantes.

De acuerdo con las proyecciones de crecimiento mundial del turismo realizadas por la OMT para el 2020, se estimaban cifras por arriba de los 1.480 millones de llegadas de turistas, dichas proyecciones se convirtieron en una especie de pesadilla, se estimó que disminuyeron 70% al cierre del año. Solo para el periodo de enero-agosto del 2020, el decrecimiento en la cantidad de turistas fue de 700 millones en comparación con el mismo período de 2019, esta caída generó una pérdida de 730 mil millones de dólares en ingresos por exportaciones del turismo internacional, más de 8 veces la pérdida del 2009 bajo el impacto de la crisis financiera mundial. Para diciembre del 2020 la cantidad de asientos disponible para viajar a Costa Rica disminuyó notablemente con tan solo 154.981, presentando altos y bajos durante el primer trimestre del 2021 con 193.229 asientos disponibles para enero, 174.115 en febrero y 252.786 en marzo, esto provocó que Costa Rica tuviera una caída de aproximadamente el 66% de las divisas en comparación con el mismo período del 2019.



*Figura 12* Divisas por concepto de turismo, periodo 2015-2020 (cifras en millones de \$E.E.U. U)  
*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos del ICT.

Según datos estadísticos del FMI, se estimó que las llegadas de turistas internacionales a Costa Rica cayeron un 98% en el tercer trimestre de 2020 y un 85% en el cuarto trimestre de 2020 en comparación con 2019. Esto generó un impacto directo en la caída de las divisas. Es importante

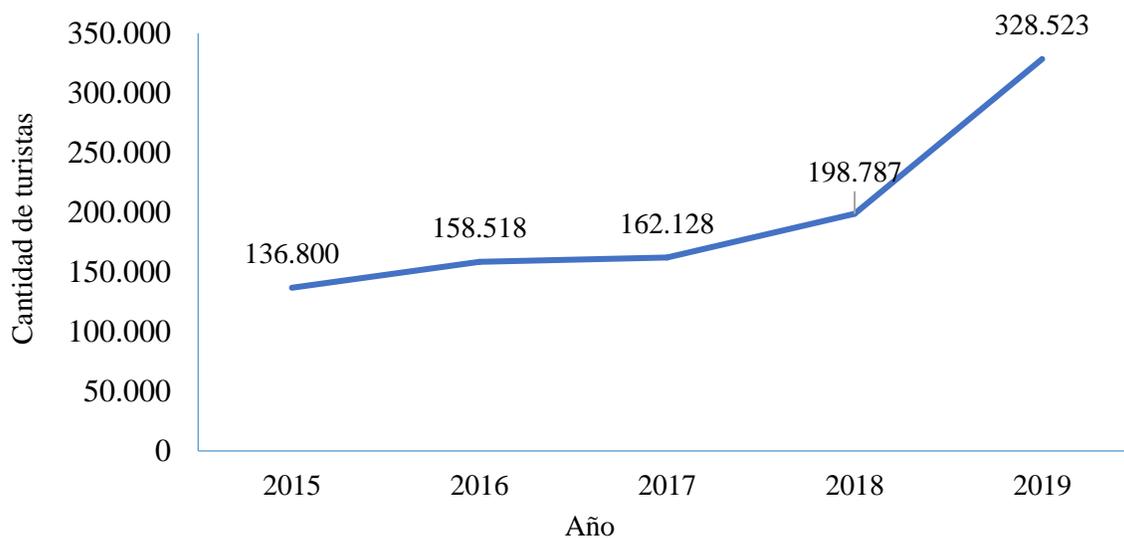
recaltar que el turismo es la principal fuente de divisas en Costa Rica en conjunto con el banano y el café, tal y como se muestra en la Tabla 33.

Tabla 33 *Turismo y otras fuentes generadoras de divisas (cifras en millones de \$ E.E.U.U) 2015-2020*

<b>Año</b>	<b>Turismo</b>	<b>Café</b>	<b>Banano</b>
2015	3.258,9	305,9	833,7
2016	3.638,6	307,9	996,5
2017	3.648,2	305,3	1.042,2
2018	3.764,2	315,7	1.028,2
2019	3.968,3	276,2	997,6
2020	1.343,7	325,6	1.080,8

*Nota:* Elaboración propia con datos del ICT.

De acuerdo con el ICT, los pisos de demanda se refieren a la estimación de la cantidad de turistas que se hospedaron por al menos una noche en alguna Unidad de Planeamiento Turístico, el cual es un aspecto muy relevante, ya que permite conocer el número aproximado de visitantes y por ende el desenvolvimiento que las unidades hayan tenido en el sector turístico, así como su evolución durante un periodo determinado. Por lo tanto; a continuación, se pueden apreciar los datos referentes a los pisos de demanda internacional específicamente en la Unidad de Planeamiento Pacífico Sur del el 2015 al 2019 antes del surgimiento de la pandemia COVID-19 en el país.



*Figura 13* Estimación porcentual de la distribución de los pisos de demanda internacional en la Unidad de Planeamiento Turístico Pacífico Sur, vía aérea, 2015-2019

*Nota:* Elaboración propia con fundamento en datos obtenidos del ICT.

Con respecto a la distribución de los pisos de demanda internacional en la Unidad de Planeamiento Pacífico Sur vía aérea, las condiciones mantuvieron una evolución positiva al pasar de 136.800 a 328.523 del 2015 al 2019, es decir, sostuvo un aumento sostenido durante dicho periodo de aproximadamente un 58%, como señal de que el turismo se encontraba en un momento de crecimiento y prosperidad.

#### **4.1.2. Condiciones de mercado del sector turismo a partir de la aparición de la pandemia del COVID-19 a nivel internacional, nacional y regional**

Con la aparición del COVID-19 se ha marcado un antes y un después en el sector turismo a nivel global, esto porque el virus logró trasladarse con gran rapidez a todos los países, ocasionando no solamente una crisis sanitaria, sino también económica y social. El turismo sin duda ha sido el más afectado, esto dado por las medidas extremas como cierres de fronteras tanto aéreas como terrestres, creando así gran problemática a toda la población que depende de estos servicios para cubrir sus necesidades básicas, la gran realidad del mercado turístico ha sido complicada, ya que se enfrentó a escenarios complejos como por ejemplo, poder ganarse

nuevamente la confianza del turista, también lograr de nuevo la motivación en las personas para que realicen actividades turísticas tanto a nivel internacional como nacional y adoptar además gran cantidad de protocolos sanitarios en sus objetivos del día a día.

### **Afectación del COVID-19 a nivel internacional en el sector turístico**

Los países han realizado distintos planes para sobrellevar la crisis, por ejemplo, en Perú se implementaron combos para los turistas, realizan excursiones y en ellas se realizan pequeñas paradas en distintos pueblos de la región para que los visitantes exploren la cultura de cada lugar, entablen conversaciones con los lugareños y así mismo colaboran con la economía comprando souvenirs y alimentación. El uso de la tecnología es una innovación primordial a la que se tuvieron que acoger las empresas turísticas, pues por medio del uso de redes sociales y correos electrónicos los turistas han adquirido los servicios. Además, distintos países han realizado planes para salir adelante tras la aparición de la pandemia del COVID-19 en materia turística, tales como:

- En Egipto se otorgaron plazos para todos los establecimientos turísticos y hoteleros que tuvieran pagos adeudados producto de créditos cedidos, y además se declaró que todo aquel local que estuviera ubicado en lugares arqueológicos quedaría exento de pagar el alquiler hasta que el turismo se renovase en condiciones seguras.
- Bulgaria por su parte está ayudando a las empresas hoteleras, agencias de viajes, operadores turísticos, restaurantes y demás establecimientos de índole turístico mediante ayudas del gobierno, cubriendo los pagos de seguros adeudados por los contratantes.
- Italia autorizó la suspensión de pago de impuestos, la seguridad y las prestaciones sociales de todo el sector turístico.
- Jamaica anunció estar a total disposición de las empresas turísticas, otorgando préstamos e iniciativas para que las pequeñas empresas turísticas se formalicen, dando permisos y cumpliendo los debidos requisitos relacionados con la pandemia COVID-19 además donaron gran cantidad de equipos de protección.
- En Líbano las instituciones bancarias brindaron créditos sin intereses durante un periodo de cinco años, esto para colaborar con el pago de sueldos a los colaboradores de empresas turísticas.

- En Grecia para aquellos trabajadores que sus contratos fueron suspendidos temporalmente, se les brindó una indemnización y el Estado fue el encargado de pagar su seguro social.

Gran cantidad de países flexibilizaron las obligaciones al sector turístico durante la crisis de la pandemia, regiones como Argentina, Marruecos, Mongolia, Hungría, Corea, entre otros cancelaron la totalidad de obligaciones de pago de los empleadores y el Estado fue quien se hizo cargo del 70% de los sueldos que se perdieron durante los tres meses para colaborar con los trabajadores a tiempo parcial. Además, la CEPAL ha dictado una serie de recomendaciones y estrategias para poder mitigar el impacto de la crisis y acelerar la recuperación, por ejemplo:

- Con el fin de no despedir los colaboradores, los empleadores y los empleados pueden llegar a acuerdos sobre reducciones de la jornada laboral y la remuneración para evitar los despidos.
- Fortalecer las habilidades digitales, las plataformas de reserva y las redes sociales permiten a los proveedores de servicios de viajes interactuar directamente con los clientes, eliminar intermediarios y reducir las barreras de entrada. Los conocimientos digitales también incluyen otras tecnologías innovadoras, como big data para rastrear el comportamiento del consumidor y predecir la demanda, e inteligencia artificial para diseñar experiencias únicas.
- Implementar estrategias de comercialización internacionales dirigidas a los grupos que tienen más probabilidades de viajar en primer lugar, como los viajeros de lujo y de negocios, que pueden adoptar medidas de distanciamiento físico con mayor facilidad y tienden a preferir lugares menos concurridos.
- Fortalecer la cooperación y mantener las redes de transporte transfronterizo lo más abiertas posible, prestando especial atención a facilitar el tránsito y la tripulación de los operadores de transporte compartido (cruceros, aerolíneas y operadores logísticos).

De forma similar el Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, manifestó que la hoja de ruta para un sector turístico más sostenible e inclusivo debe desarrollar ciertas acciones, entre ellas: gestión de la crisis y mitigación de los efectos socioeconómicos en los medios de subsistencia, impulso de la competitividad y aumento de la resiliencia, promoción de la

innovación y de la digitalización del ecosistema turístico, promoción de la sostenibilidad y el crecimiento ecológico inclusivo y por último, el fortalecimiento de la coordinación, las alianzas y la solidaridad para la recuperación socioeconómica.

De acuerdo con el conversatorio elaborado por el Instituto Tecnológico de Costa Rica denominado turismo durante y después del COVID-19, se detallan aspectos muy importantes tales como:

- España es el líder mundial en competitividad turística, pues obtuvo el primer lugar en 3 años consecutivos y es el segundo país más visitado del mundo, en el 2019 este país recibió alrededor de 840 millones de visitantes y los españoles realizaron ese mismo año 174 millones de viajes dentro de la región española.
- Situación muy diferente a la realidad en Costa Rica donde los valores son invertidos, en ese mismo año ingresaron a Costa Rica alrededor de 63.000 visitantes provenientes de España, donde la tercera parte ingresó en el periodo junio-agosto.

España es considerado el tercer mercado europeo en visitas a Costa Rica y países como Francia y Alemania ocupan la primera posición, situación que deja en claro como el cierre de fronteras producto de la pandemia del COVID-19 ha afectado estas cifras de viajes turísticos a Costa Rica.

### **Afectación del COVID-19 a nivel nacional en el sector turístico**

El ICT ha trabajado en coordinación permanente con el Gobierno, legisladores y distintas cámaras turísticas del sector, entre otros actores, para la implementación de acciones adicionales que contribuyan a reactivar el turismo, motor de la economía nacional. A continuación, se describen los principales esfuerzos coordinados por el ICT, el Poder Ejecutivo, y Legislativo para reapertura del turismo de manera responsable y sostenida para la ciudadanía en general.

Tabla 34 *Nivel de Impacto*

<b>Medidas de prevención</b>	<b>Medidas de reactivación</b>
Costa Rica obtuvo el sello Safe Travels o Destino Seguro del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), gracias a la implementación de los 16 protocolos sanitarios para las actividades turísticas.	En mayo del 2020 se lanzó la plataforma ICT CAPACITA, para que efectivamente capacite al sector turismo para implementar 16 convenios aplicables a las actividades turísticas, lo cual es fundamental para garantizar la salud y seguridad de Costa Rica como destino turístico.
Con el apoyo de la oficina del primer ministro de la República, se contactó al Gobierno de los Estados Unidos para tratar de mejorar las recomendaciones de viaje a Costa Rica desde el nivel 4 (no viajar) al nivel 3 (reconsideración de viajes) debido a la COVID-19.	Se lanzó la campaña “Vamos a Turistear” el 23 de julio del 2020, en la cual los costarricenses y residentes cuentan con descuentos especiales para promover el consumo turístico nacional. Esta campaña se fortaleció mediante una alianza con la Asociación Bancaria de Costa Rica, que brinda descuentos, pagos diferenciados, canje de puntos, financiamiento a un año sin intereses para todas las tarjetas gastadas en viajes locales, y otras medidas para generar beneficio económico.

*Nota:* Elaboración propia, con base en datos del el ICT, el Poder Ejecutivo, y Legislativo.

Además, el Gobierno de Costa Rica tomó distintas medidas para la promoción del turismo nacional e internacional tales como:

- **Alojamientos turísticos:** Al 31 de agosto del 2020, todos los establecimientos de hospedaje, ya sea que se ubiquen en catones con alerta naranja o amarilla, pudieron operar al 100% de su capacidad, pero debían mantener la capacidad al 50% en las áreas públicas, lo que significa gimnasios, piscinas y restaurante.
- **Restricción vehicular:** Después del 17 de octubre del 2020, todos los vehículos podían circular los sábados y domingos con una restricción vehicular por placas pares e impares a partir de las 5 de la mañana a las 9 de la noche.
- **Transporte turístico:** Los vehículos de alquiler (rent-a-car) estuvieron exentos de la restricción vehicular, al igual que las unidades de transporte de turismo sujetas a las disposiciones especiales establecidas por el Consejo de Transporte Público para la atención de la situación sanitaria por la COVID-19.
- **Playas:** Desde el 15 de octubre del 2020 todas las playas pudieron ser visitadas de lunes a viernes de 5 a.m. a 10 p.m. y sábados y domingos de 5 a.m. a 9 p.m.

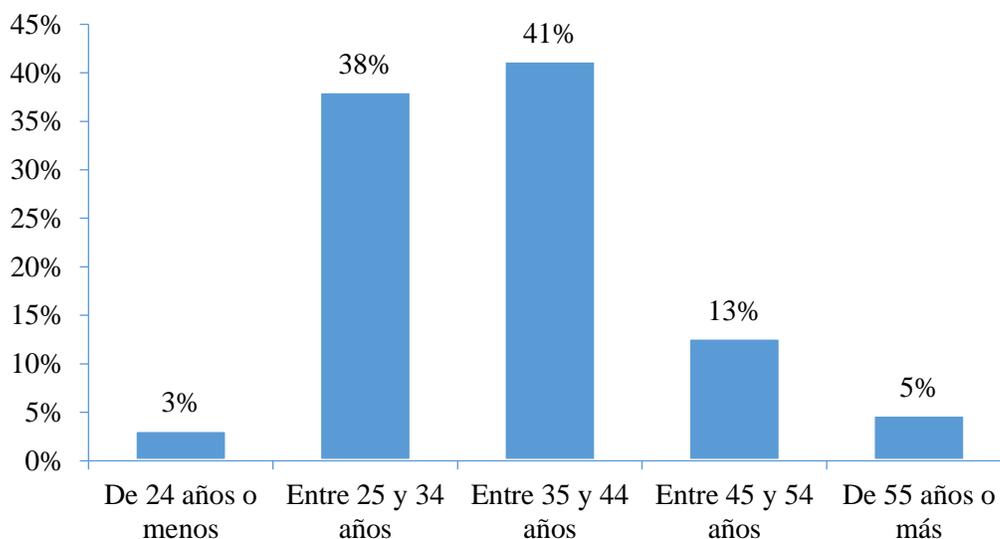
- **Tours al aire libre:** Desde del 1 de agosto del 2020, se permitieron las actividades al aire libre y las actividades turísticas que cumplieren estrictamente el acuerdo, como caminatas, caminatas, canopy, teleférico, rafting, entretenimiento acuático y entretenimiento aéreo.
- **Turismo de reuniones:** Desde el 9 de septiembre del 2020, el turismo de reuniones tuvo capacidad para 75 personas, este número no considera al personal de logística que participa en el evento y desde el 08 de octubre del 2020 pudieron operar todos los casinos que se encontraban ubicados en alojamientos turísticos.

El Consejo Económico del cual forma parte el ICT en conjunto con iniciativas legislativas también apoyadas por los mimos, impulsaron las siguientes medidas para mitigar los efectos de la COVID-19:

- **Bono PYME-Proteger:** La participación en ICT se llevó a cabo proporcionando información al Ministerio de Trabajo, para que la cartera pueda implementar el programa Bono Pyme Proteger. Se trató de al menos \$ 30 millones incluidos en el contrato de préstamo firmado con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para proteger el trabajo y los ingresos de las personas vulnerables afectadas por el coronavirus, por un monto de \$ 245 millones.
- **Ley de moratoria del IVA:** Las empresas que tengan las últimas declaraciones de viaje, certificados de sostenibilidad de viajes, transporte de viaje y guías certificados que cumplieren con los requisitos de las ICT pudieron quedar exentas por otro año. Esta fue una medida de alivio económico que pudo mantener la competitividad de precios el próximo año. La suspensión ordena que las actividades registradas en las ICT no tengan que subir los precios en el próximo año, lo cual es fundamental para recuperarse de la pandemia COVID-19.
- **Fines de semana largos:** Los diputados aprobaron una ley que traslada a lunes cuatro feriados que caen en fin de semana durante el 2020 y 2021 para apoyar al sector turismo.

### Afectación del COVID-19 a nivel regional en el sector turístico

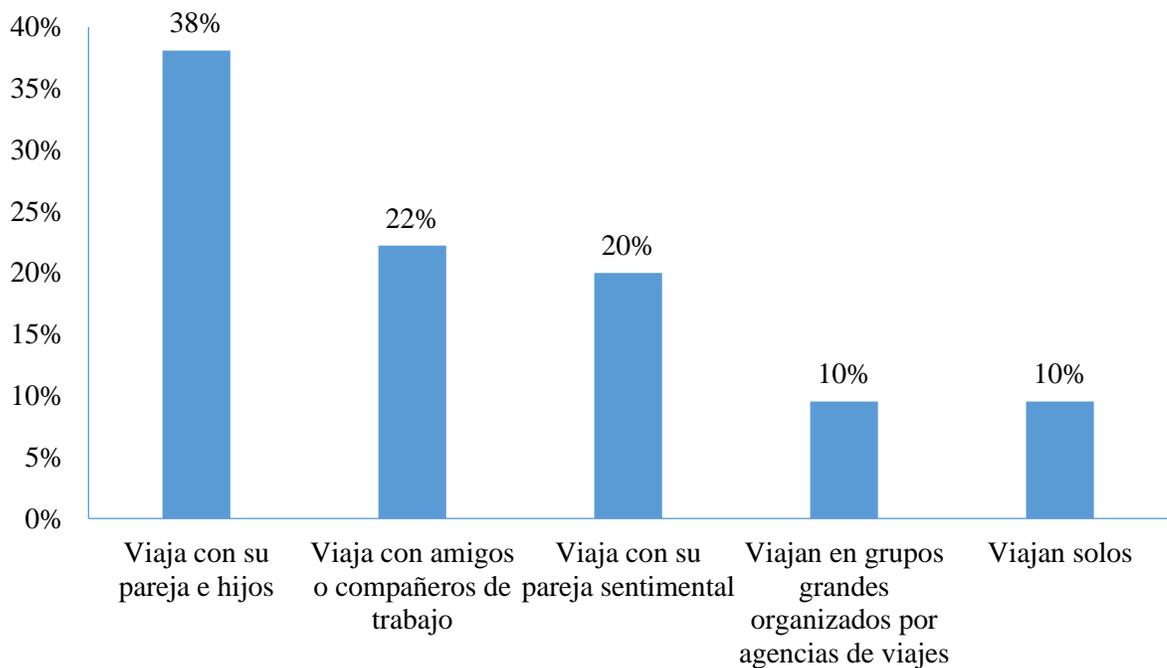
La Figura 14 forma parte del estudio que se realizó al sector turístico en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito y presenta la edad promedio de los turistas que visitan estos lugares.



*Figura 14* Edad de los turistas que visitan los negocios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

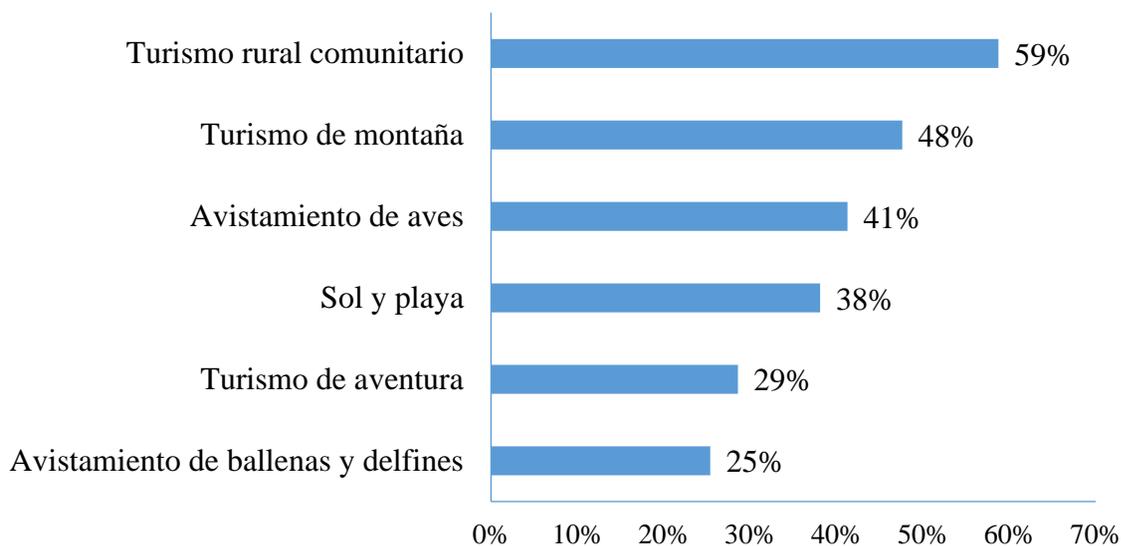
De acuerdo con la Figura 14, se puede observar que en conjunto la edad promedio de los turistas que visitan a los cantones objeto de estudio oscila entre los 25 y 44 años, los cuales representan el 79% de los visitantes, por lo tanto se obtiene que son los turistas relativamente jóvenes quienes realizan turismo, por lo que se podría suponer que son aquellos que podrían acceder a los diferentes atractivos y actividades de la oferta turística de estos cantones como son senderismo, turismo de montaña, turismo de aventura, avistamiento de aves, ballenas, delfines y disfrutar de las bellas playas o cualquier otro tipo de actividad física que sea de gran gusto para todas aquellas personas dentro de estas edades. Además, también crear enfoques en el turismo como promociones en la web u otros canales de comercialización es de gran provecho, debido a que prevalece la visitación de las personas jóvenes y son estas quienes hacen más uso de la tecnología.



*Figura 15* Condición de los turistas que visitan los negocios turísticos

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Conforme a la Figura anterior; se les preguntó a los empresarios turísticos encuestados cuál era el porcentaje correspondiente a la condición de la visitación en los negocios turísticos y se pudo observar que en su mayoría se realizan viajes familiares o de diversión, entre personas que viajan con sus parejas, hijos, amigos y compañeros de trabajo, representando en conjunto el 80% de la visitación de los cantones en estudio, por lo que se puede evidenciar que a los turistas les gusta mantenerse mayormente dentro de su círculo social al realizar turismo y no mezclarse con personas desconocidas a la hora de efectuar viajes, esto a la vez les permite ejecutar actividades de ocio con sus seres queridos, crear nuevas experiencias de turismo las cuales se convertirán en recuerdos muy memorables para los mismos, es muy beneficioso además, ya que permite mantener las burbujas sociales y brinda seguridad a los visitantes para que puedan viajar sin mayor riesgos de contagio, es por tal motivo que crear opciones de turismo enfocado a viajes familiares es lo ideal dado que tan solo un 10% fue reflejado como las personas que realizan viajes turísticos sin compañía.

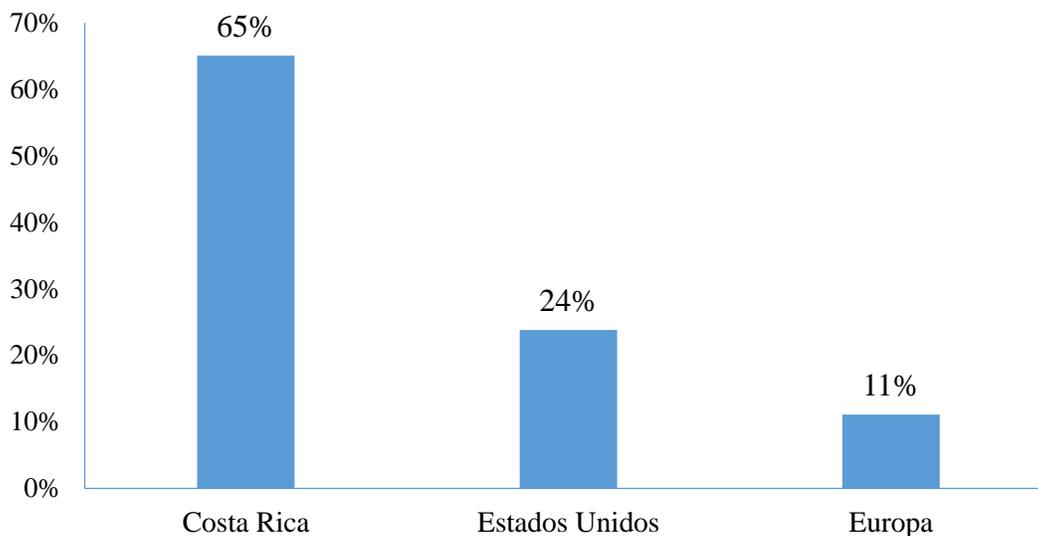


*Figura 16* Principales atractivos para los turistas de Corredores, Coto Brus y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

De la Figura anterior; se puede apreciar que el principal atractivo turístico en los cantones de Corredores, Golfito y Coto Brus es el turismo rural comunitario con un 59% de empresas que lo ofrecen, sin embargo, se considera que en los cantones de Golfito y Corredores no hay turismo comunitario, a pesar de esto 10 empresas de las 32 encuestadas pertenecientes al cantón de Golfito indicaron que sí contaban con este atractivo, al igual que 13 empresas de las 15 encuestadas para el cantón de Corredores. Por otra parte, un 48% de las empresas indicó que se ubica en una zona que permite realizar turismo de montaña y el 41% de las empresas ofrecen tour de avistamiento de aves. Cabe resaltar que, al ser una pregunta de respuesta múltiple, muchas empresas señalaron que cuentan con dos o más de los atractivos turísticos descritos, lo cual crea una gran ventaja competitiva que les permite ofrecer tours para todo tipo de gustos. Teniendo en cuenta que el 79% de los visitantes oscila entre los 25 y 44 años y que el 80% viaja en conjunto con su grupo social, se pudo determinar que el comportamiento de los turistas va enfocado hacia un turismo que le permita a sus visitantes conocer la esencia y la identidad del costarricense, en una combinación perfecta entre naturaleza y cultura, con un ambiente familiar que les permite disfrutar y compartir diversos entornos llenos de paz, confort, costumbres y tradiciones, en contacto con una espléndida

diversidad natural. Por lo que se podría decir, que una buena técnica para captar mayor cantidad de turistas sería promocionar con mayor fuerza los atractivos que tienen más recurrencia de visitas.

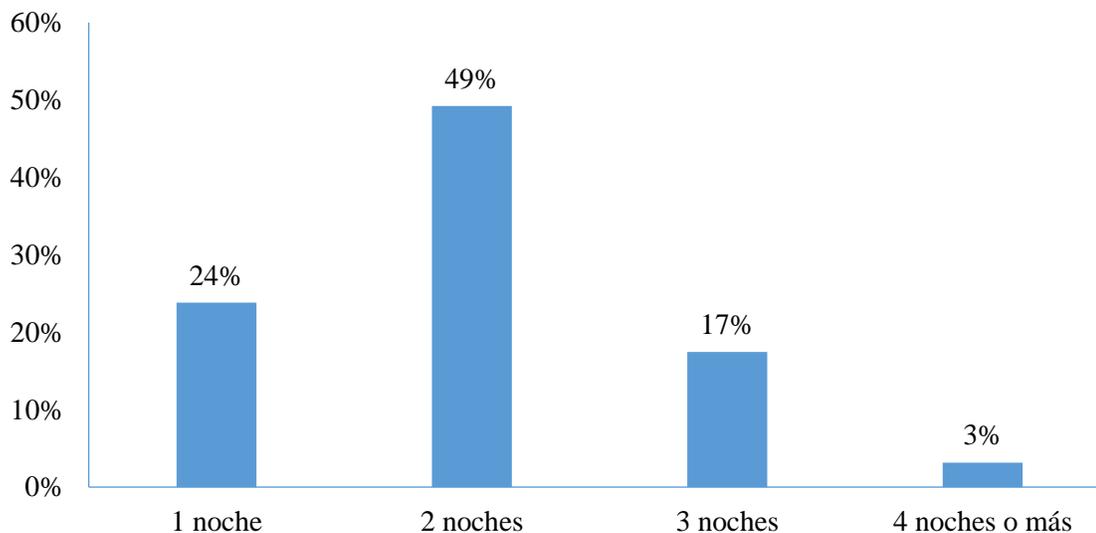


*Figura 17* Principales países de los cuales reciben turistas

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

De acuerdo con la Figura 17, se detallan los principales países de los cuales las empresas recibieron turistas, en donde predominaron los turistas costarricenses con un 65%, lo que indica que en su mayoría los clientes recibidos son turistas nacionales, debido a los cierres temporales de fronteras por lo que las empresas tuvieron que orientarse al turismo nacional, con promociones en precios y servicios. Costa Rica mantuvo abiertas sus fronteras aéreas por completo durante cuatro meses y medio del 2020 lo que les permitió a las empresas recibir un 24% de turistas estadounidenses y un 11% por turistas europeos, los cuales estaban compuestos por un 6% de Alemania, un 2% de Francia, un 2% de Italia y un 1% del Reino Unido. De acuerdo con datos de la CCSS, Costa Rica forma parte de los países de Latinoamérica con menores decesos por COVID-19, ubicado en la posición número 14, por lo que se podría catalogar como un destino seguro e ideal para visitar post COVID, con la posibilidad de ofrecer un turismo semi privado, que permite

cierto aislamiento en comparación con otros países que se catalogan por la gran afluencia de turistas y el turismo de masa.



*Figura 18* Promedio de noches que se hospedan los turistas por negocio

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

De acuerdo con la Figura 18, se obtuvo el promedio de la cantidad de noches en las que los turistas se alojan en las empresas, mediante el cual se pudo determinar que el 73% de los turistas se hospedan entre una o dos noches y tan solo el 20% van por tres noches o más. Por lo que; una forma de aumentar el promedio de noches en las que se hospedan los turistas podría ser mediante promociones, ofertas o paquetes de hospedaje que le permitan el mayor aprovechamiento de una experiencia única de vivir, sentir, elegir y divertirse, enfocado más a los sentimientos y las sensaciones de los turistas y es que el viaje comienza desde antes de hacer las maletas, por lo que es importante brindar información personalizada y que esta le aporte valor. Además, según estadísticas del ICT, en el Pacífico Sur hay un aproximado de 5.253 habitaciones disponibles entre todos los hoteles que se encuentran en la zona y en el 2020 se registró que tan solo 499 habitaciones fueron rentadas por turistas, lo que evidencia que la afectación producto del COVID-19, tuvo gran impacto en la visitación de la región, provocando un descenso en los ingresos de los negocios y una afectación en el nivel de empleo, variables que se analizarán en apartados subsiguientes.

## **4.2. Impactos producidos por la pandemia del COVID-19 en el nivel de empleo de las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito de la Región Brunca**

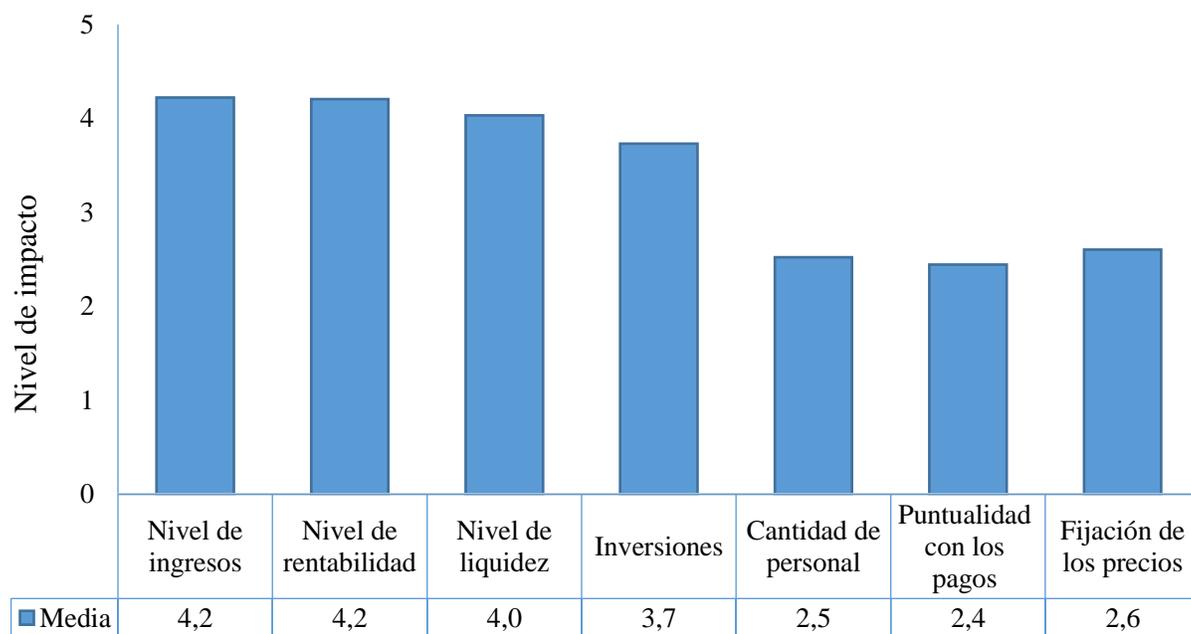
En el presente apartado se pretende analizar los principales impactos producto de la pandemia COVID-19 en el empleo ocasionado en las empresas del sector turismo de los cantones específicos de Coto Brus, Corredores y Golfito durante el I semestre del 2021. Para ello; se abordó un instrumento de recolección de información aplicado a los empresarios del sector para obtener información relevante sobre la situación enfrentada, por lo que se destacan los principales resultados de esta investigación. Existen diferentes aspectos a tomar en cuenta a la hora de determinar el impacto en el empleo, tales como la cantidad de personal antes y durante la crisis, la cantidad de personal con reducción de jornada, el personal en teletrabajo y la cantidad de personal oriundo del distrito donde se ubica la empresa, así como el promedio de empleados para determinar la variación entre el número de colaboradores en 2019 y la cantidad de empleados en 2020 durante la pandemia; a su vez, se puede conocer cuál es la expectativa que tienen las empresas turísticas respecto al 2021 y la probabilidad de tomar ciertas decisiones sobre su personal.

También, en esta sección se busca destacar de manera general el impacto que han sufrido las empresas en diferentes niveles tales como inversiones, fijación de precios, ingresos, cantidad de personal u otros, para visualizar de manera introductoria la relación entre los diferentes tipos de impactos respecto al empleo según su categoría de empresa y la antigüedad de estas, para abordar su grado de afectación de manera más precisa dentro de cada apartado correspondiente; por lo que, mediante el cuestionario aplicado se logró identificar la evolución del empleo en las empresas del sector turístico de los cantones en estudio, tal como se aprecia a continuación.

### **4.2.1. Impacto en las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito ocasionado por la crisis por la pandemia del COVID-19**

Toda empresa depende de diferentes elementos para tener un adecuado desenvolvimiento en el mercado y poder subsistir, dadas las circunstancias en que la pandemia ha obligado a que las empresas turísticas reduzcan su capacidad para operar debido a cuestiones tales como los cierres

de fronteras, las limitaciones en cuanto a distanciamiento, una serie de restricciones y medidas de acatamiento obligatorias que aumentan el grado de exigencia para poder atender a los visitantes de manera segura, sumado al temor social por salir y exponerse a un contagio, han tenido repercusiones tanto en sus ventas, como en sus utilidades, en su capacidad de invertir, en la capacidad de cumplir con sus obligaciones y pagos tanto a los proveedores como a las entidades financieras en caso de poseer créditos de alguna índole, así como pudo variar la forma en que establecen la fijación de sus precios y por supuesto en cuanto a la cantidad de personal, ya que en muchos casos el no poder operar implica tener que reducir la cantidad de colaboradores que se requieran para trabajar y eso contribuye a que el desempleo se vuelva un problema aún mayor.



*Figura 19* Nivel de impacto en las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito durante el 2021

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

La Figura 19 refleja que la media de la afectación tanto en el nivel de ingresos como en el nivel de rentabilidad fue de 4,2 en ambos casos, demostrando un impacto muy relevante ya que se encuentra entre el rango considerado de alto a muy alto impacto, así como el nivel de liquidez con una media de 4,0 lo que evidencia que la pandemia ha golpeado fuertemente la economía de este

sector, es importante considerar que se vieron afectados debido a la notable disminución de afluencia de clientes y del mismo modo fue considerable el descenso en sus ventas, alterando su flujo de ingresos. También; las inversiones se vieron altamente impactadas al reflejar una media de 3,7 ya que al dejar de percibir ingresos disminuye su posibilidad de invertir al centrar su atención en otros gastos prioritarios como lo es el darle mantenimiento general del negocio y poder cumplir con sus obligaciones; a su vez, hubo afectación en la forma en que se fijan los precios, la cantidad de personal, y la puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras con una media de 2,6, de 2,5 y 2,4 respectivamente, es decir; los cantones en estudio tuvieron un impacto moderado en estos últimos aspectos. Es importante recalcar, que en relación con la afectación al pago de proveedores, en algunos casos los empresarios han cancelado sus obligaciones con ingresos provenientes de otras actividades no relacionadas al turismo o inclusive con ingresos por parte del núcleo familiar.

Tabla 35 Impacto según la categoría de la empresa

<b>Impacto según categoría de empresa</b>					
	<b>Emprendedor</b>	<b>Microempresa</b>	<b>Pequeña empresa</b>	<b>Mediana empresa</b>	<b>Grande</b>
<b>Nivel de ingresos</b>	4,0	4,4	4,1	4,0	4,5
<b>Nivel de rentabilidad</b>	4,0	4,4	4,0	4,0	4,5
<b>Nivel de liquidez</b>	3,9	4,3	3,8	4,0	4,0
<b>Inversiones</b>	3,7	3,8	3,9	4,0	2,0
<b>Puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras</b>	2,4	2,4	2,7	4,0	1,5
<b>Cantidad de personal</b>	2,1	2,5	3,2	2,0	2,5
<b>La forma en que fijan los precios.</b>	2,7	2,4	2,9	4,0	1,5

*Nota:* Elaboración propia, con base en el cuestionario aplicado a los empresarios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito en el 2021.

En la Tabla 35 es posible apreciar la media del impacto según la categoría de empresa donde en el aspecto de ingresos, rentabilidad y liquidez todos los tipos de empresas turísticas tuvieron en

promedio una afectación bastante importante de evaluar. Las empresas grandes (compuestas por más de 100 colaboradores) son las que tuvieron la media más elevada en estas áreas, siendo de 4,5 tanto en el nivel de ingresos como en el de rentabilidad, pero una baja afectación en cuanto a la puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras así como en la forma en que se fijan los precios con una media de 1,5 en ambos casos; por lo que esta categoría demostró mayor afectación en el aspecto económico, así mismo las microempresas (compuestas por 10 colaboradores o menos) tuvieron en promedio un equivalente a 4,3 en el impacto a nivel de liquidez, el más alto entre todas las categorías.

Por su parte; las medianas empresas (36 a 100 colaboradores) tuvieron un muy alto impacto en casi todas las áreas analizadas con una media de 4,0 para todos los casos, excepto en la cantidad de personal donde fue moderado el impacto con un promedio de 2,0 por lo que; a pesar de las dificultades han logrado mitigar un poco el peso de la crisis hacia las personas trabajadoras y no afectar tanto a su personal; en algunos casos este número no tan elevado puede deberse a que existen empresas de tipo familiar, entonces no contemplan muchas variantes a pesar de la afectación real vivida, ya que en ciertos casos no se divisan como trabajadores sino como miembros de familia que apoyan en el negocio para la economía de su hogar, por lo que en dichas circunstancias los despidos o variaciones en la cantidad de empleados no aplica.

De hecho, de las categorías en estudio la pequeña empresa es la que más impacto tuvo a nivel de cantidad de personal con una media de 3,2 la cual constituye un impacto moderado, esto debido a que cualquier cambio en el número de colaboradores de una pequeña empresa representa un porcentaje alto de variación en el nivel de personal donde por ejemplo; si una empresa mantenía 2 empleados y despide a uno de ellos, ya esa disminución equivale a un 50% menos sobre la cantidad de colaboradores que tenía anteriormente. A nivel general; el mayor problema de todas las empresas se enfoca también en el área financiero y económico, reflejo de los cierres y restricciones, así como disminución en la capacidad de las empresas turísticas que afectaron la llegada de turistas a todo el país, y en este caso a la zona sur en los cantones mencionados.

Tabla 36 *Impacto promedio según la antigüedad de la empresa*

<b>Impacto según antigüedad de la empresa</b>				
	<b>Menos de 1 año</b>	<b>De 2 a 5 años</b>	<b>De 6 a 10 años</b>	<b>Más de 10 años</b>
<b>Nivel de ingresos</b>	4,5	4,2	4,1	4,3
<b>Nivel de rentabilidad</b>	4,0	4,4	4,2	4,1
<b>Nivel de liquidez</b>	4,0	3,9	4,2	4,1
<b>Inversiones</b>	3,5	4,2	2,9	3,8
<b>Puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras</b>	1,0	2,5	1,9	2,7
<b>Cantidad de personal</b>	1,0	2,3	2,3	2,8
<b>La forma en que fijan los precios.</b>	1,0	2,9	2,0	2,8

*Nota:* Elaboración propia, con base en el cuestionario aplicado a los empresarios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito en el 2021.

Considerando el impacto de acuerdo a la cantidad de años que posee la empresa en el mercado, se pudo determinar que el nivel de ingresos las empresas menores a 1 año tienen la media más elevada equivalente a 4,5 reflejando un impacto muy alto tal como se observa en la Tabla 36 anteriormente, en este apartado es necesario considerar que dicha afectación puede resultar en respuesta al movimiento del mercado, son lugares relativamente nuevos e incluso pueden resultar desconocidos para la población en general, en su mayoría los clientes buscan lo tradicional y un servicio que ya con anterioridad han recibido de manera satisfactoria y que consideren de calidad.

Ahora bien, aunque a nivel general todas las empresas han tenido cierto grado de afectación en todos los diferentes aspectos evaluados, las empresas de 2 a 5 años de antigüedad son quienes tuvieron mayores problemas de rentabilidad e inversiones con un promedio de 4,4, y 4,2 respectivamente, en comparación con las otras empresas de diferente antigüedad, el cual es un impacto muy alto, por su parte; las empresas que tienen entre 6 a 10 años de existencia evidenciaron mayor impacto a nivel de liquidez y rentabilidad correspondientes a 4,2 en promedio en ambos casos, siendo de igual manera bastante alto. Por último; cabe destacar que el mayor impacto para las empresas de más de 10 años corresponde al tema de ingresos con una media de 4,3, y son quienes han sido más golpeadas en el aspecto de cantidad de personal con un impacto muy elevado;

también tuvieron un moderado grado de afectación en la puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras cuyas medias fueron de 2,8 y 2,7 respectivamente.

#### **4.2.2. Evolución del empleo por actividades asociadas al sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito antes y durante la crisis por la pandemia COVID-19.**

El sector terciario es aquel que contempla todas aquellas actividades no transformadoras de bienes materiales, más bien se encarga de brindar servicios para satisfacer las necesidades de la población, en este caso en particular se hace referencia al turismo y actividades asociadas, un ejemplo de ello son las agencias de viajes, los hoteles, el transporte u otros. En el cantón de Coto Brus el porcentaje de población que se dedica a este sector oscila el 49,2% y un 56,8% en Corredores; mientras que en mayor medida con aproximadamente 62,7% se encuentra Golfito con el porcentaje de participación más alto en lo que respecta a dicho sector, donde es posible encontrar hoteles, restaurantes, atractivos turísticos como playas, y disfrutar del avistamiento de aves y hermosas especies marinas.

La Tabla 36 muestra las cifras por trimestres de la población dedicada a actividades relacionadas con el turismo, para apreciar la evolución existente en cada rubro del 2019 al 2020 durante la crisis, y de esta manera reconocer el nivel impacto generado en el empleo.

*Tabla 37 Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico, datos trimestrales del 2019 al 2020*

Trimestre	Año 2019				Año 2020			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Alojamiento	33.264	33.536	32.791	27.381	27.369	15.636	13.276	15.473
Alimentación	99.825	105.665	102.397	104.510	105.362	57.266	95.404	99.762
Transporte	20.603	16.520	20.360	17.959	23.080	7.632	9.580	10.944
Actividades	16.452	20.511	14.131	17.573	15.211	4.738	3.911	5.636
<b>Total</b>	<b>170.144</b>	<b>176.232</b>	<b>169.679</b>	<b>167.423</b>	<b>171.022</b>	<b>85.272</b>	<b>122.171</b>	<b>131.815</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos del INEC, Encuesta Continua de Empleo (ECE).

En la Tabla 37 se puede visualizar de manera trimestral los cambios existentes en el número de personas ocupadas en actividades turísticas; donde en el primer trimestre en el rubro de alimentación y transporte las cifras todavía sostenían un pequeño aumento del 2019 al 2020 y a

nivel general el primer trimestre tuvo incluso una variación positiva del 0,51% durante dicho periodo; mientras que en alojamiento y actividades ya se registraban datos menores dado el inicio de la pandemia en el país y sus efectos. Sin embargo; conforme se avanzaba en el tiempo incrementaba el nivel de afectación, para el segundo trimestre del 2020 se presentó una evolución hacia la baja en comparación con los trimestres del año anterior, la cual mantuvo la misma tendencia del decrecimiento durante todo el año, la variación total para el segundo trimestre del 2020 fue de un 51,61% respecto al 2019, el más alto porcentaje de decrecimiento de todo el año, así como de un 28% y 21,27% durante el III y IV trimestre de los respectivos años. Cabe reiterar; que la afectación y la considerable disminución se ha encontrado estrechamente ligada con el aumento de los casos y a los cambios graduales y medidas restrictivas por parte del Gobierno.

Tabla 38 *Porcentaje de la fuerza de trabajo, del 2019 al 2020*

<b>Indicador</b>	<b>Año</b>	
	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Fuerza de trabajo	2.464.956	2.406.533
Población ocupada en actividades turísticas (empleo directo)	170.870	127.570
Porcentaje de la fuerza de trabajo (empleo directo)	6,9	5,3
Empleo en turismo (directo + indirecto)	512.609	382.710
Porcentaje de la fuerza de trabajo	20,8	15,9

*Nota:* Elaboración propia con datos del INEC, Encuesta Continua de Empleo (ECE).

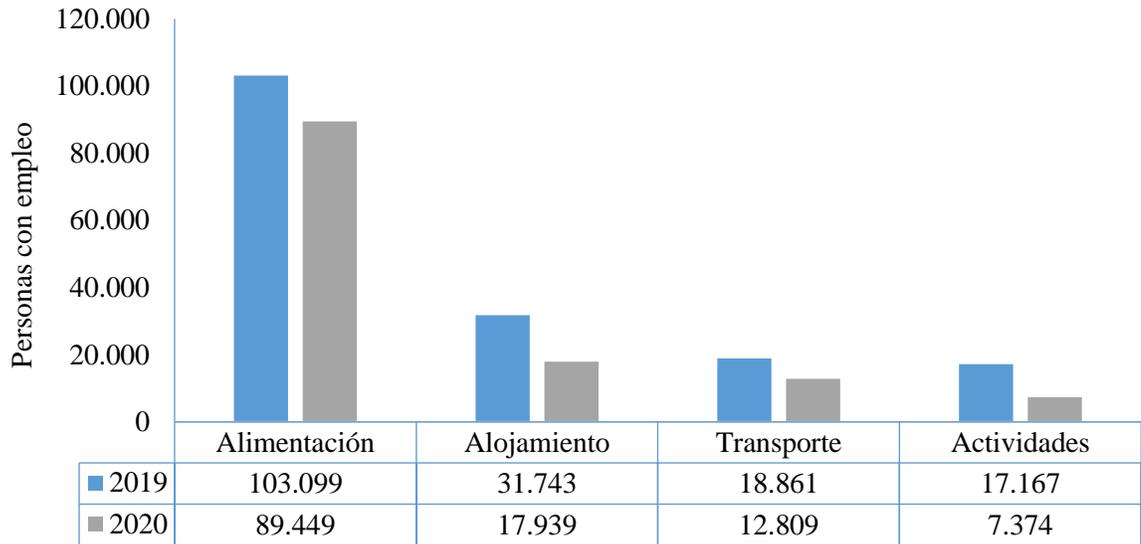
Con base en la Tabla anterior; es evidente la disminución en la fuerza de trabajo, en específico en la población ocupada en actividades turísticas en donde la afectación fue de 1,6% lo que representa a 43.300 habitantes sin empleo. Dada la afectación en todos los sectores productivos del país, el empleo tanto directo como indirecto se vio disminuido durante la crisis por la pandemia de COVID-19, donde el porcentaje de la fuerza de trabajo decayó un 4,9% del 2019 al 2020 tal como se muestra en la Tabla 38.

Tabla 39 *Población ocupada por actividades asociadas al sector turismo, según sexo, zona, y edad, datos anuales del 2019 al 2020*

	<b>Actividad turística</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sexo	Hombre	75.952	54.418
	Mujer	94.917	73.152
Zona	Urbana	129.509	97.522
	Rural	41.361	30.049
Edad	15 a 24 años	24.758	15.849
	25 a 34 años	48.373	28.827
	35 a 44 años	39.111	38.473
	45 a 59 años	44.320	31.709
	60 años y más	13.985	12.564
	No especificado	323	148
Tamaño de la empresa	De 1 a 3 personas	76.379	59.668
	De 4 a 9 personas	37.187	34.730
	De 10 a 29 personas	26.503	15.073
	De 30 o más personas	30.440	17.502
	No especificado	360	598
	<b>Total</b>	<b>170.870</b>	<b>127.570</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos del INEC, Encuesta Continua de Empleo (ECE).

La Tabla 39 muestra que la mayor parte de la población dedicada a actividades relacionadas con turismo se concentra en las zonas urbanas del país, sin embargo; las cifras decayeron de manera importante a nivel general. El grupo de edad que conforma mayormente dicha población se encuentra en el rango de los 25 a los 59 años de edad, los cuales en conjunto representan 131.804 personas dedicadas a esta actividad en 2019, pero dichas cifras disminuyeron durante la crisis por la pandemia de COVID-19 en el 2020, ya que cayó en 32.795 personas; y de la misma manera todas las cifras tuvieron variaciones hacia la baja, las cuales son circunstancias negativas para el desenvolvimiento de este sector que ha sido tan golpeado a nivel de empleo.



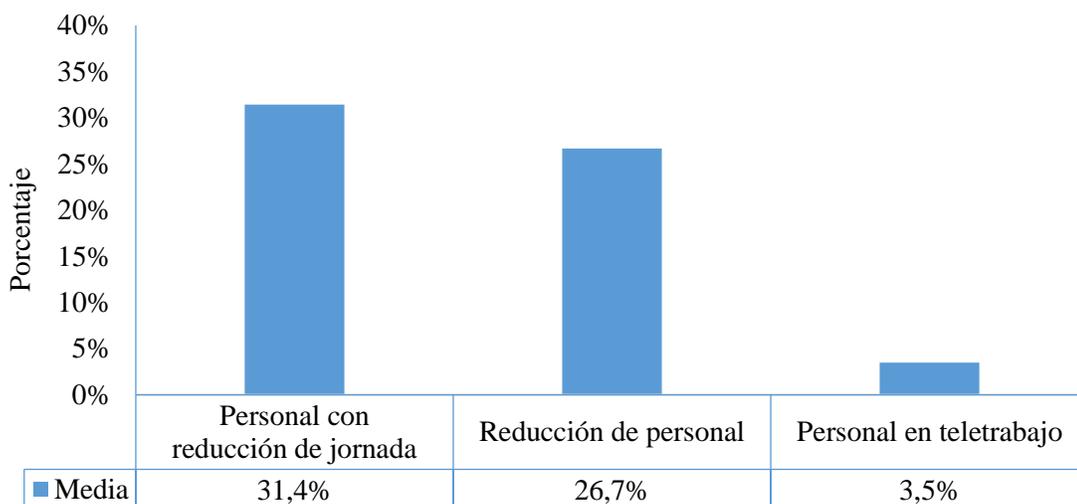
*Figura 20* Población total ocupada por actividades asociadas con el sector turístico

*Nota:* Fuente ICT con datos del INEC. Encuesta Continua de Empleo (ECE).

De acuerdo a su clasificación correspondiente, la variación que existe entre la cantidad de población total ocupada por actividades asociadas con el sector turístico fue negativa en todos los casos; con respecto a las áreas relacionadas con alimentación disminuyeron un 13,23% del 2019 al 2020, mientras que en relación con las clasificadas como actividades tanto deportivas, culturales y recreativas que constituyen el porcentaje con menor ocupación de dicha distribución, pasó de 17.167 a apenas 7.374 con un decrecimiento del 57,04% durante dicho periodo, por lo que su impacto fue bastante notorio y el más afectado; y de igual manera las demás categorías también experimentaron una evolución generalizada hacia la baja tal como se indica en la Figura anterior.

De acuerdo con la encuesta continua de empleo, el INEC muestra la tasa de desempleo la cual era de 11,4% en el 2019 y aumentó de manera importante a 22% en el tercer trimestre de 2020 durante la crisis por la pandemia de COVID-19, así mismo, los datos más recientes reflejaban que el desempleo se encontraba en 18,7% para el primer trimestre del 2021, reflejando ser una problemática que sigue afectando gravemente al país, y el sector turístico es uno de los que mayor impacto han tenido en dicho ámbito.

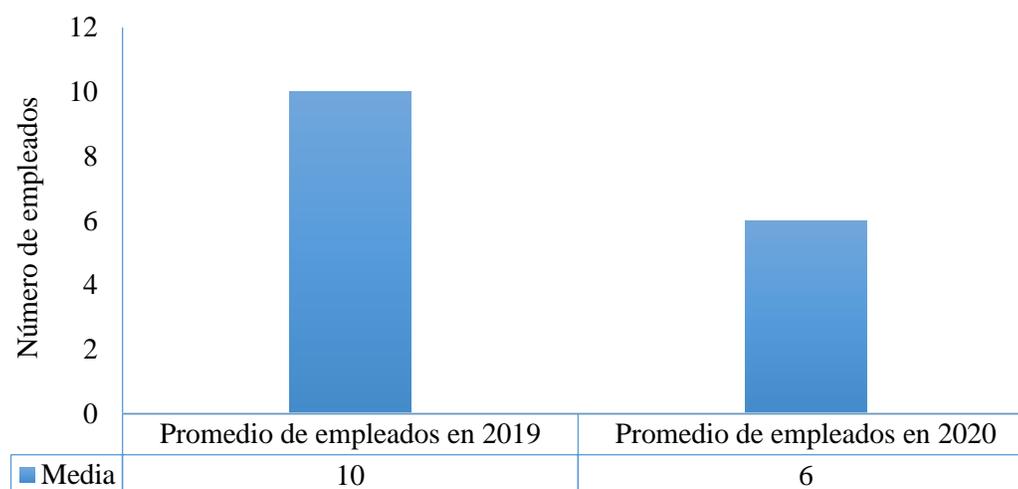
Además; se les preguntó a los empresarios turísticos encuestados cuál era el porcentaje correspondiente para cada situación relacionada al empleo en sus negocios, de los cuales los principales resultados se observan en la Figura 21 seguidamente.



*Figura 21* Porcentaje correspondiente a la cantidad de personal en teletrabajo, personal con reducción de jornada y reducción de personal en Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

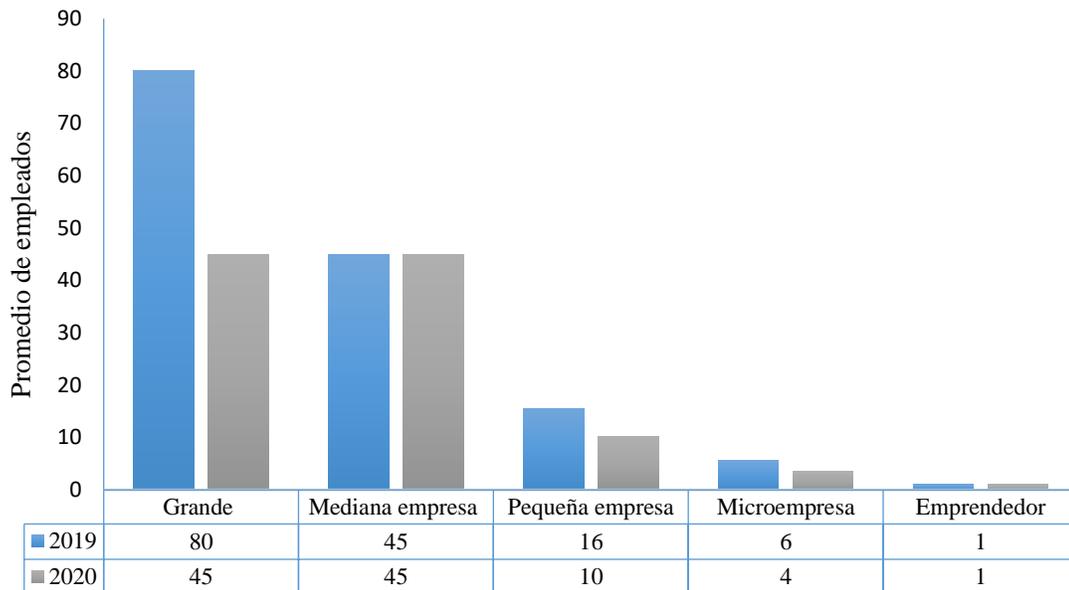
En una escala del 0% al 100% se obtuvo que en promedio un 3,5% corresponde al personal en teletrabajo, especialmente debido a la recesión y dado el tipo de actividad al que se dedican el cual requiere mayor atención presencial hacia los turistas, el porcentaje de personas trabajando desde sus casas de habitación es muy bajo por tales razones, ya que son pocas las empresas turísticas que pueden tener a su personal realizando sus trabajos fuera de la empresa. También; en promedio la cantidad de personal con reducción de jornada fue del 31,4% y el porcentaje de reducción de personal tuvo una media de 26,7%, es decir; que corresponden a aproximadamente una tercera o cuarta parte de su personal con dichas reducciones.



*Figura 22* Promedio total de empleados de las empresas de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Para conocer la evolución que se tuvo en el nivel de empleo en las empresas del sector turismo de Coto Brus, Corredores y Golfito, se aprecia en la Figura 22 el promedio total de empleados, el cual pasó de 10 colaboradores durante el 2019 a 6 durante la crisis de COVID-19 en el 2020, es decir; tuvo una disminución promedio del 40% debido a la reducción en la capacidad operativa impuesta por el Ministerio de Salud para mitigar los contagios en las organizaciones; siendo un área altamente impactada.



*Figura 23* Cantidad promedio de empleados en el sector turístico de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Un aspecto importante de reconocer es el impacto en el empleo de acuerdo a la categoría empresarial, para ello; la Figura 23 muestra la variación en la cantidad de empleados que tenían en el 2019 y su evolución para el 2020 durante la crisis producto de la pandemia, donde las grandes empresas tuvieron una reducción de casi el doble del 2019 al 2020 pues en promedio bajó un 43,75% lo cual equivale a una disminución de 35 empleados en promedio, de igual manera la media correspondiente para la pequeña empresa decayó en un 37,5% durante dicho periodo y disminuyó en 2 la cantidad de empleados en la microempresa del 2019 al 2020 respectivamente. La mediana empresa no presentó variación, es decir; que no aumentó, pero tampoco disminuyó, sino que mantuvo un promedio de 45 empleados para ambos años, mientras que de la misma manera la categoría emprendedora también sostuvo su persona 1 empleado, ya que dicha categoría se contempló que estaría compuesta por solamente 1 persona colaboradora.

Para una mejor comprensión de los datos analizados en el apartado anterior, es necesario considerar que de las 63 entrevistas aplicadas a los empresarios turísticos un total de 2 empresas corresponden a la categoría de grande empresa y debido a la disminución en la afluencia de turistas a los negocios de los cantones en estudio, el recorte de personal ha sido más significativo en

comparación con aquellas que mantienen una menor cantidad de empleados; si bien es cierto, todas las empresas se han visto afectadas, la capacidad instalada no es la misma en todos los casos, es por ello que la demanda de personal debe adaptarse a la necesidad requerida para operar.

Tabla 40 *Expectativa para el 2021 en cuanto a la cantidad de personal de la empresa*

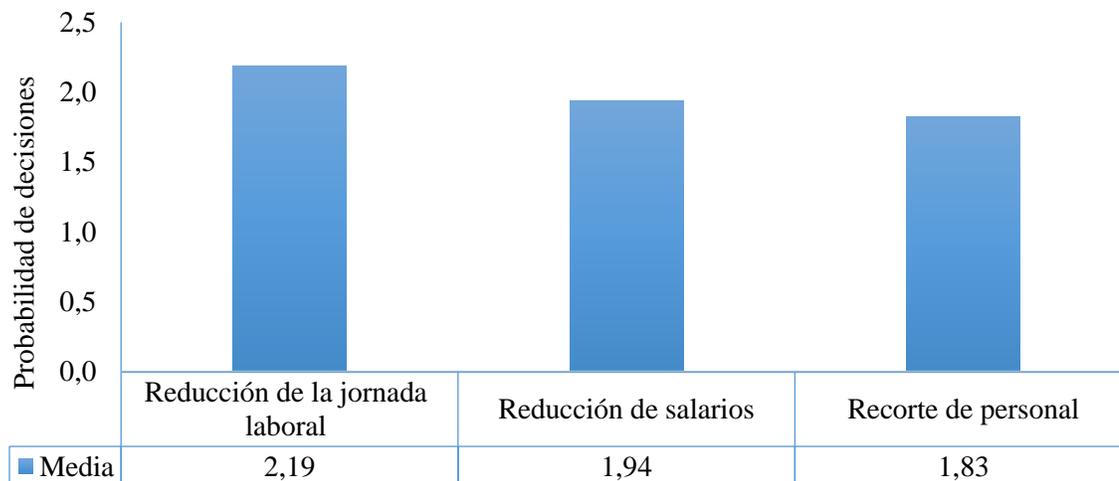
<b>Expectativa para el 2021 en cuanto a la cantidad de personal de la empresa</b>		
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Estabilidad	44	69,8%
Aumento	15	23,8%
Disminución	3	4,8%
No contesta / No aplica	1	1,6%
Total	63	100,0%

*Nota:* Elaboración propia, con base en el cuestionario aplicado 2021.

Así mismo; se determinó que en relación con la expectativa para el 2021 por parte de las empresas turísticas de los cantones en estudio, que en conjunto un total de 59 empresas tienen expectativa positiva sobre que haya estabilidad o un aumento en la cantidad de personal de su empresa; es decir, un 93,6% tiene un panorama visualizado de manera esperanzadora de que en el 2021 la situación turística pueda mejorar, debido a las reaperturas graduales y con la aplicación de las primeras vacunas a un porcentaje de la población las condiciones puedan ser más favorecedoras sin tener que realizar recortes en su personal.

Por lo tanto; un total de 69,8% de las empresas encuestadas esperan tener estabilidad y que no surjan variaciones en su personal, un 23,8% de las empresas aspiran a poder incrementar su número de empleados y crecer, pero un porcentaje bajo equivalente a 4,8% contempla una posible disminución para el 2021 y no tienen expectativas positivas en cuanto a la cantidad de empleados dada la incertidumbre que la pandemia genera sobre el futuro de sus negocios; sin embargo, la mayoría de las empresas encuestadas visualiza escenarios alentadores, lo cual puede servir de motivación para seguir adelante en aras a implementar medidas hacia la reactivación; esto mismo se ve reflejado en la probabilidad de tomar ciertas decisiones según los empresarios turísticos, ya

que en promedio un 1,83 es la probabilidad de que realicen un recorte de personal, lo cual es considerado como baja probabilidad, como se aprecia a continuación.



*Figura 24* Probabilidad de tomar decisiones por parte de las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

De acuerdo con la Figura 24, donde se le consultó a los empresarios turísticos de los cantones en estudio, cuál era la probabilidad de tomar ciertas decisiones sobre el empleo durante el 2021, se determinó que la media de la posibilidad de que se reduzca la jornada laboral de los empleados es de 2,19 lo cual implica una probabilidad moderada, mientras que de que surja una reducción de salarios es de 1,94 y apenas un 1,83 de probabilidad de que se realice un recorte de personal, por lo que en los dos casos la posibilidad de que sucedan se consideró baja; lo cual es favorable para que el nivel de empleo no se vea aún más afectado de lo que ha estado desde el origen de la pandemia. Lo anterior se tiene en consideración ya que se aprecia una actitud optimista por parte de las personas entrevistadas, las cuales en su mayoría confían en un porvenir más provechoso en donde no se vea expuesta la empresa a realizar recortes en los salarios, en la jornada y en su personal, sino que esperan que los contagios disminuyan y que haya más seguridad en el tema de la salud, para que el gobierno pueda pasar a primer plano la reactivación económica.

Tabla 41 Cantidad de casos por COVID-19 en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito

Cantidad de casos COVID-19 según cantón				
	Coto Brus	Corredores	Golfito	Total
Casos confirmados	1.571	4.067	2.289	7.927
Casos activos	225	198	152	575
Recuperados	1.334	3.808	2.119	7.261
Fallecidos	12	61	18	91

Nota: Elaboración propia, con datos del Ministerio de Salud de Costa Rica, reporte 460 (2021).

De acuerdo con el Ministerio de Salud, al 10 de junio del 2021 Costa Rica registró un acumulado de 338.048 casos confirmados, de los cuales 7.927 corresponden a los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito en conjunto; tal como se aprecia en la Tabla 41.

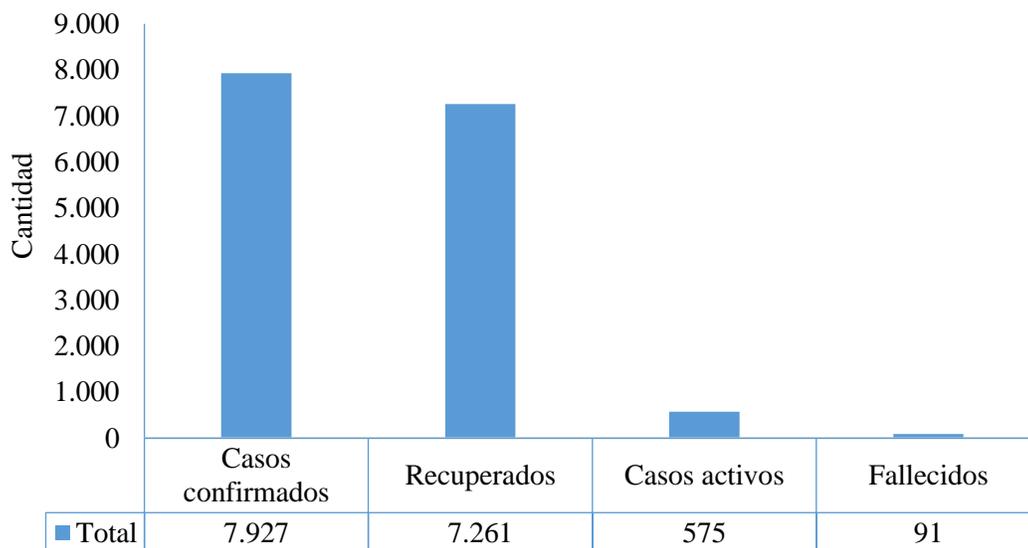
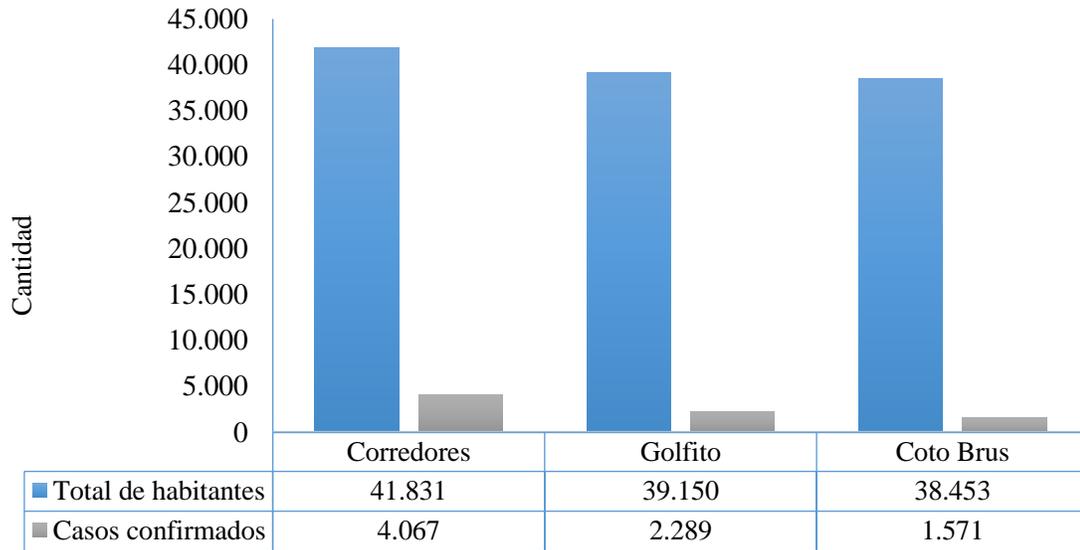


Figura 25 Cantidad de casos confirmados, activos, recuperados y fallecidos por el virus de COVID-19 en Coto Brus, Corredores y Golfito

Nota: Elaboración propia, con datos del Ministerio de Salud de Costa Rica, reporte 460 (2021).

De manera ilustrativa, la Figura 25 destaca que, de los 7.927 casos confirmados, solamente 575 se encuentran activos al 10 de junio del 2021 ya que gran parte se han recuperado, y un acumulado de 91 personas lamentablemente falleció en estos cantones a causa de la pandemia.



*Figura 26* Cantidad de casos confirmados por el virus de COVID-19 según cantidad de población en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia, con datos del Censo 2011 del INEC y el Ministerio de Salud de Costa Rica, reporte 460 (2021).

Por su parte, la Figura 26 demuestra que de los cantones en estudio, el que posee más casos confirmados al 10 de junio del 2021 es Corredores con 4.067 casos, seguido por Golfito con 2.289 y Coto Brus con 1.571, sin embargo; es importante tomar en cuenta que poseen diferente cantidad de población, donde Corredores posee mayor cantidad de casos por Covid-19 pero a su vez es el que presenta mayor cantidad de habitantes, de los cuales la población total que ha enfermado por este virus equivale a un 9,7% de su población, un 5,8% en Golfito y un 4,1% en Coto Brus. Es decir; que a nivel país los cantones en estudio representan un 2,34% de la población total que ha enfermado por este virus desde su descubrimiento hasta la actualidad, y dado que en conjunto apenas existen 575 casos activos a la fecha en los cantones destacados de los 73.878 activos en todo Costa Rica, la cantidad de contagios no representa una tasa tan alta en dichos cantones.

### **4.3. Acciones y estrategias implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19**

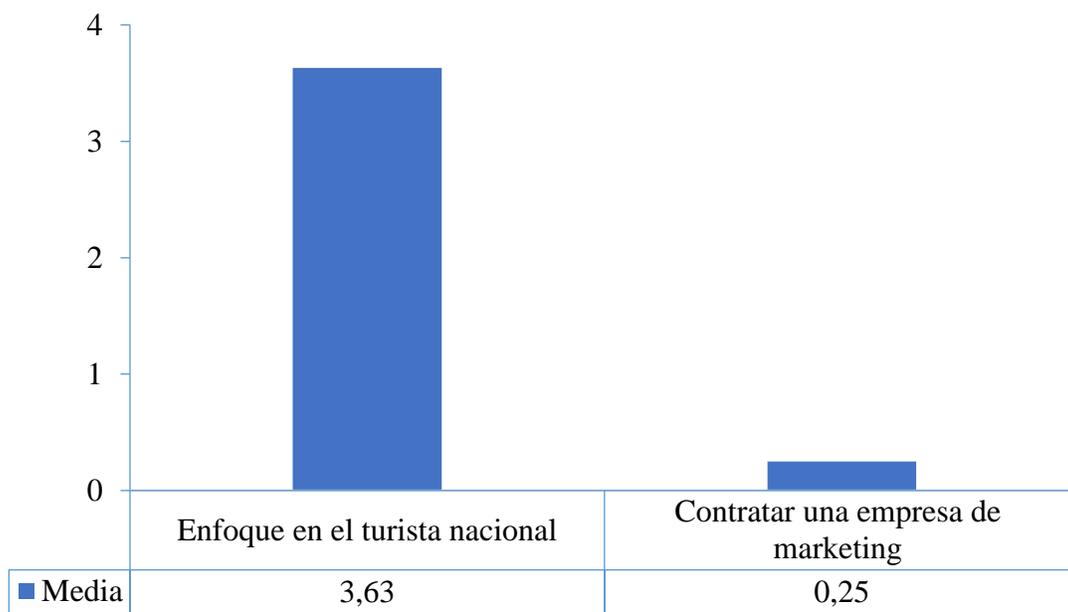
En este apartado se detallan los resultados obtenidos sobre el análisis de las acciones y las estrategias implementadas por las empresas turísticas para enfrentar la crisis del COVID-19. Además, un análisis documental que facilitará visualizar la eficacia de las medidas implementadas por los empresarios turísticos de la mano con las instrucciones procedentes por las autoridades nacionales e internacionales para mitigar los efectos negativos de la pandemia e incentivar la reactivación económica.

#### **4.3.1. Estrategias implementadas por las empresas relacionadas a la actividad turística de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito como respuesta a la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19**

En este apartado se detallan dos estrategias muy generales, como lo muestra la Figura 27 la estrategia que más destaca es enfoque en el turista nacional con una media de un 3,63 esto significa que es una estrategia que ha tenido una muy buena incidencia, se debe a que muchas empresas han apostado por el turismo nacional, puesto que se tienen mayores facilidades de desplazamiento, y es una estrategia que trajo buenos resultado debido a que las fronteras se mantenían cerradas y la conectividad aérea era muy baja, asimismo, las empresas ofrecen variedad de actividades para satisfacer todos los gustos, ya sea que busquen aventura, bienestar, observar aves o un destino para descansar. De esta manera los turistas nacionales son incentivados a conocer las zonas aprovechando los descuentos en los paquetes. Por otra parte, el Gobierno firmó la ley N°9875 que traslada los feriados a los lunes, con el fin de promover la visita interna y el turismo durante los años 2020 al 2024, de esta manera se crea una motivación adicional para que los trabajadores viajen en burbujas sociales y puedan contribuir a la recuperación del sector.

Por su parte la estrategia de contratar una empresa de marketing ha tenido bajo impacto con una media de 0,25, esto se debe a que los costos para contratar una empresa de marketing son elevados y las empresas tras la pandemia han tenido que reducir costos, por lo que consideran que

el margen de beneficios es muy bajo, dado esto han preferido utilizar sus propios medios para dar a conocer el negocio.



*Figura 27* Estrategias implementadas por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito  
*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Otra de las estrategias implementadas por los empresarios fue la reducción de costos. Las empresas deben ver la crisis provocada por el COVID-19 como una oportunidad única de cambio y repensar su estructura de costos para crear una ventaja competitiva a largo plazo, deben tomar decisiones urgentes para adaptarse a los cambios en las necesidades y el comportamiento de los consumidores. Ahora, la empresa tiene la oportunidad de rediseñar y optimizar su estructura de costos. Una estrategia que se puede implementar es la visibilidad y trazabilidad de los costos, que es un factor clave para asegurar la sostenibilidad del cambio.

Por su parte la CEPAL afirmó que la pandemia ha obligado a modificar las condiciones de seguridad de los trabajadores, proveedores y clientes, y la forma de comunicarse entre ellos. El distanciamiento social acelera la transformación digital e impulsa procesos que buscan aumentar la productividad y la eficiencia. En un entorno de cambios rápidos y aparente incertidumbre,

muchas empresas se ven obligadas a innovar, reevaluar sus operaciones y cambiar sus modelos de negocio y costos. Esto implica establecer la capacidad de identificar rápidamente los cambios en las preferencias de los consumidores y garantizar que la cadena de suministro y los servicios prestados sean consistentes con estos cambios.

La adopción de protocolos de seguridad por parte de las empresas supone un aumento de costes. Las empresas deben invertir en la reorganización del entorno laboral, los espacios públicos como bares, restaurantes, cafeterías y las instalaciones sanitarias. Además, es probable que se necesite mejorar y ampliar los equipos para utilizar la tecnología digital para implementar un modelo de teletrabajo y actividades no presenciales. Estas inversiones darán lugar a un aumento de los costes fijos. Al mismo tiempo, el uso cada vez mayor de productos de higiene y limpieza implica mayores costes variables.

La caída de la demanda nacional e internacional conduce a un aumento de la capacidad no utilizada, por lo que aumenta el costo fijo de los servicios. Ante esta situación, las empresas deben seguir buscando una mayor eficiencia y productividad. El rol de las políticas es clave para incentivar a las empresas a enfocarse en productos con mayor valor agregado, cambiando el consumo de energía, mejorando la interacción mutua y adoptando nuevas tecnologías.

Por lo que ante el aumento de costos variables y fijos, por lo tanto, al existir una menor producción, se debe implementar una respuesta dinámica para mejorar la rentabilidad por medio de una eficiencia colectiva. Además, implementar la estrategia de internet de las cosas y aumentar la productividad por medio de servicios de mayor valor agregado y la automatización en los procesos.

#### **4.3.2. Acciones implementadas por las empresas relacionadas a la actividad turística de los cantones Coto Brus, Corredores y Golfito como respuesta a la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19**

Al consultarle a las empresas turísticas por las acciones implementadas durante la pandemia para evitar el contagio del COVID-19, se observa que se implementaron únicamente algunas de las medidas recomendadas por las autoridades, entre ellas: protección adecuada al ingresar al

establecimiento (uso de mascarillas, caretas y otros) obtuvo el promedio más alto de implementación, es decir un 4,98 de 5, lo que significó que, de acuerdo con la Tabla 42, del total de las 63 empresas encuestadas casi la totalidad de ellas, es decir 62, implementaron esta acción para prevenir contagios durante el desarrollo de su actividad empresarial. Por su parte, la medida de mayor limpieza en las áreas obtuvo un promedio de 4,83 mostrando que 57 empresas cumplieron a cabalidad con esta medida. Además, el distanciamiento de 1,8 metros por persona y colocación de alcohol en gel en lugares de mayor afluencia ambas medidas obtuvieron un promedio de 4,76 en su grado de implementación. Sin embargo, las medidas rotulación e indicaciones de prevención y reducción porcentual de la capacidad fueron menos implementadas, reflejando promedios del 4,41 y 4,06 respectivamente. Finalmente, la medida menos implementada por las empresas en estudio con un promedio de 2,52 fue la toma de la temperatura, la cual fue llevada a cabo por 28 empresas, y lo cierto del caso es que esta última acción resulta una buena medida para detectar personas contagiadas con COVID-19, aunque es importante aclarar que no todos los casos de COVID-19 desarrollan la sintomatología de fiebre.

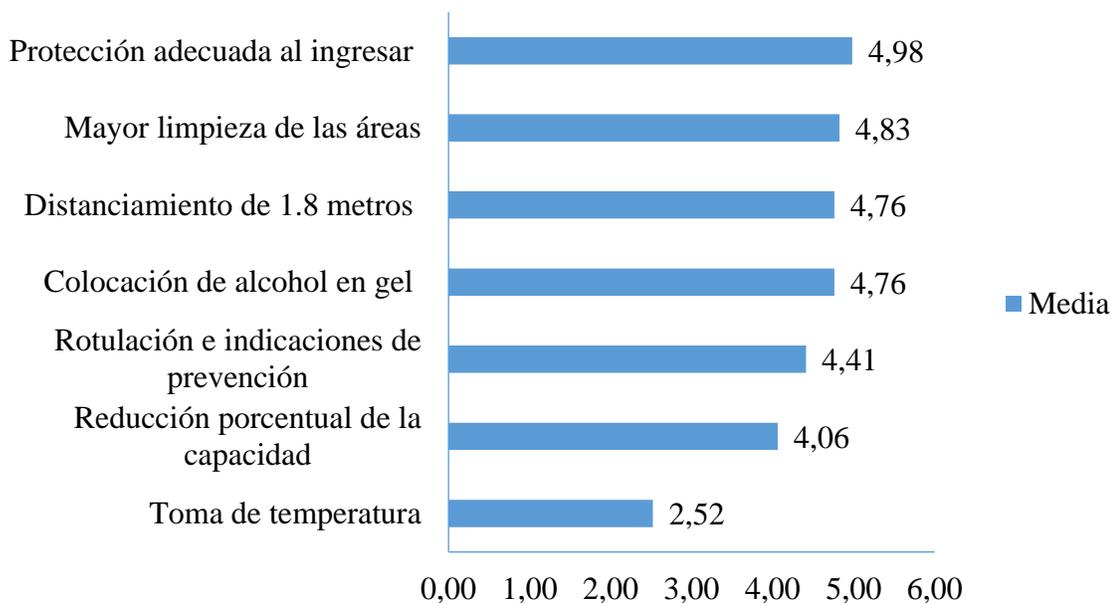
Tabla 42 *Acciones adoptadas por las empresas turísticas para la reactivación económica*

<b>Acciones adoptadas</b>	<b>Cantidad de empresas que implementaron la acción</b>
Protección adecuada al ingresar	62
Colocación de alcohol en gel en lugares con mayor afluencia	59
Mayor limpieza en las áreas	57
Distanciamiento de 1.8 metros por persona	56
Rotulación e indicaciones de prevención	51
Reducción porcentual personal de la capacidad	44
Toma de temperatura	28

*Nota:* Elaboración propia con los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los empresarios turísticos de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

Por consiguiente, tal y como se puede observar en la Figura 28 se evidencia que las empresas en estudio han cumplido parcialmente con las disposiciones emitidas por las autoridades sanitarias, situación que resulta de moderada incidencia, pues dichos lineamientos se crearon con el objetivo de promover una apertura comercial controlada, que favorezca la reactivación

económica de los distintos sectores empresariales y en el caso del sector estudiado, para evitar cadenas de contagios y proteger la salud de los turistas y de todos aquellos intervinientes en la planta turística.



*Figura 28* Acciones adoptadas por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito para la reactivación económica

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Por su parte, en Costa Rica se creó el “Protocolo para Actividades de Hospedaje, Sector Turismo ICT-P-01” y el “Protocolo específico para la Actividad Turística Temática y Turismo Aventura ICT-P-005”. Los cuales fueron elaborados por el Instituto Costarricense de Turismo, ente rector de este sector, de la mano con la Cámara Costarricense de Hoteles y empresarios hoteleros del sector privado. El cual fue dirigido al sector turismo y subsector de hospedaje, en todo el territorio nacional, como parte de las acciones preventivas y de mitigación dictadas por las autoridades del Ministerio de Salud como respuesta ante la alerta por COVID-19, con el fin de ofrecer el servicio de manera gradual a los clientes con al menos el 50% de la capacidad, tomando en consideración las siguientes disposiciones establecidas:

- Garantizar el acceso al suministro de agua potable, jabón antibacterial, alcohol en gel, toallas desechables o cualquier otro implemento autorizado para el secado de manos, en los espacios comunes, así como su reposición y limpieza.
- Intensificar las medidas de limpieza e higiene, en las áreas públicas, donde debe haber una persona responsable asignada por la Administración, quien se encargue de la vigilancia de superficies de alto contacto.
- La empresa debe implementar la toma de temperatura al cliente y proveedores al momento de registrarse en las instalaciones.
- Se sugiere mantener en áreas públicas dispensadores de alcohol en gel.
- La empresa debe disponer de registros diarios de la limpieza y desinfección realizada.
- Se deberá colocar en espacios visibles, los protocolos de estornudo y tos, lavado de manos, otras formas de saludar, no tocarse la cara y poblaciones en riesgo.
- Según el Decreto Ejecutivo N° 42603-S del 07 de setiembre de 2020, la empresa deberá disponer la mascarilla de uso obligatorio para todos los usuarios que requieran acceder a sus servicios dentro de sus instalaciones, lo anterior al ser equipo de protección personal.
- Si en el momento de atención al público se cuenta con una cantidad considerable de personas, se debe asegurar el distanciamiento físico establecido de 1.8 metros, para ello se puede demarcar el área.

#### **4.4. Estrategias de comercialización y comunicación implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos provocados por la pandemia del COVID-19**

En Costa Rica el sector turístico, reaccionó muy rápidamente para ofrecer condiciones habilitantes que permitieran una reapertura segura del turismo, con la implementación de diferentes medidas, protocolos de seguridad e higiene, la promoción y comercialización del turismo y la creación de burbujas de viaje. Se ha detectado la necesidad urgente de reabrir el turismo de una manera responsable, segura, coordinada y sin problemas, a medida que se eliminan las restricciones de viaje, por lo que las empresas han implementado distintas estrategias para hacer esto posible.

#### 4.4.1. Estrategias de comercialización implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos provocados por la pandemia del COVID-19

En medio de la pandemia ocasionada por la COVID-19 las empresas turísticas se enfrentan al desafío más grande en su existencia el cual se puede denominar la incertidumbre, es por tal motivo que han tenido que realizar distintas estrategias de comercialización que quizás no ejecutaban anteriormente para brindar sus servicios, esto con el fin de poder superar las afectaciones que se presentan producto de la crisis sanitaria, en el estudio elaborado a las 63 empresas de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito se obtuvieron los siguientes resultados:

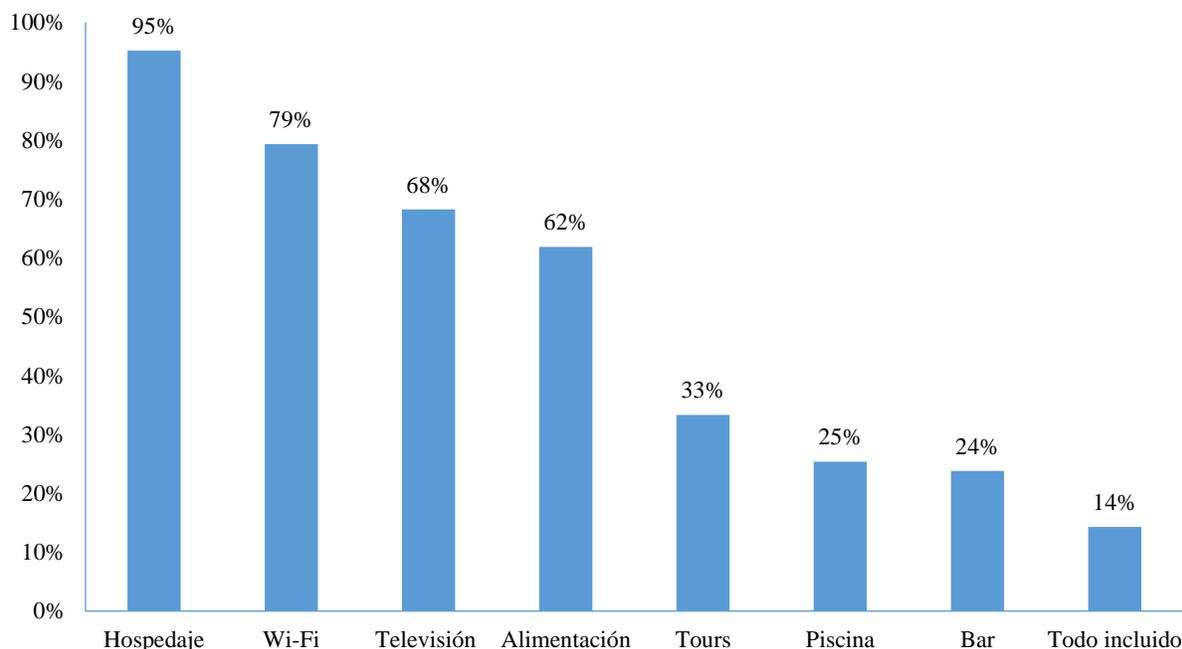
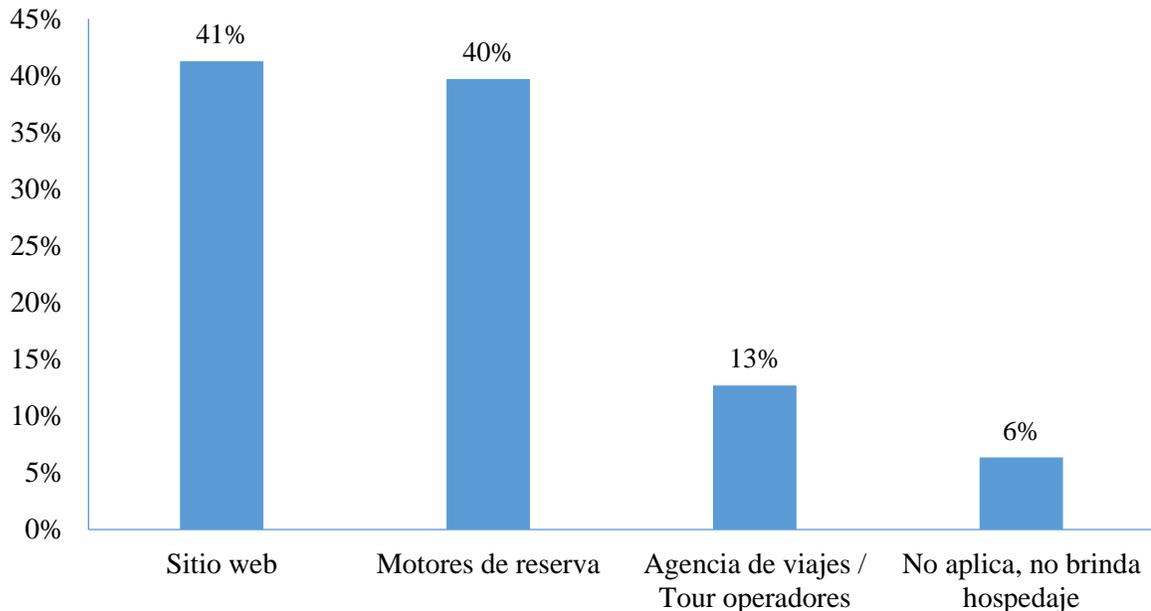


Figura 29 Servicios que ofrecen los negocios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Con respecto a los servicios que ofrecen las empresas turísticas, mostró que el 95% de las compañías encuestadas es decir alrededor de 60 empresas brindan hospedaje como parte de sus

servicios a los turistas que visitan las regiones, también unas 50 empresas es decir el 79% lo complementa con servicios de internet inalámbrico Wi-Fi y con televisión el 68% de las compañías turísticas, un dato importante, es que tan solo el 14% de los encuestados manifiesta que tienen los sistemas todo incluido, tal es el caso que tan solo 9 empresas turísticas cuentan con este tipo de sistema, se puede justificar que casi la totalidad de empresas cuentan con servicios de hospedaje dando a entender que los turistas que visitan estas zonas realizan sus viajes en varios días y requieren de instalaciones que brinden hospedaje, sin embargo, no ven indispensable lugares que tengan los sistemas todo incluido como en distintas regiones del país que diferentes complejos hoteleros brindan esta opción.

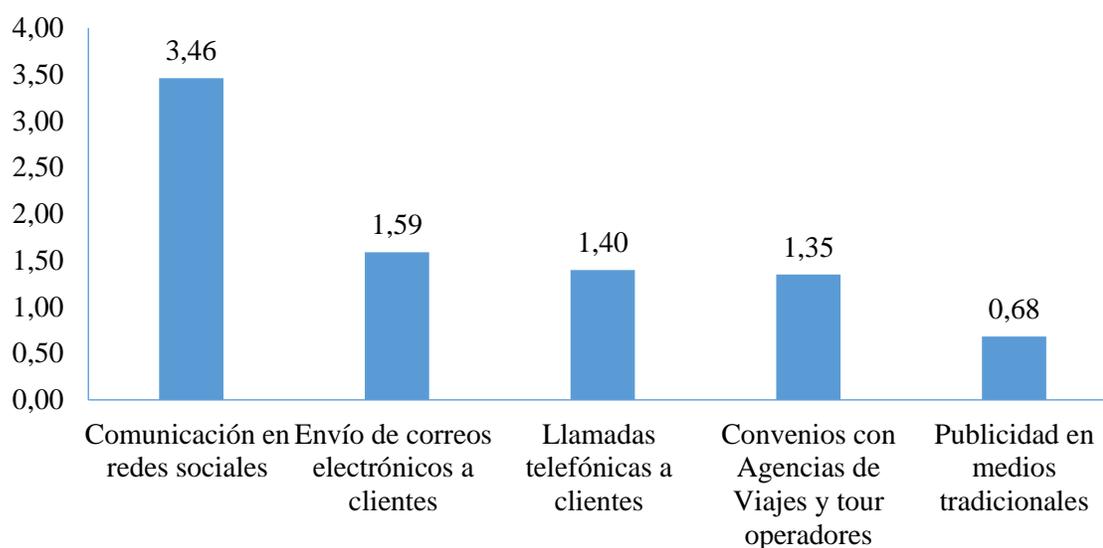


*Figura 30* Reserva o contacto de los turistas que visitan los negocios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Según los datos obtenidos en la Figura 30, la cual corresponde a como se realizan las reserva o contacto de los visitantes de los negocios turísticos, un 41% de las empresas reveló que sus clientes realizan reservas a través del sitio web propio de cada empresa turística es decir 26 empresas le dan uso a su sitio web para la reserva de espacios en sus locales y un 40% de las empresas manifestó que sus clientes reservan a través de motores de reserva tales como Airbnb,

Booking, TripAdvisor, Trivago o algún otro similar de contacto externo a la empresa, se puede entender que los turistas prefieren en su mayoría hacer uso de la tecnología para contactar a las empresas ya sea directamente o bien con distintas plataformas en las que se puede navegar para escoger el lugar ideal de turismo, es por tal motivo que contar con estos mecanismos en la web bien estructuradas que detallen tanto los servicios que ofrecen, como los descuentos, regalías y facilidades de pago por medio de las plataformas virtuales, motiva a los turistas a visitar estos lugares y es sin duda fundamental para el crecimiento de los mismos.



*Figura 31* Estrategias de comercialización aplicadas por las empresas de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

De acuerdo con el cuestionario aplicado, se evaluaron las estrategias de comercialización que aplicaron las empresas para poder hacer frente a la pandemia por COVID-19. De las cuales resaltó el incremento de la comunicación por medio de redes sociales y medios digitales, donde se implementó en un 3,46 en promedio, seguido de un 1,59 que decidió enviar correos electrónicos a clientes actuales y potenciales para ofrecerles sus servicios y un 1,40 en promedio, realizó llamadas telefónicas a clientes actuales y potenciales. Por lo que se puede ver como la tecnología representa un apoyo muy importante en la implementación de estrategias ya que en promedio el 5,05 hizo uso

de medios tecnológicos para llegar a sus clientes, lo cual se refleja también en la captación de turistas jóvenes ya que son quienes más utilizan las plataformas digitales.

#### 4.4.2. Estrategias de promoción implementadas por las empresas del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito para afrontar los efectos provocados por la pandemia del COVID-19

En medio de la crisis por la pandemia de COVID-19, el turismo es un sector que ha sido golpeado y dependen en cierta medida de la implementación de estrategias necesarias para sobrellevar la situación y lograr estimular en los clientes su deseo de visitarles de una manera segura; por lo que a continuación, se evidencian los principales hallazgos en materia de promoción de las empresas turísticas de los cantones en estudio:

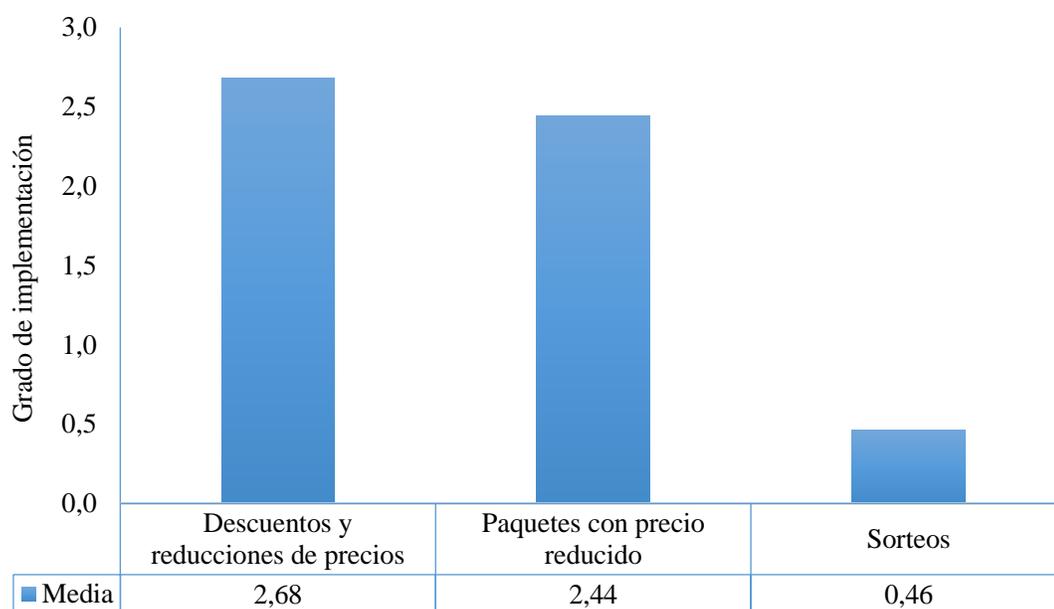


Figura 32 Estrategias de promoción implementadas por las empresas

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

En cuanto a las principales estrategias de promoción aplicadas por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito con el propósito de lograr captar la mayor cantidad posible de clientes en tiempos de crisis, la Figura 32 refleja que en promedio el grado de implementación de descuentos y reducciones en los precios es de 2,68 siendo la más implementada de las tres. La

estrategia de paquetes con precio reducido también se implementó moderadamente, mientras que se realizaron muy pocos sorteos, ya que pudo resultar difícil desarrollar estrategias para promover sus servicios debido a los cierres temporales o disminución en los horarios y capacidad operativa para recibir turistas, y depende de la capacidad o recursos que cada empresa tenga para poder implementarlas. Dichas estrategias son importantes porque permiten dar a conocer los productos o servicios que brinda la empresa e incentivar a los turistas a visitar los lugares, con el fin de tratar de reactivar el negocio.

La promoción puede ser una herramienta sumamente efectiva para aliviar la situación ocasionada por la pandemia en las empresas del sector turismo, por medio de la aplicación del cuestionario se evidenció la falta de promoción que existe dentro de los cantones en estudio, para ello es necesario la implementación de nuevas estrategias como concursos, sorteos promocionales, cupones de descuento, acciones en conjunto con otras empresas de la zona para compartir los costos de promoción y regalos directos. El Instituto Costarricense de Turismo posee programas que incentivan este tipo de acciones, por medio del Plan de Desarrollo Turístico se busca impulsar los niveles de competitividad de la zona mediante el acompañamiento y asesoría. Con base en lo anterior promocionar destinos más competitivos es fundamental, con el fin de mejorar la situación actual producto de la pandemia.

Un estudio realizado por la Universidad de Costa Rica menciona la importancia que tiene la promoción dentro de una empresa, el estudio es concluyente al centrar a la comunicación como un aliado primordial para la empresa, además es pertinente tener cuidado con los descuentos al no considerar la afectación que esta medida va a significar en los ingresos por ventas del negocio. Por el contrario, el empresario debe enfocarse en cómo aumentar el consumo de su servicio, para ello la promoción de su local puede permitirle llegar a obtener mayores resultados, mejorar la exposición de lo que se ofrece, crear mayores y mejores espacios publicitarios y anunciar ante todos lo que su comercio es capaz de ofrecer. Corredores, Coto Brus y Golfito son cantones localizados geográficamente al sur del país, siendo cantones transfronterizos que poseen atractivos potenciales ante el ser humano el cual por sí solo es viajero por naturaleza, hay que comunicar la

existencia de estos lugares y los medios digitales son una rápida y accesible puerta a este mercado en expansión.

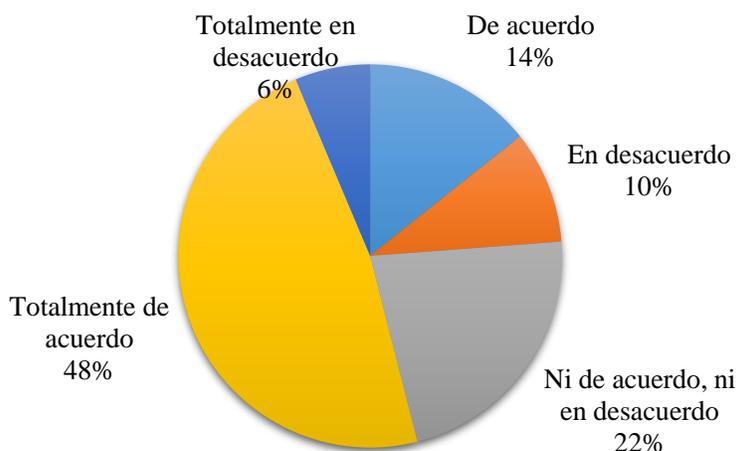
#### **4.5. Percepción del empresario turístico de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito sobre las acciones que desde la institucionalidad pública se emprendieron para mitigar los efectos de la crisis del COVID-19 en el sector turismo**

Este apartado muestra los resultados sobre la percepción de los empresarios del sector turismo de acuerdo con las acciones implementadas por la institucionalidad pública para apoyar a los empresarios por motivo del descenso de la actividad turística como consecuencia de la pandemia. Los resultados de esta variable se midieron por medio de la aplicación de cuestionarios a los empresarios en estudio y además se aplicaron entrevistas dirigidas a renta car, tour operadores, cámaras de turismo, ICT con sede regional en el Pacífico Sur y las municipalidades de Coto Brus y Corredores para dar a conocer la perspectiva tanto de los empresarios como de la institucionalidad pública.

Costa Rica cuenta con gran variedad de actividades turísticas y además, es reconocida como un destino atractivo y seguro para viajar. Por consiguiente, el Estado ha implementado estrategias para atraer al turista nacional e internacional en tiempos de pandemia. A continuación, se muestra la percepción de los empresarios turísticos a los cuáles se les aplicó la encuesta, en relación con las acciones que desde la institucionalidad pública se emprendieron para mitigar los efectos de la crisis del COVID-19 en el sector turismo durante el 2021.

El estado ha implementado acciones para promocionar a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación. De acuerdo con el “Índice Global de Jubilación 2021” realizado por la revista “International Living”, Costa Rica se colocó en el primer lugar como destino para jubilados del 2021, superando a países como Panamá, México, Colombia y Portugal. Esta calificación mide 10 variables, entre las cuales se encuentran: las facilidades de alojamiento, facilidades para obtener visas de residentes, beneficios en general, entretenimiento, el desarrollo del país, clima, salud, la gobernanza, las oportunidades y el costo de la vida. En el promedio de los 10 indicadores, Costa Rica obtuvo una nota de 85,2 colocándose en el primer lugar. Sin embargo,

como lo muestra la Figura 33 al consultarles a los empresarios turísticos de los cantones en estudio sobre su percepción en promocionar a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación el 48% de los encuestados mostró estar totalmente de acuerdo en que esta sea una excelente estrategia, un 14% manifestó estar de acuerdo y finalmente un 10% mostró estar en desacuerdo, y el restante 6% indicó estar totalmente en desacuerdo con la estrategia. Por lo que promover a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación no resulta una estrategia efectiva para los empresarios turísticos de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

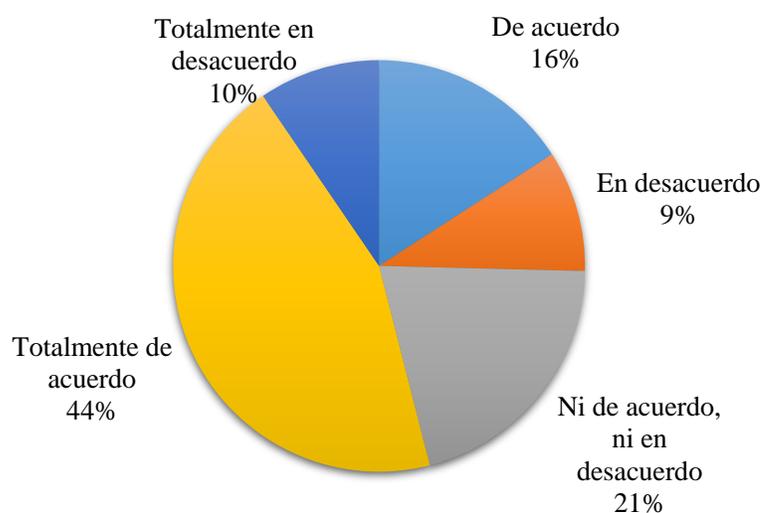


*Figura 33* Promocionar a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación es una excelente estrategia para el sector turístico

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

De forma similar, el Estado ha emprendido acciones para promocionar a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación. Es importante mencionar que Costa Rica es reconocida a nivel internacional como la “Pequeña Suiza de América”. Su neutralidad política le otorga un valor fundamental para atraer turistas que buscan un lugar de residencia, fundamentalmente por su tranquilidad reconocida mundialmente desde 1948, año en que se dio la abolición del ejército y se estableció un régimen democrático presidencialista, mediante sufragio universal. Además, Costa Rica es un país característico por escasas tensiones raciales, bajo nivel de violencia y criminalidad en el contexto latinoamericano, especialmente si se compara con niveles de violencia de otros países norteamericanos donde se concentran grandes flujos migratorios. Todos estos factores son

ventajas para atraer turistas residentes a Costa Rica. No obstante, al preguntar a los empresarios turísticos de los cantones en estudio sobre su percepción en promover a Costa Rica como un destino de residencia para teletrabajo, tal como lo muestra la Figura 34 solo el 44% de ellos indicó estar totalmente de acuerdo, un 21% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16% está de acuerdo, finalmente un el 9% considera estar en desacuerdo y un 10% está totalmente en desacuerdo con esta consideración. Es decir, esta estrategia no representa una medida importante para promover el turismo en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito desde la perspectiva de los empresarios encuestados.

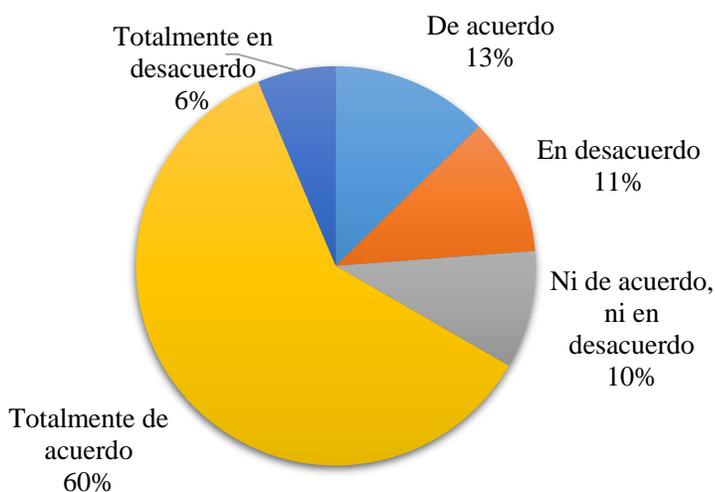


*Figura 34 Promover a Costa Rica Como un destino internacional de residencia para teletrabajo*

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Al consultarle a los empresarios de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito sobre su percepción en promover a Costa Rica como un destino internacional de turismo accesible, la gran mayoría afirmó ser un buen enfoque para promover el turismo. Tal como se observa en la Figura 35, el 60% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con esta estrategia, un 21% ni en acuerdo ni en desacuerdo, un 16% de acuerdo, un 10% totalmente en desacuerdo y un 6% en desacuerdo. Por su parte, la editorial de guías de viaje por el mundo, “Lonely Planet” destacó a Costa Rica en “Lo mejor en viajes 2021” como reconocimiento al compromiso genuino con la sostenibilidad, la comunidad y la diversidad, pues las estrictas leyes de accesibilidad hacen de

Costa Rica un paraíso para los usuarios de sillas de ruedas, lo que permite a los viajeros con discapacidades poder disfrutar de los atractivos del país.



*Figura 35* Promover a Costa Rica como un destino internacional de turismo accesible

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Desde otro punto de vista, también se consultó a los empresarios turísticos sobre su grado de acuerdo o desacuerdo en relación con las afirmaciones presentadas en la Tabla 43, para medir la percepción del empresario con respecto a la institucionalidad pública durante la pandemia. Los empresarios perciben, con el promedio más alto de respuesta del 2,08 que existe un “moderado” interés por parte del Estado por ayudar al sector turístico a superar la crisis. Sin embargo, al consultarles sobre si el Estado ha implementado acciones concretas para apoyarlos durante la pandemia el promedio de respuestas de 1,87 obtenido se consideran de bajo impacto, lo que podría significar que, aunque se percibe que el Estado ha buscado ayudar al sector turístico, no se percibe en la misma magnitud que se hayan implementado acciones concretas para apoyar al sector turístico durante la crisis. De manera similar se observa una tendencia en decrecimiento para las demás afirmaciones de la Tabla 43 con promedios por debajo de 2, representando un bajo impacto, lo cual no resulta favorable para el desempeño de la institucionalidad pública de Costa Rica durante la pandemia.

Tabla 43 *Grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones presentadas sobre percepción en relación con la institucionalidad pública*

<b>Afirmaciones presentadas</b>	<b>Promedio de las respuestas</b>
Se percibe un interés genuino por parte del Estado por ayudar al sector turístico a superar la crisis.	2,08
El Estado ha implementado acciones concretas para apoyar al sector turístico durante la crisis.	1,87
El ICT le ha brindado asesoría y apoyo para enfrentar la crisis.	1,78
Ha recibido apoyo organizaciones no gubernamentales para superar la crisis COVID-19.	1,62

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empresarios turísticos de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

Asimismo, se evaluó el desempeño de la institucionalidad desde la perspectiva de los empresarios turísticos. Los resultados de la Tabla 44 demuestran que el Ministerio de Salud es la institución con la puntuación promedio más alta de 3,43 evidenciando que los empresarios encuestados perciben un “alto grado de satisfacción” con su desempeño, resultado favorable para esta institución, pues ha desarrollado un papel importante durante la pandemia al ser la institución encargada de garantizar la protección y el mejoramiento del estado de salud de la población. Por otro lado, la municipalidad de los cantones en estudio, el sistema bancario estatal, el Instituto Costarricense de Turismo, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, las universidades públicas y el Instituto Nacional de Aprendizaje han tenido una buena o “moderada incidencia en el grado de satisfacción” de los empresarios turísticos durante la pandemia. Ahora bien, instituciones como el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica, la Cámara Costarricense de Hoteles, las cámaras o asociaciones de turismo locales y la Cámara Nacional de Turismo tuvieron un “bajo impacto sobre el grado de satisfacción” de los empresarios en relación con su desempeño en la institucionalidad pública, mostrando que estas instituciones no se involucraron en buena medida durante el proceso de reactivación de la actividad turista de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

Tabla 44 *Grado de satisfacción con la institucionalidad pública*

<b>Instituciones Públicas</b>	<b>Puntuación promedio</b>	<b>Grado de satisfacción</b>
Ministerio de Salud (MS)	3,43	Muy alto o alto grado de satisfacción
Municipalidad del cantón	2,72	
Sistema Bancario Estatal	2,61	
Instituto Costarricense de Turismo (ICT)	2,28	Moderada o buena satisfacción
Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	2,28	
Universidades Públicas	2,17	
Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	2,05	
Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC)	1,91	
Cámara Costarricense de Hoteles (CCH)	1,90	
Red Nacional de Pequeños Hoteles (NAPH)	1,88	
Cámaras o asociaciones de turismo locales	1,86	Muy bajo o bajo grado de satisfacción
Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE)	1,85	
Cámara Nacional de Turismo (CANATUR)	1,82	
Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT)	1,80	
Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO)	1,77	
Asociación de Organizadores de Profesionales de Congresos y Afines de Costa Rica (ADOCA)	1,76	
Asociación Costarricense de Aerolíneas (ALA)	1,74	

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a los empresarios turísticos de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito.

Adicionalmente, es importante resaltar que más del 50% de los empresarios aseguraron desconocer el siguiente listado de instituciones mencionadas en la Tabla anterior pertenecientes a la categoría de “muy alto o alto grado de satisfacción”: Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT), Asociación de Organizadores de Profesionales de Congresos y Afines de Costa Rica (ADOCA), Asociación Costarricense de Aerolíneas (ALA), Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO), Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE), Red Nacional de Pequeños Hoteles (NAPH). Por lo cual, el aporte que han tenido en la actividad turística de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito ha sido nulo.

En cuanto a las entrevistas aplicadas a los Renta Car de la zona de estudio, en relación con la base de datos se tenía un total de tres empresas, de las cuales fue posible contactar únicamente a Renta Car Enterprise, pues Renta Car Álamo Enterprise pertenece a la misma razón social que Enterprise, por lo que se aplicó la entrevista una sola vez. Finalmente, no fue posible contactar por medio de los números facilitados en la base de datos a Golfito Car Rental Costa Rica Trip. Seguidamente se muestran los resultados obtenidos de la entrevista aplicada a la empresa Renta Car Enterprise ubicada en Golfito.

Renta Car Enterprise posee entre 6 y 10 años de operar en el mercado, esta se encuentra en la categoría de grande empresa, ya que a nivel nacional cuenta con más de 300 colaboradores, sin embargo, en la sede ubicada específicamente en Golfito cuenta únicamente con 3 colaboradores. La pandemia COVID-19 ha impactado en gran medida a los Renta Car, debido a la escases de turismo en la zona, el servicio de renta de autos disminuyó en gran consideración, las ventas se vieron muy afectadas a tal punto que la sede ubicada en Golfito casi llega a su cierre, al inicio de la pandemia se redujo el personal casi en la totalidad entre los meses de marzo a noviembre, también tomaron la decisión de realizar recortes de beneficios, entre ellos los viáticos para realizar giras programadas.

La empresa ha logrado subsistir a lo largo de la pandemia y ha cumplido con todas las medidas impuestas por el Ministerio de Salud, con respecto al servicio ofrecido, realizan limpieza y desinfección de todos los vehículos con frecuencia, y emplean desinfección especial para los vehículos usados por trabajadores de la Salud o para clientes que hayan resultado positivos por COVID-19 además, a los colaboradores se les toma la temperatura antes de ingresar al área de trabajo y se cumple con el debido distanciamiento social y desinfección de manos.

En cuanto a estrategias el Renta Car Enterprise ha optado por aplicar descuentos además, los días que los clientes se ven afectados por restricción vehicular de placas no se les cobra el día, también, implementan promociones de 3x2 es decir pagan dos días y se les otorga un día adicional para que puedan utilizar el vehículo de manera gratuita. Asimismo, cuentan con implementación de pasaporte local, consistiendo en que al mostrar el contrato de alquiler de vehículos en diferentes hoteles se les brindan descuentos especiales, esta última medida fue un apoyo recibido por la

Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) única institución sobre la cual manifiestan haber percibido interés por ayudarles con la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia del COVID-19.

En cuanto a créditos la persona entrevistada menciona que desconoce si se poseen alguno, esto debido a que la empresa ubicada en Golfito es una sede y ese tipo de información se maneja en la sede central ubicada en San José. Por otra parte, mencionaron que de continuar la crisis sanitaria en el país implementarán medidas tales como, austeridad al máximo y redirección de operaciones es decir si la oficina no produce lo suficiente y sigue afectada por la crisis, la sede ubicada en Golfito sería cerrada y sus obligaciones se trasladarían a otra sede.

La empresa indicó que no han tenido asesoría y apoyo por parte del ICT para enfrentar la crisis, el Estado no ha implementado acciones concretas para apoyar al sector turismo, y tampoco han recibido apoyo de organizaciones gubernamentales para afrontar las consecuencias que ha producido la pandemia. Por otra parte, afirman estar totalmente de acuerdo en que promover a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación, destino internacional de residencia para teletrabajo, y como un destino internacional de turismo accesible, las cuales resultan buenas estrategias para el sector turístico.

La percepción de Renta Car Enterprise respecto al desempeño de las instituciones durante la pandemia es diversa, sin embargo, la insatisfacción es evidente, ya que únicamente han recibido apoyo de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) y asegura que no han recibido ningún tipo de ayuda o interés de parte de instituciones gubernamentales o no gubernamentales, afirman además, que sí están muy satisfechos con la labor realizada por el Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo.

En relación con las entrevistas diseñadas para los tours operadores se obtuvieron tres respuestas efectivas de ocho, las cuales poseen entre seis y diez años de operar en el mercado. Una de estas empresas se encuentra en la categoría de emprendedor, mientras que las otras dos son microempresas, con menos de diez colaboradores. Dentro de los principales tours ofrecidos se encuentran tour de caminatas en parques nacionales, café, cavernas, endémico, city tour, avistamiento de aves, tour de caratas y turismo de aventura con mayor frecuencia, estos tours se ofrecen en Osa, Golfito, San Carlos, Monteverde, Guanacaste y hoteles todo incluido por todo el

país. Los tours operadores han enfrentado una afectación directa producto de la pandemia COVID-19, ya que debido a la escasez de turismo en la zona las empresas han tenido una disminución de sus ingresos en un 98%, pasando de tener ocho tours al día a vender tan solo dos a la semana; producto de esta situación las empresas al no tener suficientes ingresos para abastecer los gastos han tomado medidas como despidos de personal y cierres temporales debido a la baja en el sector turístico.

A pesar de esta crisis las empresas han logrado sobrevivir implementando las medidas impuestas por el Ministerio de Salud, como la rotulación de distanciamiento físico, el uso de mascarillas, establecimiento de burbujas sociales, lavado de manos, limpieza y desinfección de busetas cada vez que son utilizadas. Además, por medio de estrategias de marketing como ampliación de los servicios ofrecidos, el aumento del uso de las redes sociales, los descuentos y las alianzas con las empresas involucradas en cada tour, han logrado sobrellevar la pandemia.

De las empresas entrevistadas dos de ellas aseguran haber tenido gran apoyo por parte del Estado, por medio del bono proteger, cursos impartidos por el INA y capacitaciones del del ICT sobre medidas de limpieza, abordaje de equipaje y desinfecciones de áreas y autobuses. Cabe destacar que para uno de los tours operadores entrevistados ha sido muy importante el apoyo brindado por el ICT, en la obtención del sello Safe Travels, el cual es una garantía para los turistas nacionales y extranjeros de visitar un destino que cumple las medidas sanitarias para que disfruten de una experiencia segura, lo cual les da mayor seguridad a los clientes.

En cuanto a los créditos, solo una empresa mantiene un crédito el cual fue utilizado para compra de autobuses y equipos. Durante los primeros meses de la pandemia se tuvo una prórroga de pagos, producto de la crisis obtuvieron un arreglo de pago y negociaron abonos parciales que les permitirán saldar su deuda. En caso de que la situación continúe en los próximos meses para las tres empresas entrevistadas existen escenarios muy distintos, ya que una de ellas planea implementar mayores promociones y descuentos, aumentar la publicidad de tours, participar en ferias del ICT y tener colaboración con cámaras de turismo, pero por otra parte, otro de los tours operadores planearía vender equipos para poder cubrir sus gastos y en el peor de los escenarios la tercera empresa indicó que en caso de continuar la pandemia deberá cerrar definitivamente.

Las tres empresas están totalmente de acuerdo en que promover a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación, un destino internacional de residencia para teletrabajo y un destino internacional de turismo accesible, es una excelente estrategia para el sector turístico. La percepción de las empresas en cuanto al desempeño de las instituciones durante la pandemia es muy diversa, sin embargo, la insatisfacción de la empresa Tropical Escape es la más notoria ya que asegura que no ha recibido ningún tipo de apoyo o interés de parte de ninguna de las instituciones gubernamentales o no gubernamentales. Por su parte Desafíos Tour y Agencia Lucero Tour, se encuentran de algún modo satisfechas con las siguientes instituciones: ICT, CCH, CANATUR, ACOT, COCARE, NAPH, Sistemas Bancarios Estatal, MTSS, Universidades Públicas, MS, Municipalidad del cantón y el INA.

Como consecuencia de la pandemia en Costa Rica se creó la Comisión de Prevención del Riesgo y Atención de Emergencias (CNE) conformada por el ministro de salud, el presidente ejecutivo de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), el gerente médico de la institución, el director general de Salud, y el ministro de seguridad. Dicha comisión tiene como objetivo buscar alternativas de solución de la mano con otras instituciones e informar a la población sobre los acontecimientos de la pandemia.

La institucionalidad pública desempeña un rol determinante, pues el Estado es el conjunto de instituciones responsables en hacer efectivas las garantías necesarias para que los ciudadanos puedan convivir en la sociedad. Por esta razón, para evaluar el desempeño de la institucionalidad pública de los cantones en estudio se diseñaron entrevistas dirigidas, las cuales fueron aplicadas a las municipalidades de Coto Brus y Corredores y el ICT con sede regional en el Pacífico Sur. A continuación, se muestran los resultados obtenidos.

Es necesario considerar el papel de las municipalidades de los cantones de Corredores, Coto Brus y Golfito dentro del análisis del impacto que ha ocasionado el COVID-19 en el turismo de la zona ya que, como parte de sus funciones, estas entidades se encuentran encargadas de velar por el progreso económico, social y cultural de los cantones en estudio. De las tres municipalidades en cuestión, solamente se logró concretar con éxito la respuesta en dos de ellas; Coto Brus y Corredores, a pesar de los múltiples esfuerzos no fue posible concluir con la totalidad de las

respuestas esperadas, en este caso, no fue posible obtener respuesta por parte de la Municipalidad de Golfito.

Con base en las respuestas obtenidas, los resultados son muy concisos al momento de considerar el impacto que ha ocasionado la pandemia al sector turismo de la zona, visto desde el ámbito del empleo, tanto la Municipalidad de Coto Brus como Corredores concuerdan que las fuentes de empleo se han visto sumamente afectadas, e incluso ha sido necesario tomar medidas más drásticas como el cierre de negocios o despido de personal. De acuerdo con la perspectiva de visitación el número de ocupantes por habitación ha disminuido considerablemente debido a las medidas sanitarias tomadas por el gobierno y a la preocupación de los visitantes al contagio.

Además, se les consultó sobre cuáles son algunas de las estrategias que deben implementar las empresas del sector ante la actual crisis. Para la municipalidad de Coto Brus las principales estrategias en términos de empleo resaltan la disminución de personal y la reducción de jornadas, respecto a la visitación se recomienda la disminución de precios, regalías o descuentos y como parte de las medidas que deben de realizar para sobrevivir es la disminución de costos operativos. Como parte de la respuesta obtenida para la municipalidad de Corredores, esta ha sido clara en manifestar que el turismo de la zona no se ha reactivado, por lo tanto, no hay propuesta dentro de las perspectivas consultadas.

Es importante recalcar que a partir del interrogante número tres de la entrevista dirigida, las respuestas obtenidas por parte de la Municipalidad de Corredores han sido muy escuetas, aportando poca o escasa información a la investigación, caso contrario a la participación de la Municipalidad de Coto Brus, quien finaliza la entrevista dirigida de una manera satisfactoria. Para continuar, tomando en consideración la respuesta que han tenido las empresas del sector turismo en cuanto al grado de implementación de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud, la municipalidad de Corredores manifestó como ha sido necesario adaptarse, sin embargo, recalcan el esfuerzo realizado por las entidades gubernamentales ante la situación.

También se indagó sobre las principales acciones implementadas por las municipalidades con el fin de ayudar a las empresas del sector, en el caso concreto de Coto Brus, afirman haber brindado apoyo, asesoría, referencias ante otras entidades e instituciones gubernamentales y, por

último, alianzas con cantones aledaños. Del mismo modo, la Municipalidad de Coto Brus evalúa el desempeño de otras instituciones encargadas de reactivar el turismo de la zona, a manera de respuesta, es conciso que se espera un mayor apoyo por parte de las entidades en mención, sin embargo, expresaron haber coordinado con estas para buscar alternativas de ayuda.

Para finalizar, la Municipalidad de Coto Brus afirma no contar con un departamento, u oficina de turismo disponible para hacerle frente a la situación, pero a pesar de ello, se mantienen proyectos con la colaboración del personal de la Municipalidad en conjunto con otros departamentos, la idea principal de esta idea es reactivar el turismo de la zona. En el caso específico de Corredores manifestaron no contar con ningún plan específico.

A continuación, se presentan los resultados de la entrevista aplicada al Instituto Costarricense de Turismo, con sede regional en el Pacífico Sur y los resultados de la Cooperativa de Turismo Rural Comunitario y Servicios Múltiples de Coto Brus R. L. (TURIBRUS R. L.) Asociación de Gestión Ambiental y Turística y Afines (ACACIA) y Cámara de Comercio, Industria y Turismo de los cantones del Sur (CADECO):

La pandemia por COVID-19, ha impactado de una manera drástica no solo al cantón de Corredores, si no al país entero, provocando desempleo, muertes, cierre de empresas y aumento de la pobreza. Mediante la caída turística, a muchos empleados se les ha reducido la jornada laboral y por ende sus ingresos, como medida para las empresas y poder mantenerse a flote. Otros al quedarse sin empleo, han tenido que recurrir a nuevas actividades con el objetivo de poder llevar el sustento a sus hogares, y muchas personas se han apegado a las ayudas brindadas por el gobierno para poder afrontar la crisis.

La crisis COVID-19 ha impactado al sector turismo de manera negativa, en el cantón de Coto Brus las empresas se vieron afectadas ya que el poco flujo de turistas que había se detuvo completamente, debido a que es una actividad de ocio. Las cámaras de turismo consideraron que a nivel nacional el turismo se vio afectado diez veces más que otras actividades comerciales y en el cantón de Golfito no fue la excepción, se vio afectado, debido a que la mayoría de las personas que visitan este lugar son nacionales cuyo principal motivo es realizar compras en el Depósito Libre.

Entre las acciones que el ICT ha trabajado con otras instituciones han sido: las aperturas de las actividades turísticas en conjunto con el Ministerio de Salud y Gobiernos Locales, se comenzó con la apertura de las empresas de hospedaje al 50% del total de ocupación, y sucesivamente la apertura de las actividades de turismo como agencia de viajes, actividades temáticas, actividades recreativas; esto con la condición de que dichas empresas trabajaran en lineamientos y protocolos de salud. La plataforma “ICT capacita” ha sido una herramienta para las empresas turísticas, donde todas las semanas se implementan charlas y capacitaciones para poder fortalecer al sector.

Además, la acción más fuerte en que se ha trabajado es la apertura de aeropuertos y fronteras terrestres. Aunque el ingreso de turistas no sido el más fuerte, se permitió la apertura de aeropuertos y fronteras para el ingreso de turistas al país con el objetivo de que las empresas de turismo que han sufrido el percance de la pandemia vuelvan a tener ingresos y generen empleo nuevamente.

Se han realizado esfuerzos por implementar ciertas acciones, dentro de ellas destacan: informar a las empresas y coordinar con el ICT acciones de capacitación con el fin implementar de protocolos sanitarios para prevenir la infección de la COVID-19, también se trabajó en promocionar el aviturismo. Además, se han hecho alianzas y elaborado estrategias para promover ofertas turísticas atractivas con el objetivo de promover el turismo nacional, creó en conjunto con otras instituciones material publicitario como la guía turística digital, campañas de promoción en redes sociales y medios de comunicación. También se realizaron convenios con el ICT y Judesur para abrir oficinas de información turística en el Depósito Libre Comercial de Golfito y en el aeropuerto de Golfito, con el fin de que los visitantes conozcan la planta y atractivos turísticos. Además, se realizaron capacitaciones en bioseguridad, apoyo al proyecto de Ley Fondo de Avaes para el sector turismo.

Para el ICT, las acciones que se han implementado para la reactivación de la economía del país son aceptables. Al realizar las reaperturas de hospedajes, se logró que muchas empresas se adaptaran a un modelo de servicio con el cual no se disponía antes, esto demuestra que al llegar a un lugar se cumplen los protocolos de salud que los empresarios han puesto a la disposición de los visitantes.

Sin embargo, las Cámaras de Turismo indicaron que las acciones empleadas por el Gobierno para impulsar la reactivación de la economía nacional no fueron las más adecuadas puesto que desde antes de la pandemia se planteaba que el financiamiento al sector turismo no se ajustaba a las particularidades de la actividad económica que es por temporadas, y las medidas financieras durante la pandemia no ofrecieron soluciones a las empresas que tenían créditos activos. Además, como solución se planteó “Vamos a Turistear”, no obstante, son pocas las empresas que cumplen con los requisitos y se considera que poder participar en la campaña es complicado y no genera resultados relevantes en visitación.

Por su parte, mencionaron que la coordinación entre las instituciones públicas para propiciar la reactivación económica de la Región Brunca ha sido eficiente pero no del todo puesto que en este momento el Estado no posee recursos económicos. Se han generado reuniones y mesas de diálogo, pero la Región Brunca continua sin reactivarse, se han desarrollado proyectos de importancia, pero la mayoría sufren de desarticulación institucional, se manifestó que un factor importante han sido las gestiones para realizar trámites en línea, de esta forma se evita la aglomeración de personas en lugares cerrados, lo que no solo ha beneficiado en el sentido de facilitar el trámite, sino también ha evitado la incidencia de contagios.

Por lo que se pueden implementar diversas medidas para lograr una mayor reactivación de la economía en el sector turístico dentro de ellas se pueden mencionar: las ferias que son una fuente excelente para dar a conocer los productos que se ofrecen, tanto en ferias a nivel local como internacional; pero por la situación COVID-19 no se han podido realizar. Otra medida para lograr una reactivación es el generar recursos blandos para financiamiento del sector, flexibilizar las condiciones de los créditos existentes, detener el pago de patentes y pólizas si la visitación sigue sin ser suficiente para sostener las empresas. Reducir la tramitología para obtener certificaciones del ICT, generar certificaciones y declaratorias adecuadas a la realidad del turismo rural y turismo rural comunitario, además aumentar el aforo en actividades al aire libre como los Parques Nacionales exigiendo el cumplimiento de los protocolos sanitarios para evitar el contagio por el virus y consideran que es importante la aprobación del proyecto de Ley de Fondos de Avales, así como también reducir costos de electricidad y combustibles.

Las Cámaras de Turismo establecieron un plan de acción específico de reactivación económica para las empresas, a través de la Agencia para el Desarrollo de la Zona Sur, específicamente en la comisión de turismo, varias cámaras trabajan acciones concretas para fortalecer competencias, impulsar el avistamiento de aves y campañas de marketing digital. Así como también se desarrolló un plan estratégico, el cual es acorde a la realidad de la pandemia, esto debido a que la actividad del turismo en los cantones es incipiente. En Golfito tienen un plan de trabajo llamado Plan de Gestión Integral del Destino en el cual se han tomado acciones para desarrollar el turismo.

Se considera que para el 2021, el sector turismo presentó una mejora en la situación económica con respecto al año anterior, debido a que Costa Rica es un país líder en temas de conservación y protección del ambiente. El ICT ha realizado campañas de promoción, por lo que la tendencia de las actividades turísticas será de incremento y no de descenso, mientras no se realicen cierres por parte del gobierno, y la vacunación avance.

Las Cámaras de Turismo no cuentan con un fondo financiero destinado para apoyar a las empresas del sector turismo ante la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19, ya que son las empresas de turismo quienes brindan sus aportes para que las Cámaras se mantenga laborando.

Manifestaron que el fondo de avales funciona en el sector turismo si al calcular el préstamo se toma en cuenta los meses de temporada alta, puesto que, si se evalúa de forma similar que las demás actividades económicas, no sería funcional, ya que difícilmente se logren pagar los préstamos. Además, es importante que aclarar que el fondo de avales no solo es para financiar, sino también para reestructurar créditos vigentes. Mencionaron que este fondo es clave, pero se debe procurar que el gasto de operar el fondo no sea muy alto, para que los recursos lleguen en su mayoría a los empresarios, y dejar un fondo para nuevos clientes porque el proyecto solo menciona clientes actuales del sector crediticio.

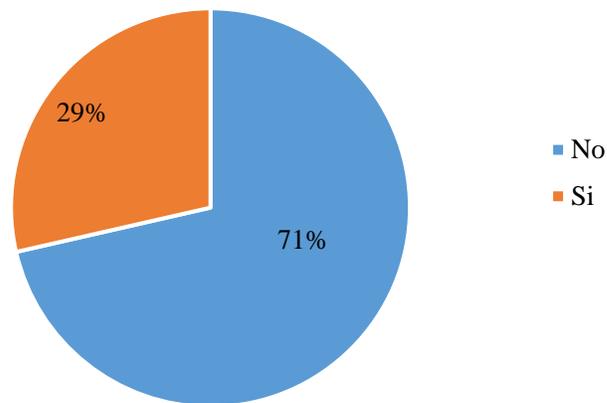
Por último, entre las principales afectaciones que ha presentado el ICT ha sido la suspensión de aumentos de anualidad y aumentos anuales, recortes presupuestarios y de superávit, además se han congelado plazas y contrataciones de personal. Por su parte las Cámaras de Turismo han enfrentado problemas financieros, puesto que algunas empresas quebraron y dejaron de ser

asociadas lo que ha provocado que la institución no haya podido completar algunos proyectos y actividades que venía gestionando.

#### **4.6. Impacto financiero en los empresarios del sector turismo de los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito producto de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19**

En este apartado se detallan los resultados obtenidos sobre el impacto financiero que han tenido los empresarios de los cantones de estudio como consecuencia de la crisis ocasionada por la pandemia de la COVID-19. Se analiza la variable de estructura financiera con el fin de determinar el conjunto de recursos financieros que las empresas poseen, ya sea por medio de recursos propios o de fuentes de financiamiento ajenas con el fin de conseguir los objetivos establecidos. Es importante mencionar que, con las preguntas del cuestionario de este apartado, los entrevistados mostraron cierto escepticismo al momento de brindar sus respuestas.

En cuanto a la demanda de financiamiento; se reflejó en los resultados que el 71% de las empresas encuestadas, dijeron nunca haber solicitado ningún tipo de crédito o financiamiento en alguna institución financiera o banco. Estas empresas alegaron una serie de obstáculos en el momento de realizar solicitudes formales de crédito; por ejemplo, trámites largos y tediosos, otros requisitos muy técnicos y costosos, así como la gran cantidad de documentación que se debe presentar, por lo que se puede determinar que prefieren utilizar recursos propios para materializar sus emprendimientos, mientras que el 29% de los empresarios si tienen créditos con entidades financieras, para poder solventar el giro del negocio.

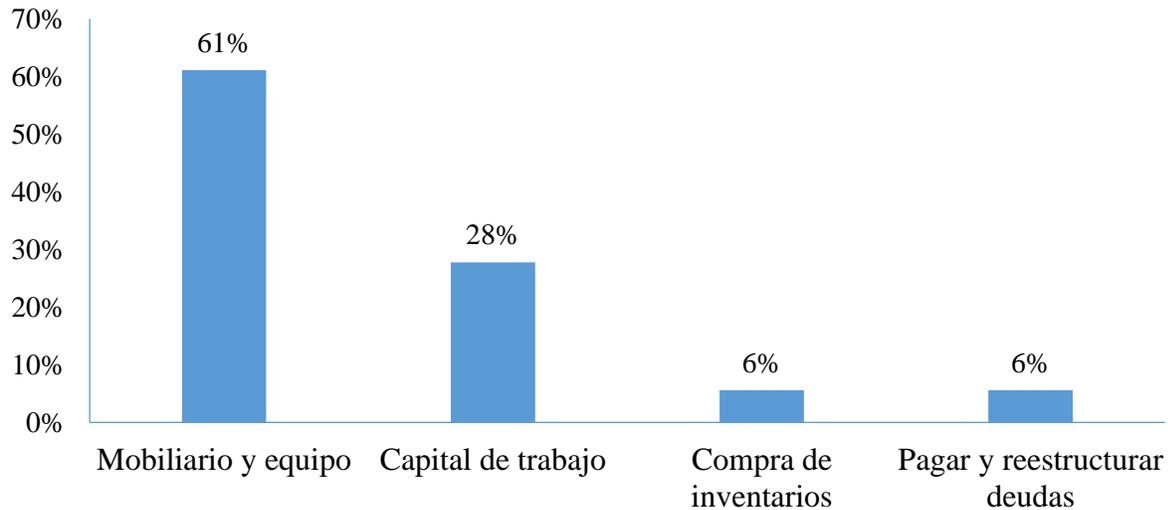


*Figura 36* Posee algún crédito con alguna entidad bancaria

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

En muchas oportunidades los empresarios deben hacer frente a una limitante, la cual es la cantidad de recursos. Por ende, deben priorizar en gran medida la forma como se distribuyen en las diferentes actividades que desean llevar a cabo. La investigación ha puesto en evidencia que una de las principales razones por las cuales los empresarios solicitan financiamiento, es para poner en práctica una serie de inversiones en capital de trabajo. Los resultados obtenidos de la información proporcionada por las empresas mencionan diversos aspectos. Se pueden agrupar, principalmente, en las categorías de compra de mobiliario y equipo 61% y la inversión de capital de trabajo 28%. Es importante tomar en cuenta este aspecto; ya que, el capital de trabajo debe cubrir necesidades de inicios de operación, se debe tener en cuenta que muchos de estos negocios podrían estar atravesando una etapa, en la cual el negocio está iniciado, lo cual se confirma con los resultados del cuestionario, pues el 24% de los encuestados tienen entre 2 a 5 años en el mercado.

El segundo tema con mayores resultados a la hora de analizar las respuestas obtenidas fue el uso de los fondos de financiamiento para capital de trabajo con el 28% del total de encuestados. El tercer tema con mayores resultados a la hora de analizar las respuestas obtenidas fue el uso de los fondos de financiamiento para la compra de inventarios 6% del total de encuestados y de igual manera un 6% para pagar y reestructurar deudas, lo cual es congruente ya que los empresarios utilizan mayoritariamente los recursos propios.

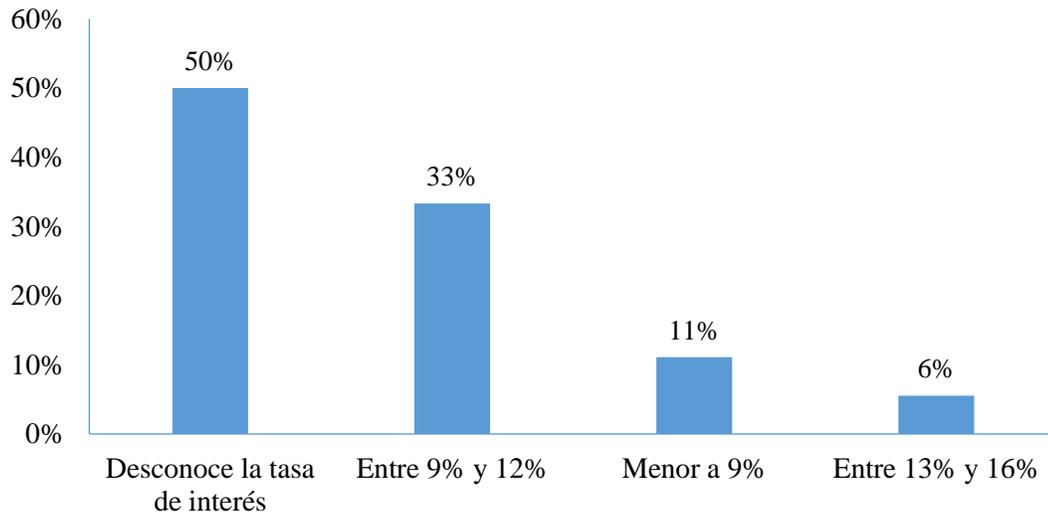


*Figura 37* Uso que la empresa le dio al crédito obtenido por las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Como una de las principales variables por considerar, se presentó la tasa de interés real bajo la cual los negocios han adquirido financiamiento, la tasa de interés no significa la totalidad del trámite, pero sí es una de las principales razones que influyen al momento de tomar o no la decisión de adquirir un crédito.

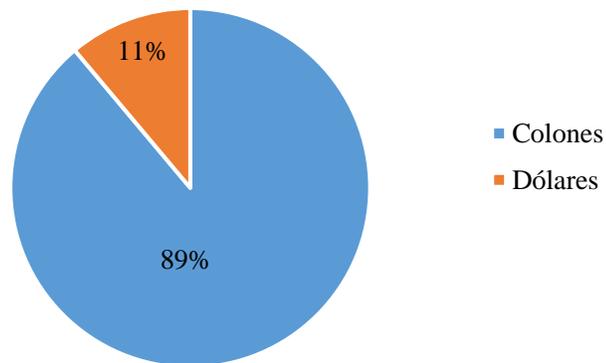
Como lo muestra la Figura 38, las tasas de interés bajo las cuales se han adquirido financiamiento por parte de los empresarios, se encuentra que en un 50% de los encuestados desconoce la tasa del crédito, lo cual es preocupante, ya que esto hace que las personas se dejen influenciar por el deseo de financiar sus necesidades pero no están haciendo una buena administración de las finanzas y puede que estén pagando altas tasas de interés y utilizando créditos personales para hacer frente al negocio, lo cual no es correcto ya que los créditos de consumo cobran altas tasas de interés a diferencia de los créditos empresariales que ofrecen tasas menores. En segunda posición se encuentran, las tasas entre 9.00% y 12.00% anual, las cuales representan un 33% de la población considerada, en tercer lugar, se encuentran concentrado en un 11% las tasas menores a un 9% lo que representa un interés bastante bajo y que se podría considerar como de fácil acceso, dejando lugar únicamente para un 6%, en aquellas tasas que se encuentran entre el 13% y 16% anual.



*Figura 38 Tasas de interés anual promedio bajo la que los empresarios de Coto Brus, Corredores y Golfito obtienen financiamiento*

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

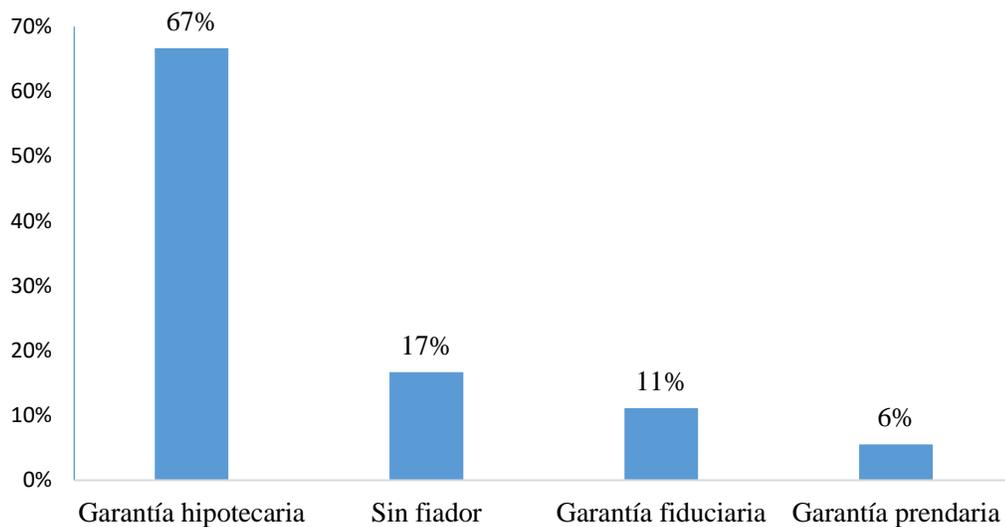
De acuerdo con la moneda en que los empresarios tienen el crédito destaca que un 89% posee el crédito en colones y un 11% tienen sus créditos en dólares, lo cual es congruente con el tipo de divisa en que reciben los ingresos ya que según los resultados de la encuesta un 65% de los turistas que visitan el negocio son nacionales y un 35% son extranjeros, esto es muy favorable para las empresas puesto que disminuye el riesgo cambiario, es decir, que cuando el tipo de cambio suba, las personas no tengan que pagar más por las cuotas de sus créditos mientras siguen percibiendo el mismo ingreso. Este factor es aún más importante cuando los créditos que se toman son de mediano y largo plazo, donde, además, es posible que el tipo de cambio, aunque sea gradualmente, aumente en el tiempo.



*Figura 39* Moneda en la cual tienen los empresarios de Coto Brus, Corredores y Golfito el crédito

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

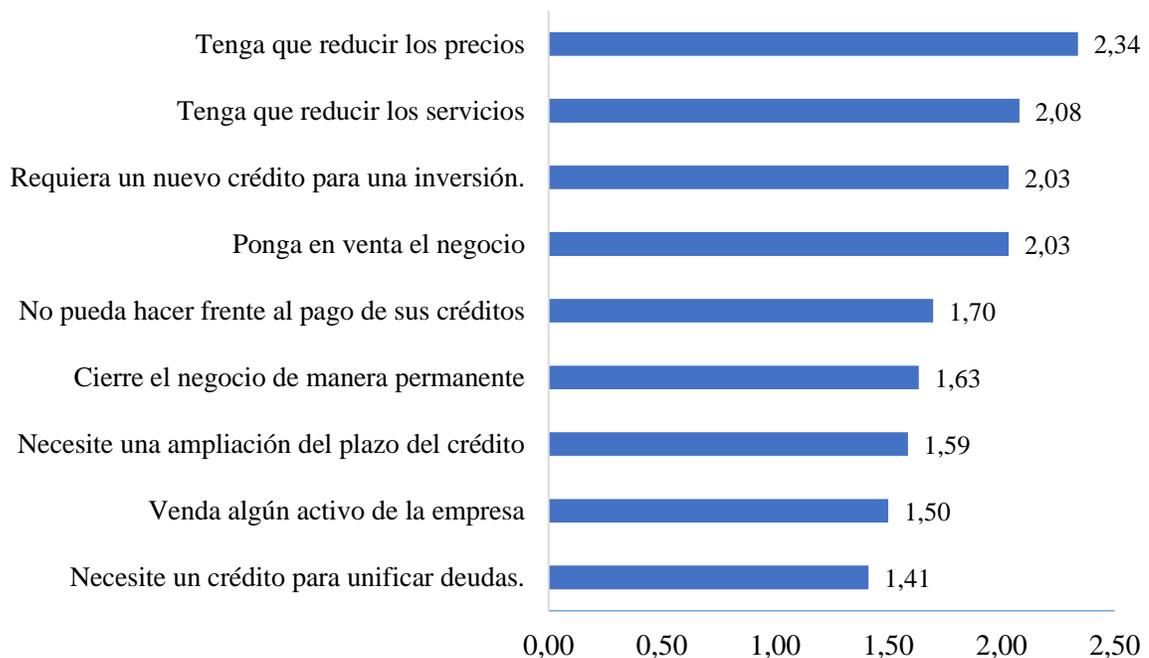
Con respecto a las garantías solicitadas se tiene que, de las condiciones actuales, un 67% de los financiamientos adquiridos por los negocios cuenta con una garantía de tipo hipotecaria, garantía real que se aplica sobre un bien inmueble que responde ante la imposibilidad por parte del deudor para hacerle frente a sus obligaciones de pago. En segundo lugar, se encontraron los casos sin fiador que corresponde al 17% de la población, en donde la persona solicitante del financiamiento asume el 100% de la responsabilidad a título personal. En tercer lugar, se encuentran las garantías fiduciarias; es decir, aquellas en las cuales se le solicita al cliente presentar una tercera persona que asuma igualdad de responsabilidad a fin de garantizar la capacidad de pago. Este tipo de garantía es bastante común en los créditos de tipo personal, tipo de financiamiento que representa el 11% de las opciones por las cuales han optado los encuestados, y por último un 6% de la población ha optado por una garantía prendaria que consiste en que un bien mueble se ofrece como respaldo de un crédito. De ese modo, en caso de impago, el acreedor puede vender o ceder el bien y recuperar los fondos prestados.



*Figura 40* Garantías requeridas en los financiamientos tramitados por empresarios encuestados

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

La Figura 41 refleja la probabilidad de que las empresas enfrenten estas situaciones en los próximos meses, se puede evidenciar que la media de afectación en reducir precios es la más probable con un 2,34 lo cual es un resultado moderado, las empresas del sector turismo se han visto obligadas a reducir los precios de los servicios, esto implica, una afectación en el bienestar económico del negocio, ya que se deben reducir los costos o bajar los gastos operativos para compensar esa disminución de precio, además si se reduce los precios se espera que el margen de ventas aumente, sin embargo, este no ha sido el caso de las empresas del sector turismo, puesto que han tenido o van a tener que reducir precios pero sus ventas no presenta una alza, por lo que la reducción de precios no ha conllevado a muchos beneficios. Por su parte reducir servicios se ubica en la segunda posición con una media de 2,8 seguido de solicitar un nuevo crédito para una inversión y poner en venta el negocio ambas con una media 2,03. De igual manera todas estas acciones tienen una probabilidad moderada de implementación en los próximos meses.



*Figura 41* Probabilidad de que en los próximos meses las empresas turísticas de Coto Brus, Corredores y Golfito enfrenten esas situaciones

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos en el cuestionario aplicado en 2021.

Dentro de las categorías de baja probabilidad se encuentran no poder hacer frente a las deudas con una media de 1,70, seguido de cerrar el negocio de manera permanente con un promedio de 1,63, después ampliar el plazo del crédito con una media de 1,59, vender algún activo de la empresa con un promedio de 1,50 y por último solicitar un crédito para unificar deudas, con una media de 1,41. Lo cual es congruente con las respuestas de los empresarios con los resultados que se mencionaron anteriormente, ya que las acciones que están relacionadas con el pago, ampliación de plazo del crédito y solicitar un nuevo crédito para unificar deudas, no son tan representativas dado que los dueños de los negocios prefieren utilizar recursos propios y el nivel de endeudamiento es relativamente bajo.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La crisis sanitaria mundial ha puesto visible la necesidad de modificar la estructura de las empresas turísticas para que de esta manera puedan mejorar la competitividad y aumentar la resiliencia, el presente trabajo permitió conocer a profundidad las afectaciones que sufrieron las empresas en los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito. Por lo tanto, en el siguiente capítulo se desarrollan una serie de conclusiones con base a lo que han sufrido las empresas turísticas, debido a la crisis por la COVID-19 y conjuntamente se han creado una serie de recomendaciones con el fin de que al sector turístico le sean de gran beneficio y ayuda para tener en marcha las operaciones de sus negocios.

### **5.1. Conclusiones**

- El turismo atraviesa uno de los episodios más difíciles de todos los tiempos, afectando todas las cadenas de valor, las empresas y las personas que directa o indirectamente obtenían sus ingresos del turismo, causando incluso la quiebra y el cierre de muchos negocios y es que la pandemia no solo detuvo por completo la actividad turística, sino que también ha empezado por transformar los comportamientos de viaje que muy posiblemente serán parte de una nueva realidad. La llegada de turistas a Costa Rica se redujo un 68% en el 2020 en comparación con el 2019, cuando aún no había iniciado el virus, es decir se recibieron 2.127.096 turistas menos producto de los cierres de fronteras, por lo que esto también tuvo una afectación directa en las divisas captadas por medio del turismo con un 66% menos que en el 2019, equivalente a 2.624,60 millones de dólares americanos, cifras que demuestran que tan devastador ha sido el COVID-19 para el sector turístico. Esto ocasionó que las empresas se enfocarán en su mayoría en turistas costarricenses, reflejados en un 65% de turistas nacionales; por lo que se considera importante que las empresas que ofrecen servicios turísticos se adapten a los cambios y aunque aún el panorama es muy volátil y cargado de incertidumbre, todo indica que el turismo se ha encaminado hacia una ruta de recuperación y en un largo plazo se espera que este sector pueda volver a mostrar toda su capacidad de transformación social, de impulso al empresarialismo, y de generación de empleo y divisas, tal y como lo ha sido por mucho tiempo.

- Los cantones de Coto Brus, Corredores y Golfito se vieron considerablemente afectados debido al fuerte impacto de la pandemia; la baja afluencia de clientes durante el periodo de crisis se hizo presente, modificando así la gestión y operación cotidiana de las instalaciones, dadas las circunstancias los vendedores turísticos redujeron su capacidad para operar, realizaron cierres temporales, horarios con restricción, y entre otras medidas para tratar de mitigar el impacto por la pandemia. Los cantones en estudio al 10 de junio del 2021 constituyen alrededor de un 2,34% de la población acumulada que se ha contagiado por COVID-19 en Costa Rica desde el surgimiento de la pandemia, a pesar de no representar un porcentaje elevado de contagios en general, las medidas y acciones por tomar se han implementado de igual manera que en otros sectores del país con el fin de mitigar los contagios, afectando de manera directa a las empresas turísticas en términos de nivel de ingresos, rentabilidad, liquidez, inversiones, precios, puntualidad con los pagos y reducción en la cantidad de personal en el ámbito de empleo, dado que ha disminuido la cantidad promedio de empleados el cual era de 10 colaboradores en el 2019 y cayó a 6 para el 2020, por tal razón; las empresas tuvieron que reducir su número de colaboradores al ocupar menor cantidad de trabajadores para operar.
- Una de las principales estrategias implementadas para minimizar los efectos producidos por la pandemia fue el enfoque en el turismo nacional, puesto que los empresarios diversificaron los servicios turísticos y se enfocaron en atraer el turismo interno. Pues por el cierre de las fronteras solo se podía tener la participación local para aumentar la cantidad de visitación. Además, se dio una reducción de costos, se detuvieron inversiones de capital no prioritarias, renegociación en contratos de rentas de locales, acuerdos con proveedores, disminuyeron las compras de insumos, así como reducción de gastos entre los que se incluían recorte de personal; el 12,7% de las empresas tuvo que reducir su personal un 20% para poder hacerle frente al negocio. Por su parte, los empresarios hacen esfuerzos para garantizar que se apliquen las medidas de seguridad para evitar los contagios, por medio de prácticas de prevención y de protección para minimizar los riesgos ocupacionales y garantizar la seguridad de los clientes, esto se ve reflejado en un aumento de la productividad laboral, la confianza de los trabajadores y de los clientes hacia la empresa.

- Las estrategias de comercialización han sido un factor clave en las empresas turísticas para poder sobrevivir mediante la crisis sanitaria, estas estrategias basadas en los hábitos de consumo de los turistas representan una herramienta de gran utilidad, ya que permiten captar mayor cantidad de turistas. Por lo que las empresas de este sector se han enfocado hacia personas que buscan una experiencia con enriquecimiento cultural, atraídos por la naturaleza, la belleza escénica, la vida silvestre y actividades de aventura al aire libre, las cuales están directamente ligadas a la oferta turística de Costa Rica. Además, debido a la nueva modalidad el uso de la tecnología, las plataformas virtuales y las redes sociales ha sido la forma más estratégica de captar turistas jóvenes ya que son quienes más utilizan las plataformas digitales. Por otra parte, las estrategias de promoción para informar y estimular la visitación de los turistas hacia los negocios fueron moderadas, donde las estrategias más implementadas fueron los descuentos y reducciones en los precios, mientras que los sorteos o rifas fueron tuvieron baja implementación. Lo que señala que no se aplicaron de manera elevada y estos resultados pueden haber repercutido en la baja en sus niveles de ingresos debido a la falta de acciones para atraer clientes.
- La percepción del empresario turístico en relación con las acciones emprendidas por la institucionalidad pública para apoyar la reactivación económica es variante, pues se considera que algunas instituciones han realizado un buen trabajo, sin embargo, otras no han tenido un gran desempeño, ya que los empresarios afirmaron percibir un interés por parte del Estado, pero a pesar de ello, consideran que no se implementaron acciones concretas para apoyarlos a superar la crisis. Por su parte, los empresarios dueños de Hoteles y Renta Car percibieron que el ICT tampoco les ha brindado asesoría y apoyo durante la pandemia, situación contraria con los dueños de los Tour Operadores. Los empresarios afirman que el Ministerio de Salud ha desempeñado una buena función, en cambio, instituciones como las municipalidades de los cantones en estudio y el MTSS, no se involucraron en buena medida en el proceso de reactivación de la actividad turística.
- Desde la perspectiva de la institucionalidad; la municipalidad del cantón de Coto Brus afirma haber brindado apoyo, asesoría y alianzas con cantones aledaños, mientras que la municipalidad de Corredores manifestó no contar con ningún plan específico para la

reactivación del cantón. Por otro lado, El ICT ha trabajado en promover la apertura del 50% del total de ocupación para las empresas de hospedaje, agencia de viajes, y actividades recreativas, además se creó la plataforma “ICT capacita”, han trabajado fuertemente en flexibilizar las medidas de restricción impuestas por el Gobierno y en la reapertura de aeropuertos y fronteras para los turistas. Asimismo, las cámaras de turismo locales se enfocaron en: la promoción en redes sociales y medios de comunicación, creación de la guía turística cultural de Coto Brus como material publicitario, promociones de aviturismo, enfoque en el turismo nacional y convenios con el ICT y Judesur.

- Las empresas han tenido un alto impacto en los niveles de rentabilidad y liquidez con un promedio de 4,21 y 4,03 respectivamente, de acuerdo a la escala de Likert del 1 al 5. La restricción de la movilidad, cierre de aeropuertos, terminales y fronteras, han conllevado a una baja demanda en el sector turístico lo cual, ha generado falta de liquidez en las empresas entrevistadas, sin embargo, se puede evidenciar que tras tener problemas de liquidez el 71% de las empresas no posee créditos activos y solo un 29% tienen algún tipo de financiamiento. Los negocios han recurrido a la autofinanciación, a través de aportaciones de socios para financiar los proyectos y los recursos propios. Las empresas que tiene algún tipo de crédito bancario lo han realizado a corto plazo, no siendo este el más adecuado para realizar proyectos de inversión para la renovación productiva de la empresa o un aumento de su capacidad. Se pudo evidenciar que las empresas no han tenido mayores problemas en los pagos de los créditos o hayan requerido algún tipo de ampliación o prórroga dado que los pasivos por préstamos de dinero no son representativos en la estructura financiera.

## 5.2. Recomendaciones

- Se considera de gran importancia que las empresas que ofrecen los servicios turísticos se adapten a los cambios que ha ocasionado la COVID-19 y como ya se cuenta con las fronteras abiertas es primordial incentivar nuevamente al turista internacional, para que visite Costa Rica, asimismo es recomendable promover en mayor medida el turismo de los cantones de Corredores, Coto Brus y Golfito a nivel nacional, tomando en cuenta un perfil de turista que ronda entre las edades de 25 y 44 años y que en su mayoría realizan viajes familiares, pues se observó que gran cantidad de los turistas que visitan dichos cantones cumplen con estas características. Por lo tanto, es fundamental incentivar la visita a estas zonas turísticas para lograr atraer nuevos clientes potenciales y sin que exista el temor de contagio. También, es primordial para que este sector pueda recuperarse y mostrar nuevamente su capacidad social, que el Gobierno adopte medidas para brindar apoyo a estas empresas, por ejemplo otorgando prorrogas en los pagos de patentes y pólizas para aquellas empresas turísticas que particularmente se continúan viendo afectadas por una baja visitación de turistas, reducir la tramitología para obtener certificaciones del ICT y aumentar el aforo en los Parques Nacionales, pues la motivación en los empresarios y los colaboradores es fundamental para salir adelante y hacer ver que las empresas turísticas de los cantones en estudio siguen en el mercado con muchas ganas de superarse tras la crisis.
- Evaluar la situación real de los empresarios turísticos de Coto Brus, Corredores y Golfito de acuerdo con la tasa de contagios por COVID-19 para determinar si se considera prudente cesar los cierres totales de negocios y la disminución en la capacidad de aforos. En su lugar, se recomienda dirigir los esfuerzos hacia el cumplimiento de las medidas correspondientes para ofrecer condiciones de salubridad a los visitantes. Asimismo, fomentar el empleo turístico mediante campañas de apoyo y concientización a la población para no comprometer el crecimiento de los negocios e ir en búsqueda de la reactivación sin que las empresas tengan que verse afectadas por reducir su cantidad de personal o incurrir en pérdidas por no poder mantener sus operaciones comerciales activas.

- El Estado con apoyo de las empresas del sector turismo deben realizar las inversiones requeridas para diversificar la actividad turística y garantizar un flujo constante de turistas durante la pandemia, y al mismo tiempo aprovechar la acelerada transformación digital provocada por las medidas de distanciamiento, lo cual conlleva a que las empresas deban innovar y reevaluar la forma en que operan, e inclusive modificar sus modelos de negocio o procesos de gestión interna. Es importante aclarar que muchos de estos cambios seguirán aún después de la emergencia sanitaria, en particular aquellos asociados al comportamiento de los consumidores. Por consiguiente, se considera un factor importante para mejorar los servicios en el sector turismo incorporar la idea de la seguridad sanitaria como un valor referencial, distinguidos por medio de sellos normalizados “COVID-19 free” a aquellas actividades turísticas que aseguran el cumplimiento de los requisitos de higiene y limpieza para la prevención y control de la pandemia y de otras posibles infecciones, reforzando la confianza del turista en el destino.
- El 95% de las empresas encuestadas brindan servicio de hospedaje y el 41% de ellas indicó que las reservas se realizan mediante su propio sitio web, por tal motivo se recomienda elaborar estrategias de comercialización y promoción tales como; sorteos, descuentos, promociones y paquetes turísticos que incluyan descuentos a turistas que requieran hospedaje o bien se incluyan servicios adicionales, como alimentación, bebidas, o bien alguna experiencia con la naturaleza y las actividades al aire libre ya que este sector está enfocado hacia personas que disfrutan del enriquecimiento cultural y del ambiente, esto permitirá encaminarse hacia la reactivación de sus negocios, para ofrecer valor agregado al cliente. Asimismo, en un mundo tan globalizado donde prevalece el uso de tecnología para difundir contenido, la comunicación en redes sociales es fundamental, por lo cual se recomienda invertir en plataformas digitales que faciliten la captación de clientes en la nueva normalidad.
- El Estado debe brindar un mayor apoyo gubernamental por medio de la inversión pública, que contribuya a mejorar las redes viales de acceso a los cantones y a sus principales potencias turísticas, además en miras de la aprobación del proyecto “Ley de Creación del Fondo Nacional de Avals y Garantías para el Apoyo a las Empresas Afectadas por el

COVID-19 y la Reactivación Económica” es importante considerar que para facilitar el acceso al financiamiento del sector turismo, se contemplen los meses de temporada alta, de lo contrario muchos de los empresarios afectados no podrían cumplir con los pagos de préstamos, y asimismo procurar que el gasto de administración del fondo no sea excesivo para que los recursos puedan ser aprovechados por los empresarios. Por otra parte, se podrían desarrollar actividades como ferias de turismo locales, ya que de momento no son posibles las ferias internacionales.

- Incentivar el agroturismo y turismo rural comunitario como una estrategia en la que los miembros de los cantones puedan involucrarse en el proceso de planificación y operación de proyectos turísticos, por medio de la creación de microempresas dedicadas a la explotación de las fincas y que al mismo tiempo se aprovechen al máximo los recursos turísticos. Lo anterior, podría generar un ingreso paralelo a la actividad principal y de esta forma se encadena la agricultura con la atracción de turistas, pues, por ejemplo, en Coto Brus las principales actividades económicas son la agricultura y la ganadería, dichas actividades van acompañadas de hermosos paisajes en los que se pueden apreciar gran diversidad de aves, elementos que se podrían complementar para promover el turismo del cantón.
- La conformación de las empresas en cuanto a constitución del capital se mantiene en su mayoría estrictamente familiar. La apertura a accionistas no es un modelo de constitución con gran presencia en el sector analizado. Además, el 44% de las empresas analizadas son dirigidas por emprendedores quienes no cuentan con un nivel académico avanzado o universitario completo; se identifica la necesidad de guía y acompañamiento referente a distintos temas administrativos y con respecto a la formación financiera; siempre en busca del aprovechamiento y posibilidad de desarrollo que puede traer la implementación adecuada de un crédito. Las partes involucradas, tanto entidades financieras como el Estado deben aprovechar la oportunidad de fortalecer y apoyar a los empresarios. Es importante que el sistema financiero cuente con suficiente liquidez para que responda a las exigencias de corto plazo derivadas de una posible reducción de los flujos de ingresos de las empresas del sector turístico.

## Referencias

- Aedo, C. (2005). *Evaluación del impacto*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Económico. [PDF] Recuperado de [https://gent.uab.cat/diego\\_prior/sites/gent.uab.cat.diego\\_prior/files/AEDO\\_cepala\\_2005.pdf](https://gent.uab.cat/diego_prior/sites/gent.uab.cat.diego_prior/files/AEDO_cepala_2005.pdf)
- Almeida, J. S. (2006). *Gripe aviar: los impactos comerciales de las barreras sanitarias y los desafíos para América Latina y el Caribe*. Editorial CEPAL.
- Ameriso, C. C., Goytia, M. D., y Maceratesi, G. (2005). *Gobierno local: alcance de sus competencias* [PDF] Recuperado de <http://biblioteca.puntoedu.edu.ar/bitstream/handle/2133/7814/ameriso%20gobierno%20local.PDF?sequence=3&isAllowed=y>
- Aráuz, A. (2009). El impacto de la crisis en América Central. *Revista Nueva Sociedad*, 220(1), 16-28.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. (Sexta ed.). Caraca: Editorial Episteme.
- Arias, F. (2012). *Proyecto de investigación: introducción a la metodología científica* (Quinta ed.) Caracas: Espíteme.
- Artavia, M. L., Benavides, S. y Parada, Á. M. (2018). La economía institucional y su relación con los sectores productivos. *Economía y Sociedad*, 23(53), 84-102.
- Asociación Costarricense de Operadores de Turismo. (2020). *Pacífico Sur*. [Blog Post]. Recuperado de [http://acot.co.cr/portal/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=89:pac%C3%ADficosur&Itemid=677](http://acot.co.cr/portal/index.php?option=com_k2&view=item&id=89:pac%C3%ADficosur&Itemid=677)

- Astorga, A., y Facio, L. (2009). ¿Qué son y para qué sirven las Políticas Públicas? *Contribuciones a las ciencias sociales*, 2(1), 1-29.
- Aurioles, J. (2012). Crisis económica y cambios en el turismo. *Revista Mediterráneo Económico*, 20(1), 99-114.
- Azuero, E. A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110-127.
- Ballesteros, S. (2000). *Percepción háptica de objetos y patrones realizados: una revisión*. Artículo Psicothema, vol. 5, núm. 2, pp. 311-321. ISSN: 0214-9915.
- Barba, J.J. (2011). *Tipos de empleo*. [PDF]. Recuperado de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos\\_de\\_empleo.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf)
- Barrantes, R. (2002). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo*. San José, Costa Rica: Editorial EUNED.
- Beinstein, J. (2005). El concepto de crisis a comienzos del siglo XXI. Pensar la decadencia. *Revista Herramienta*, 30(1), 9-28.ZX
- Bello, R. (2009). *Evaluación de impacto*. [PDF]. Recuperado de [https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto\\_rbbcproy.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf)
- Benavides, S. (20). El aporte del turismo a la economía costarricense: más de una década después. *Economía y Sociedad*, 25(57), 1-29.
- Boullón, R. C. (2006). *Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas.
- Buendía, J. (1990). Psicopatología del desempleo. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 6(1), 21-36.

- Bustamante, X. (28 de enero de 2019). Costa Rica entre los seis países del mundo con mejor asistencia en salud. [Tomado de blog CCSS]. Recuperado de <https://www.ccss.sa.cr/noticia?costa-rica-entre-los-seis-paises-del-mundo-con-mejor-asistencia-en-salud>
- Caamaño-Franco, I. (2011). *La comercialización del turismo industrial*. [PDF]. Recuperado de <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/10496/ROTUR%204%202011%20art%207.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caballero, G. (2002). El programa de la nueva economía institucional: lo macro, lo micro y lo político. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (50), 230-261.
- Cabarcos, N. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos*. [PDF]. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GDIxq8Zsj\\_0C&oi=fnd&pg=PT17&dq=concepto+proceso+de+venta+en+turismo&ots=Jj3ZMGR1Gj&sig=Yykued\\_4fXdQxZiWsk6oGGqMBxE#v=onepage&q=concepto%20proceso%20de%20venta%20en%20turismo&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GDIxq8Zsj_0C&oi=fnd&pg=PT17&dq=concepto+proceso+de+venta+en+turismo&ots=Jj3ZMGR1Gj&sig=Yykued_4fXdQxZiWsk6oGGqMBxE#v=onepage&q=concepto%20proceso%20de%20venta%20en%20turismo&f=false)
- Cabello, E. A. y Pulido, L. N. (2020). *Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia*. Trabajo de Grado, Universidad Católica de Colombia. Recuperado de <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/24709>
- Cabrero, J., & Richard, M. (1996). El debate investigación cualitativa frente a investigación cuantitativa. *Enfermería Clínica*, 6(5), 212–217.
- Cámara de Hoteles. (2010). *Antecedentes de la Cámara Costarricense de Hoteles*. [Archivo de datos]. Recuperado de <http://www.camaradehoteles.com/acerca-de/historia>
- Canals, P. (2014). *Anàlisis del turisme en l'Economia Costarricense*. (Trabajo de fin de grado). Universitat de les Illes Balears. Recuperado de <https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/901/analisis%20de%20la%20economia%20costarricense.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Carvajal, L. A (2018) *Sujeto de investigación. [Argumento de posición]* Recuperado de <https://www.lizardo-carvajal.com/sujeto-de-investigacion/>
- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de política exterior Argentina*, (131), 115-118.
- Castilla, C.A. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes pedagógicos*, 8(1), 1.
- Castro, A. G. (28 de noviembre de 2017). *CCSS cuenta ya con 1043 Ebáis en todo el país*. [Tomado de blog CCSS]. Recuperado de <https://www.ccss.sa.cr/noticia?ccss-cuenta-ya-con-1043-ebais-en-todo-el-pais>
- Castro, C. (s.f.). *El derecho internacional de la prevención y gestión de crisis*. [PDF]. Recuperado de [https://iugm.es/wp-content/uploads/2016/07/05-08\\_05\\_2015.pdf](https://iugm.es/wp-content/uploads/2016/07/05-08_05_2015.pdf)
- Castro, M. A. (2018). *Planificación Turística*. Recuperado el 13 de Junio de 2021
- CEPAL, N. (2020). *Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. [PDF]. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45602>
- CEPAL. (2020) *El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19*. [Argumento de posición]. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>
- Chen, S. (2014). Turismo en el Pacífico Costarricense: un análisis de la oferta y demanda. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 15(2), 69-108.
- Chialvo, T. P. (2006). *Ministerio de Justicia y Derechos Humanos Argentina*. [Blog post]. Recuperado de <http://www.saij.gov.ar/tomas-pedro-chialvo-accion-aporte-giuseppe-chiovenda-dacf060115-2006/123456789-0abc-defg5110-60fcanirtcod>

- Clow, K. E., y Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. Estado de México, México: Editorial Pearson educación.
- Commons, J. R. (2003). Economía institucional. *Revista de Economía Institucional*, 5(8), 191-201.
- Contreras, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Artículo científico. Universidad Nacional de Colombia*.
- Delgado, L. (2009). *Las políticas públicas. El ciclo de las políticas públicas. Clases de políticas públicas. Eficacia, legalidad y control. Indicadores de gestión*. [PDF]. Recuperado de <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/22880>
- Díaz, C. (1998). El ciclo de las políticas públicas locales. Notas para su abordaje y reconstrucción. *Políticas Públicas y desarrollo local*, 1(1) 67-107.
- Dimmelmeier, A. y Heussner, F. (2016). *Economía institucionalista*. [Argumento de Posición] Recuperado de <https://www.exploring-economics.org/es/orientacion/institutionalist-economics/>
- Dulzaides, M. E., y Molina, A. M. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *Acimed*, 12(2), 1-1.
- Eduturismo, U. (2010). *Eduturismo-Unimet*. Recuperado el 13 de Junio de 2021, de <https://sites.google.com/site/educacionparaelturismounimet/planificacion-y-turismo>
- Fernández, A. (2010). La enseñanza y el aprendizaje del tiempo histórico en la educación primaria. *Cadernos Cedes*, 30(82), 281-309.
- Fernández, M.F. (2020). *Estudio de impactos de pandemias del siglo XXI en la economía y el sector turístico* (Memoria del trabajo de fin de grado). Universidad de la Laguna, San Cristóbal de la laguna.

- Funes, L. (2011). *Salud y turismo para Centroamérica y República Dominicana*. [PDF]. Recuperado de <http://medicos.cr/web/documentos/boletines/BOL271112/ManualSaludTurismo.pdf>
- Gallego, A. G. (2017). *Reactivación Económica*. [Argumento de Posición]. Recuperado de <https://diccionario.leyderecho.org/reactivacion-economica/>
- García, T. (2009). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. [PDF]. Recuperado de [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)
- Garza, F. (29 de julio de 2020). *Noticia Costa Rica recibe certificación como destino seguro del Consejo Mundial de Viajes y Turismo*. *La republica.net*. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-recibe-certificacion-como-destino-seguro-del-consejo-mundial-de-viajes-y-turismo>
- Godínez, G. M. (2011). Recordando a la gripe española. *Medicina Interna de México*, 27(5), 463-466.
- Govea, M., Mojica, A. H., y Estrada, S. T. (2012). *Estrategias de comercialización*. [PDF]. Recuperado de <https://www.eumed.net/ce/2012/gme.pdf>
- Gracia D. (2020). Pandemias. *Artículo de la Fundación de Ciencias de la Salud EIDON* n° 53: 1-3. DOI: 10.13184/eidon.53.20201. -3
- Guardia, F. (2020). *Impacto de las enfermedades en la economía global*. [Blog post]. Recuperado de [https://www.ey.com/es\\_cr/future-health/impacto-de-las-enfermedades-en-la-economia-mundial](https://www.ey.com/es_cr/future-health/impacto-de-las-enfermedades-en-la-economia-mundial)
- Guerrero, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9.
- Gutiérrez, A. (2020). *El reto de la reactivación en Costa Rica*. [PDF]. Recuperado de <https://www.mvalores.fi.cr/wp-content/uploads/2020/06/20200522-El-reto-de-la-reactivacion-economica-en-Costa-Rica.pdf>

- Hernández C. F. (2016). *Teoría de la Percepción* 1era edición: diciembre 2016. Artículo Instituto Tecnológico de Costa Rica. Recuperado de [https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/7313/teoria%20de%20la%20percepcion%20\\_%20hernandez-castro%20\\_%202017.01.27.pdf?sequence=1](https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/7313/teoria%20de%20la%20percepcion%20_%20hernandez-castro%20_%202017.01.27.pdf?sequence=1)
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista P. (2010) *Metodología de la investigación*, (Quinta ed.). México, D.F: Editorial McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México, D.F: Editorial McGraw-Hill.
- Herrero-Uribe, L. (2008). El virus influenza y la gripe aviar. *Acta Médica Costarricense*, 50(1), 13-19.
- Hodgson, G. M. (2001). El enfoque de la economía institucional. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 44(181), 15-62.
- Huenchuan, S. (2016). *Envejecimiento e institucionalidad pública en América Latina y el Caribe: conceptos, metodologías y casos prácticos*. [PDF]. Recuperado de <http://repositorio.mides.gub.uy:8080/xmlui/bitstream/handle/12345678/1296/Envejecimiento%20e%20institucionalidad%20p%C3%BAblica%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huergo, J. (2016). *Evaluación del impacto social*. [PDF]. Recuperado de [http://www.edumargen.org/docs/curso6/unid02/apunte07\\_02.pdf](http://www.edumargen.org/docs/curso6/unid02/apunte07_02.pdf)
- Instituto Costarricense de Turismo (2011). *Plan de Desarrollo Turístico PACIFICO SUR*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-plan-es-generales/planes-generales-por-unidad-de-planeamiento/pacifico-sur-actualizacion-dic-2011/225-plan-6/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2012). *Plan Nacional de Turismo 2002-2012*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/plan-nacional-de-desarrollo-turistico-sostenible-actualizacion-2006/34-iv-parte/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo (2016) *Cuenta Satélite de Turismo y la Matriz de Insumo Producto 2012-2016*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-econ%C3%B3micas/1211-resumen/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2017). *Plan Nacional De Desarrollo Turístico De Costa Rica 2017-2021*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo (2019a). *Gasto y estadía*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/gasto-y-estadia-media/846-todas-las-vias/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2019b). *Empleo en las actividades asociadas con el sector turístico*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/empleo-inec-ccss/869-inec-2010-2020/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2019c). *Motivo principal de la visita. Metadatos de los indicadores realizados por el ICT*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/motivos-de-viaje/1403-motivo-principal-de-la-visita/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2019d). *Pisos de Demanda Internacional*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/pisos-de-demanda/1539-pisos-de-demanda/file.html>

- Instituto Costarricense de Turismo. (2019e). *Principales actividades realizadas por los turistas. Metadatos de los indicadores realizados por el ICT*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/actividades-realizadas/1404-principales-actividades/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020a). *Cámaras y Asociaciones de Turismo*. [Blog Post]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/enlaces/camaras-y-asociaciones-de-turismo/itemlist.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020b). *Divisas por concepto de turismo. Metadatos de registros administrativos*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-econ%C3%B3micas/costa-rica/960-divisas-por-concepto-de-turismo/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020c). *Lo que debes saber sobre Costa Rica si deseas viajar en el contexto Covid-19*. [Blog Post]. Recuperado de <https://www.visitcostarica.com/es/costa-rica/lo-que-debes-saber-sobre-costa-rica-si-deseas-viajar-en-el-contexto-covid-19>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020d) *Planificación de la ruta económica post-covid 19*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/en/documents/material-de-apoyo-coronavirus/decreto-declaratoria-de-emergencia/1682-medidas-de-reactivacion/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020e). *Visitas de residentes y no residentes a las áreas silvestres protegidas*. [PDF]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/visita-a-las-%C3%A1reas-silvestres-protegidas-sinac/1397-2017-2/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020f). *¿Quiénes somos?* [Blog Post] Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos.html#historia-y-marco-jur%C3%ADdico-institucional>

- Instituto Costarricense de Turismo. (2021). *Costa Rica participa por primera vez en la feria más importante de aviturismo del Reino Unido*. [Blog Post]. Recuperado de [https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/1541-costa-rica-participa-por-primera-vez-en-la-feria-mas-importante-de-aviturismo-del-reino-unido.html?fbclid=IwAR0\\_x1ZYeFYDcLo5QJbJQA\\_ufm0HhNFn4rZ0hml3feOpMAHX CgebKEmXbUY](https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/1541-costa-rica-participa-por-primera-vez-en-la-feria-mas-importante-de-aviturismo-del-reino-unido.html?fbclid=IwAR0_x1ZYeFYDcLo5QJbJQA_ufm0HhNFn4rZ0hml3feOpMAHX CgebKEmXbUY)
- Instituto Costarricense de Turismo. (s.f.). *Dirección de planeamiento y desarrollo turístico*. [Blog Post]. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/direcci%C3%B3n-de-planeamiento-y-desarrollo-tur%C3%ADstico.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). [PDF] *Censo Nacional 2011*. Recuperado de <https://www.inec.cr/censos/censos-2011>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). *Encuesta Continua de Empleo al tercer trimestre de 2020*. [PDF]. Recuperado de <https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/receiit2020.pdf>
- Jiménez, F., y Palacín, M. J. (2007). Determinantes de la estructura financiera de la empresa. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 16 (4), 9-23.
- Kamp, C. (2006). Estadísticas 2001 de la OMT: El turismo después del 11 de septiembre. [PDF]. *Artículo científico*
- Krause, M (2014). *La nueva economía institucional – North*. [Argumento de posición]. Recuperado de <https://puntodevistaeconomico.com/2014/03/07/la-nueva-economia-institucional-north/>
- Lahera, E. (2004). *Política y políticas públicas*. [PDF]. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/6085>
- Lalanza, S. M. (2020). *Claves para entender el turismo pos-COVID-19*. [PDF]. Recuperado de [http://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/InformeOBS\\_Claves%20para%20entender%20el%20turismo%20pos-COVID-19.pdf](http://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/InformeOBS_Claves%20para%20entender%20el%20turismo%20pos-COVID-19.pdf)

- Lara, E. M. (2013). *Fundamentos de investigación: un enfoque por competencias* (Segunda ed.). México: Editorial Alfaomega.
- López, J. (2015). Definiciones: turismo-turista. *Papers de turisme*, 14(15), 17-25.
- Machado, J. T., y Ma, J. (2020). Nonlinear dynamics of COVID-19 pandemic: modeling, control, and future perspectives. *Nonlinear Dynamics*, 1-2. doi: 10.1007/s11071-020-05919-6
- Maguiña, C. (2015). Enfermedad por el virus del Ébola. *Revista Médica Herediana*, 26(3), 195-201.
- Maguiña, C. (2016). Zika, la nueva enfermedad emergente en América: A new emerging disease in America. *Revista Médica Herediana*, 27(1), 3-6.
- Maguiño, M. G. (2000). Rol de los municipios en el desarrollo del turismo. *Gestión en el Tercer Milenio*, 3(6), 51-72.
- Malhotra, N. (2016). *Investigación de Mercados Conceptos esenciales*. México: Editorial Pearson Educación.
- Marcial, V. F. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 1(11), 64-78.
- Matallana, L. D. (2020). *Retos empresariales tras el Coronavirus COVID-19*. [PDF]. Recuperado de <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/2466A8>
- Matheus López, C. A. (2000). *Breves notas sobre el concepto de acción*. [PDF] Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechopucp/article/view/6432/6488>
- Meneses, K., Córdova, G., y Oleas, K. (2019). *Aporte del sector turístico como eje estratégico de encadenamientos productivos*. [PDF]. Recuperado de <http://repositorio.conare.ac.cr/handle/20.500.12337/7809>

- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2016). *Guía para la elaboración de Políticas Públicas*. [PDF] Recuperado de [https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/fp24S-RnTdWk007TA\\_IikQ](https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/fp24S-RnTdWk007TA_IikQ)
- Mintzberg, H. y Quinn, J. B. (1991). *El proceso estratégico*, México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A
- Miranda Á.P. y Alvarado S.M. (2016). Relaciones territoriales de la actividad turística en torno al Parque Nacional Rincón de la vieja, Costa Rica. *Revista geográfica de América Central*. 1011 (484)
- Molina-Murillo, S. A. (2019). Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 363-372.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>
- Montero, P. L. (2001). Promoción y comercialización turísticas de las ciudades históricas españolas. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 9(36), 150-169.
- Montero, R. (s.f.). *Información de la región de desarrollo Brunca Dirección Regional*. [PDF]. Recuperado de [http://www.mag.go.cr/regiones/region\\_brunca/INFORME-Region-Brunca.pdf](http://www.mag.go.cr/regiones/region_brunca/INFORME-Region-Brunca.pdf)
- Morales, M. A. (2015). Los aportes conceptuales y explicativos de la economía institucional al estudio del desarrollo económico. *Análisis Económico*, 30(75), 69–88.
- Morales, R. (2009). El impacto de la crisis económica mundial sobre la economía costarricense: los efectos macroeconómicos. *Revista Economía y Sociedad* 35(36), 61-73.

- Morillo, M. (2009). Capacidad de resistencia del turismo en épocas de crisis. *Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*, 21(3), 292-305.
- Municipalidad de Coto Brus. (2019). *Actividades económicas del cantón*. [Blog Post]. Recuperado de <http://www.municotobrus.go.cr/articulo/17/actividades-economicas-del-canton>
- Naciones Unidas. (2008) *Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación*. [PDF]. Recuperado de [https://celade.cepal.org/censosinfo//CD\\_potencialidades/BIBLIOGRAFIA/NU\\_67Rev2s-gen.pdf](https://celade.cepal.org/censosinfo//CD_potencialidades/BIBLIOGRAFIA/NU_67Rev2s-gen.pdf)
- Navarro, A. B. (2012). *Análisis del mercado. Dirección de Marketing*. Recuperado de [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/metodo-efectuacion-de-desarrollo-de-negocios\\_1563807491.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/metodo-efectuacion-de-desarrollo-de-negocios_1563807491.pdf)
- Navarro, E. V. (2006). El tiempo a través del tiempo. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 1(9), 1-18.
- Neffa, J. C. (2000). Actividad, trabajo y empleo: algunas reflexiones sobre un tema en debate. *Orientación y sociedad*, 1(1), 127-162.
- North, D. C. (1990). *Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico*. Chile: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- North, D. C. (1990). *La Nueva Economía Institucional*. [PDF]. Recuperado de <http://www.eseade.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/North.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Main Statistics - Economically Active Population*. [Blog Post]. Recuperado de <http://laborsta.ilo.org/applv8/data/c1e.html>

- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Mejore su negocio Comercialización*. [PDF] Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_553921.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf)
- Organización Mundial de la Salud. (2010). *¿Qué es una pandemia?* [Blog post] Recuperado de [https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently\\_asked\\_questions/pandemic/es/](https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/pandemic/es/)
- Organización Mundial del Turismo (2009). Panorama del turismo Internacional, Edición 2009, UNWTO, Madrid, doi: 10.18111/9789284413614
- Organización Mundial del Turismo (2015). Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2015, Publicaciones, *Publicaciones OMT*, Madrid, doi: 10.18111/9789284416875
- Organización Mundial del Turismo (2020). Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 con especial enfoque en el impacto de la COVID-19, Edición 2020, *Publicaciones OMT*, Madrid, doi: 10.18111/9789284421954
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2020). *Estudios Económicos de la OCDE Costa Rica Julio 2020*. [PDF]. Recuperado de <http://www.oecd.org/economy/surveys/costa-rica-2020-OECD-economic-survey-overview-spanish.pdf>
- Ortiz, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Bogotá: Editorial Ediciones de la U.
- Ovidio, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de estudios sociales*, 1(18), 89-96.
- Oyarbide, M. A. (2004). Jerome Seymour Bruner: de la percepción al lenguaje. *Revista Iberoamericana de Educación*, 34(1), 1-19.
- Parada, E. L. (2002). *Introducción a las políticas públicas*. Chile Editorial: Fondo de cultura económica.

- Parada, J. (2005). Economía institucional original: Una introducción necesaria. *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas y Sociales*, 5(5-6), 115-142.
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vázquez, A., y González, L. (2013). *La entrevista*. [PDF]. Recuperado de: <https://docplayer.es/393295-Entrevista-alicia-pelaez-jorge-rodriguez-samantha-ramirez-laura-perez-ana-vazquez-laura-gonzalez.html>
- Pellisé, C. (2010). *Condiciones de mercado que facilitan la colusión entre empresas: el sector de la instalación y el mantenimiento de ascensores en Catalunya*. [PDF]. Recuperado de [http://acco.gencat.cat/web/.content/80\\_acco/documents/arxius/estudi\\_ascensors\\_final\\_esp.pdf](http://acco.gencat.cat/web/.content/80_acco/documents/arxius/estudi_ascensors_final_esp.pdf)
- Peujio, F. M., y Domínguez, C. S. (2019). Los procesos de inversión en activos como determinantes de la estructura financiera de las grandes empresas mexicanas, 2000-2016: Un enfoque por sectores. *Análisis Económico*, 34(85), 9–31.
- Pichardo, M. A. (1997). *Evaluación del Impacto Social*. Buenos Aires, República Argentina: Editorial Lumen-Hvmanitas
- Piñuela, J. L. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ponce, D. G., y Smolak-Lozano, E. (2013). Comunicación de crisis: compilación y revisión de teorías y taxonomías prácticas desde una perspectiva cualitativa. *Vivat Academia*, 124(1) 51-67.
- Programa de las Naciones Unidas (2020). *COVID-19 y Objetivos Mundiales* [Argumento de posición]. Recuperado de <https://feature.undp.org/covid-19-and-the-sdgs/es/>
- Pugliese, E. (2000). Qué es el desempleo. *Revista Política y sociedad*, 34, (2000), 59-67.
- Pulido, S. (2020). *¿Cuál es la diferencia entre brote, epidemia y pandemia?* [ Argumento de Posición] Recuperado de <https://gacetamedica.com/investigacion/cual-es-la-diferencia-entre-brote-epidemia-y-pandemia/>

- Rivera H. A. y Malaver M. N. (2011). ¿Qué estudia la estrategia? *Universidad del Rosario. Documentos de investigación No. 99, ISSN: 0124-8219.*
- Rodas, G.A. (2015). *Historia de la gripe española.* [PDF]. Recuperado de <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/4705>
- Rodríguez, J. A. (6 de diciembre de 2019). *Reactivación y crecimiento. El Financiero.* Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com/opinion/reactivacion-y-crecimiento/7NYAPPRDH5CARBMSQVNL426NGM/story/>
- Rodríguez, J. A. V. (2014). La institucionalidad de la Calidad de los Servicios Públicos en Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*, 5(1), 31-48.
- Rodríguez, R. y Cobas, M. (2008). *Metodología de evaluación de impactos de proyectos de investigación.* [PDF]. Proyecto de Investigación n°4109.
- Rojas, O. I. (2003). La comunicación en momentos de crisis. *Comunicar*, (21)1, 137-140.
- Rosselli, D. (2020). Epidemiología de las pandemias. *Medicina (Bogotá)*, 42(2), 168-174.
- Ruíz, G. (27 de abril de 2020). *Calamidad en cifras: Turismo dejaría de generar hasta \$2.500 millones.* *CRHOY.COM.* Recuperado de <https://www.crhoy.com/economia/calamidad-en-cifras-turismo-dejaria-de-generar-hasta-2-500/>
- Ruiz, M., Jiménez, R., Márquez, M., y George, A. (1994). Salud y turismo. *Salud Publica de México*, 1(1), 61-69.
- Salas, E. (2016). *Impacto del Terrorismo en el Turismo.* (Trabajo fin de grado inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- SINAC (s.f.). *Conózcanos.* [Blog Post]. Recuperado de <http://www.sinac.go.cr/ES/conozca/Paginas/default.aspx>

- Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (s.f). *Parque Nacional Chirripó*. Recuperado de <http://www.sinac.go.cr/ES/ac/aclap/pnch/Paginas/default.aspx>
- Socatelli P, M. A. (2010). *Intermark, consultores en turismo*. Recuperado el 13 de Junio de 2021, de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
- Svampa, M. L. (2016). El concepto de crisis en Reinhart Koselleck. Polisemias de una categoría histórica. *Anacronismo e irrupción*, 6(11), 131-151.
- Thirlwall, A. P. (2007). La relevancia actual de Keynes: el desempleo en los países ricos y pobres. *Investigación económica*, 66(262), 15-58.
- Uribe, N. (2015). Algunas pandemias en la humanidad. Una mirada a sus determinantes. *Revista CES Salud Pública*, 6(1), 89-93.
- Valdés, M. (2009). *La evaluación de impacto de proyectos sociales: Definiciones y conceptos*. [PDF]. Recuperado de [https://www.mapunet.org/documentos/mapuches/Evaluacion\\_impacto\\_de\\_proyectos\\_sociales.pdf](https://www.mapunet.org/documentos/mapuches/Evaluacion_impacto_de_proyectos_sociales.pdf)
- Valenzuela, I. E. (2009). Perspectivas del sector turismo: en un contexto de crisis internacional. Coyuntura. *Análisis Económico y Social de Actualidad*, 5(22), 7-13.
- Vaqué, J. (2005). Síndrome respiratorio agudo grave (SARS). *Mesa Redonda. Patología Respiratoria Importada*.
- Vargas, G. (2009). Turismo y espacios naturales protegidos en Costa Rica: enfrentamiento o concertación. *Revista de ciencias sociales*, doi: 10.15517/RCS.V0I123-124.8814
- Vargas, L.P. (27 de octubre de 2019). *Quince apuntes sobre reactivación económica y un país que no quiere evitar la crisis*. *La Revista.cr*. Recuperado de <https://www.larevista.cr/luis->

paulino-vargas-quince-apuntes-sobre-reactivacion-economica-y-un-pais-que-no-quiere-evitar-la-crisis/

Varisco, C. (2013). *Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. [PDF]. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

Virgen, V., y Rivera, J. A. (2012). Condiciones Financieras Que Impactan La Estructura Financiera De La Industria De Cosméticos Y Aseo en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 25(44), 175–191.

World Tourism Organization (2019), International Tourism Highlights, 2019 Edition, *UNWTO Publication*, Madrid, doi: 10.18111/9789284421152

Zubiri, X. (1976). El concepto descriptivo del tiempo. *Trabajo de seminario, Madrid*. Realitas II, 7-47.

## Anexos

### Anexo 1: Instrumento de investigación

Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo.	<b>Nombre de la Mipyme</b>	<b>Consecutivo Proceso</b>				
<p>Buenos días/buenas tardes, Mi nombre es _____ estoy realizando una encuesta que es parte de una investigación para la tesis de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera de la Universidad Nacional, le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas que se relacionan con su ambiente de trabajo y actividades cotidianas en su jornada laboral. De antemano le agradecemos su sincera colaboración y se le garantiza que la información contenida en este cuestionario es confidencial y será utilizada para fines académicos.</p> <p>Cualquier duda o consulta puede comunicarse con _____ al siguiente número _____.</p>						
<b>DATOS DEL ENTREVISTADOR</b>						
Nombre del entrevistador:		Cód.:				
Fecha de la entrevista:	Hora inicio:					
<b>Control de calidad de datos</b>						
N.º de pregunta	Omisión	Inconsistencia	Doble marca	Mala redacción	Mal sondeo	Dato erróneo
Preg. N°						
Preg. N°						

## MÓDULO 1: DATOS GENERALES

Favor completar los siguientes datos acerca del negocio:

**D1** Nombre del negocio:

**D2** Distrito donde se ubica la empresa:

**D3** ¿En cuál de los siguientes cantones se encuentra su empresa?

Osa

Puerto Jiménez

Corredores

Golfito

Buenos Aires

Pérez Zeledón

**D4** ¿Cuántos años posee la empresa?

Menos de 1 año

De 2 a 5 años

De 6 a 10 años

Más de 10 años

**D5** ¿En cuál de las siguientes categorías se encuentra su empresa?

Emprendedor (solo el propietario)

Microempresa (10 colaboradores o menos)

Pequeña empresa (11 a 35 colaboradores)

Mediana empresa (36 a 100 colaboradores)

Grande (más de 100 colaboradores)

**D6** ¿Cuántos administradores o gerentes han tenido en la empresa en los últimos 5 años?

Uno

Dos

Tres

Más de tres

**D7** ¿Cuál es el nivel académico de la persona a cargo de la empresa?

Primaria incompleta

Primaria completa

Secundaria incompleta  
Secundaria completa  
Universitaria incompleta  
Universitaria completa

**D8** ¿Cuál es su puesto en la empresa?

Propietario  
Gerente / Administrador  
Otro. Especifique:

## **MÓDULO 2: CONDICIONES DE MERCADO**

**M1** ¿Cuáles de los siguientes servicios ofrece este negocio? Puede marcar varios.

Hospedaje  
Alimentación  
Tours  
Sistema todo incluido  
Bar  
Piscina  
Televisión por Cable  
Wi-Fi

**M2** En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra la mayoría de los turistas que visitan este negocio?

De 24 años o menos.  
Entre 25 y 34 años.  
Entre 35 y 44 años.  
Entre 45 y 54 años.  
De 55 años o más.

**M3** ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la condición de los turistas que visitan este negocio?

Viajan solos.  
Viaja con su pareja sentimental.  
Viaja con su pareja e hijos.  
Viaja con amigos o compañeros de trabajo.  
Viajan en grupos grandes organizados por agencias de viajes.

**M4** ¿Cuáles son los principales atractivos de esta región para los turistas que visitan este negocio? Puede marcar varios.

Sol y playa.

Turismo de aventura.

Avistamiento de aves.

Avistamiento de ballenas y delfines.

Turismo rural comunitario.

Turismo de montaña

**M5** Favor seleccionar los principales países de los cuales recibe turistas en este negocio (debe seleccionar al menos un país y un máximo de 5 países).

Estados Unidos

Francia

Reino Unido / Inglaterra

México

Bélgica

China

Argentina

Italia

India

Colombia

Suiza

Marruecos

Alemania

Holanda

Costa Rica

**M6** Favor seleccionar el país PRINCIPAL en cuanto a recepción de turistas en este negocio, solamente uno.

Estados Unidos

México

Argentina

Colombia

Alemania

Francia

Bélgica

Italia

Suiza

Holanda

Reino Unido / Inglaterra

China

India

Marruecos

Costa Rica

**M7** La mayoría de los turistas que se hospedan a este negocio hacen su reserva o contacto través de:

Agencia de viajes / Tour operadores

Motores de reserva (Airbn, Booking, TripAdvisor, Trivago u similares)

Reservas a través del sitio web de este negocio.

**M8** En promedio, ¿Cuántas noches se hospeda un turista en este negocio?

\_\_\_\_\_

#### **MÓDULO 4: IMPACTO**

Indique como ha impactado la actual CRISIS COVID-19 a su empresa en los siguientes aspectos:

	No impactó	Muy poco impacto	Poco impacto	Impacto moderado	Alto impacto	Muy alto impacto
<b>I1</b> Nivel de ingresos	0	1	2	3	4	5
<b>I2</b> Nivel de rentabilidad	0	1	2	3	4	5
<b>I3</b> Nivel de liquidez	0	1	2	3	4	5
<b>I4</b> Inversiones	0	1	2	3	4	5
<b>I5</b> Puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras	0	1	2	3	4	5
<b>I6</b> Cantidad de personal	0	1	2	3	4	5
<b>I7</b> La forma en que fijan los precios.	0	1	2	3	4	5

## MÓDULO 4: EMPLEO

Por favor indique el porcentaje que corresponde en cada uno de los siguientes casos:

<b>E1</b> Personal en teletrabajo	0%	20%	40%	60%	80%	100%
<b>E2</b> Personal con reducción de jornada	0%	20%	40%	60%	80%	100%
<b>E3</b> Reducción de personal	0%	20%	40%	60%	80%	100%
<b>E4</b> Cantidad de personal oriundo del distrito donde se ubica la empresa	0%	20%	40%	60%	80%	100%

Por favor indique los siguientes datos sobre el empleo en su empresa:

**E5** Promedio de empleados durante el 2019:

\_\_\_\_\_

**E6** Promedio de empleados en el 2020 durante la crisis de COVID-19:

\_\_\_\_\_

**E7** ¿Cuál es la expectativa para el 2021 en cuanto a la cantidad de personal de la empresa?

1 Disminución    2 Estabilidad    3 Aumento

Favor indicar que tan probable es que en los próximos meses su empresa tome las siguientes decisiones:

	Nada probable				Muy probable
<b>E8</b> Reduzca la jornada laboral de sus empleados.	1	2	3	4	5
<b>E9</b> Realice una reducción de salarios	1	2	3	4	5
<b>E10</b> Realice un recorte de personal	1	2	3	4	5

### MÓDULO 5: ACCIONES

Favor indique el grado de implementación por parte de esta empresa para cada una de las siguientes acciones impuestas por el Ministerio de Salud para evitar el contagio del COVID-19.

	No lo ha implementado	Poca implementación				Completamente implementado
<b>A1</b> Toma de temperatura	0	1	2	3	4	5
<b>A2</b> Mayor limpieza de las áreas	0	1	2	3	4	5
<b>A3</b> Protección adecuada al ingresar (mascarillas, caretas, otros.)	0	1	2	3	4	5
<b>A4</b> Reducción porcentual de la capacidad		1	2	3	4	5
<b>A5</b> Rotulación e indicaciones de prevención	0	1	2	3	4	5
<b>A6</b> Colocación de alcohol en gel en lugares con mayor afluencia	0	1	2	3	4	5
<b>A7</b> Distanciamiento de 1.8 metros por persona	0	1	2	3	4	5

## MÓDULO 6: ESTRATEGIA

Favor indique el grado de implementación de su empresa para cada una de las siguientes estrategias para enfrentar las crisis del COVID-19.

	No lo ha implementado	Poca implementación				Completamente implementado
<b>S1</b> Descuentos y reducciones de precios.	0	1	2	3	4	5
<b>S2</b> Paquetes con precio reducido.	0	1	2	3	4	5
<b>S3</b> Sorteos.		1	2	3	4	5
<b>S4</b> Comunicación en redes sociales y medios digitales.	0	1	2	3	4	5
<b>S5</b> Publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, prensa).	0	1	2	3	4	5
<b>S6</b> Envío de correos electrónicos a clientes actuales y potenciales.	0	1	2	3	4	5
<b>S7</b> Llamadas telefónicas a clientes actuales y potenciales.	0	1	2	3	4	5
<b>S8</b> Convenios con Agencias de Viajes y tour operadores	0	1	2	3	4	5
<b>S9</b> Ventas en línea	0	1	2	3	4	5
<b>S10</b> Enfoque en el turista nacional	0	1	2	3	4	5
<b>S11</b> Contratar una empresa de marketing	0	1	2	3	4	5

## MÓDULO 7: PERCEPCIÓN

En el contexto del COVID-19, favor indicarme su grado de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>P1</b> El ICT le ha brindado asesoría y apoyo para enfrentar la crisis.	1	2	3	4	5
<b>P2</b> El Estado ha implementado acciones concretas para apoyar al sector turístico durante la crisis.	1	2	3	4	5
<b>P3</b> Se percibe un interés genuino por parte del Estado por ayudar al sector turístico a superar la crisis.	1	2	3	4	5
<b>P4</b> Ha recibido apoyo organizaciones no gubernamentales para superar la crisis COVID-19.	1	2	3	4	5
<b>P5</b> Promover a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación es una excelente estrategia para el sector turístico.	1	2	3	4	5
<b>P6</b> Promover a Costa Rica como un destino internacional de residencia para teletrabajo.	1	2	3	4	5
<b>P7</b> Promover a Costa Rica como un destino internacional de turismo accesible.	1	2	3	4	5

En el contexto del COVID-19, favor indicar en una escala de 1 a 5 que tan satisfecho se encuentra con el desempeño de las siguientes instituciones:

	Muy insatisfecho				Muy satisfecho	No conoce la institución
	1	2	3	4	5	
<b>P8</b> Instituto Costarricense de Turismo (ICT)	1	2	3	4	5	
<b>P9</b> Cámara Costarricense de Hoteles (CCH)	1	2	3	4	5	
<b>P10</b> Cámara Nacional de Turismo (CANATUR)	1	2	3	4	5	
<b>P11</b> Cámaras o asociaciones de turismo locales	1	2	3	4	5	
<b>P12</b> Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT)	1	2	3	4	5	
<b>P13</b> Asociación de Organizadores de Profesionales de Congresos y Afines de Costa Rica (ADOCA)	1	2	3	4	5	
<b>P14</b> Asociación Costarricense de Aerolíneas (ALA)	1	2	3	4	5	
<b>P15</b> Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO)	1	2	3	4	5	
<b>P16</b> Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE)	1	2	3	4	5	
<b>P17</b> Red Nacional de Pequeños Hoteles (NAPH)	1	2	3	4	5	
<b>P18</b> Sistema Bancario Estatal	1	2	3	4	5	
<b>P19</b> Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC)	1	2	3	4	5	
<b>P20</b> Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	1	2	3	4	5	
<b>P21</b> Universidades Públicas	1	2	3	4	5	
<b>P22</b> Ministerio de Salud (MS)	1	2	3	4	5	
<b>P23</b> Municipalidad del cantón	1	2	3	4	5	
<b>P24</b> Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	1	2	3	4	5	

## MÓDULO 8: FINANZAS

**F1** ¿Actualmente la empresa tiene algún crédito con alguna entidad bancaria, cooperativa, organización o persona particular?

Si

No

**F2** ¿Cuál fue el uso que la empresa le dio a ese crédito?

Capital de trabajo

Compra de inventarios

Pagar y reestructurar deudas

Mobiliario y equipo

Marketing

**F3** ¿Cuál es la tasa de interés anual del crédito adquirido?

Menor a 9%

Entre 9% y 12%

Entre 13% y 16%

Entre 17% y 20%

Más de 20%

Desconoce la tasa de interés

**F4** ¿En qué moneda tiene el crédito la empresa?

Colones

Dólares.

**F5** ¿Qué garantía le solicitaron a la empresa para otorgarle el crédito?

Garantía hipotecaria

Garantía prendaria

Garantía fiduciaria

Sin fiador

Favor indicar que tan probable es que en los próximos meses su empresa enfrenta las siguientes situaciones:

	Nada probable				Muy probable
<b>F6</b> Requiera un nuevo crédito para una inversión.	1	2	3	4	5
<b>F7</b> Necesite una ampliación del plazo del crédito	1	2	3	4	5
<b>F8</b> Necesite un crédito para unificar deudas.	1	2	3	4	5
<b>F9</b> No pueda hacer frente al pago de sus créditos	1	2	3	4	5
<b>F10</b> Tenga que reducir los servicios	1	2	3	4	5
<b>F11</b> Tenga que reducir los precios	1	2	3	4	5
<b>F12</b> Venda algún activo de la empresa	1	2	3	4	5
<b>F13</b> Ponga en venta el negocio	1	2	3	4	5
<b>F14</b> Cierre el negocio de manera permanente	1	2	3	4	5

Anexo 2: Entrevista dirigida diseñada para los tours operadores

<b>Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo</b>	<b>Entrevista a Tour Operativo:</b>	<b>Cantón y Distrito al que pertenece:</b>
<p>Buenos días/ tardes, mi nombre es _____ y me encuentro realizando una entrevista como parte de una investigación sobre los efectos que ha ocasionado la pandemia del Covid 19 en las empresas turísticas, lo anterior para optar por el grado de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera de la universidad Nacional, por lo cual se les solicita de una manera muy respetuosa colaborar respondiendo la siguiente entrevista, agradecemos de ante mano su valiosa colaboración y se garantiza que toda la información que se obtendrá será de uso confidencial.</p> <p>Para cualquier duda, consulta o sugerencia puede comunicarse al siguiente número, _____.</p>		
<b>DATOS DEL ENTREVISTADO:</b>		
Nombre del entrevistado:	Cargo que desempeña en la empresa:	
<b>DATOS DEL ENTREVISTADOR:</b>		
Nombre del entrevistador:		
Fecha de la entrevista:	Hora Inicio:	
1. ¿Cuántos años posee la empresa de operar en el mercado? Menos de 1 año De 2 a 5 años De 6 a 10 años Más de 10 años		
2. ¿En cuál categoría se encuentra su empresa?  ¿En cuál de las siguientes categorías se encuentra su empresa?		

Emprendedor (solo el propietario)  
Microempresa (10 colaboradores o menos)  
Pequeña empresa (11 a 35 colaboradores)  
Mediana empresa (36 a 100 colaboradores)

3. ¿Cuáles son los principales tours que ofrecen a los turistas y en que parte de la región opera con mayor frecuencia?

4. ¿Cómo ha impactado la actual CRISIS COVID-19 a su empresa? Favor ser amplio en su respuesta.

5. ¿Cuáles han sido las medidas implementadas por la organización de acuerdo con las acciones impuestas por el Ministerio de Salud para evitar el contagio del COVID-19?

6. ¿Cuáles estrategias ha implementado su empresa para enfrentar las crisis del COVID-19?

7. ¿Ha percibido interés o apoyo por parte de alguna institución gubernamental o no gubernamental? Sea amplio en su respuesta

- 1.
- 2.

8. ¿Actualmente la empresa tiene algún crédito con alguna entidad bancaria, cooperativa, organización o persona particular, en caso afirmativo, como ha impactado la crisis del Covid-19 a este crédito?

9. ¿Cuáles medidas piensa implementar en los próximos meses para en caso de que la crisis continúe?
- 3.
  - 4.
  - 5.
  - 6.

### PERCEPCIÓN

En el contexto del COVID-19, favor indicarme su grado de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
P1 El ICT le ha brindado asesoría y apoyo para enfrentar la crisis.	1	2	3	4	5
P2 El Estado ha implementado acciones concretas para apoyar al sector turístico durante la crisis.	1	2	3	4	5
P3 Se percibe un interés genuino por parte del Estado por ayudar al sector turístico a superar la crisis.	1	2	3	4	5
P4 Ha recibido apoyo organizaciones no gubernamentales para superar la crisis COVID-19.	1	2	3	4	5
P5 Promover a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación es una excelente estrategia para el sector turístico.	1	2	3	4	5
P6 Promover a Costa Rica como un destino internacional de residencia para teletrabajo.	1	2	3	4	5
P7 Promover a Costa Rica como un destino internacional de turismo accesible.	1	2	3	4	5

En el contexto del COVID-19, favor indicar en una escala de 1 a 5 que tan satisfecho se encuentra con el desempeño de las siguientes instituciones:

	Muy insatisfecho					Muy satisfecho	No conoce la institución
	1	2	3	4	5		
P8 Instituto Costarricense de Turismo (ICT)	1	2	3	4	5		
P9 Cámara Costarricense de Hoteles (CCH)	1	2	3	4	5		
P10 Cámara Nacional de Turismo (CANATUR)	1	2	3	4	5		
P11 Cámaras o asociaciones de turismo locales	1	2	3	4	5		
P12 Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT)	1	2	3	4	5		
P13 Asociación de Organizadores de Profesionales de Congresos y Afines de Costa Rica (ADOCA)	1	2	3	4	5		
P14 Asociación Costarricense de Aerolíneas (ALA)	1	2	3	4	5		
P15 Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO)	1	2	3	4	5		
P16 Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE)	1	2	3	4	5		
P17 Red Nacional de Pequeños Hoteles (NAPH)	1	2	3	4	5		
P18 Sistema Bancario Estatal	1	2	3	4	5		
P19 Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC)	1	2	3	4	5		
P20 Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	1	2	3	4	5		
P21 Universidades Públicas	1	2	3	4	5		
P22 Ministerio de Salud (MS)	1	2	3	4	5		
P23 Municipalidad del cantón	1	2	3	4	5		
P24 Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	1	2	3	4	5		

Anexo 3: Entrevista dirigida diseñada para las municipalidades

Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo.	<b>Nombre de la Municipalidad</b>	<b>Consecutivo proceso</b>
<p>Buenos días/buenas tardes, Mi nombre es _____ estoy realizando una encuesta que es parte de una investigación para la tesis de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera de la Universidad Nacional, le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas que se relacionan con su ambiente de trabajo y actividades cotidianas en su jornada laboral. De antemano le agradecemos su sincera colaboración y se le garantiza que la información contenida en este cuestionario es confidencial y será utilizada para fines académicos.</p> <p>Cualquier duda o consulta puede comunicarse con _____ al siguiente número _____.</p>		
<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>		
Nombre del entrevistado:	Puesto del entrevistado:	
Cantón al cual pertenece:		
<b>DATOS DEL ENTREVISTADOR</b>		
Nombre del entrevistador:		
Fecha de la entrevista:	Hora inicio:	
<b>ENTREVISTA</b>		
A1. ¿Cómo considera que ha sido el impacto por la actual crisis del COVID-19 en las empresas turísticas del cantón?		

A2. De acuerdo al conocimiento que tiene usted de las empresas relacionadas con el turismo en el cantón de\_\_\_\_\_ ¿Cuáles estrategias han sido implementadas por las empresas turísticas de la zona para enfrentar las crisis del COVID-19?

A3. ¿Cómo considera que ha sido la respuesta por parte de las empresas turísticas del sector en cuanto al grado de implementación de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud para evitar el contagio del COVID-19?

A4. ¿Cuáles han sido las principales acciones implementadas por la Municipalidad para ayudar a las empresas del sector turístico del cantón durante la crisis del COVID-19 y que eventualmente puedan salir de esta crisis.? Como evalúa este desempeño, que más se puede hacer.

A5. ¿Cómo evalúa el desempeño de las instituciones encargadas de velar por la reactivación del sector turístico (tales como el Instituto Costarricense de Turismo, el Ministerio de Salud, el Sistema Bancario Estatal, u otros) para ayudar a las empresas del sector turístico del cantón a superar la crisis del COVID-19?

A6. ¿Cuál es la expectativa de la institución en cuanto al desarrollo de las empresas del sector turístico de la región para el 2021?

A7. Cuenta la Municipalidad con algún plan específico orientado al desarrollo turístico, cuentan con oficina de turismo o un responsable de esta área. Quien atiende al sector turismo en la Municipalidad, que tan estratégico o importante es el sector turismo en el cantón.

Anexo 4: Entrevista dirigida diseñada para las cámaras de turismo y el ICT

Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo.	Institución a la que pertenece	Cantón al que pertenece
<p>Buenos días/buenas tardes, mi nombre es _____, estudiante de la Universidad Nacional del Campus Pérez Zeledón estoy realizando una entrevista que es parte de una investigación para optar la Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera, referente a los “efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo”, por lo que se le solicita muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas. De antemano se le agradece su sincera colaboración y se le garantiza que la información contenida en este cuestionario es confidencial y será utilizada para fines académicos.</p> <p><b>Cualquier duda o consulta puede comunicarse con mi persona al siguiente número 6189 6464.</b></p>		
<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>		
Nombre del entrevistado:	Cargo que desempeña en la entidad:	
<b>DATOS DEL ENTREVISTADOR</b>		
Nombre del Entrevistador:		
Fecha de la entrevista:	Hora inicio:	
<p>II. De acuerdo con su percepción ¿Cómo ha impactado la actual crisis COVID-19 a las empresas del sector turismo del cantón?</p>		
<p>A.2 ¿Cuáles acciones ha implementado la institución donde usted labora, para apoyar la reactivación económica de las empresas del sector turismo afectadas por las crisis de la COVID-19?</p>		

P3. De acuerdo con las acciones empleadas por el Gobierno para impulsar la reactivación de la economía nacional, ¿Considera que fueron las más adecuadas? Por favor justifique su respuesta.

IP4. ¿Considera que la coordinación entre las instituciones públicas para propiciar la reactivación económica de la Región Brunca ha sido eficiente? Por favor justifique su respuesta.

P5. Desde su perspectiva empresarial, ¿Cuáles otras, medidas que no hayan sido implementadas, se pueden realizar para lograr una mayor reactivación de la economía en el sector turístico?

E6. ¿La Cámara de Turismo cuenta con un plan de acción específico de reactivación económica para las empresas del Cantón?

P7. Para el 2021, ¿Considera que el sector turismo presentará una tendencia a la baja, se mantenga estable o mejore su situación económica con respecto al año anterior? Por favor sea amplio en su respuesta.

E8. ¿La Cámara de Turismo posee algún fondo financiero destinado para apoyar a las empresas del Sector turismo ante la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19? Por favor sea amplio en su respuesta.

P9. Desde la perspectiva de esta institución ¿Qué ajustes o mejoras requiere el fondo de avales para funcionar de manera correcta en el sector turismo?

P10. ¿Cuáles han sido las principales afectaciones que la crisis origina a partir de la COVID-19, ha provocado en la institución donde usted labora?

Anexo 5: Entrevista dirigida diseñada para los rent a car

<b>Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo</b>	<b>Entrevista a Renta a Car</b>	<b>Cantón y Distrito al que pertenece:</b>
<p>Buenos días/ tardes, mi nombre es _____ y me encuentro realizando una entrevista como parte de una investigación sobre los efectos que ha ocasionado la pandemia del COVID-19 en las empresas turísticas, lo anterior para optar por el grado de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera de la universidad Nacional, por lo cual se les solicita de una manera muy respetuosa colaborar respondiendo la siguiente entrevista, agradecemos de ante mano su valiosa colaboración y se garantiza que toda la información que se obtendrá será de uso confidencial.</p> <p>Para cualquier duda, consulta o sugerencia puede comunicarse al siguiente número, _____.</p>		
<b>DATOS DEL ENTREVISTADO:</b>		
Nombre del entrevistado:	Cargo que desempeña en la empresa:	
<b>DATOS DEL ENTREVISTADOR:</b>		
Nombre del entrevistador:		
Fecha de la entrevista:	Hora Inicio:	
10. ¿Cuántos años posee la empresa de operar en el mercado? Menos de 1 año De 2 a 5 años De 6 a 10 años Más de 10 años		
11. ¿En cuál de las siguientes categorías se encuentra su empresa? Emprendedor (solo el propietario)		

Microempresa (10 colaboradores o menos)

Pequeña empresa (11 a 35 colaboradores)

Mediana empresa (36 a 100 colaboradores)

12. ¿Cómo ha impactado la actual CRISIS COVID-19 a su empresa? Favor ser amplio en su respuesta.

13. ¿Cuáles han sido las medidas implementadas por la organización de acuerdo con las acciones impuestas por el Ministerio de Salud para evitar el contagio del COVID-19?

14. ¿Cuáles estrategias ha implementado su empresa para enfrentar las crisis del COVID-19?

15. ¿Ha percibido interés o apoyo por parte de alguna institución gubernamental o no gubernamental? Sea amplio en su respuesta

16. ¿Actualmente la empresa tiene algún crédito con alguna entidad bancaria, cooperativa, organización o persona particular, en caso afirmativo, como ha impactado la crisis del COVID-19 a este crédito?

17. ¿Cuáles medidas piensa implementar en los próximos meses para en caso de que la crisis continúe?

## PERCEPCIÓN

En el contexto del COVID-19, favor indicarme su grado de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
P1 El ICT le ha brindado asesoría y apoyo para enfrentar la crisis.	1	2	3	4	5
P2 El Estado ha implementado acciones concretas para apoyar al sector turístico durante la crisis.	1	2	3	4	5
P3 Se percibe un interés genuino por parte del Estado por ayudar al sector turístico a superar la crisis.	1	2	3	4	5
P4 Ha recibido apoyo organizaciones no gubernamentales para superar la crisis COVID-19.	1	2	3	4	5
P5 Promover a Costa Rica como un destino de residencia tras la jubilación es una excelente estrategia para el sector turístico.	1	2	3	4	5
P6 Promover a Costa Rica como un destino internacional de residencia para teletrabajo.	1	2	3	4	5
P7 Promover a Costa Rica como un destino internacional de turismo accesible.	1	2	3	4	5

En el contexto del COVID-19, favor indicar en una escala de 1 a 5 que tan satisfecho se encuentra con el desempeño de las siguientes instituciones:

	Muy insatisfecho					Muy satisfecho	No conoce la institución
	1	2	3	4	5		
P8 Instituto Costarricense de Turismo (ICT)	1	2	3	4	5		
P9 Cámara Costarricense de Hoteles (CCH)	1	2	3	4	5		
P10 Cámara Nacional de Turismo (CANATUR)	1	2	3	4	5		
P11 Cámaras o asociaciones de turismo locales	1	2	3	4	5		
P12 Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT)	1	2	3	4	5		
P13 Asociación de Organizadores de Profesionales de Congresos y Afines de Costa Rica (ADOCA)	1	2	3	4	5		
P14 Asociación Costarricense de Aerolíneas (ALA)	1	2	3	4	5		
P15 Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO)	1	2	3	4	5		
P16 Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE)	1	2	3	4	5		
P17 Red Nacional de Pequeños Hoteles (NAPH)	1	2	3	4	5		
P18 Sistema Bancario Estatal	1	2	3	4	5		
P19 Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC)	1	2	3	4	5		
P20 Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	1	2	3	4	5		
P21 Universidades Públicas	1	2	3	4	5		
P22 Ministerio de Salud (MS)	1	2	3	4	5		
P23 Municipalidad del cantón	1	2	3	4	5		
P24 Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	1	2	3	4	5		