

Instituto Tecnológico de Costa Rica

Escuela de Ciencias Sociales

“La dimensión socioeconómica del desarrollo turístico, en la comunidad de Copey del cantón de Dota, San José en el II semestre del 2020.”

Informe de la práctica de especialidad en turismo

para optar por el título de

Gestión de Turismo Sostenible.

con el grado académico de

Bachillerato

Angie Pamela Calderón Fonseca

Juan Carlos Gómez Vásquez

Cartago, junio, 2021

Resumen:

El presente trabajo de investigación tiene como propósito brindar un panorama sobre la situación turística desde una dimensión socioeconómica de la comunidad de Copey de Dota, para el cual se emplearon una serie de instrumentos con el fin de recabar la mayor cantidad de información acerca del área del estudio. Se realizó un análisis acompañado de diversos documentos, de modo que se lograra efectuar una comparación acerca de la situación actual que presenta esta comunidad. Para ello se implementó una serie de herramientas como por ejemplo encuestas aplicadas a las diferentes empresas y emprendimientos de la comunidad, lo cual brindó información sobre el número de establecimientos que tienen relación a la actividad turística, las condiciones con respecto a los recursos humanos que estas presentan, el acceso a los diferentes mercados y el turismo real y potencial. Es importante mencionar que este trabajo tiene incidencia en la Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de la Provincia de Cartago y Los Santos.

Palabras claves:

Dimensión socioeconómica, Situación turística, Desarrollo turístico, Turismo real y potencial, Planificación, Gestión.

Abstract:

The present investigation's work has the purpose to give an outlook about the tourism situation from a socioeconomic aspect in the community of Copey de Dota, reason why to use a couple of instruments with the intention of collect most of the information about this community. Analysis was accompanied by diverse documents, with the objective to be carried out a comparison of the actual situation of this society. To get it, some of the tools were created, for example surveys applied to the different companies in this community. This afford Information about the establishment's number that is associated with turism activity, human resources' condition, access to different markets and finally a potential and real turism. It is important to mention that this work has incident in the "Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de la Provincia de Cartago y Los Santos".

Key words:

Socioeconomic aspect, Tourism situation, Tourism development, Potential and real turism, Planning, Management.

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Ciencias Sociales
Gestión del Turismo Sostenible

Los estudiantes los estudiantes Calderón Fonseca Angie Pamela, carné 2019390151 y Gomez Vasquez Juan Carlos, carné 2019390147 han presentado ante el Tribunal Examinador como requisito para optar por el título de Gestora y Gestor del Turismo Sostenible con el grado de Bachillerato universitario del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Miembros del Tribunal Examinador

MARIAM ALVAREZ
HERNANDEZ
(FIRMA)

Firmado digitalmente por MARIAM
ALVAREZ HERNANDEZ (FIRMA)
Fecha: 2021.06.28 09:23:40 -06'00'

Dra. Mariam Álvarez Hernández
Tutora
Escuela de Ciencias Sociales

OSCAR RODRIGUEZ
MORALES (FIRMA)

Firmado digitalmente por OSCAR
RODRIGUEZ MORALES (FIRMA)
Fecha: 2021.06.25 10:37:06
-06'00'

Lic. Oscar Rodríguez Morales
Lector
Escuela de Ciencias Sociales

JAVIER FRANCISCO
MURILLO SOLIS
(FIRMA)

Firmado digitalmente por
JAVIER FRANCISCO MURILLO
SOLIS (FIRMA)
Fecha: 2021.06.25 11:18:28
-06'00'

Lic. Javier Murillo Solís
Lector
Escuela de Ciencias Sociales

25 junio de 2021, Cartago Costa Rica

DEDICATORIA

Este trabajo nos gustaría dedicárselo a nuestros padres Marjorie Fonseca, Fabián Calderón, Xinia Vásquez y Juan José Gómez, que nos apoyaron y motivaron para alcanzar este logro. Además, con especial dedicación a Dana que estuvo presente en el desarrollo de este documento haciéndonos compañía incondicional. Por último, y con mayor importancia a Dios que nos permitió dar lo mejor de nosotros en el pasar de nuestra formación académica.

Tabla de contenido

Capítulo I. Introducción	10
Planteamiento del problema	12
Objetivos	14
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
Justificación.....	15
Antecedentes	19
Proyecciones.....	27
Capítulo II. Marco Referencial	28
Capítulo III. Marco metodológico	33
Enfoque de la investigación	33
Diseño de la investigación	34
Participantes del estudio	34
Categorías de análisis	35
Fuentes de información.....	37
Técnicas de recolección de información	39
Descripción de las técnicas	39
Procedimientos de recolección y análisis de datos:	41
Alcances y limitaciones de la investigación	44
Cronograma.....	45
Capítulo IV. Análisis e Interpretación de los Datos	46
Análisis del objetivo uno, identificar los tipos de empresas y emprendimientos turísticos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	47
Análisis del objetivo dos, determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	63
Análisis del objetivo tres, establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos en Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	94
Análisis del objetivo cuatro, evaluar el desarrollo turístico real y potencial de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	102
Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones	110
Apéndices	121
Bibliografía consultada.....	133

Índice de Figuras

Figura 1. Gráfico del marco referencial	31
Figura 2. Categorías de análisis	36

Índice de Tablas

Tabla 1. Objetivos y técnicas	40
Tabla 2. Operalización de los objetivos, categorías, técnicas, instrumentos e ítems.	42
Tabla 3. Plan de trabajo	45
Tabla 4. Datos Generales. Codificación, Nombre de la empresa.	48
Tabla 5. Datos Generales. Codificación, Puesto.	49
Tabla 6. Clasificación de empresa o emprendimiento. Codificación, Nombre de empresa, Tipo de actividad.	51
Tabla 7. Frecuencia de mención. Clasificación de empresa o emprendimiento, Tipo de actividad. ...	52
Tabla 8. Clasificación de empresas y emprendimientos. Codificación, Número de personas que laboran.....	53
Tabla 9. Clasificación de empresas y emprendimientos, Codificación, Actividad, Capacidad de Aforo.....	55
Tabla 10. Frecuencia. Clasificación de empresas y emprendimientos, Capacidad de aforo.	56
Tabla 11. Matriz, Clasificación de empresas y emprendimientos. Codificación, Patentes Municipal, Seguro Social (CCSS), Instituto Nacional de Seguros (INS), Permiso de Salud, de Marca, Contribuyente.....	59
Tabla 12. Frecuencia, tipos de empresas y emprendimientos, patentes.	60
Tabla 13. Frecuencia, Tipos de empresas y emprendimientos, Negocio familiar o corporativo.	61
Tabla 14. Codificación, Tipos de empresas y emprendimientos, Clúster o asociación.	62
Tabla 15. Condición de los Recursos Humanos, Codificación, Tipo de actividad, Número de personas que laboran, Jornada laboral.	63
Tabla 16. Frecuencia, Condición de los Recursos Humanos, Jornada Laboral	65
Tabla 17. Puesto de Administrador, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	66
Tabla 18. Puesto de Gerente, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	67
Tabla 19. Puesto de Encargado de limpieza, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.....	69
Tabla 20. Puesto de Recepcionista, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	70
Tabla 21. Puesto de Peón, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	71
Tabla 22. Puesto de Ayudante de cocina, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	73
Tabla 23. Puesto de Saloneros, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	74
Tabla 24. Puesto de Cocinero, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	75
Tabla 25. Puesto de Bartender, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	76

Tabla 26. Puesto de Jardinero, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.	77
Tabla 27. Niveles de escolaridad más alto y bajo, nombre de empresa, puestos, salario mínimo y máximo.....	79
Tabla 28. Condición de los Recursos Humanos, Codificación, Nombre de la empresa, Número de personas que laboraban antes de la pandemia y las que laboran actualmente.	83
Tabla 29. Condición de los Recursos Humanos, Codificación, Nombre de la empresa, Cambio de condiciones laborales, Medidas que se implementaron.	86
Tabla 30. Frecuencia, Condición de los Recursos Humanos, Cambio de condiciones laborales.	87
Tabla 31. Condición de los Recursos Humanos, Meses laborados, codificación, actividad, nombre de la empresa.	88
Tabla 32. Condición de los Recursos Humanos, Nombre de empresa, Tipo de actividad, Tipo de contrato.....	92
Tabla 33. Frecuencia. Condición de los Recursos Humanos, Tipo de contrato.	93
Tabla 34. Acceso de mercado, Nombre de empresa, Medios de promoción, Nivel de promoción.	95
Tabla 35. Frecuencia, Acceso a mercados, Ferias de promoción turística.	97
Tabla 36. Acceso a mercados. Codificación, Nombre de la empresa, Nivel de las ferias de promoción.	97
Tabla 37. Frecuencia, Acceso a mercados, Alianzas estratégicas.	98
Tabla 38. Acceso a mercados. Codificación, Nombre de la empresa, Nivel de alianzas estratégicas.	99
Tabla 39. Codificación, Acceso a mercados, Tipo de mercado.	100
Tabla 40. Matriz sobre las empresas de hospedaje.	104
Tabla 41. Matriz sobre los actores locales participando en conjunto.	106
Tabla 42. Matriz sobre señalización turística.	108
Tabla 43. Recomendaciones para cada empresa, nombre de empresa, puntos fuertes y débiles.	117

Capítulo I. Introducción

En este apartado se presenta el tema y título de la práctica de especialidad, así también el planteamiento del problema junto con los objetivos, justificación, antecedentes y las proyecciones.

Primeramente, se muestra el tema de investigación. Con respecto a la tematización se pretende mostrar cual es el interés del trabajo y se utilizan términos científicos (Bergua, 2011). De esta manera, se empieza la fase de sondear y por ende de realizar una extenuante revisión bibliográfica. Es importante que en el tema se incluya el objeto de la investigación ya que esto permite introducir el campo semántico principal.

Por medio de este trabajo se pretende analizar la situación turística de la comunidad de Copey de Dota, San José, Costa Rica, específicamente en el II semestre del 2020. Cabe señalar que a partir de información brindada en la charla “Gobernanza y estrategia” de la semana número 15 del curso lectivo en el primer semestre del 2020, se establece que Dota es un distrito de San José, junto con León Cortés y Tarrazú, formando parte de la zona de los Santos. Copey forma parte de los tres distritos del cantón de Dota. Esta zona forma parte de la región conocida como Central (Video no publicado, Fernández, 2020), para cuestiones de este trabajo investigativo se centrará únicamente en la comunidad de Copey, entendido este como el punto central de la comunidad donde se realiza la mayor parte de actividades económicas.

Esta investigación se especifica en la dimensión socioeconómica del desarrollo turístico, en donde se analiza el mercado conformado por empresas y emprendimientos y se especifican los tipos. Así también, se pretende determinar la situación con respecto a los recursos humanos y el acceso de mercado que atienden las mismas. Esta estructura es propuesta por Blanco (2014) gracias a la Guía de Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Es de suma importancia resaltar que el objeto principal de la investigación es el turismo desde un énfasis económico en donde el mismo contribuye como un generador de divisas y es así como se debe de gestionar al mismo desde la visión sostenible.

Cabe mencionar que parte de los alcances que se esperan lograr es crear alianzas estratégicas con el MIDEPLAN y demás instituciones públicas y privadas. Otro alcance primordial es el cumplir con todos los objetivos propuestos. Ahora bien, una de las mayores limitantes que se presentan en el trabajo de investigación se debe al contexto global de la

pandemia provocada por el SARS-CoV-2, por lo que el trabajo de campo que se podría realizar por medio de la observación y entrevistas personales se encuentra bastante limitado. Esto ya que como menciona el Ministerio de Salud en Costa Rica (2020) se recomienda que el trabajo se realice a distancia, es decir por medio de teletrabajo, para así reducir el tiempo de exposición con los trabajadores. De esta misma forma se pide a las empresas que eviten aglomeraciones tanto de particulares como de sus trabajadores, de este modo, en el caso de que se realicen reuniones obligatoriamente, se deben de realizar bajo la modalidad virtual. Cabe mencionar, que este trabajo de investigación se realiza por estudiantes de la carrera de Gestión de Turismo Sostenible del Tecnológico de Costa Rica como práctica de especialidad para optar por el bachillerato de la misma carrera. Dicho esto, se contempla la realización del trabajo investigativo desde agosto del segundo semestre del año 2020 al primer semestre del año 2021.

Una vez ya presentado y definido el tema de investigación, explicando su relevancia y los aportes que brinda para el presente trabajo, se continúa con la presentación y el planteamiento del título, el cual brinda aportes importantes y necesarios para el correcto desarrollo de este y los otros apartados que forman parte de dicho trabajo investigativo.

El diseño de un título se encuentra estrechamente relacionado con el tema específico, los objetivos planteados y el problema de la investigación. Comúnmente se elaboran más de un título, esto ya que conforme se vaya avanzando se pueda elegir uno definitorio. Cuando ya se ha fijado el problema de investigación y los objetivos, se puede verificar nuevamente el título, esto inclusive al concluir con el trabajo (Lerma, 2009). A continuación, se presenta el título final seleccionado para el trabajo de investigación.

La dimensión socioeconómica del desarrollo turístico, en la comunidad de Copey del cantón de Dota, San José en el II semestre del 2020.

La presente investigación busca realizar una evaluación de la comunidad de Copey, del cantón de Dota, Costa Rica dentro de los criterios socioeconómicos, la condición del desarrollo turístico, los recursos humanos de las empresas y emprendimientos. Debido a que se realiza dentro de la práctica de especialidad del Bachillerato en Gestión del Turismo Sostenible posee un carácter exploratorio de manera tal que busca brindar un insumo para la toma de decisiones de diferentes sectores que tienen relación con actividades turísticas. Es importante mencionar que la extensión de este trabajo abarca 16 semanas, en donde realiza una ruta de trabajo la cual se va alcanzando de manera progresiva durante el II semestre del 2020.

Una vez ya entendido que elementos son necesarios para poder desarrollar un título y una vez creado el mismo, se procede a los siguientes pasos para el correcto desarrollo de este trabajo investigativo. A continuación, se presenta el planteamiento del problema tomando en cuenta sus elementos para su correcta formulación y su importancia en el contexto del presente trabajo investigativo.

Planteamiento del problema

En el apartado del problema se delimita la investigación y se expresan los objetivos junto con lo que se desea alcanzar. Así mismo, es importante exponer la fundamentación del valor de la investigación, la cual es la razón de ser del mismo. De esta forma, se debe de plantear el problema en modo de interrogante (Reguera, 2015). A continuación, se presenta el problema de investigación y demás información.

¿Cuál es la situación turística desde una dimensión socioeconómica del desarrollo turístico en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020?

Ahora bien, como parte del planteamiento del problema se recomienda seguir una serie de puntos entre los cuales se encuentra primeramente la viabilidad. Según Hernández (2014) en la viabilidad se debe de considerar la disponibilidad de recursos humanos y materiales, así también como el tiempo. Del mismo modo, es imprescindible tener acceso al lugar de investigación, ya que debe ser real la posibilidad de trabajar bajo un contexto y comprobar si es posible efectuarlo.

En este punto es importante mencionar que la investigación se realiza dentro del marco de la práctica de especialidad en Bachillerato de la carrera de Gestión del Turismo Sostenible. En donde, según la normativa interna del TEC se establecen 16 semanas para culminar la investigación, con una distribución de 12 horas semanales para la construcción de la investigación, avances de la investigación, revisión documental, recopilación de información, análisis de información y elaboración de informes. Respecto a los recursos materiales y financieros, estos serán aportados por el Tecnológico de Costa Rica, por medio de ayudas financieras relacionadas con apoyo económico para asegurar conectividad, licencias Office 365 y otros, que colaboren en cada una de las actividades descritas anteriormente.

Para poder lograr los objetivos planteados dentro de la investigación a nivel de recursos humanos se establece que dos estudiantes serán responsables directos del proceso, los cuales contarán con el apoyo de un equipo técnico instructor conformado por docentes de la escuela de Ciencias Sociales del Tecnológico de Costa Rica de la sede central de Cartago. Así también

con representantes de instituciones y organizaciones que tengan incidencia en la comunidad de Copey de Dota.

Por otro lado, Hernández (2014) menciona el punto de relevancia, el cual debe contestar cuál es el alcance o la proyección social. Esto hace referencia a que tan significativa sería para la sociedad y por ende quienes se benefician de este estudio. La relevancia de esta investigación en la comunidad de Copey de Dota, se debe a que según datos del Plan de Desarrollo Humano Local Cantón de Dota (2008) se indica que el índice de desarrollo humano distrital de este lugar es uno de los que tiene menos progreso en este ámbito. Además, es importante la realización de esta investigación en la zona ya que bajo el contexto actual de la pandemia SARS-CoV-2 se han dado muchas afectaciones en todas las actividades económicas del país, sobre todo a lo que respecta al sector hotelero y restaurantes (Estrada, 2020). Así mismo, se debe considerar lo que se señala en la Guía de IICA (2014) debido a que el principal objetivo de este trabajo es realizar una radiografía del territorio de la comunidad de Copey de Dota, específicamente refiriéndose a su situación turística, para que de este modo se puedan identificar cualidades generales del desarrollo turístico potencial y real de la zona, en donde no se genere una carga económica y que por ende el resultado sirva como insumo para la Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de la Provincia de Cartago y Los Santos.

Posteriormente, se puede alegar quienes son los beneficiarios de este trabajo, tanto aquellos que se benefician indirecta o directamente. En primer lugar, se generará un beneficio a las comunidades, en este punto es importante cuidar y respetar la autenticidad sociocultural de este sitio. Esto como menciona la Asamblea de la República de Costa Rica (2009) en donde se presenta el Artículo 2 de la Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario, de que se debe de respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos, y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural (p. 1).

De esta misma manera, otro beneficiario es MIDEPLAN como institución, ya que como menciona Fernández (Video no publicado, 2020) actualmente se está trabajando con una Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de Cartago y los Santos en donde se pretende impulsar el turismo de esta zona como motor para un mejor desarrollo económico.

Por otro lado, y relacionado con esto, el otro beneficiario con la realización de este trabajo de investigación es el Instituto Costarricense de Turismo, ya que se le brinda una proyección de cómo la comunidad impacta en el país en este ámbito. Esto se define así debido a que la misión del ICT (2020) es orientarse a fortalecer el modelo de desarrollo turístico sostenible costarricense mediante la definición de políticas públicas, alianzas y proyectos para

fomentar la sostenibilidad y la permanencia de los turistas, siempre que se mejore el nivel de vida de los costarricenses (párrafo 6).

Como último elemento, el Tecnológico de Costa Rica (TEC) forma parte de los beneficiarios ya que es la institución de donde se investiga dicha propuesta y como bien se menciona en la página de la institución su misión es desarrollar investigación, extensión y servicios en biotecnología, ofreciendo soluciones pertinentes y de excelencia mediante el trabajo multidisciplinario (TEC, 2020, Misión). Al igual que la visión es ser un centro de investigación líder en biotecnología que impacte positivamente en el ambiente y en la calidad de vida de la sociedad (TEC, 2020, Visión). Se define que es un beneficiario debido a que el propósito de esta es aportar a la sociedad y la idea del trabajo de investigación es que de un resultado positivo a la misma.

Por último, la investigación, surge como parte de la Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de la provincia de Cartago y los Santos (2020) en donde se indica que el Cantón de Dota, perteneciente a la provincia de San José presenta un Índice de Desarrollo Social (IDS) muy bajo en donde se contempla un 38,56 en promedio. Ahora bien, según el Plan de Desarrollo Humano Local del cantón de Dota (2009) se menciona que específicamente el distrito de Copey es el que tienen el IDS más bajo de los tres distritos pertenecientes del cantón de Dota, en donde este cuenta con un 42,8 en comparación con Jardín que tiene un 47,8 y Santa María con un 65,4. El origen de la investigación surge dentro del marco de la estrategia, en donde se establece como criterio el IDS como medio para definir de manera preliminar los cantones que necesitan apoyo para fortalecer el desarrollo turístico. A partir de la revisión de dicho índice se logra establecer que los Santos se encuentra dentro de los índices más bajos a nivel nacional.

Con base a todas las características brindadas anteriormente se puede deducir la importancia de la realización de dicho trabajo de investigación. A continuación, se presentarán los objetivos de este trabajo.

Objetivos

Los objetivos se refieren a qué se pretende de la investigación, estos son la guía de estudio los cuales deben estar siempre presentes en cada paso de formulación de la investigación. Cabe mencionar que los objetivos deben ser claros y concisos. Existe la posibilidad que durante la investigación surjan o cambien los objetivos (Reguera, 2015). Es de esta forma que en el presente trabajo se pretende realizar una investigación en relación con la condición turística que presenta la comunidad de Copey, tomando como elementos clave la

dimensión socioeconómica y el crecimiento potencial y real que presenta dicha zona con respecto a la actividad turística, esto será primordial ya que funcionará como guía para poder avanzar de manera adecuada y concisa. Los objetivos que se plantean para el desarrollo de esta investigación son los siguientes:

Objetivo General

Tomando en cuenta a Reguera (2015) el propósito y parte del conocimiento que se desea generar de la presente investigación se establece a partir de la formulación del siguiente objetivo:

Analizar la situación turística desde una dimensión socioeconómica del desarrollo turístico de la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Objetivos Específicos

Por medio de los objetivos específicos se establecen los lineamientos a cumplir en el trabajo de investigación, los cuales se presentan a continuación:

Identificar los tipos de empresas y emprendimientos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Evaluar el desarrollo turístico real y potencial en la comunidad de Copey de Dota, San José, para establecer las posibilidades de desarrollo en el II semestre del 2020.

Justificación

En este apartado se sustentan las razones de la realización de este trabajo de investigación en donde se expone porqué es importante realizarlo y en respuesta a la viabilidad de la investigación con argumentos políticos, sociales, económicos, técnicos y humanos. Además de esto se explica si la investigación cuenta con criterios tales como conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y si tiene alguna utilidad metodológica,

para esto, se define cuáles son los beneficiarios del trabajo de investigación y que tipo de beneficio recibirán (Reguera, 2015).

Primeramente, se tiene el elemento de conveniencia de este trabajo, en donde según Hernández (2014) lo que se busca es definir para qué sirve la realización de este estudio. De este modo, se muestra que el problema que se definió para este trabajo de investigación está relacionado con la situación turística en la comunidad de Copey de Dota, San José desde una dimensión socioeconómica del desarrollo del turismo tanto real como potencial de la zona. Esto es importante para poder realizar una “radiografía” del territorio junto con su situación turística, utilizando así la herramienta brindada por IICA (2014), en donde se miden los indicadores tales como la historia, estructura demográfica, principales procesos demográficos, principales fuentes de ingresos de la población, estructura económica, uso de tecnología e innovaciones, cultura y tradiciones, conflictos sociales y actitud de la población local hacia el turismo. Sin embargo, para efectos de esta investigación los indicadores escogidos son: el tipo de empresas y emprendimientos, los recursos humanos y el acceso a mercados que se encuentran en la zona de estudio. Estos indicadores se eligieron debido a que el trabajo de investigación es de tipo social, ya que la implementación y ejecución de este no depende de una capacidad de pago o un rendimiento financiero de parte de inversionistas, consumidores o usuarios potenciales (Socatelli, 2016). Ahora bien, esto es importante de conocer debido a que el propósito de la investigación es brindar una radiografía del territorio, o como bien se menciona en IICA (2014) un análisis multidimensional del este.

Es indispensable comprender que este trabajo se está realizando en medio de una pandemia global provocada por el SARS-CoV-2, que ha generado que el turismo sufra por primera vez la temporada 0, esto implica que muy pocos turistas puedan viajar actualmente, entre tanto los turistas nacionales son aquellos que les es permitido viajar con muchos protocolos de por medio, siempre y cuando la situación esté mejorando (García, 2020). Iniciando el 01 de agosto del 2020 se permitió el ingreso de vuelos comerciales que proceden de la Unión Europea, esto ha posibilitado que nuevamente los turistas extranjeros, que cumplan con ciertos requisitos, puedan ingresar al país (Ministerio de Salud de Costa Rica, 2020). Sin embargo, la disminución del turismo y las medidas sanitarias necesarias limitan que se realice trabajo de campo para esta investigación y que por ende la mayoría de trabajo del mismo se debe realizar por medio de búsqueda bibliográfica y el uso de tecnologías como las videollamadas.

Tomando en cuenta lo que señala Hernández (2014, p. 40) se considera a la relevancia social como aquello que le da valor a la sociedad y a beneficiarios de la realización de la investigación, es decir este elemento debe contestar cuál es el alcance o la proyección social.

La relevancia social de esta investigación, en primera instancia, va a tener incidencia en organizaciones e instituciones públicas, ya que va a aportar una evaluación preliminar sobre las condiciones del desarrollo turístico de la comunidad de Copey de Dota.

En primer lugar, en cuanto a las instituciones públicas beneficiarias directas e indirectas se pueden enumerar las siguientes:

El Tecnológico de Costa Rica sería una beneficiaria directa por medio de la carrera de Gestión de Turismo Sostenible ya que la presente investigación aporta a la comprensión del desarrollo integral del país, de manera más específica brinda información importante para el desarrollo local de la comunidad de Copey de Dota. Logrando que el Tecnológico de Costa Rica, como institución de educación superior, contribuya al desarrollo de diversos actores sociales que están vinculados a diversas actividades turísticas.

Esta investigación se adscribe dentro de una iniciativa denominada Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de la provincia de Cartago y los Santos, en la cual existe representación de diversas instituciones y organizaciones, las cuales dentro de la investigación se considera como beneficiarias indirectas entre las que se pueden señalar: Cámara de Turismo de los Santos, Cámara de Turismo de Orosi, Colegio Universitario de Cartago, Consejo Nacional de las Personas con Discapacidad, Dirección Nacional de Desarrollo Comunal, Hotel el Guarco, Instituto de Desarrollo Rural, Instituto Mixto de Ayuda Social, Instituto Nacional de Aprendizaje, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (Región Central), la Municipalidad de la Unión, Sistema Nacional de Áreas de Conservación y la Universidad de Costa Rica.

Dicha estrategia tiene como objetivo general implementar una agenda de trabajo estratégica entre los gobiernos locales, instituciones y organizaciones de la provincia de Cartago y la zona de los Santos que permite el impulso del turismo como un motor de desarrollo socioeconómico y ambiental de la zona. Esta investigación puede beneficiar en gran manera debido a que otorga información valiosa a MIDEPLAN y demás instituciones mencionadas con anterioridad, que permite continuar con el proceso de desarrollo de esta estrategia.

En segundo lugar, las organizaciones sociales en Copey de Dota beneficiarias de manera directa e indirecta son las siguientes:

De manera directa se benefician todas aquellas empresas y emprendimientos turísticos de la zona, porque les va a permitir conocer la situación turística desde una dimensión

socioeconómica, bajo criterios de desarrollo turístico real y potencial. Dicho de otra manera, los resultados de la investigación pueden ser un insumo para que a corto, medio o largo plazo se consideren para la toma de decisiones y se establezcan algunas acciones que permitan mejorar el desarrollo turístico.

Así mismo, las implicaciones prácticas de este trabajo aluden a si dicha investigación resuelve algún problema y si este les agrega valor a los problemas prácticos (Hernández, 2014). Por lo que, la presente investigación responde a lo siguiente ¿cuál es la situación turística desde una dimensión socioeconómica del desarrollo turístico en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020? El cual evidencia una realidad local, nacional e internacional relacionada con la crisis económica agudizada por la pandemia SARS-CoV-2. Ya que ha provocado que el carácter dinámico del turismo se vea interrumpido por medidas tales como cierre de fronteras, reducción de jornadas laborales, falta de liquidez de las empresas y emprendimientos para asumir sus compromisos financieros y una reducción sensible a la movilidad humana a nivel local, nacional e internacional. Como menciona Manuel (2020), el gobierno se declaró en alerta de emergencia nacional por la enfermedad del SARS-CoV-2 y por ende se cerraron las fronteras en donde aquellos que viajaron deben cumplir un aislamiento preventivo.

Cabe mencionar que en Copey de Dota la actividad económica que más predomina es la agricultura, principalmente de café, siendo el motor de desarrollo para todo el sector, lo cual abre un gran espacio para que se pueda generar el turismo como una actividad complementaria a esta (Plan de Desarrollo Humano Local Cantón de Dota, 2008, p. 17).

Continuando con los criterios que indica Hernández (2014) se tiene que el valor teórico sustenta a varias preguntas que este planea. Entre las cuales se encuentra si la investigación generará conocimiento nuevo, si la información será útil para apoyar una teoría, si se obtendrá información nueva que antes no había con base a los resultados. En el caso de esta investigación, se interpreta a una de las preguntas el informarse a mayor medida acerca de la situación real y potencial del turismo.

Como se mencionó anteriormente, en esta investigación se va a recopilar información que tiene relación con la situación real y potencial del turismo de la comunidad de Copey de Dota. La información que se obtenga de esta investigación va a servir para las instituciones y organizaciones mencionadas anteriormente, pero no se pueden generalizar porque el impacto a las actividades turísticas es diferente a lo largo y ancho del país.

A partir de la investigación se establece, como se mencionó antes, dos criterios vitales que son la situación real y potencial del turismo. Con los resultados que se obtengan de la

investigación se espera conocer cuál es la condición de la comunidad de Copey durante el segundo semestre del 2020, dentro de la coyuntura económica, política y social.

Por último, se tiene al criterio de la utilidad metodológica, en donde se busca conocer si la investigación puede ayudar a crear un nuevo instrumento para analizar y recolectar información, así también a contribuir con conceptos que se relacionan entre variables, y si se pueden lograr mejoras de estas.

Al realizar esta investigación bajo las condiciones descritas en las líneas anteriores, esto permite construir instrumentos para medir el impacto y la situación turística durante el segundo semestre del 2020 en la zona ya mencionada, esto no excluye que dichos instrumentos puedan ser utilizados en otras zonas del país que se encuentran afectadas por las medidas tomadas a nivel nacional. Se busca construir conceptos y teorías que se relacionan entre sí para el conjunto de resultados a obtener.

Antecedentes

Los antecedentes son todas aquellas recopilaciones existentes de trabajos que se han realizado con anterioridad y que guardan una semejanza con el tema a investigar. Estos son una base importante para poder justificar el tema de investigación por medio de argumentos respaldados por trabajos que ya han sido realizados, con el fin de poder entenderlos y analizarlos (Lerma, 2009).

Se realizó una búsqueda de información en la base de datos del Tecnológico de Costa Rica tales como repositorios, bases electrónicas, JSTOR Y Digitalia, en donde se les dio la prioridad a trabajos de tesis y artículos de revistas especializadas. Así también se encontraron trabajos de la Universidad Nacional y de otros documentos internacionales.

La presente selección de antecedentes data del año 2002 al 2018, los cuales tienen relación directa o indirecta con el problema de investigación y refieren a diferentes tipos de fuentes bibliográficas (tesis, artículos, libros, etc.).

Antes que nada, se presentan las referencias a nivel nacional:

En primer lugar, se tiene que, en el 2002 se realizó un estudio relacionado a la evaluación del potencial turístico de las aves como contribución al desarrollo sostenible de las comunidades de montaña en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Tapantí Macizo de la Muerte, Costa Rica, presentado en el Centro Agrónomo Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) como una tesis de requisito para optar por el grado de Magister Scientiae realizado por Rodríguez. La recolección de datos se realizó a través de entrevistas a guías observadores de aves, en donde se elaboró un listado de las aves.

Este estudio se realizó en un área demográfica que contempla a los alrededores del Parque Nacional Tapantí Macizo de la Muerte, en donde se incluye a la comunidad de Copey de Dota. En donde, la relevante característica para este trabajo, en relación con el turismo, es el un importante ingreso económico para la comunidad, en este caso se demuestra que uno de sus principales atractivos es la observación de aves, especialmente del quetzal. Este trabajo de tesis se enfoca principalmente en la recopilación de información referida a las especies de aves, sin embargo, brinda datos destacados en relación con el perfil del turista observador de aves, atributos para visitar la comunidad, tipo de turistas que visitan estos lugares, la oferta, el estado actual de la comunidad de Copey de Dota y más. Como parte de las conclusiones que brinda esta tesis se puede rescatar que la zona registra un total de 216 especies de aves, lo cual convierte a esta zona con gran potencial turístico. Las tres comunidades que se presentan cuentan con esta característica, no obstante, San Gerardo de Dota es el que tiene más capacidad de infraestructura para aprovechar este recurso. Por último, la captura ilícita de aves y el excesivo número de visitantes son amenazas que existen en la zona.

De este mismo modo, se halló otra fuente importante de información proveniente de un trabajo de investigación generado por Mora, presentado hacia la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y la Escuela de Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico de Costa Rica, como tesis para obtener el título de Maestría en Desarrollo Económico Local con énfasis en Turismo Comunitario para la fecha de julio del 2012. Dicho trabajo nombrado “Desarrollo Local y Turismo Comunitario en la Globalización, el caso de San Gerardo de Dota”, brinda respuestas a múltiple cantidad de información y conceptos. Cabe señalar que el tipo de investigación que se realizó en este trabajo es cualitativo, debido al método y análisis utilizado.

Esta investigación brinda como problemática la idealización que se tiene del turismo comunitario el cual implica la participación de las personas locales, no obstante, se pretende descubrir si esto realmente se cumple, es decir, definir si se le puede calificar según el caso de San Gerardo de Dota como integrador o excluyente. Como bien se mencionó en el párrafo anterior existe variedad de conceptos que este trabajo de investigación engloba, entre los que se pueden mencionar tales como desarrollo, desarrollo local, turismo, globalización, turismo comunitario, desarrollo económico local, turismo alternativo. Como parte de las conclusiones brindadas por el autor se menciona que la oferta de empleo es suficiente ya que satisface a la población en relación con su demografía, esto específicamente en San Gerardo, no obstante, se puede observar un patrón similar en toda el área de San Isidro de El General. Otra conclusión importante es que la población ha logrado mantener su cultura e identidad en relación con el territorio.

En esta misma labor de investigación se encontró el proyecto de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Comercio y Negocios Internacionales con énfasis en Mercadeo Internacional, titulado como Coffee tour en el micro beneficio MONTECOPEY, ubicado en el cantón de Dota: Diversificación de la actividad comercial cafetalera. Presentado por Blanco y Hoke en el 2018, ante la facultad de Ciencias Sociales, escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA).

Este proyecto de graduación brinda información relacionada al agroturismo, coffee tour, encadenamiento, diversificación comercial y turismo rural comunitario que se realiza en el distrito de Dota, conceptos enormemente relevantes para esta práctica de especialidad. Este documento concluye que la realización de un coffee tour en esta zona es posible debido a la belleza escénica y los recursos naturales, así también como el recurso hídrico y especies nativas de flora y fauna. El coffee tour en MONTECOPEY puede desencadenar un desarrollo social comunitario que brinde la oportunidad de generar empleo a los locales de la zona, esto conviene a aquella planta turística de la zona tales como restaurantes, artesanos, tiendas y supermercados. La realización de uno o varios coffee tours puede atraer y promocionar aún más a la comunidad de Copey de Dota.

Ahora bien, se cuenta con antecedentes bibliográficos que se enfocan en diversos libros generados por diferentes entidades. En primer lugar, se tiene al documento llamado Fundamentos para emprendimientos turísticos sostenibles: La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles. Este mismo, fue trabajado por el autor Socatelli y fue apoyado por parte de la Editorial UNED en el año 2016, presentado en Costa Rica.

Este libro cuenta con el objetivo de brindar una guía de planeamiento para los proyectos de emprendedores relacionados con la actividad turística para lograr un equilibrio en su producción con base en su contexto cultural, ambiental y social. Dicho documento que funciona como una herramienta básica para aquellos negocios con este tipo de actividad, informa también el significado en sí de que es el emprendedurismo y la empresariedad.

En segundo lugar, se tiene el libro titulado, Tendencias de desarrollo turístico mundial: enfoque desde las ciencias sociales, el cual fue elaborado por la autora Solís y publicado en el año 2017 en Costa Rica por parte de la Editorial UNED.

Asimismo, este libro brinda valiosos aportes sobre las diversas tendencias que el turismo como actividad representa, además de los retos que se le suman en el futuro, a través de ejes transversales como la equidad de género, derechos humanos, investigación y ambiente. Este libro cumple su objetivo en este trabajo de investigación, ya que proporciona importantes textos que ayudan al diagnóstico, evaluación y estudios de diversos casos, los cuales son

aplicables en muchos aspectos de esta investigación. Además, como insumo principal brinda información sobre la importancia del desarrollo en el emprendedurismo, el cual permite tener un panorama más claro sobre el concepto en sí y su aplicación.

En tercer lugar, otro libro de gran importancia para este trabajo de investigación es el que pertenece a Castro, llamado Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad. Esto de igual manera se dio por parte de la misma editorial que los otros tres libros anteriores, la cual es la Editorial UNED presentada en el año 2017.

En cuanto al libro anteriormente mencionado, esta trata de un análisis del turismo que es conformado por diversos actores, instituciones y disciplinas. Así también va dirigido a un público que no sea necesariamente profesional en el tema debido a que en este libro se utiliza un lenguaje sencillo, además de que brinda ayudas para aprender y unidades didácticas. Para el caso de este trabajo de investigación, lo valioso que tiene el libro es la información que brinda con respecto a la planta turística de Costa Rica, enfocados en empresas de hospedaje, agencias de viajes, restaurantes, entre otros.

Por otro lado, al trabajar con una comunidad es importante informarse de los planes de desarrollo que independientemente existan o no. En este caso, se examinó el Plan de Desarrollo Humano Local Cantón de Dota realizado en el 2009 el cual contempla las estrategias a desarrollar para el progreso del mismo cantón en el periodo 2010-2020, para el cual se hace una medición sobre los datos demográficos de todo el cantón, en donde están representados también sus distritos Copey, Santa María y Jardín, siendo Copey de Dota el más extenso territorialmente. Además, en el Plan de Desarrollo se realizó un estudio sobre la actividad económica y productiva de esta zona, lo cual es de suma importancia ya que brinda un panorama bastante amplio sobre aquellas actividades generadoras de dinero que más predominan, así también se indaga sobre los índices de desarrollo social que presenta el cantón y sus tres distritos, para el cual según el índice de desarrollo humano distrital Copey de Dota es el que tiene menos progreso en este ámbito.

Además, se cuenta con la existencia del documento relacionado con el Consejo Territorial de Desarrollo Rural Los Santos, Plan de Desarrollo Rural Territorial (PDRT). Cabe mencionar que es un trabajo colaborativo entre las municipalidades de Dota, Tarrazú y León Cortés Castro, por parte de su respectivo comité directivo, así también se da la colaboración de representantes del sector social, sector económico, productivo y de ambiente, instituciones como el Inder y Sepsa. Este Plan de Desarrollo Rural fue publicado en agosto del 2016 y es un plan vigente del 2016 al 2021. Cabe señalar, que la metodología se realizó en fases, la primera llamada Capacitación del equipo territorial, la segunda de planeación llamada Construcción del

PLAN, por último, la elaboración de proyectos. Así también, según el documento, el tipo de investigación es mixta.

Este trabajo busca articular los proyectos, programas y todas aquellas “acciones” que ayuden a reducir o minimizar las brechas socioeconómicas de las comunidades que integran la zona de los Santos, pretendiendo con esto, brindar a los habitantes una condición de vida ideal. Este plan tiene como propósito recopilar y reconocer aquellos programas, proyectos y acciones que permitan que esto sea posible. La idea de disminuir las brechas socioeconómicas pretende erradicar por medio de producir nuevas oportunidades para la comunidad entera, especialmente aquellos con menos probabilidades de obtener trabajo. Como parte de la conclusión de dicho Plan, se obtiene que el territorio cuenta con diversos aspectos que limitan el desarrollo, tales como la infraestructura vial, la falta de agua potable para consumo y para producción. Sin embargo, se hallan factores positivos que pueden beneficiar, con respecto a la diversificación productiva, la cercanía de los centros de comercialización, existencia de instituciones, la amplia gama de atractivos turísticos y los emprendedurismos en la zona.

Por último, otro plan relevante para esta investigación es el Plan de Gestión Integral de Destinos, Centro de Desarrollo Turístico Los Santos, presentado mediante un programa impulsado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el Ministerio de Cultura y Juventud, entre 2019- 2022.

Este plan busca motivar a una gestión integral de destinos específicamente del sector turismo, para de este modo producir condiciones de mejora para el sitio de Los Santos y por ende su competitividad como destino. Cabe recalcar que este plan brinda una serie de acompañamientos para solidificar la gestión local de este sitio, contemplando a los gobiernos locales, organizaciones sociales, cámaras de turismo, empresarios y otros. Específicamente para este trabajo de investigación todo el plan es relevante para cumplir con varios objetivos, y a la vez cotejar la información que este documento brinda en contraste con la recolección de datos de investigación.

Por otro lado, se presentan las siguientes referencias de índole internacional:

Se consultó el trabajo de investigación que, en abril del 2016, fue presentado por Danaher, Fatal, Letourneau y McMahon como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Ciencia, este trabajo se presentó en la Worcester Polytechnic Institute de Estados Unidos. Parte de la metodología realizada en este estudio se realizó a través de trabajo de campo, por medio de entrevistas con los finqueros y la observación, recolección de información por parte de la base de datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), así también se obtuvieron datos provenientes de Johan Brenes, ingeniero que promueve la zona de Dota.

El principal propósito de este trabajo es realizar una ruta agro-ecoturística junto con el equipo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) alrededor del distrito de Copey de Dota. De igual manera este documento brinda datos importantes acerca de la zona y el turismo que existe, así como la oportunidad del agro ecoturismo que este propone. En este ámbito se muestra cuales fincas se pudieron enlistar para este tipo de turismo y las características de cada una como la accesibilidad, las prácticas sostenibles que se realizan en cada una, infraestructura, etc. Como parte de las conclusiones que brinda esta investigación se encuentra que existe una infraestructura y planes por parte de las fincas de Dota, lo cual hace a esta región ideal para la implementación del agro-ecoturismo. El MAG trabaja de la mano con estos finqueros para continuar desarrollando este turismo en la zona, por lo que ya está encaminado como proyecto el generar ingresos por este medio. De igual manera, en el documento se estipula que dicha información de ese trabajo de tesis puede ser utilizada para cualquier necesidad de algún finquero o empresa lugareña que requiera utilizar los datos y la ruta que los estudiantes crearon para poder ayudar con este nuevo desarrollo.

Por otro lado, se cuenta con el trabajo de titulación como requisito para optar por el grado de licenciado en turismo y hotelería, con el título de Análisis de la Oferta y Demanda Turística Actual de la Parroquia Pascuales para el Desarrollo de una Estrategia de Promoción Gastronómica, a nombre del autor Briones publicado en el año 2016. Este trabajo de tesis se realizó en Ecuador, específicamente en Guayaquil. Dicho estudio brinda información acerca de cómo realizar un diagnóstico de la demanda turística, en donde se toma en cuenta el análisis de oferta y demanda. Cabe mencionar que el tipo de metodología utilizada en este documento es de tipo cualitativa y de tipo descriptiva con fuentes de información mixta.

De parte de la Revista Española de Financiación y Contabilidad se halló un artículo llamado Factores Económicos-Financieros que inciden en la eficiencia temporal de las Empresas del Sector Turístico Español, publicado entre julio y septiembre del 2005, realizado por Blasco y Moya, ambos pertenecientes al Departamento de Economía y Ciencias Sociales de la Universidad Politécnica de Valencia.

Este artículo se inclina en gran parte al sector turismo, no obstante, de esta referencia lo que más interesa es su objetivo de trabajo en donde se plantea un método de análisis para determinar factores que predominan en empresas del sector turismo. Como bien se menciona en este artículo, uno de los problemas que se dan en la actualidad es la falta de estudios acerca de las empresas turísticas debido a la gran diversidad de estas. Algunas de las empresas reconocidas en la industria turística son clasificadas en primarias (transporte, organización de viajes, alojamiento, atracciones turísticas), secundarias (minoristas, bancos, entretenimiento,

actividades de ocio, etc.) y terciarias (servicios del sector público, alimentos, combustible, etc.). En cuanto a la metodología que se utilizó en el presente artículo se expone el método de análisis bietápico que determina cuales son los factores financieros y su capacidad que es significativa a nivel estadístico, esto se realiza por medio de etapas (la estimación de eficiencia y la detección de variables que influyen).

Así mismo, se escogió como referencia un libro relacionado con la Estructura de los mercados turísticos, de Esteve, Fuentes, Martín y Torres, publicado el 2006 en Barcelona, España. Dicho libro cuenta con el principal objetivo de brindar conocimientos acerca de la demanda, oferta turística y como se analizan las mismas.

Un importante factor de esta referencia es que se enfoca en el ámbito turístico. Dicho documento brinda valiosa información en relación con cómo funciona el sistema turístico en esta área, es decir, los recursos, la tipología y productos, los destinos y el turista en sí. A la vez, se brinda información acerca de la oferta en estos mercados, tales como alojamientos, camping, transporte, empresas de intermediación, etc. La estructura de los mercados turísticos se menciona en este documento, en donde se alega acerca del turismo rural y urbano, junto con sus diversas características. Por último, brinda la introducción y los fundamentos de cómo se debe investigar los mercados turísticos, en donde se muestran los tipos de investigación cuantitativa y cualitativa.

De igual manera, se cuenta con valiosa información proveniente de otros libros. Uno de ellos, fue escrito por Arnándis en el año 2007, llamado ¿Qué es el turismo? Evolución a través de sus definiciones. Este libro brinda información relevante, ya que se puede estudiar el énfasis principal de este trabajo de investigación, el cual es el mismísimo concepto del turismo.

Brinda la evolución de los conceptos que se le han dado al turismo y con ello diferentes perspectivas por diferentes autores y épocas. Fue a partir de este concepto que se empezaron a determinar definiciones relevantes para el turismo, tales como visitante, turista, excursionista, receptor y emisor, etc. De la mano con esto, también aparecen los tipos de turismo que época tras época se desarrollan diferentes categorías de este, como por ejemplo el turismo de masas, turismo natural, ecoturismo, turismo rural, etc. Así mismo, se demuestra que el turismo es beneficioso para la sociedad, especialmente para el sector económico, sin embargo, también surgen problemas ligados a este desarrollo. Es de esta manera, que a partir de los años 90s se evidencian los efectos que este sector provoca, a partir de aquí se empiezan a generar soluciones sostenibles para el turismo.

Ahora bien, por parte de Amaru se presenta un libro denominado Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios, conformada por la editorial Pearson en el 2008 para México.

Este libro es una herramienta de gran ayuda para aquellos emprendedores ya que brinda una serie de exigencias y plantea de forma minuciosa todas las etapas que se deben de llevar a cabo desde los comienzos hasta la consolidación de una empresa. Todo esto con el fin de evitar el fracaso y maximizar las posibilidades de éxito. En cuanto a la importancia para este trabajo de investigación, este documento brinda información acerca de la clasificación de las empresas y emprendimientos por su tamaño, clasificándolas en microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas.

De igual manera, otro libro de gran utilidad es el llamado Gestión pública del turismo, escrito por Oriol reconocido profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación, el cual es responsable de diferentes cursos tales como Destinos turísticos y Ecoturismo, además es Máster en Information Resources Management. Dicho libro fue publicado en Barcelona, España en el año 2010. Parte de la información relevante que otorga este autor va en sentido con la estructura empresarial del turismo, en relación con la planificación de políticas de mercado. Así mismo, es de suma utilidad esta referencia debido a que se enfatiza en las zonas rurales que no cuentan con un desarrollo endógeno. El libro muestra la visión de que el turismo permite que la comunidad se desarrolle generando riqueza y trabajo. De la misma manera se explican elementos acerca de la gestión del turismo en donde se especifican como se organiza y se llevan a cabo ciertos proyectos.

Por último, se obtuvo acceso a la Guía para la Elaboración de Planes de Desarrollo Territorial Turístico, del autor Hermosilla. Cabe mencionar que dicho libro se publicó en Valencia, España, en el año 2017. Este es uno de los libros que brinda más cantidad de conceptos y desarrollo de temas relacionados con el turismo, planificación, planificación estratégica turística, análisis de atractivos y productos turísticos (oferta, productos, oferta de alojamiento, emprendimiento), análisis de la demanda turística.

Por este lado, gracias a este libro se puede obtener mucha cantidad de conceptos básicos para la realización de este trabajo. Nuevamente, brinda el concepto del turismo como la actividad que realizan aquellos al viajar fuera de su residencia y que pernoctan al menos una noche. De esta misma forma, menciona la importancia de planificar en el turismo, haciendo alusión a que hay que considerar que el turismo se realiza en un sistema territorial y por ende esto conlleva un tipo de complejidad. Es así como la planificación debe considerarse como un instrumento y no como una finalidad, relacionado a esto, se presenta la planificación estratégica

turística. Por otro lado, se puede apreciar en dicha lectura uno de los temas de suma relevancia para la práctica de especialidad y su trabajo de investigación, siendo este el análisis de atractivos y productos turísticos, entre los cuales se enfoca en la oferta de alojamiento, oferta en general, productos, emprendimientos, etc. Finalmente, otro punto imprescindible importante para la investigación es el cómo se debe analizar la demanda turística, permitiendo de esta manera establecer los mercados que la zona recibe y por ende el acceso al mismo.

Proyecciones

De acuerdo con las proyecciones que se esperan al cumplir en este trabajo de investigación se tiene que se concibe realizar una radiografía turística e identificar el turismo real y potencial de la comunidad de Copey de Dota. Así mismo, durante la ejecución del trabajo se busca efectuar los contactos para poder generar alianzas adecuadas. Y, por último, se desea crear un insumo para que las empresas y emprendimientos puedan utilizarlo para de esta manera impulsar el turismo en la comunidad de Copey de Dota.

Capítulo II. Marco Referencial

Según Gonzales y Daniel (2009) especifican que el marco de referencia brinda las teorías, principales definiciones en las cuales está basado el problema, todo esto desde diversa información proveniente de estudios anteriores. El marco referencial también se le conoce como marco teórico, en donde se debe de realizar una revisión de la información para obtener diversa teoría que oriente a la investigación.

Primeramente, es indispensable conocer el concepto del **turismo** en dónde según Hermosilla (2017) menciona que el turismo funciona como un fenómeno social, económico y cultural. Por otro lado, Arnándis (2007) brinda una variedad de conceptos relacionados al turismo y su evolución, para cuestiones de este trabajo se especifica en el turismo como un sector económico. Según Arnándis, el turismo es un hecho que implica a una gran variedad de sectores económicos. Ahora bien, con el paso del tiempo este concepto ha variado, en un inicio las clases acomodadas o mejor dicho familias con grandes adquisiciones económicas eran aquellos que se daban los lujos de viajar, especialmente en el viaje conocido como Le Grand Tour. En 1929 el autor Morgenroth es uno de los primeros en darle al turismo una perspectiva económica, en donde menciona que el mismo se convierte en una parte importante para aquellos que trabajan en el área y son usuarios de bienes económicos. Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas (como se menciona en IICA) reconoció al turismo con gran importancia en las economías nacionales y el comercio, en donde lo definió como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (2014).

En 1970 con la creación de la OMT se empieza a dar el reconocimiento de que el turismo contribuye en la economía (p. 147). Para la segunda mitad del siglo XX se agrega a esta perspectiva económica la definición de turismo como un fenómeno económico-social (p.148). Según Arnándis, a partir de aquí se empieza a estudiar al turismo como un factor que aporta en el desarrollo económico y que sobre todo se convierte en un generador de divisas, esto quiere decir que este sector afecta directa e indirectamente a la economía ya que genera empleo e ingresos para el estado, etc. (p. 149).

Estos conceptos son claves para comprender el énfasis de este trabajo ya que es un enfoque sistemático en cuanto al desarrollo sostenible del mismo. Cabe recalcar que el desarrollo sostenible es distinto al término de sostenibilidad ya que en el primer caso se busca

el cambio, que sea sucesivo y con dirección, este desarrollo no se relaciona tanto con el crecimiento cuantitativo, sino, que tiene potencialidad de despliegue cualitativo que puede generar un tipo de crecimiento de esta índole (Gallopín, 2003). Por lo que, en cuanto al **turismo sostenible** se pretende involucrar a las comunidades de la zona en donde se realiza la actividad. En este ámbito, cabe mencionar que una comunidad local es un grupo que comparte ciertas características tales como costumbres, tradiciones y lugar de residencia. (Hermosilla, 2017, p. 141).

Por otro lado, como se especifica en Oriol (2010) la **planificación** actual es flexible y estratégica, siendo capaz de ajustarse a nuevos escenarios para lograr resolver problemas. Además, es una técnica administrativa que se relaciona con sectores económicos. Ahora bien, el sector turístico requiere de planificación ya que esta es una técnica primordial para desarrollar el turismo en las comunidades. La **planificación turística** es fundamental a nivel nacional, regional y local, debido a que con una planificación integral el turismo en los niveles antes mencionados puede tener éxito en la gestión y desarrollo de este. En este sentido, la limitante en el proceso resulta ser la financiación causando reducción de recursos y expectativas. Sin embargo, como comenta Mora (2012) si la planificación es precisamente economista se pueden generar resultados no deseados ya que puede ocasionar dificultades en relación con el medio y las desigualdades sociales, por consiguiente, la planificación se debe de dirigir también al desarrollo social en donde se acentúe el crecimiento económico desde una perspectiva social y por ende un método interdisciplinar.

Así también Oriol menciona (2010) que a principios del siglo XX se dieron las primeras iniciativas para la **gestión turística**. En donde, se dio una etapa importante del desarrollo económico para de esta forma controlar las primeras organizaciones turísticas. Sin embargo, con el paso del tiempo se han generado impactos en el paisaje, despersonalización de los centros urbanos, degradación de zonas turísticas, etc. Hoy en día existen oficinas de turismo que gestionan los destinos turísticos. Además de esto, se debe considerar la importancia de una adecuada gestión junto con una planificación turística como en este caso. Como parte de la gestión, se busca establecer el acceso de mercados que estas empresas y emprendimientos brindan. En este punto, es importante que el estudio de los mercados turísticos comprenda la oferta desde su estructura y operación de las empresas turísticas, es decir, que se haga desde un enfoque sectorial (Esteve; Fuentes; Martín; Torres, 2006).

Estos tres conceptos mencionados anteriormente son parte del marco conceptual del trabajo de investigación y por ende es parte de la estructura que se seguirá conforme avance la

misma. Ahora bien, se tienen las definiciones que se presentan a continuación, las cuales forman parte del marco teórico de la investigación.

Como parte de la idea principal del trabajo de investigación, se pretende analizar la situación turística del desarrollo turístico de la comunidad de Copey de Dota. Por lo que es importante comprender que la **situación turística** es aquella que brinda datos sobre la situación actual y potencial en donde se puede explicar el desarrollo turístico de la zona. Entre estos se puede contemplar los atractivos, la competencia, la oferta, promoción y comercialización (Blanco, 2008). Además, el término **potencial** hace alusión a la aptitud de uso de un área, refiriéndose así al territorio, en donde se debe realizar un análisis de las características. Así mismo, este término puede referirse al potencial natural en donde se evalúan las aptitudes naturales de un sitio y sus capacidades para desarrollar actividades que se den en diferentes dimensiones, tales como la ambiental, sociocultural, económica y político-institucional (Mikery; Pérez, 2014). Acorde con esto se define también al potencial turístico como aquellas posibilidades que hay en un ambiente tanto natural como social en donde se pueden realizar actividades meramente turísticas. Del mismo modo, el **turismo real** o mejor conocido como la demanda real hace alusión a aquel turismo o demanda que existe, es decir aquel que compra o consume el servicio en la actualidad, caso contrario con el turismo potencial que es aquel que puede llegar a consumirse (Briones, 2016).

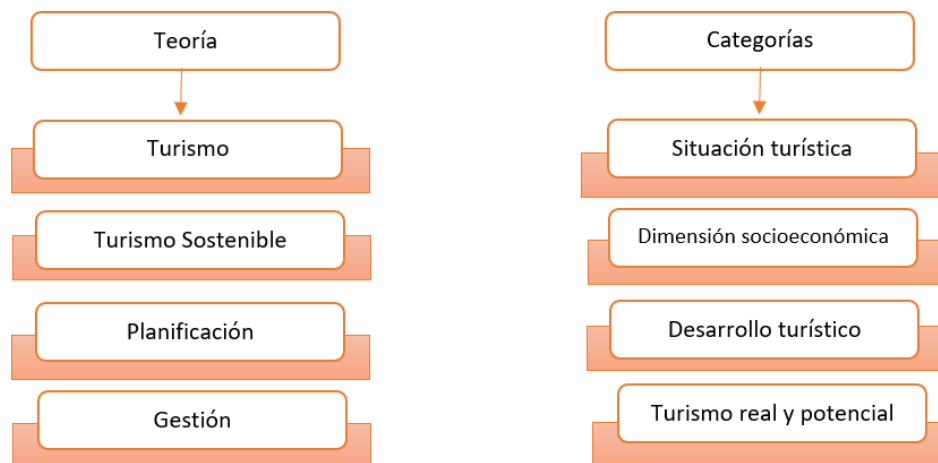
Ahora bien, el concepto de **desarrollo turístico** hace énfasis a un modelo de progreso que se basa en actividades que involucran al sector turístico como una fuente para poder generar utilidades, y de esta forma contribuir al progreso económico y social de un lugar determinado. Además, es importante mencionar que este sector en los últimos años se ha posicionado como una las industrias más importantes en cuanto a generación de empleo, exportación y de incentivo de inversión e impulso económico (Schulte, 2003). De esta manera, han surgido diferentes emprendedurismos y empresas que se desenvuelven en esta área. Para comprender mejor ambos conceptos, se tiene que un emprendedor hace referencia a aquella persona que es capaz de identificar las oportunidades de negocio y pone en funcionamiento su propia empresa (Hermosilla, 2017). Y en cuanto a empresa se tiene que esta es una unidad que se dedica a la producción de bienes y servicios, cabe recalcar, que hay dos tipos de empresas, las constituidas jurídicamente junto con aquellas sin fines de lucro y las no constituidas jurídicamente que son aquellas que pertenecen al gobierno o a un hogar (UNWTO, s.f.).

Por otro lado, parte de la información que la Guía de IICA brinda se mencionan cuatro ejes fundamentales para el desarrollo sostenible en los cuales se encuentran la relación con el medio ambiente, de organización social, política, y de articulación de los elementos culturales

del territorio, por último, los aspectos de organización económica (IICA, 2014). Así mismo, como menciona Oriol (2010) el uso del territorio por parte del sector turístico sigue una serie de dimensiones como la ambiental. Sin embargo, para cuestiones de este trabajo investigativo se toma en cuenta como eje principal a la **dimensión socioeconómica**, eso sí, se debe de integrar como práctica social ya que la relación de estos afecta el territorio y por ende condiciona las actividades a realizar en el sitio, es decir, estos factores configuran una estructura territorial, social y económica (p. 147). Ahora bien, parte de los componentes que se trabajarán en la investigación están relacionados con el tipo de empresas y emprendimientos, recursos humanos y acceso a mercados.

A manera de síntesis gráfica se presenta el siguiente esquema:

Figura 1. Gráfico del marco referencial



Fuente: *Elaboración propia a partir de la investigación realizada (2020).*

Ahora bien, en relación con la dimensión socioeconómica, gracias a la Guía de IICA, se pudo identificar la clasificación que esta propone la cual está dividida por tipo de empresas y emprendimientos, recursos humanos y acceso de mercados. Esta estructura es utilizada para la realización de objetivos que se especificaron con anterioridad, por lo que a continuación se brinda la teoría de estas categorías y sus subcategorías.

Primeramente, las **empresas turísticas** se pueden identificar como todas aquellas que poseen una serie de requisitos tanto técnicos como legales, las cuales pueden estar directamente relacionados con la actividad turística. Según Castro (2017), en relación a lo que el ICT establece una empresa turística puede contar con la Declaratoria siempre y cuando cumpla con una serie de condiciones que les permite clasificar. No obstante, algunas empresas pueden calzar en este sector a pesar de no estar directamente relacionados. En relación con este

término, un **emprendimiento** es cuando una persona o un grupo de personas en medio de la búsqueda de oportunidades convierten una idea en un proyecto sin necesidad de contar con todos los recursos o medios, y por ende genera inclusión social, innovación y desarrollo (Porras, 2016).

Seguidamente, los **recursos humanos** son la mano de obra de una empresa, es decir, los empleados en conjunto. Así también, como mencionan Dessler y Varela cuando se administra adecuadamente los recursos humanos, la empresa debe contar con políticas y prácticas para manejar las relaciones personales, además de capacitar, evaluar y remunerar de la mejor manera (2011). Aunado a esto, según la Guía de IICA los recursos humanos se pueden medir según disponibilidad, costos y el nivel de capacitación (2014).

Finalmente, el **acceso a mercados** hace referencia a las distintas opciones que tienen las empresas de poder incorporarse al mercado de bienes y servicios, las cuales pueden ser a nivel local, regional, nacional e internacional (IICA, 2014).

Capítulo III. Marco metodológico

Según Lerma (2009), el marco metodológico es el que va a establecer de qué manera se va a desarrollar la investigación, ya que en este punto se realiza un diseño estratégico sobre cómo se va a recaudar la información, así también establece cuales son las actividades que se deben implementar para poder resolver los objetivos ya establecidos. Por otro lado, de acuerdo con la metodología utilizada se plantean dos enfoques investigativos los cuales son cualitativa y cuantitativo. El enfoque cuantitativo se debe realizar cuando el objetivo sea desarrollar una investigación descriptiva, retrospectiva, de prospectiva, estudio de casos, experimental o cuasiexperimental. En el caso de la cualitativa, ésta debe aplicarse a aquello que se requiera saber, el qué hacer o el comportamiento de grupos de personas. Para este enfoque lo que se busca es entender lo que las personas piensan, sienten o hacen, por lo que sus relaciones interpersonales y con el medio es de gran importancia.

En este apartado se presentan los aspectos del enfoque, diseño, instrumentos y técnicas que permitirán cumplir los objetivos planteados y por ende responder al problema de investigación. A causa de esto se desarrollará una vía o ruta en donde se generan los pasos a seguir para cumplir con los objetivos.

Enfoque de la investigación

Según Gómez 2016, como se cita en Villalobos (2018) el enfoque hace referencia a la construcción de distintas aproximaciones para poder llegar a desarrollar el estudio de un determinado fenómeno. En este caso, hay tres tipos de investigación: la cualitativa, cuantitativa y la mixta (Barrantes, 2016).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, el enfoque de la presente investigación a utilizar es de carácter mixto, es decir, se van a tomar elementos de los enfoques cualitativo y cuantitativo. Esto con el fin de explorar de manera profunda la situación turística que presenta la zona anteriormente mencionada, a través de la recolección de información acompañado de un profundo análisis, lo cual va a permitir obtener resultados fundamentados en datos estadísticos para de esta manera lograr interpretarlos.

Además, por medio del enfoque mixto se podrá realizar un cotejo sobre la condición con respecto al turismo que presenta la zona de estudio y lo que muestran las diferentes fuentes de información que se exploren, realizando así una triangulación, lo cual brindará una mayor

seguridad sobre los datos, robusteciendo y expandiendo los resultados a obtener. Cabe mencionar que a pesar de utilizar este enfoque mixto se le va a brindar mayor énfasis al método cualitativo (Hernández, 2014).

En base a lo anterior se utilizará como método la observación ya sea de tipo documental o participativa (Lerma, 2009), y a la vez la técnica de cuestionario permitirá aplicar una serie de preguntas que tengan relación con las variables que se deseen medir (Hernández, 2014), esto para cumplir con los objetivos del trabajo de investigación.

Diseño de la investigación

Se entiende por diseño del proyecto como aquel plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento del problema (Hernández et al, 2014, p.126). El tipo de diseño varía según el método que se escoge para el trabajo de investigación.

Ahora bien, según Hernández, el modelo de investigación de este documento es multi metódico ya que se pueden utilizar varios métodos (p. 535). Por esta razón el diseño para la investigación será exploratorio secuencial, esto ya que Hernández la define como un método de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos (p. 551). Así también cabe mencionar que para este diseño se utiliza la modalidad comparativa, la cual hace referencia a la recolección de datos cualitativos y luego cuantitativos, para de este modo comparar los descubrimientos que se brinden en ambas etapas.

Participantes del estudio

Para la ejecución de esta investigación se cuenta con la participación activa de dos estudiantes de la carrera de Gestión de Turismo Sostenible del Tecnológico de Costa Rica con el respaldo de profesores de la carrera con diferentes profesiones que guíen para la realización adecuada del trabajo. Así mismo, cabe mencionar que la población meta eran todos aquellos empresarios y emprendedores turísticos de la comunidad de Copey de Dota, no obstante, solamente se pudo hacer contacto con 15 de estas empresas y emprendimientos. Del mismo modo, las características anuentes de los informantes clave son personas tanto costarricenses como extranjeras.

De acuerdo con el enfoque que tiene este trabajo de investigación, se debe de tomar en cuenta tres factores fundamentales a la hora de la escogencia de los sujetos o participantes que

son clave para la obtención de datos. El primero es la capacidad operativa de recolección y análisis, este es el tiempo con el que se cuenta, el cual es de aproximadamente 8 horas por semana, tomando en consideración que esta investigación se debe culminar en 16 semanas. El segundo es que los participantes posean conocimiento sobre la situación turística desde un énfasis social y económico, para esto se han definido dos bloques, el primero es donde se contará con especialistas en el área, que pueda referirse al tema, como lo es MIDEPLAN (Ministerio de Planificación y Política Económica), Catursantos (Cámara de Turismo los Santos) y la Municipalidad de Dota. El segundo está conformado por todos los artesanos, empresas y emprendimientos turísticos que se encuentran dentro del área de estudio. Y como tercer punto, se analiza la naturaleza del fenómeno, que en este caso es la dimensión socioeconómica que posee la comunidad de Copey de Dota. Es en esta parte en donde los participantes brindarán información relevante para que esta misma pueda ser analizada bajo el contexto del turismo real y potencial que presenta dicho lugar. Además, de la situación con respecto a los recursos humanos de las diferentes empresas y emprendimientos de este sector (Hernández, 2014).

La unidad de análisis seleccionada en este trabajo depende de la dimensión turística desde donde se vea. Es decir, la misma se mide por medio de la dimensión socioeconómica, dependiendo de datos de parte de aquellos empresarios y emprendedores de la zona. Esto quiere decir, que los expertos, empresarios y emprendedores brindan la información de manera voluntaria y la escogencia de esta muestra se da por medio de muestras dirigidas.

Categorías de análisis

Como se mencionó en el enfoque de la investigación, el cual es mixto se prioriza el cualitativo por lo que se tomaran diferentes categorías de análisis, en donde según Villalobos (2018) son los ejes de información de aquel problema de investigación de donde surgen datos que se analizan, la manera correcta de analizar es desde la revisión del marco referencial.

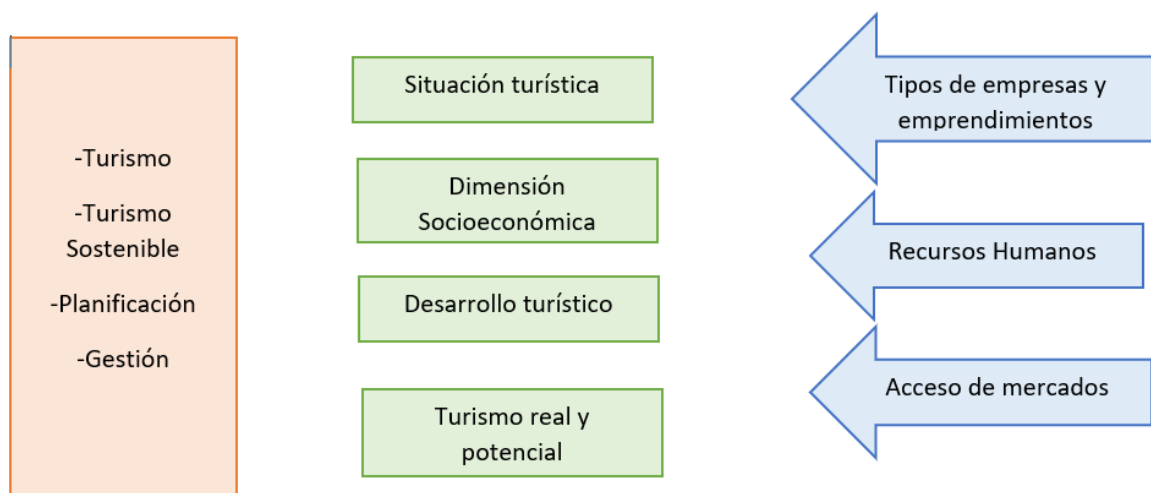
Con base al Marco Referencial se tienen las siguientes teorías que sustentan este trabajo de investigación, empezando por el entendimiento del concepto de turismo con un enfoque económico que se traduce como aquella actividad que se desarrolla con el fin de obtener un beneficio remunerado, luego está el turismo desde una perspectiva sostenible la cual hace énfasis en un modelo integrador que acoge a toda una comunidad en donde se ve beneficiada por los resultados de esta actividad, además, se menciona la planificación del turismo, la cual

es una manera de garantizar la correcta gestión de las diferentes actividades para alcanzar determinados objetivos. Luego está la gestión de la actividad turística, la cual controla los diferentes procesos que suceden para que estos funcionen de la manera correcta.

Gracias a los conceptos anteriores se pueden rescatar las siguientes categorías de análisis, empezando por la situación turística, que es aquella que brinda datos sobre la condición que presenta un determinado lugar con respecto al turismo, así también se encuentra la dimensión socioeconómica que se puede interpretar como una serie de factores que condicionan las actividades humanas en un medio determinado. Además, se encuentra el desarrollo del turismo, entendido como una manera en la cual se puede generar utilidades a través de un modelo turístico. Por otro lado, está el turismo real y potencial, comprendiendo que el real se refiere a la demanda actual que existe en determinado lugar y el potencial es aquel en que se puede desarrollar alguna actividad turística de acuerdo con las características que puede presentar determinada área.

Por otro lado, las anteriores categorías son la base para poder definir cuáles son los tipos de empresas y emprendimientos, evaluar los recursos humanos y el acceso a mercado con lo que pueden acceder estos sitios. A continuación, en la figura 2 se puede ver una ejemplificación de lo que se mencionó con anterioridad.

Figura 2. Categorías de análisis



Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación realizada (2020)

Las fuentes de información son todas aquellas de tipo formales, informales, escritos, multimedia o incluso orales, estos además se pueden dividir en fuentes de tipo primaria, secundaria y terciaria. Para el caso de la primaria, es toda aquella información que se ha recabado de las fuentes originales que no ha sido filtrada, es decir, datos de primera mano. La segunda se refiere a todos aquellos datos que provienen de la primaria, solo que ya está sintetizada, básicamente se refiere a las compilaciones y resúmenes sobre algún tema en específico, y finalmente las terciarias hace énfasis en los documentos que están conformados por todos aquellos títulos de revistas, publicaciones periódicas, pueden ser guías físicas o virtuales (De Longhi., Ferreyra, 2014).

Para efectos de este trabajo se utilizarán fuentes de información primaria, por medio de revisión bibliográfica a través de tesis, libros y demás trabajos que se han realizado con anterioridad que tengan relación al tema de investigación del presente trabajo. Además, se indagarán fuentes secundarias para que de este modo se pueda obtener una mayor cantidad de información de gran credibilidad, esto por medio de resúmenes o compilaciones de distintos documentos que tengan similitud al tema de estudio.

Fuentes de información

En el caso del presente trabajo las fuentes de información son provenientes de diferentes documentos. Primeramente, se tienen aquellos procedentes a nivel nacional. Entre estos se tienen tesis, tales como:

- La Evaluación del Potencial Turístico de las Aves como contribución al Desarrollo Sostenible de las Comunidades de Montaña en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Tapantí Macizo de la Muerte, realizado por Rodríguez en el 2002.
- Desarrollo Local y Turismo Comunitario en la Globalización, el caso de San Gerardo de Dota, de parte del autor Mora presentado en julio del 2012.
- Coffee Tour en el Microbeneficio MONTECOPEY, ubicado en el cantón de Dota: Diversificación de la Actividad Comercial Cafetalera, tesis generada por Blanco y Hoke en el 2018.

Seguidamente se cuenta con libros provenientes de la Editorial UNED:

- La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles por parte del autor Socatelli en el año 2016.

- Tendencias de desarrollo turístico mundial: enfoque desde las ciencias sociales, el cual fue elaborado por la autora Solís y publicado en el año 2017.
- Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad editado por Castro en el 2017.

Luego se tienen los planes de desarrollo a nivel nacional tales como:

- El Plan de Desarrollo Local Cantonal de Dota, realizado el 2009.
- El Plan de Desarrollo Rural Territorial (PDRT), presentado en el 2016.
- Plan de Gestión Integral de Destinos (GID), presentado en el 2019.

Por otro lado, se cuenta con fuentes de carácter internacional, como tesis entre las cuales se puede encontrar:

- Desarrollo de Una Ruta Agro-ecoturística en Copey de Dota, presentado por Danaher, Fatal, Letourneau y McMahon en el 2016.
- El Análisis de la Oferta y Demanda Turística Actual de la Parroquia Pascuales para el Desarrollo de una Estrategia de Promoción Gastronómica. realizado por Briones en el 2016.
- Factores Económicos-Financieros que inciden en la eficiencia temporal de las Empresas del Sector Turístico Español, realizado por Blasco y Moya en el 2005.

Así mismo, se cuenta con libros de la misma índole, tales como:

- Estructura de los mercados turísticos, por parte de los autores: Esteve, Fuentes, Martín y Torres en el 2006.
- ¿Qué es el turismo?: su evolución a través de las definiciones y Gestión Pública del Turismo, realizado por Arnándis en el 2007.
- Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios de Amaru en el 2008.
- Gestión pública del turismo, presentado por Oriol en el 2010.

Por último, se cuenta con el Plan de Desarrollo Internacional llamado:

- Guía para la Elaboración de Planes de Desarrollo Territorial Turístico presentada por Hermosilla en el año 2017.

Todas las fuentes mencionadas anteriormente pertenecen a la categoría de grupos de personas, entre estos grupos se puede mencionar por ejemplo Caturza, MIDEPLAN y la municipalidad de Dota. Por otro lado, se tiene al grupo que corresponde a todas aquellas empresas, emprendimientos y artesanos de la zona que tienen un contacto más directo con la actividad turística. La selección de las personas para el caso de esta investigación se realizó de manera intencionada, esto para asegurar la confiabilidad de la información, ya que respondería a intereses de la investigación, esto tomando en cuenta el problema y los objetivos que se han planteado. Es importante mencionar que el muestreo para este trabajo también es intencionado.

Técnicas de recolección de información

Para obtener las fuentes de información, se pueden utilizar varias herramientas como la observación, documentos existentes, cuestionarios, entrevistas y muchas más que se adaptan para recabar todos los datos posibles y responder al problema planteado y a los objetivos. En el caso de esta investigación se van a utilizar los siguientes métodos para la recolección de información que se mencionan en Lerma (2009).

En primer lugar, está la **observación documentada**, por medio de actividades que se realicen y que queden documentadas mediante algún medio audiovisual, no necesariamente están directamente relacionada al objeto de estudio de esta investigación, pero sí se pueden recabar datos sobre el sitio. También se utilizará la **observación participante**, mediante grabaciones a las que se puedan acceder del sitio de estudio, esto sin comprometer la integridad física de los investigadores por la actual pandemia provocada por el SARS-CoV-2.

En segundo lugar, se utilizará como herramienta del enfoque cuantitativo el **cuestionario**, el cual consiste en un conjunto de preguntas para medir una o más variables las cuales son congruentes con el problema y objetivos (Hernández, 2014, p. 217).

Descripción de las técnicas

En este apartado se busca explicar las técnicas que se establecieron como las idóneas para recopilar información que permita alcanzar de manera progresiva las metas planteadas por cada objetivo específico de la presente investigación. A continuación, se presenta la tabla que muestra cual es la metodología que se utilizará para el trabajo de investigación.

En el caso del primer objetivo el cual consta de identificar los tipos de empresas y emprendimientos turísticos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II

semestre del 2020, se utilizará como técnica el cuestionario, esto mediante un guion flexible y elaborado con antelación (Lerma, 2009). En este cuestionario se presentarán preguntas abiertas y cerradas. Cabe resaltar, que este estará estructurado en dos partes, la primera en donde se le explicará al participante la razón y objetivos de esta y la segunda en donde se apliquen las preguntas, así mismo, existe la posibilidad del uso de consultas que surjan en el momento. En el caso de esta técnica se utilizará el instrumento de inventarios, en donde se busque el listado que trata acerca de las empresas y emprendimientos del lugar. Del mismo modo, se implementará la observación de tipo documentada, para así adquirir información completa por este medio.

Por otro lado, para determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en la comunidad de Copey de Dota, San José, se utilizará la técnica de cuestionario dirigido a los gerentes del área de los Recursos Humanos y si no existe este puesto en la empresa entonces se le aplicará al gerente encargado de la empresa y emprendimiento.

Así mismo, para el tercer objetivo que trata acerca de establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos de la comunidad de Copey de Dota, San José, se desarrollarán las técnicas de recolección tales como cuestionario, específicamente para los expertos e instituciones tales como la Cámara de Turismo de los Santos (CATURSA), empresarios y emprendedores. En este caso se busca utilizar instrumentos tales como documentos o videos que sean facilitados por los expertos antes mencionados.

Para concluir con el último capítulo en donde se busca evaluar el desarrollo turístico real y potencial de la comunidad de Copey de Dota, San José de agosto a diciembre del 2020, se recopila toda la información generada de las herramientas anteriormente mencionadas tales como cuestionario y observación, en donde se evaluará según parámetros de la Guía de IICA. En este último punto se analizarán todos los instrumentos recolectados en los objetivos anteriores. Además, se establecen matrices que son generadas por las respuestas de los participantes confrontados con datos brindados por el Programa de Gestión Integral de Destinos.

Tabla 1. Objetivos y técnicas

Objetivos	Técnicas
-----------	----------

Identificar los tipos de empresas y emprendimientos turísticos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Cuestionario. Observación.
Determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Cuestionario.
Establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos de la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Cuestionario.
Evaluar el desarrollo turístico real y potencial de la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Referencias bibliográficas. Programa de Gestión Integral de Destinos.

Fuente: *Elaboración propia a partir de la investigación realizada (2020).*

Procedimientos de recolección y análisis de datos:

El propósito de esta sección es explicar las técnicas de recolección de información que se utilizarán, las cuales serán congruentes con el enfoque y el tipo de investigación que se definió en páginas anteriores. Según el enfoque de la investigación que es mixto, pero con un enfoque principalmente cualitativo, tomando en cuenta a Hernández (2014) e IICA (2014), y según los objetivos de la investigación se establece las siguientes fases:

Fase 1. Propuesta de investigación: Se ha definido el problema, objetivos, justificación, revisión bibliográfica, definición del marco teórico, construcción del marco metodológico.

Fase 2. Análisis bibliográfico: Revisión de diferentes fuentes para comprender de una manera adecuada la dimensión socioeconómica de la situación turística en general.

Fase 3. Diagnóstico de la situación turística: Diseñar y validar los instrumentos para recopilar datos relacionados con dimensión socioeconómica. Aplicación y recopilación de datos obtenidos por medio de los instrumentos.

Fase 4. Interpretación y análisis de los resultados: Sistematización de los hallazgos obtenidos producto de la aplicación de los instrumentos de la fase 3.

Fase 5. Elaboración de informe: Contiene una valoración inicial de la situación turística desde una dimensión socioeconómica en la comunidad de Copey de Dota.

A continuación, se presenta la operacionalización, es decir, se muestra la relación entre los objetivos, categorías, las técnicas, instrumentos y los ítems de cada instrumento.

Tabla 2. Operalización de los objetivos, categorías, técnicas, instrumentos e ítems.

Objetivos específicos	Categoría	Técnicas	Instrumentos	Ítems
Identificar los tipos de empresas y emprendimientos turísticos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Dimensión socioeconómica Situación turística. Desarrollo turístico.	Cuestionario Observación de tipo documentada.	Preguntas abiertas y cerradas. Inventario. Videollamadas	Pregunta número 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 del cuestionario.
Determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Dimensión socioeconómica (Condición de los recursos humanos).	Cuestionario	Preguntas abiertas y cerradas. Videollamadas	Pregunta número 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 del cuestionario.

Establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Dimensión socioeconómica (Acceso a mercados).	Cuestionario.	Preguntas abiertas y cerradas. Documentos Videollamadas	Pregunta número 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 del cuestionario.
Evaluar el desarrollo turístico de la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.	Turismo real y potencial.	Referencias bibliográficas Cuestionario. Observación	Programa de Gestión Integral de Destinos. Preguntas abiertas y cerradas. Inventario. Documentos. Videos	Análisis de los ítems de la pregunta 1 a la 26.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación realizada (2020).

De este modo, Hernández (2014) menciona que el instrumento llamado cuestionario consta de un conjunto de preguntas que respondan a varios aspectos para analizar, además deben de estar relacionados con el problema. En un cuestionario hay varias formas de plantear las preguntas, las cerradas que contienen elecciones a responder en donde se pueden brindar dos opciones o más, las preguntas abiertas son aquellas que no limitan las respuestas como las cerradas, es decir, se brinda un espacio en blanco para que el encuestado responda según su opinión y por último están las mixtas, en donde se utilizan ambos métodos ósea abiertas y cerradas.

Otro instrumento que se utilizará son los inventarios, los cuales consisten en pruebas que reflejan datos específicos que determinan el estado de una categoría. (Hernández, 2014). En este caso existe un listado de empresas y emprendimientos los cuales se encuentran en la comunidad de Copey de Dota, San José. Por otro lado, los medios electrónicos se han vuelto indispensables para la realización de ciertas tareas, entre las cuales funciona como instrumento para adquirir información. Según Hernández (2014, p. 253) los aparatos electrónicos funcionan como un sistema de medición para investigación a distancia.

Los documentos son aquellas fuentes bibliográficas que se encuentran bajo la condición

existente y estén inscritas en algún sitio. Estas se pueden categorizar como: personales, en las cuales se incluyen los diarios y las agendas, luego están las institucionales que son todos aquellos pertenecientes a empresas de carácter privado o del estado, y por último se encuentran los libros, publicaciones de carácter científico, revistas, prensa, entre otros (Lerma, 2009).

De acuerdo con lo mencionado por Ruiz, (2012), los videos son un recurso audiovisual que refieren con mayor o menor extensión una situación en particular, en el cual a través de una secuencia de imágenes y sonidos se transmite un mensaje de un tema en especial.

Es importante recalcar que para el análisis de la información se va a utilizar el concepto de triangulación de datos de técnicas cualitativas (Hernández, 2014) en donde se procederá en primer lugar, por medio de una contrastación teórica, relacionar los resultados con las aportaciones que brindan las personas, organizaciones e instituciones que participen de la investigación.

Alcances y limitaciones de la investigación

Como parte de las proyecciones que se han planteado para este trabajo investigativo, se pretende generar diversos beneficios para la comunidad, empresas y todos aquellos emprendimientos, así mismo, que esto sea un insumo de gran aprovechamiento para instituciones como MIDEPLAN, Caturusa, Instituto Costarricense de Turismo y para el Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Al mismo tiempo, una limitante importante que surge a raíz del desarrollo de esta investigación es la condición actual del país y el mundo entero con respecto a la pandemia SARS-CoV-2, la cual ha impedido que se realice trabajo de campo en la comunidad de Copey de Dota, lo cual limita la naturaleza práctica de este trabajo. Aunado a esto el traslado a la comunidad y el contacto fue limitado por lo anteriormente mencionado.

Cronograma

Tabla 3. Plan de trabajo

Cronograma del proyecto investigativo											
Actividades	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fase 1. Propuesta de investigación: Se ha definido el problema, objetivos, justificación, revisión bibliográfica, definición del marco teórico, construcción del marco metodológico											
Definir el problema, objetivos y justificación											
Elaboración del marco referencial											
Elaboración del marco metodológico											
Construcción de antecedentes											
Fase 2. Análisis bibliográfico: Revisión de diferentes fuentes para comprender de una manera adecuada la dimensión socioeconómica de la situación turística en general.											
Análisis de la Guía de IICA (Dimensión socioeconómica)											
Definición de los aspectos por analizar (Tipos de empresas y emprendimientos, Recursos Humanos y Acceso de mercados).											
Fase 3. Diagnóstico de la situación turística: Diseñar y validar los instrumentos para recopilar datos relacionados con dimensión socioeconómica. Aplicación y recopilación de datos obtenidos por medio de los instrumentos.											
Elaboración y diseño de instrumentos											
Validación de los instrumentos											
Recopilación de información											
Fase 4. Interpretación y análisis de los resultados: Sistematización de los hallazgos obtenidos producto de la aplicación de los instrumentos de la fase 3.											
Sistematización de los datos											
Análisis e interpretación de los datos											
Fase 5. Elaboración de informe: Contiene una valoración inicial de la situación turística desde una dimensión socioeconómica en Copey de Dota.											
Elaboración del informe final de investigación											
Presentación del informe técnico											

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación realizada (2020).

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de los Datos

Para el apartado de análisis e interpretación de datos se muestran los resultados que se obtuvieron a partir de los cuestionarios dirigidos a empresarios de la comunidad de Copey de Dota durante el mes de diciembre del 2020. En donde, se analizan los datos de cada uno en relación con los otros, tal como Hernández y Mendoza mencionan es como armar un rompecabezas (2018, p. 466).

De esta forma, se examinan los datos obtenidos y se organizan por medio de tablas de representatividad con base a las respuestas otorgadas por los empresarios de la comunidad de Copey de Dota. A partir de estos, se interpretan los datos desde un análisis mixto con respecto al contexto ya mencionado.

Una vez entendido esto, se lleva a cabo la revisión de estos datos gracias a los cuestionarios y la observación de tipo documentada que se realizó. Además, parte de las herramientas básicas que se utilizó para la organización de estas categorías, fue la Guía de Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales, facilitada por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) del año 2014.

Incluido a esto, se produjo una codificación abierta que representa a aquellos individuos participantes del cuestionario, en donde se pueden extraer datos relevantes para una adecuada conceptualización de cada categoría investigada, para buscar así un significado a cada dato obtenido. Ahora bien, el desarrollo de este capítulo se divide en cuatro secciones que están organizadas de la siguiente manera: datos generales y clasificación de empresa o emprendimiento, condición de los recursos humanos, acceso a mercados y por último la evaluación el desarrollo turístico real y potencial.

En la primera sección se muestran los datos generales de los encuestados, en donde se presentan las codificaciones del participante y el puesto al cual pertenece en dicha empresa. Esto para tomar en cuenta el puesto al cual incumbe la persona que brindó información relevante. Así mismo, se tiene la categoría de la clasificación de empresa o emprendimiento, la cual está comprendida por las siguientes partes: tipo de actividad, número de personas que laboran, capacidad de aforo, patentes, negocio familiar o corporativo, clúster o asociación, nombre del clúster o asociación. Estos apartados darán respuesta a la clasificación de cada empresa.

Seguidamente, aparece la condición de los recursos humanos, que busca responder el estado de esta categoría, en relación con los puntos importantes de la jornada laboral, salario según puesto, nivel más alto de escolaridad, nivel más bajo de escolaridad, número de personas que laboraban antes de la pandemia, número de personas que laboraron según los meses entre marzo a octubre, tipo de contrato, cambio de condiciones laborales y finalmente, las medidas que se implementaron.

Posteriormente, en el tercer apartado se incluye la categoría de acceso a mercados, la cual está compuesta por los temas relacionados a medios de promoción, nivel de promoción, ferias de promoción turística, nivel de las ferias de promoción, tipo de mercado, alianzas estratégicas y nivel de alianzas estratégicas.

Finalmente, se tiene el último apartado el cual corresponde al cuarto objetivo de investigación. En esta parte se cuenta con el Programa de Gestión Integral de Destinos, el cual se establece como categoría, así mismo, las subcategorías corresponden a los actores de empresas de hospedaje, locales participando en conjunto y señalización turística.

Digno de mención, en cuanto a esta cuarta sección se muestran los resultados de una matriz que se fundamenta de una triangulación de datos. Según Hernández y Mendoza, las matrices sirven para vincular las categorías y subtemas. Para una adecuada ejecución se deben usar columnas que muestren las categorías y subcategorías, aunado a esto la teoría y los hallazgos de la investigación, en donde se demuestre por medio de la triangulación si existe una relación o no (2018). De igual manera se realiza un análisis mixto de esta sección.

Cabe mencionar, que en cuanto a la codificación escogida se tiene el formato de (E.M.P.), la cual indica empresa y/o emprendimiento, seguido con el número de dicha respuesta brindada en el cuestionario para dar una contestación a cada uno de los criterios ya antes mencionados.

Análisis del objetivo uno, identificar los tipos de empresas y emprendimientos turísticos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Para el caso de este primer apartado, se les solicitó a las empresas o emprendimientos turísticos situados en la comunidad de Copey de Dota los datos generales. Estos son de suma relevancia para la presente investigación, ya que estos permiten realizar una codificación del entrevistado, así también se cuenta con el nombre de las empresas y por último el puesto de

trabajo, siendo clave para la interpretación por medio de tablas y matrices como parte de un análisis mixto.

Datos generales.

Para efectos de esta investigación estos refieren a toda aquella información relacionada al nombre de la empresa y el puesto respectivo de cada encuestado. Primeramente, en la tabla presentada a continuación se muestra el nombre de todas aquellas empresas o emprendimientos que participaron. Esta primera tabla es fundamental para la ejecución del trabajo.

Tabla 4. Datos Generales. Codificación, Nombre de la empresa.

Codificación	Nombre de la empresa
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge
E.M.P. #2	Apartments Copey
E.M.P. #3	Clusia Lodge
E.M.P. #4	Finca Toro Careto
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas
E.M.P. #6	Cabañas Valchi
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA
E.M.P. #10	Vinos Quincho
E.M.P. #11	Domo house
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos
E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Ahora bien, en la siguiente tabla se especifican los puestos de cada partícipe, con el fin de analizar sus habilidades duras según el puesto que desempeña.

Tabla 5. Datos Generales. Codificación, Puesto.

Codificación	Puesto
E.M.P. #1	Administrador
E.M.P. #2	Administrador
E.M.P. #3	Administrador
E.M.P. #4	Propietario
E.M.P. #5	Propietario
E.M.P. #6	Propietario
E.M.P. #7	Socio
E.M.P. #8	Propietario
E.M.P. #9	Gerente
E.M.P. #10	Propietario
E.M.P. #11	Propietario
E.M.P. #12	Propietario
E.M.P. #13	Gerente general
E.M.P. #14	Gerente
E.M.P. #15	Propietario

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

En la tabla 5, se muestran los puestos de trabajos respectivos de las personas quienes colaboraron con la encuesta. A continuación, se brinda una breve descripción de cada puesto.

Primeramente, un propietario es toda aquella persona de carácter física o jurídica que posee dominio sobre algún activo. Como resultado de la encuesta, ocho de 15 personas son propietarios.

Así mismo, se entiende por administrador como aquella persona que posee conocimiento sobre planeación, dirección, organización y control empresarial y es capaz de aplicar tales conocimientos. En este caso tres de 15 encuestados pertenecen a este puesto.

Por otro lado, los socios son todas aquellas personas que poseen una participación como un miembro en la compañía. Solamente una persona de los participantes seleccionó ser socio.

Del mismo modo, dos personas seleccionaron ser gerentes, en donde, un gerente tiene un rol central de fundamental importancia dentro de una empresa o compañía, ya que este controla, dirige, coordina diferentes tareas y procesos con el fin de que ciertos objetivos lleguen a culminarse.

Cabe mencionar, que se dio un único caso en donde una persona marcó ser gerente general. Por lo que es relevante decir que este tiene el papel de administrar como ejecutivo elementos de ingresos y de costos, liderando todas aquellas funciones de planificación estratégicas.

Finalmente, esto puede indicar que las empresas o emprendimientos fueron creados no necesariamente bajo conocimientos técnicos en administración o gerencia, esto ya que una gran parte de los entrevistados se llamaron a sí mismos propietarios. Del mismo modo, existe una parte importante de negocios que sí cuentan con personas calificadas en planificación y gestión económica.

A continuación, se continúa con el análisis de este objetivo por medio de los criterios establecidos: tipo de actividad, número de personas que laboran, capacidad de aforo, patentes, negocio familiar o corporativo, clúster o asociación, nombre de clúster, jornada laboral.

En el caso del primer criterio, tipo de actividad, se otorgó la siguiente clasificación: hospedaje, gastronomía, artesanías o souvenirs, guía turístico, tour operador, agroindustria, otro.

Para el caso de hospedaje, este hace referencia a un servicio de alojamiento temporal que elige el turista al visitar un sitio fuera de su lugar de residencia.

Así también, la gastronomía se refiere a aquel servicio dedicado a actividades culinarias.

En cuanto a las artesanías o souvenirs se hace hincapié en aquellos locales o tiendas que ofrecen objetos elaborados por medio de técnicas artesanales o hechos a mano que tengan algún significado y funcionen como recuerdo del lugar visitado.

Del mismo modo, el guía turístico se refiere a aquel que ofrece el servicio de acompañamiento que posee conocimientos de un determinado lugar y su entorno.

En lo que remite a tour operador, son todas aquellas empresas o emprendimientos que ofrecen servicios turísticos con una amplia gama de opciones a elegir.

Por otra parte, se decidió brindar la opción de agroindustria, entendida como aquel conjunto de industrias que se dedican al desarrollo agrario.

En último lugar, se agregó la opción “otro” en caso de que las empresas no se identifican con las anteriores o tuvieran otro tipo de actividad secundaria.

Tabla 6. Clasificación de empresa o emprendimiento. Codificación, Nombre de empresa, Tipo de actividad.

Codificación	Nombre de empresa	Tipo de actividad
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Hospedaje
E.M.P. #2	Apartments Copey	Hospedaje
E.M.P. #3	Clusia Lodge	Hospedaje y gastronomía
E.M.P. #4	Finca Toro Careto	Gastronomía, Otro
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas	Hospedaje, Otro
E.M.P. #6	Cabañas Valchi	Hospedaje
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	Gastronomía, Artesanías o souvenirs
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco	Gastronomía
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA	Agroindustria
E.M.P. #10	Vinos Quincho	Agroindustria
E.M.P. #11	Domo house	Hospedaje
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON	Otro
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	Agroindustria
E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey	Agroindustria, Tour operador

E.M.P. #15	Copey Quetzal Center	Tour operador, Guía turístico
------------	----------------------	-------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

De acuerdo con lo anterior, se muestran las diferentes actividades que realizan las empresas encuestadas mostrando un total de 15 respuestas, en el cual se evidencian que algunas solo prestan un único servicio en comparación a otras que realizan varias actividades.

Tabla 7. Frecuencia de mención. Clasificación de empresa o emprendimiento, Tipo de actividad.

Tipo de actividad	Frecuencia de mención
Hospedaje	6
Agroindustria	4
Gastronomía	3
Otro	3
Tour operador	2
Artesanías o Souvenirs	1
Guía turístico	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Con respecto a esta tabla, se observa la frecuencia de mención según el tipo de actividad, la cual muestra de manera descendente cual es la más mentada, en donde la que predomina es la actividad de hospedaje con un total de seis respuestas objetivas, opuesto a esto se evidencian las menos mencionadas las cuales son agroindustria con un total de cuatro empresas, gastronomía con tres seleccionadas, otro igualmente con tres, tour operador con dos participaciones, artesanías o souvenirs y guía turístico fueron seleccionadas una de cada una.

A manera de resumen, la actividad principal que se encuentra en Copey de Dota es hospedaje, seguido por la agroindustria. Esto quiere decir que a pesar de que la actividad agropecuaria sea la que más sobresale en la Zona de los Santos en general, el turismo tiene

un rol importante en la economía de las familias que emprendieron en esta rama. La actividad de alojamiento es la principal, pero, las otras actividades en conjunto brindan una oferta turística diversa en esta comunidad. Es decir, existe una planta turística que atiende a turistas reales.

Continuando con el siguiente criterio se tiene el número de personas que laboran, con el propósito de identificar si estas empresas son micro, pequeñas, medianas o grandes. Ya que según la cantidad de colaboradores se puede obtener con mayor certeza de a cuál categoría pertenecen estos negocios.

Las microempresas son aquellas que poseen de uno hasta cinco colaboradores en el sector comercio, mientras que en el sector servicio de uno a 20 colaboradores.

Las pequeñas empresas son aquellas que poseen de seis hasta 20 colaboradores en el sector comercio, mientras que en el sector servicio de 21 a 50 colaboradores.

Las medianas empresas son de 21 hasta 100 colaboradores en el sector comercio, mientras que en el sector servicio de 51 a 100 colaboradores.

Las grandes empresas son más de 100 colaboradores tanto para el sector comercio como servicio.

Con base a las pymes de Costa Rica, idealmente esta clasificación debería de sumárseles datos como el valor de ventas anuales netas, no obstante, debido a la situación pandémica del SARS-CoV-2 estos valores han decaído por lo que para este trabajo de investigación no se considerará ese dato.

Tabla 8. Clasificación de empresas y emprendimientos. Codificación, Número de personas que laboran.

Codificación	Nombre empresa	Sector al que pertenece	Número de personas que laboran	Tamaño de la empresa
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #2	Apartments Copey	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #3	Clusia Lodge	Servicios	1-5 personas	Microempresa

E.M.P. #4	Finca Toro Careto	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanitas	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #6	Cabañas Valchi	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	Comercio	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA	Comercio	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #10	Vinos Quincho	Comercio	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #11	Domo house	Servicios	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON	Comercio	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	Comercio	1-5 personas	Microempresa
E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey	Comercio	6-10 personas	Pequeña empresa
E.M.P. #15	Copey Quetzal Center	Servicios	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Según la tabla anterior se puede observar que seis de las 15 empresas pertenecen al sector comercio y las otras nueve a servicios.

En cuanto a las de comercio cinco de las seis se pueden clasificar como microempresas debido a la cantidad de colaboradores, específicamente De la Colina Shop & Market, Alma5 Finca Integral SA, Vinos Quincho, Finca Integral Sostenible ELMON y

Pedregoso Lácteos. Mientras que Micro Beneficio Monte Copey es considerada como pequeña empresa.

En contraste, ocho de las nueve empresas de servicio son microempresas, contemplando a Cedrela Ecolodge, Apartments Copey, Clusia Lodge, Finca Toro Careto, Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas, Cabañas Valchi, Pesca de Trucha Río Blanco y Domo house. A excepción de Copey Quetzal Center ya que esta no se encontraba actualmente en operación por lo que sin datos de cantidad de colaboradores no se puede clasificar en estas categorías.

Como se puede apreciar, la gran mayoría de empresas y emprendimientos son de tamaño micro, esto debido a la cantidad de recursos humanos que estas comprenden. Cabe mencionar que estas pueden calificar para formar parte de las Pymes en Costa Rica, y de este modo acceder a los beneficios que esta categoría otorga.

Para la siguiente tabla es importante entender que cuando se habla de capacidad de aforo se hace referencia al número límite de personas que pueden permanecer en un mismo recinto sin que el mismo deje de ser seguro.

Tabla 9. Clasificación de empresas y emprendimientos, Codificación, Actividad, Capacidad de Aforo.

Codificación	Actividad	Capacidad de Aforo
E.M.P. #1	Hospedaje	25 personas
E.M.P. #2	Hospedaje	20 personas
E.M.P. #3	Hospedaje y gastronomía	30 personas
E.M.P. #4	Gastronomía, Otro	50 personas
E.M.P. #5	Hospedaje, Otro	10 personas
E.M.P. #6	Hospedaje	8 personas

E.M.P. #7	Gastronomía, Artesanías o souvenirs	8 personas
E.M.P. #8	Gastronomía	25 personas
E.M.P. #9	Agroindustria	No aplica
E.M.P. #10	Agroindustria	8 personas
E.M.P. #11	Hospedaje	4 personas
E.M.P. #12	Otro	20 personas
E.M.P. #13	Agroindustria	No aplica
E.M.P. #14	Agroindustria, Tour operador	10 personas
E.M.P. #15	Tour operador, Guía turístico	No aplica

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

De acuerdo con la información anterior se puede afirmar que la comunidad de Copey de Dota cuenta con una basta infraestructura para recibir a una importante cantidad de visitantes. En conjunto y según su respectiva actividad los servicios de gastronomía pueden recibir un total de 113 personas, hoteles 97 personas, otros servicios 80 personas, agroindustria con 18, tour operador 10 y por último artesanías o souvenirs con 8 personas. Cabe mencionar que para el caso del tour operador, guía turístico y agroindustria no aplica una capacidad de aforo por el tipo de servicio.

Tabla 10. Frecuencia. Clasificación de empresas y emprendimientos, Capacidad de aforo.

Capacidad de aforo	Frecuencia de mención
8 personas	3

No aplica	3
10 personas	2
25 personas	2
20 personas	2
4 personas	1
30 personas	1
50 personas	1

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

En la tabla 10, los datos indican que la capacidad de aforo más seleccionada es de ocho personas con una frecuencia de mención de tres participantes, de igual manera la opción No aplica. Seguidamente dos encuestados seleccionaron la opción de 10 personas de aforo, 25 y 20 según cada opción, por último, los menos comunes son de cuatro personas, 30 personas y 50 personas con un total de una persona por estas respectivas respuestas.

Ahora bien, como siguiente criterio se tienen las patentes, que son aquellos documentos que otorgan instituciones de autoridad en donde se corrobora una identificación para poder ejercer ante la ley. A continuación, se describen brevemente las patentes mencionadas en el cuestionario.

Primeramente, se tiene la Patente Municipal, la cual es una licencia que otorga la Municipalidad del cantón al que pertenece la empresa, esta involucra el pago de un impuesto durante la operación de esta empresa.

El Registro en el Seguro Social (CCSS) se entiende como aquella obligación que tienen los patronos de acuerdo con la legislación costarricense de contribuir al régimen de seguridad social de las personas que laboran en una determinada empresa.

Por otro lado, el Registro en el Instituto Nacional de Seguros (INS) es una póliza que otorga esta entidad para proteger a los empleados de los riesgos existentes en el trabajo. Las empresas deben estar suscritas desde el inicio de esta y durante todo el tiempo en que se realice la actividad.

Para todas aquellas empresas que realicen actividades agropecuarias, industriales, comercio, servicio y aquellas que por disposición requieran permisos sanitarios deben de contar con el Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

El Registro de marca o nombre comercial se realiza con base al país, en el caso de Costa Rica, este se lleva a cabo por medio de un sistema atributivo. Para contar con este

registro, se debe pasar el filtro de que ninguna otra empresa lleve por nombre el mismo que se va a presentar.

Aquellas empresas que realicen una o más actividades económicas deben estar inscritas en el Registro como contribuyente, ya que esto les da la capacidad de poder emitir facturas por todos aquellos servicios que se brinden. Cabe mencionar, que esto le corresponde al Ministerio de Hacienda.

Parte de las opciones que se otorgaron en el cuestionario, son “Otro” en caso de que las empresas contaron con alguna que no fuera mencionada y “Ninguno” en caso de no contar con ninguna patente o registro.

En la siguiente tablase presentan todas las patentes antes vistas con las que cuentan o no las diferentes empresas encuestadas, para ello se utiliza la “X” en representación de que dicha empresa sí cuenta con el ítem.

Tabla 11. Matriz, Clasificación de empresas y emprendimientos. Codificación, Patentes Municipal, Seguro Social (CCSS), Instituto Nacional de Seguros (INS), Permiso de Salud, de Marca, Contribuyente.

Codificación	Patente Municipal	Patente Registro en el Seguro Social (CCSS)	Patente Registro en el Instituto Nacional de Seguros (INS)	Patente Permiso de Salud	Patente Registro de Marca o Nombre Comercial	Patente Registro como Contribuyente	Patentes “Ninguno”
E.M.P. #1	X	X	X	X	X	X	
E.M.P. #2	X	X	X	X			
E.M.P. #3	X	X	X	X	X		
E.M.P. #4	X	X	X	X			
E.M.P. #5	X	X	X	X	X	X	
E.M.P. #6	X	X	X	X	X	X	
E.M.P. #7	X	X	X	X	X		
E.M.P. #8	X			X		X	
E.M.P. #9							X
E.M.P. #10	X	X		X	X	X	
E.M.P. #11							X
E.M.P. #12						X	
E.M.P. #13				X	X	X	
E.M.P. #14	X		X	X	X	X	

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

Ahora bien, en relación con la tabla anterior y para una mejor comprensión, se presenta a continuación la tabla de frecuencia de las mismas patentes.

Tabla 12. Frecuencia, tipos de empresas y emprendimientos, patentes.

Patentes	Frecuencia de mención
Permiso de Salud	11
Patente municipal	10
Registro en el Instituto Nacional de Seguros (INS)	8
Registro en el Seguro Social (CCSS)	8
Registro de marca o nombre comercial	8
Registro como contribuyente	8
Ninguno	3
Otro	0

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

Como se puede analizar en la tabla anterior, los participantes seleccionaron más de una patente con la que la empresa o emprendimiento cuentan. En este caso, las patentes más obtenidas por las empresas son, 11 cuentan con el Permiso de Salud, 10 con la Patente municipal, continuando con el Registro del Instituto Nacional de Seguros (INS) con un total de ocho empresas, del mismo modo ocho para Registro en el Seguro Social (CCSS), ocho con el Registro de marca o nombre comercial y ocho más con el Registro como contribuyente. Finalmente, tres personas respondieron a la opción Ninguno y en el caso de Otro no hubo ninguna respuesta.

Esto quiere decir que gran parte de estas empresas están apegadas a la Ley de impuestos de patentes de actividades lucrativas la cual es una obligación con las autoridades tributarias y reguladoras de este tipo de actividades. Además, para aquellas empresas turísticas

interesadas en la obtención de algún grado de reconocimiento, tal como el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), es fundamental que cuenten con estas patentes entre otros pasos. Cabe resaltar que para el caso de esas tres empresas que no cuentan con ninguna, una pertenece a agroindustria, otra a hospedaje y por último un tour operador, sin embargo, esta última no se encuentra en funcionamiento. Esto podría dar a entender que legalmente no están preparados para ejercer, no obstante, puede que estas se encuentren en proceso de solicitud o apenas estén comenzando.

Después se continúa con otro criterio que forma parte del primer objetivo el cual se relaciona con la identificación del tipo de empresas o emprendimientos, en este caso específicamente si son negocios familiares o corporativos.

En primer lugar, un negocio familiar es aquel que corresponde o está siendo administrado por miembros de una o más familias, generalmente estas empresas se heredan a la consanguinidad.

Por último, se cuenta con el negocio corporativo el cual es un conjunto de sociedades anónimas que trabajan como una sola entidad, está conformada por un número de personas quienes son accionistas y la empresa responde bajo una persona jurídica.

Tabla 13. Frecuencia, Tipos de empresas y emprendimientos, Negocio familiar o corporativo.

Familiar o corporativo	Frecuencia
Familiar	14
Corporativo	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

La tabla anterior muestra que, de las 15 empresas, 14 son familiares y que solo una de ellas es corporativa, siendo esta la de menos mención. Esto es un beneficio para la comunidad en sí, ya que todas las ganancias que se generen por medio de estos servicios promueven un desarrollo local donde estos ingresos se mantienen en la zona. No obstante, esto también podría ser una desventaja ya que la contratación del personal se podría centralizar en los miembros de la familia. Por otro lado, la empresa Copey Quetzal Center es la única que trabaja bajo la modalidad corporativa, cabe recalcar que esta empresa es relativamente nueva y no está activa actualmente.

Finalmente, se presenta el último criterio de este primer apartado el cual hace énfasis en si estas empresas o emprendimientos forman parte de un clúster o asociación, en donde seguidamente, se definen estos.

Un clúster se define como un conjunto de empresas u organizaciones de un mismo espacio geográfico que se especializan en la actividad turística y que se encuentran interconectadas.

Mientras que una asociación es un conjunto de personas, puede ser de una comunidad, que se une con un fin determinado.

Tabla 14. Codificación, Tipos de empresas y emprendimientos, Clúster o asociación.

Clúster o asociación	Frecuencia
No	14
Sí	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Asimismo, esta tabla muestra que una de las 15 empresas pertenece a una asociación en la comunidad de Copey de Dota. Importante de mencionar que esta asociación se encuentra bajo el nombre de Asociación de Desarrollo de Copey, en donde es preciso señalar que una Asociación de Desarrollo obedece a un grupo organizado que pertenece a una comunidad, en donde trabajan para realizar acciones de mejora social, económica, cultural y ambiental. Así también, esta misma empresa trabaja en articulación con la Cámara de Turismo de Los Santos, la cual es una asociación sin fines de lucro que busca colaborar en temas relacionados a la industria turística.

Las restantes 14 empresas no pertenecen a ninguna asociación o clúster. Es decir, a pesar de que existen asociaciones que promuevan el desarrollo de la comunidad, solamente una empresa forma parte de estas, lo que podría representar una falta interés y compromiso por parte de aquellas que no están inscritas o bien por parte de estas asociaciones. Así también esto puede ser una falta de comunicación entre pueblo- asociación, o que simplemente no se persiguen los mismos intereses.

Análisis del objetivo dos, determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Para el segundo objetivo de esta investigación se requirieron datos con principal relación con los recursos humanos. Para ello, se solicitó información como: jornada laboral, salario según puesto, nivel más alto de escolaridad, nivel más bajo de escolaridad, número de personas que laboraban antes de la pandemia, número de personas que laboraron según los meses entre marzo a octubre, tipo de contrato, cambio de condiciones laborales y, por último, las medidas que se implementaron.

Ahora bien, se muestra el primer criterio el cual es la jornada laboral entendida como la cantidad de horas que un trabajador realiza efectivamente durante un día para desempeñar una serie de tareas.

Tabla 15. Condición de los Recursos Humanos, Codificación, Tipo de actividad, Número de personas que laboran, Jornada laboral.

Codificación	Tipo de actividad	Número de personas que laboran	Jornada Laboral
E.M.P. #1	Hospedaje	1-5 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #2	Hospedaje	1-5 personas	De 12 a 14 horas
E.M.P. #3	Hospedaje y gastronomía	1-5 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #4	Gastronomía, Otro	1-5 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #5	Hospedaje, Otro	1-5 personas	De 12 a 14 horas
E.M.P. #6	Hospedaje	1-5 personas	De 12 a 14 horas

E.M.P. #7	Gastronomía, Artesanías o souvenirs	1-5 personas	De 9 a 11 horas
E.M.P. #8	Gastronomía	1-5 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #9	Agroindustria	1-5 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #10	Agroindustria	1-5 personas	De 9 a 11 horas
E.M.P. #11	Hospedaje	1-5 personas	De 9 a 11 horas
E.M.P. #12	Otro	1-5 personas	De 12 a 14 horas
E.M.P. #13	Agroindustria	1-5 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #14	Agroindustria, Tour operador	6-10 personas	De 6 a 8 horas
E.M.P. #15	Tour operador, Guía turístico	No aplica	De 6 a 8 horas

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

Según la tabla 15 los diferentes tipos de actividades tienen una diversa variedad de jornadas laborales. Para un mejor entendimiento se puede ver que la jornada laboral no varía mucho en relación con el tipo de actividad que se realiza, es decir, la cantidad de horas laboradas no depende del servicio que se brinde.

Del mismo modo, al ser negocios mayoritariamente familiares el número de personas que laboran es reducido ya que dependen en su mayoría del núcleo familiar, por lo cual no tienen una jornada laboral establecida. Además, al ser la mayor cantidad de empresas que cuentan con 1 a 5 colaboradores puede no existir la posibilidad de equilibrar la jornada laboral debido a que son pocas las personas encargadas de múltiples funciones en la empresa.

Tabla 16. Frecuencia, Condición de los Recursos Humanos, Jornada Laboral

Jornada Laboral	Frecuencia mención
De 6 a 8 horas	8
De 12 a 14 horas	4
De 9 a 11 horas	3

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Como se puede observar en la tabla anterior las jornadas laborales más comunes con un total de ocho empresas es de seis a ocho horas, siendo esta la jornada laboral establecida por ley por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS). Cabe mencionar que si el trabajador realizó 8 horas puede laborar 4 horas extraordinarias en caso de emergencia o de ser necesario, sin sobrepasar las 12 horas. Por lo que, la segunda jornada laboral que se seleccionó muestra una alteración ante lo que la ley dicta, en donde cuatro empresas realizan normalmente una jornada laboral de 12 a 14 horas. Por último, tres empresas mencionaron realizar una jornada de nueve a 11 horas.

Como se puede observar en los resultados de este cuestionario, 11 de las 15 empresas encuestadas están dentro del rango adecuado de una jornada laboral. No obstante, cuatro de estas están realmente pasando el límite oportuno para los trabajadores. Esto puede implicar que se esté realizando un sobre esfuerzo por parte de los propietarios y sus familias.

Para efectos del siguiente criterio se elaboró una métrica para revisar las respuestas a partir de los puestos, estableciendo salarios entre 100.000 a 200.000, 200.000 a 300.000, 300.000 a 400.000, 400.000 a 500.000, 500.000 a 600.000 y más de 600.000 colones mensuales. Cabe mencionar que el salario se refiere a toda aquella remuneración económica que se percibe de manera periódica como pago por la realización de alguna tarea.

Para mostrar adecuadamente los puestos y sus salarios se presenta a continuación una tabla por cada puesto presentado. Primeramente, se inicia con el puesto de administrador, que como se mencionó con anterioridad, es el puesto de todo aquel que posee conocimientos sobre planeación, dirección, organización y control empresarial.

Tabla 17. Puesto de Administrador, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	De 300.000 a 4000.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Como se puede apreciar en la tabla anterior seis empresas que cuentan con el puesto de administrador están muy por debajo del salario base que el Ministerio de Trabajo establece

para técnicos, bachilleres o licenciados en administración. Lo que podría indicar que no necesariamente estos administradores cuentan con un nivel de profesionalismo como indica el MTSS, caso contrario, no se les está remunerando como se debe. Así también esto podría significar un inadecuado uso de la palabra “administrador” para describir el puesto que se ejerce en estas empresas. Cabe mencionar, que para el caso de las empresas E.M.P. #2 y la E.M.P. #6 se observa una des concordancia entre las horas que labora el administrador con el pago que se le brinda, ya que trabajan de 12 a 14 horas y ganan entre 100.000 y 200.000 colones al mes.

Por otro lado, tres de las nueve empresas que cuentan con administrador, aseguraron pagar entre 300.000 a 400.000 colones al mes, que si bien no está dentro del rango establecido se acerca más que las anteriores mencionadas. Si bien, esto puede indicar que estas empresas realmente cuentan con profesionales en administración, puede también que no. Además, cabe recordar que estos cuestionarios se realizaron durante la situación extraordinaria de pandemia SARS- CoV-2.

Ahora bien, el puesto gerente tiene como principales funciones controlar, dirigir, coordinar procesos y actividades relacionadas con la empresa, como parte del salario para los gerentes se tiene la siguiente tabla.

Tabla 18. Puesto de Gerente, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-

E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	De 300.000 a 4000.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	De 400.000 a 500.000 colones al mes	De 462.947 a 680.565 colones al mes
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

Para este caso, cinco de las 15 empresas encuestadas forman parte de aquellos que cuentan con un gerente en su empresa. Como se observa en la tabla anterior el salario base que debería de recibir un profesional en este campo ya sea como técnico, bachiller o licenciado es entre 462.947 a 680.565 colones al mes. Según los resultados solamente la E.M.P. #14 remunera una cantidad que está entre el ideal, mientras, dos de estas cinco reciben de 200.000 a 300.000 colones al mes bajo jornadas laborales mayores a ocho horas y las otras dos remuneran entre 300.000 a 400.000.

Bajo estos resultados, y contemplando que la cantidad de gerentes existentes es baja, podría ser un indicador de que no muchas empresas cuentan con conocimientos de cuanto debería de ser el salario base de este puesto, o bien, las empresas familiares se hacen llamar gerentes o administradores sin la necesidad de que exista un título por medio.

Ahora bien, se continúa con el puesto del encargado de limpieza, el cual es aquella persona que provee a las instalaciones un ambiente adecuado y limpio de suciedades.

Actualmente, este puesto tiene suma importancia debido a la necesidad continua de que los servicios cuenten con ciertos protocolos para evitar la propagación de la enfermedad SARS-CoV-2.

Tabla 19. Puesto de Encargado de limpieza, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	316.964 colones al mes
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	316.964 colones al mes
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	316.964 colones al mes
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	316.964 colones al mes
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	316.964 colones al mes
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Con base a la información anterior, se tiene solamente a cinco empresas que cuentan con encargados de limpieza, entre los cuales uno cuenta con los parámetros adecuados como salario base el cual es la E.M.P. #10 que remunera entre 300.000 a 400.000 colones al mes.

Cabe mencionar que esta empresa que paga adecuadamente, la jornada laboral es un poco extendida, es decir, labora de 9 a 11 horas. Caso contrario de las otras cuatro empresas, en donde dos de estas se acercan al salario base que el MTSS fija con 200.000 a 300.000 colones al mes. No obstante, las otras dos empresas E.M.P. #3 y E.M.P. #8 retribuyen entre 100.000 a 200.000 colones al mes, estando muy por debajo de lo adecuado.

Estas últimas dos empresas, son las que menos remuneran en este puesto, esto se puede deber al bajo número de horas que el encargado de limpieza realiza, además no se tiene certeza si este cargo labora a diario. Del mismo modo, cabe recordar la situación extraordinaria que la pandemia SARS-CoV-2 ha provocado en la industria turística, por lo que estos bajos salarios pueden estar reducidos. No obstante, más adelante, se especificarán esos detalles.

En cuanto al siguiente puesto este hace referencia a recepcionista, el cual es aquel profesional que ofrece recibimiento y atiende a los visitantes o clientes detrás de un escritorio o mostrador, su función es brindar información y evacuar dudas. A continuación, se presenta la tabla de este puesto.

Tabla 20. Puesto de Recepcionista, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	341.004 colones al mes
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	341.004 colones al mes

E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	341.004 colones al mes
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Como se puede observar en la tabla anterior, solamente tres empresas cuentan con un puesto de recepcionista. Dos de estas, específicamente la E.M.P.#3 y la E.M.P. #8 remuneran entre 100.000 a 200.000 colones al mes, bajo una jornada laboral de seis a ocho horas, ahora bien, tomando en cuenta que el Ministerio de Trabajo establece como mínimo un total de 341.004 colones al mes, este salario es realmente bajo. En cuanto a la empresa E.M.P. #10 se tiene que pagan de 300.000 a 400.000 colones al mes, por lo que esto muestra una adecuada remuneración, cabe mencionar que la jornada laboral de esta es de nueve a 11 horas.

Esto puede significar que esta última empresa que gana más se da porque existe una relación de más horas de trabajo y por ende mejor paga, contrario a esto, el caso de las dos primeras empresas en donde se observa una menor cantidad de horas laboradas lo que puede implicar un menor salario. Además, la presente pandemia pudo afectar las condiciones de trabajo, el cual se analizará más adelante.

Ahora bien, para el siguiente criterio se brinda el concepto de jornalero, peón o trabajador el cual es toda aquella persona que realiza actividades no especializadas y que normalmente se desenvuelve en sector agrícola o en la construcción.

Tabla 21. Puesto de Peón, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	273.996 colones al mes

E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	273.996 colones al mes
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	273.996 colones al mes
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

De acuerdo con la información anterior se puede observar que tan solo tres empresas de 15 tienen trabajadores que desempeñan este cargo, para el cual la E.M.P. #1 remunera de 100.000 a 200.000 colones al mes, lo que es un salario bastante bajo basándose en los 273.966 que se deberían de pagar según el MTSS, esto se podría justificar por la jornada laboral que se le atribuye, que es de seis a ocho horas. En el caso de las otras dos se logra evidenciar que estas se encuentran en un rango cercano según lo que decreta el Ministerio de Trabajo, para lo cual la E.M.P. #10 brinda un salario de 300.000 a 400.000 colones al mes en una jornada laboral de nueve a 11 horas, estando muy por encima de lo que establece la ley. Mientras, que en el caso de la E.M.P. #14 la cual cuenta con una jornada de seis a ocho horas, cumple con un salario que va desde los 200.000 a los 300.000 colones mensuales, implicando a este en el estándar.

Esto puede significar que para el caso de la E.M.P.# 10 se podrían estar laborando horas extraordinarias y por ende se remunera tal tiempo según lo que se establece en el código

del trabajo. Sin embargo, la E.M.P. #1 que está pagando entre 100.000 a 200.000 colones al mes seleccionó la jornada base, al igual que la E.M.P.#14 que sí está pagando de manera adecuada. Esto puede significar un desbalance de las horas laboradas en contraste con la paga a colaboradores.

Por otro lado, se cuenta con el puesto de ayudante de cocina los cuales son aquellos trabajadores que ayudan a los chefs en trabajos rutinarios del área como limpieza, cortar verduras, etc.; estos laboran bajo supervisión.

Tabla 22. Puesto de Ayudante de cocina, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	297.964 colones al mes
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	De 300.000 a 400.000 colones al mes	297.964 colones al mes
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Como se puede observar en la tabla anterior, solamente dos empresas cuentan con ayudantes de cocina. Cabe recalcar que el salario base que el MTSS establece es de 297.964

colones al mes. Ahora bien, una de estas dos empresas paga por debajo de este, la cual es la E.M.P. #8, remunerando entre 100.000 a 200.000 colones al mes, mientras que, la E.M.P. #9 paga adecuadamente entre 300.000 a 400.000 colones al mes. Ambas jornadas laborales son de seis a ocho horas, sin embargo, existe una gran diferencia de pago por los servicios adquiridos.

Esto podría dar a entender a simple vista que una empresa paga bien y la otra no, sin embargo, es importante recordar que en medio de la pandemia el Estado de Costa Rica brindó la medida de reducción de salario de ser necesario. No obstante, más adelante se estudiará si esta empresa que no paga de manera adecuada tomó esta medida o no.

Después se tiene el siguiente criterio, el cual trata sobre el puesto de saloner, entendido como aquella persona que se encarga de atender a los clientes y velar por que estos se sientan cómodos, ofreciendo los alimentos que estas personas deseen consumir y que se lleve un orden en el lugar de trabajo.

Tabla 23. Puesto de Saloner, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	273 996 colones al mes
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	273 996 colones al mes
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-

E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Para efectos de este puesto solamente dos empresas cuentan con saloneros, interesante mencionar que generalmente existe este puesto en sitios gastronómicos, por lo que, con base al tipo de actividades de todas las empresas, cuatro deberían de contar con saloneros. Ahora bien, según el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social el salario base de este tipo de empleo debería de ser de 273.996 colones al mes, en donde la E.M.P. #3 y la E.M.P. #8 pagan de 100.000 a 200.000 colones al mes. Claramente, ambos salarios están por debajo de lo que se dicta por ley, a pesar de que los colaboradores estén trabajando de seis a ocho horas.

Por medio de esto se puede entender que se remunera inadecuadamente en ambas empresas, de igual manera más adelante se analizará si estos se deben a cambios en las condiciones de trabajo ya establecidas.

En cuanto al siguiente puesto se tiene al cocinero el cual es el encargado de preparar una variedad de platillos que luego serán servidos según las especificaciones de los comensales, ya sea de manera particular o brindando el servicio a una empresa que lo amerite.

Tabla 24. Puesto de Cocinero, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	303.433 colones al mes
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	De 100.000 a 200.000 colones al mes	303.433 colones al mes

E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

De igual manera, como se mencionó en el puesto anterior, son cuatro empresas que realizan la actividad gastronómica e interesantemente para el puesto de cocinero solo dos empresas volvieron a brindar el monto de salarios. Ahora bien, solo una de estas respondió también por el puesto de saloner, la cual es la E.M.P. #8, que para este caso contestó remunerar entre 100.000 a 200.000 colones al mes, bajo una jornada laboral de seis a ocho horas al día. Según el MTSS el salario base del puesto cocinero es de 303.433 colones al mes. En cuanto a la otra E.M.P. #1, esta cuenta con cocinero remunerándole a este un monto entre 100.000 y 200.000 colones al mes.

Podría decirse que la E.M.P. #8 a pesar de pagar tan bajo cuenta con cocinero y saloner, es decir, a modo positivo brinda trabajo en diferentes áreas y cubre la necesidad de estos servicios en una actividad dedicada a la gastronomía. Ahora bien, en cuanto a la E.M.P. #1 la remuneración es también inadecuada.

Ahora bien, para una mejor comprensión de la siguiente tabla es importante definir el concepto de bartender, la cual es aquella persona que recibe y atiende a clientes en una barra, taberna, cervecería o local de ocio y que es capaz de preparar diferentes bebidas y cócteles, ya sea con o sin alcohol.

Tabla 25. Puesto de Bartender, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-

E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	De 500.000 a 600.000 colones al mes	303.433 colones al mes
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

La información anterior revela que solo una de las 15 empresas tiene a disposición este puesto, dicha empresa es la E.M.P. #10, la cual reporto que brinda un pago para este trabajo de 500.000 a 600.000 colones, estando muy por encima del salario mínimo estipulado por el Ministerio de Trabajo el cual es de 303.433 colones al mes. Además, el hallazgo muestra que la jornada en este puesto se compone de nueve a 11 horas, lo cual podría ser una de las razones por las cuales se estaría percibiendo tal monto.

Por otro lado, para el siguiente análisis es importante definir qué se entiende por jardinero, el cual es aquella persona que se dedica al cuidado y mantenimiento de las flores, arbustos, césped, plantas y demás que conforman un jardín.

Tabla 26. Puesto de Jardinero, Codificación, Jornada laboral, Salario promedio reportado, Rango de salario según el MTSS.

Codificación	Jornada laboral	Salario promedio reportado	Rango de salario según el MTSS
E.M.P. #1	De 6 a 8 horas	De 200.000 a 300.000 colones al mes	303.433 colones al mes
E.M.P. #2	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #3	De 6 a 8 horas	No aplica	-

E.M.P. #4	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #5	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #6	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #7	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #8	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #9	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #10	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #11	De 9 a 11 horas	No aplica	-
E.M.P. #12	De 12 a 14 horas	No aplica	-
E.M.P. #13	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #14	De 6 a 8 horas	No aplica	-
E.M.P. #15	De 6 a 8 horas	No aplica	-

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

Los datos anteriores muestran que solo una de las quince empresas encuestadas cuenta con el puesto de jardinero, esta es la E.M.P. #1, dicha empresa asegura pagar un salario promedio de 200.000 a 300.000 colones mensuales. Cabe recalcar que según lo indica el MTSS la remuneración para esta actividad es de 303.433 colones al mes, lo que indica que el salario que remunera la empresa no está en sintonía con lo que Ministerio establece, así también, se logra apreciar que la jornada laboral es de 6 a 8 horas, lo que podría justificar tal reducción en caso de que la jornada sea inferior a ocho horas.

Cabe mencionar que esta forma de analizar los datos permite dar respuesta a los siguientes apartados del segundo objetivo. Así también, es preciso informar que en el cuestionario se preguntó por estos puestos y también por otros que no fueron seleccionados por ninguna empresa o emprendimiento tales como Chef, Jefe de salón, Mucama y Guía turístico. Ahora bien, se puede examinar que a nivel general el rango de salarios que fue mayormente mencionado en conjunto es de 100.000 a 200.000 colones, a excepción de los puestos de gerente, jardinero y bartender.

Por otro lado, se tiene el siguiente criterio, el cual es el nivel de escolaridad en donde se entiende a este como un promedio que permite saber el grado de educación de una persona o un grupo de personas. Para esto se generaron categorías que van dentro de los niveles de escolaridad tales como:

Primaria, es aquel nivel de educación que se encarga de los primeros años de los niños, en donde se aprende una correcta alfabetización como leer, escribir, colorear, etc. En el caso de Costa Rica la primaria va desde aproximadamente los cinco a 12 años de estos.

En cuanto a secundaria, este nivel mejor conocido como colegio, es aquel en donde se da una educación media a través de estudios generales de formación integral, así también es la continuación de estudios después de la primaria. A partir de los 11 o 12 años entran los estudiantes que hayan aprobado con éxito todos los niveles de primaria.

Por último, el nivel de universidad es el continuo a secundaria aprobada. En este caso este tipo de educación es conocida como superior, ya que es la que permite posicionarse adecuadamente en el mundo laboral.

Cuando se le agrega a estos niveles la palabra “incompleta” o “completa” esto se relaciona a si el estudiante concluyó o no este nivel de escolaridad.

Tabla 27. Niveles de escolaridad más alto y bajo, nombre de empresa, puestos, salario mínimo y máximo.

Nombre de empresa	Puestos	Salario mínimo	Salario Máximo	Nivel más alto de escolaridad	Nivel más bajo de escolaridad
Cedrela Ecolodge	Administrador, Cocinero Encargado de limpieza, Jardinero y Peón.	100.000	300.000	Secundaria completa	Secundaria completa
Apartments Copey	Administrador y Encargado de limpieza	200.000	300.000	Secundaria completa	Secundaria incompleta
Clusia Lodge	Recepcionista, Encargado de limpieza y Saloneros.	100.000	200.000	Secundaria incompleta	Secundaria incompleta
Finca Toro Careto	Administrador.	100.000	200.000	Universidad completa	Primaria completa
Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas	Gerente	200.000	300.000	Primaria completa	Primaria completa
Cabañas Valchi	Administrador.	100.000	200.000	Universidad incompleta	Secundaria completa

De la Colina Shop & Market	Administrador y Gerente.	200.000	300.000	Universidad incompleta	Secundaria incompleta
Pesca de Trucha Río Blanco	Administrador, Recepcionista, Encargado de limpieza, Salonero, Cocinero y Ayudante de cocina.	100.000	200.000	Secundaria incompleta	Primaria completa
Alma5 finca integral SA	Ayudante de cocina.	300.000	400.000	Primaria completa	Primaria incompleta
Vinos Quincho	Administrador, Gerente, Peón, Recepcionista, Encargado de limpieza y Bartender.	300.000	600.000	Primaria completa	Primaria incompleta
Domo house	-	-	-	Primaria incompleta	Primaria incompleta
Finca Integral Sostenible ELMON	-	-	-	Primaria completa	Primaria completa
Pedregoso Lácteos	Administrador y Gerente.	300.000	400.000	Secundaria completa	Secundaria completa
Micro Beneficio Monte Copey	Administrador, Gerente y Peón.	200.000	500.000	Universidad completa	Primaria completa
Copey Quetzal Center	-	-	-	Universidad incompleta	Universidad incompleta

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

La tabla anterior brinda información de relevancia para interpretar los niveles de escolaridad junto con los puestos y los salarios mínimos y máximos que se presentaron en el criterio anterior.

Para esto se describen a continuación los datos de empresas con un nivel escolar de secundaria:

En primer lugar, Cedrela Ecolodge, cuenta con administrador, cocinero, encargado de limpieza, jardinero y peón que tienen un nivel promedio de escolaridad de secundaria completa.

En segundo lugar, la empresa Clusia Lodge cuenta con trabajadores que tienen un nivel de secundaria incompleta en puestos de recepcionistas, encargados de limpieza y saloneros.

En tercer lugar, la empresa Apartments Copey cuenta con colaboradores que tienen un nivel de secundaria completa e incompleta en puestos de administrador y encargado de limpieza.

Cabe mencionar que estas tres empresas cuentan con una a cinco personas que laboran, por lo que podría ser que cada uno tiene su respectivo puesto o bien, al ser estas empresas familiares se da una repartición de tareas. En promedio, estas empresas tienen un rango salarial de 100.000 a 300.000 colones al mes, tomando en cuenta que a nivel general estos salarios en relación con dichos puestos no están en sincronía con lo que dicta el Ministerio de Trabajo, se podría justificar estos salarios por los niveles de escolaridad de estas.

A continuación, se presentan las empresas con un nivel de escolaridad de primaria:

La empresa Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas cuenta con colaboradores con primaria completa que reciben un salario entre 200.000 y 300.000 colones al mes con un único puesto de gerente. Para este caso se puede observar que quizá el puesto realmente no lleva consigo un título universitario por lo tiene más sentido que esta remuneración esté llegando a razón de los niveles de escolaridad y no por el puesto. Cabe mencionar que a partir de la información recopilada esta empresa cuenta con uno a cinco colaboradores, por lo que quizá la repartición de ganancias se esté dando por una o dos personas y por ende la cantidad de este salario no es tan baja.

De manera similar se da con Alma 5 Finca Integral SA que cuentan con primaria completa e incompleta, sin embargo, para este caso solo respondieron para el puesto de ayudante de cocina con un ingreso de 300.000 a 400.000 colones al mes, siendo relativamente alto para este nivel de escolaridad. Esto podría indicar que los ayudantes de cocina son realmente quienes emprendieron este negocio familiar.

Similares son los casos de Domo House con un nivel escolar promedio de primaria incompleta y la Finca Integral Sostenible el Mon con primaria completa, en donde no hubo respuesta en relación con puestos ni salarios.

Ahora bien, se presenta la siguiente empresa con base a niveles de primaria y secundaria:

La empresa Pesca de Trucha Río Blanco cuenta con el puesto de administrador, el cual no muestra congruencia ni con el salario percibido de 100.000 a 200.000 colones al mes, ni con los niveles de escolaridad los cuales están entre primaria completa y secundaria incompleta, esto quiere decir que el título “Administrador” no se está ejecutando bajo criterios técnicos, ya que en este puesto se percibe un salario de 462.947 colones al mes a nivel técnico o 680.565 colones al mes con un nivel de licenciatura. Además, es importante mencionar que también hay puestos de recepcionista, encargado de limpieza, salonero, cocinero y ayudante de cocina. Si bien esta empresa tiene de uno a cinco colaboradores y es de carácter familiar, con base a estos niveles de escolaridad y salarios en promedio puede decirse que la remuneración está repartida dependiendo de los ingresos que reciben y no de los puestos que desempeñan. Desde un punto de vista turístico, estos ingresos pueden verse afectados por la baja visitación a este sitio especialmente por la situación extraordinaria de pandemia.

Por otra parte, se muestran aquellas empresas que cuentan con niveles universitarios:

La Finca Toro Careto tiene personal que cuentan con primaria completa hasta universidad completa, dando razón a que el puesto de administrador si cumple su función como tal.

Las Cabañas Valchi que también tiene el mismo puesto y nivel de universidad, pero en este caso incompleta. No obstante, ambas empresas reciben entre 100.000 y 200.000 colones al mes que no responden a este cargo, sin embargo, considerando que ambas empresas pertenecen a la actividad turística tiene sentido que en este periodo de tiempo estén percibiendo salarios tan reducidos.

Caso similar se aprecia en el negocio De la Colina Shop & Market en donde los trabajadores cuentan desde secundaria incompleta hasta universidad incompleta atendiendo los puestos de administrador y gerente. No obstante, para esta empresa se percibe un poco más de dinero en comparación con las dos anteriores, recibiendo entre 200.000 y 300.000 colones al mes. Esto podría deberse al tipo de actividad que este negocio realiza ya que no solo se enfoca en el sector turismo, si no que ofrece verduras, frutas y demás productos a locales.

Dando continuidad se muestran ahora los puestos universitarios:

En primer lugar, el Micro Beneficio Monte Copey, se tiene que el nivel más bajo de los empleados es la primaria completa y el más alto universidad completa. En este caso se cuentan con los puestos de administrador, gerente y peón teniendo congruencia con los salarios de 200.000 a 500.000 colones y aunado a esto está en los rangos o al menos cerca de lo que establece el Ministerio de Trabajo. Es decir, esta empresa se encuentra en sincronía con los elementos analizados hasta el momento en materia de recursos humanos.

En segundo lugar, está la empresa Copey Quetzal Center, que cuenta con un nivel de universidad incompleta, no obstante, no se puede realizar un análisis de los recursos humanos de esta debido a que no existen datos suficientes de personal razón de que en el momento del cuestionario esta empresa no se encontraba en funcionamiento.

Por último, se presentan situaciones particulares o llamativas como el caso de las siguientes empresas que pertenecen a la agroindustria:

La primera de estas es Vinos Quincho, la cual cuenta con niveles de escolaridad que van de primaria completa a incompleta, aunque existen puestos de conocimientos especializados como administrador y gerente. Sin embargo, los rangos de salario están en completa sincronía con lo que el MTSS estipula.

De igual manera sucede con la empresa Pedregoso Lácteos, que tienen nivel de escolaridad de secundaria completa en puestos de administración y gerencia. La particularidad de ambos casos está en que, a pesar de los niveles de escolaridad relativamente bajos, ambas empresas han salido con éxito en medio de esta pandemia mundial, recalcando que ambas están dedicadas a la industria de agronomía.

Con respecto al siguiente criterio se tiene al número de personas que laboraban antes de la pandemia en la comunidad de Copey. Cabe recalcar que cuando se menciona esto, se hace alusión a la normalidad antes de que el virus SARS-CoV-2 fuera declarado pandemia el 11 de marzo del 2020 y que se entraran en vigencia las distintas medidas sanitarias en Costa Rica. Para un mejor análisis de esto, se compara esta información con los trabajadores que cuentan actualmente estas empresas.

Tabla 28. Condición de los Recursos Humanos, Codificación, Nombre de la empresa, Número de personas que laboraban antes de la pandemia y las que laboran actualmente.

Codificación	Nombre de la empresa	Número de personas que laboraban antes de la pandemia	Número de personas que laboran actualmente
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	De 6 a 10 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #2	Apartments Copey	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #3	Clusia Lodge	De 6 a 10 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #4	Finca Toro Careto	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #5	Cabinas bed and breakfast las manzanas	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #6	Cabañas Valchi	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	No aplica	De 1 a 5 personas
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco.	De 6 a 10 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #10	Vinos Quincho	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #11	Domo house	No aplica	De 1 a 5 personas
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	De 1 a 5 personas	De 1 a 5 personas
E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey	De 11 a 15 personas	De 6 a 10 personas
E.M.P. #15	Copey Quetzal Center	No aplica	No aplica

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

En cuanto a la información anterior se tienen aquellas empresas y emprendimientos que mantienen el mismo rango en relación con el número de personal de trabajo, entre uno a cinco personas, las cuales son: Apartments Copey, Finca Toro Careto, Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas, Cabañas Valchi, Alma5 Finca Integral SA, Vinos Quincho, Finca

Integral Sostenible El MON y Pedregoso Lácteos. Esto señala que las empresas y emprendimientos antes mencionadas no redujeron el número de sus trabajadores o al menos no en gran medida, también muestra que no tampoco hubo un incremento en la contratación.

Por otro lado, se presentan otras empresas y emprendimientos con un cambio en la cantidad de trabajadores como lo son, Cedrela Ecolodge, Clusia Lodge y Pesca de Trucha Río Blanco que contaban entre seis a 10 personas y actualmente con uno a cinco colaboradores. De igual manera, el Micro Beneficio Monte Copey contaba con 11 a 15 personas antes de la pandemia y actualmente poseen entre seis a 10 personas. Claramente, se dio una reducción en la cantidad de personal en el caso de estas empresas antes mencionadas.

Así mismo, Domo House y De La Colina Shop & Market no contaban con colaboradores antes de la pandemia, pero una vez que empieza la misma estos negocios contratan de una a cinco colaboradores. Esto puede significar que ambas empresas y emprendimientos comenzaron sus actividades en medio de la pandemia.

Por último, en el caso de Copey Quetzal Center, se logró identificar que se obtuvo una respuesta de “No aplica” en ambas opciones, esto se debe a que la misma no se encontraba en funcionamiento en el periodo antes de la pandemia ni en la actualidad, por lo que no hubo ningún cambio en su situación.

Con respecto al siguiente criterio se muestran los cambios en las condiciones laborales, las cuales se refieren a aquellas modificaciones que se dan en el contrato laboral de los trabajadores, esto lo puede realizar el empleador para organizar su empresa.

En cuanto las medidas que se implementaron, estas son algunas que las empresas y emprendimientos requirieron seguir para adecuarse a la situación pandémica y evitar una mayor afectación en sus negocios, esto especialmente porque la mayoría de estas empresas y emprendimientos pertenecen al sector turismo. Entre esas medidas se obtuvieron las siguientes:

Reducción de jornada laboral, esta hace alusión a una disminución en la cantidad de horas en donde los empleados realizan su trabajo.

La reducción de personal ocurre cuando en una empresa y emprendimiento se cierran puestos de trabajo, esto por diversos motivos que se dan en el entorno que se encuentra, por lo que lleva al despido de trabajadores.

Reducción de salario, debido a la afectación de las empresas y emprendimientos en el país, muchas de estas han tenido que implementar esta medida ya que no pueden continuar pagando lo que se ofrecía con regularidad a los colaboradores.

Tabla 29. Condición de los Recursos Humanos, Codificación, Nombre de la empresa, Cambio de condiciones laborales, Medidas que se implementaron.

Codificación	Nombre de la empresa	Cambio de condiciones laborales	Medidas que se implementaron
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Sí	Reducción de jornada laboral. Reducción de salario. Reducción de personal.
E.M.P. #2	Apartments Copey	No	Ninguna
E.M.P. #3	Clusia Lodge	Sí	Reducción de jornada laboral. Reducción de salario. Reducción de personal.
E.M.P. #4	Finca Toro Careto	Sí	Reducción de jornada laboral. Reducción de salario.
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast Las Manzananas	Sí	Reducción de jornada laboral. Reducción de salario.
E.M.P. #6	Cabañas Valchi	No	Ninguna
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	No	Ninguna
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco	Sí	Reducción de jornada laboral. Reducción de personal.
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA	No	Ninguna
E.M.P. #10	Vinos Quincho	No	Ninguna
E.M.P. #11	Domo house	No	Ninguna
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON	No	Ninguna
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	No	Ninguna
E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey	Sí	Reducción de jornada laboral. Reducción de personal.
E.M.P. #15	Copey Quetzal Center	No	Ninguna

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Con el propósito de visualizar mejor los resultados se muestra en la tabla anterior qué empresas cambiaron sus condiciones laborales y cuáles no. Para el caso de aquellas que no cambiaron sus condiciones están: Apartments Copey, Cabañas Valchi, De la Colina Shop & Market, Alma5 Finca Integral SA, Vinos Quincho, Domo House, Finca Integral Sostenible El Mon, Pedregoso Lácteos y Copey Quetzal Center.

Así mismo, de las 15 empresas seis sí modificaron ciertas condiciones laborales y por ende utilizaron las siguientes medidas:

En primer lugar, seis empresas y emprendimientos afirmaron haber reducido la jornada laboral de sus colaboradores, en este caso, las empresas son Cedrela Ecolodge, Clusia Lodge, Finca Toro Careto, Cabinas Bed & Breakfast Las Manzanas, Pesca de Trucha Río Blanco y Microbeneficio Monte Copey. Esta medida que fue elegida por una gran parte de los negocios fue una solución para no tener necesariamente que despedir personal o de igual manera por la poca actividad que la empresa tenía en medio de la pandemia.

No obstante, se puede observar que algunas de estas que redujeron la jornada de igual manera tuvieron que reducir al personal, como en el caso de Cedrela Ecolodge, Clusia Lodge, Pesca de Trucha Río Blanco y Micro Beneficio Monte Copey. Es decir, de las seis empresas que utilizaron la medida anterior, cuatro de estas tuvieron también que disminuir su contratación. Esto puede referir que realmente la situación pandémica afectó a los pobladores de la zona ya que una parte de ellos perdieron sus trabajos y esto solamente contando a 15 empresas con las que se logró contactar.

Por último, cuatro de estas seis empresas tuvieron que recurrir a una reducción de salario, esto en el caso de Cedrela Ecolodge, Clusia Lodge, Finca Toro Careto y Cabinas Bed & Breakfast las Manzanas. Se podría decir que esto fue una medida que se implementó para mantener a los trabajadores y a las empresas en funcionamiento.

Tabla 30. Frecuencia, Condición de los Recursos Humanos, Cambio de condiciones laborales.

Cambio de condiciones laborales	Frecuencia mención
No	9
Sí	6

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

En relación con lo antes visto se presenta la tabla 30 en donde se recalca la cantidad de empresas que tuvieron cambios en las condiciones laborales. Como se puede apreciar de estas 15 empresas, solamente seis implementaron modificaciones debido a la pandemia. Esto podría ser un indicador positivo ya que menos de la mitad recurrieron a medidas extraordinarias. No obstante, para interpretar si realmente estas nueve empresas no se vieron tan afectadas, se presenta a continuación el número de personas que laboraron en ese periodo.

Tabla 31. Condición de los Recursos Humanos, Meses laborados, codificación, actividad, nombre de la empresa.

Codificación	Actividad que realiza	Nombre de la empresa	Marzo - Abril	Mayo - Junio	Julio - Agosto	Setiembre- Octubre
E.M.P. #1	Hospedaje	Cedrela Ecolodge	6-10 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #2	Hospedaje	Apartments Copey	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #3	Hospedaje y gastronomía	Clusia Lodge	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #4	Gastronomía, Otro	Finca Toro Careto	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #5	Hospedaje, Otro	Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #6	Hospedaje	Cabañas Valchi	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #7	Gastronomía, Artesanías o souvenirs	De la Colina Shop & Market	No aplica	No aplica	1-5 personas	1-5 personas

E.M.P. #8	Gastronomía	Pesca de Trucha Río Blanco	No aplica	No aplica	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #9	Agroindustria	Alma5 finca integral SA	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
E.M.P. #10	Agroindustria	Vinos Quincho	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #11	Hospedaje	Domo house	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
E.M.P. #12	Otro	Finca Integral Sostenible ELMON	1-5 personas	No aplica	No aplica	No aplica
E.M.P. #13	Agroindustria	Pedregoso Lácteos	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
E.M.P. #14	Agroindustria, Tour operador	Micro Beneficio Monte Copey	6- 10 personas	11-15 personas	6- 10 personas	6- 10 personas
E.M.P. #15	Tour operador, Guía turístico	Copey Quetzal Center	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Acorde con la tabla anterior se evidencia que siete de las 15 empresas no mostraron ninguna alteración en el rango de cantidad de uno a cinco personas. Para una mejor visualización estas empresas son Apartments Copey, Clusia Lodge, Finca Toro Careto, Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas, Cabañas Valchi, Vinos Quincho y Pedregoso Lácteos. Reforzando esto con la tabla 29 estas empresas efectivamente no redujeron sus colaboradores entre los meses de marzo a octubre, es decir durante la pandemia SARS-CoV-2.

De igual manera, se aprecia en esta tabla que las siguientes empresas si tuvieron alteración en su personal de trabajo. Primeramente, Cedrela Ecolodge pasó de contar con seis a 10 personas en marzo y abril a continuar hasta la actualidad con una a cinco, además esta empresa afirmó tener que reducir su personal.

En el caso de Pesca de Trucha Río Blanco, se puede observar en la tabla 29, que antes de la pandemia contaban con seis a 10 personas como equipo, no obstante, como se evidencia en tabla anterior, de marzo a junio no tenían colaboradores y de regreso a julio a octubre contaban con uno a cinco trabajadores. Además, en cuanto a los cambios de las condiciones laborales, tal como en la tabla 29, afirmaron reducir la jornada laboral y de personal. Esto podría indicar que entre marzo a junio esta empresa tuvo que cerrar sus puertas al público.

A su vez, Micro Beneficio Monte Copey antes de la pandemia contaba con un personal de entre 11 a 15 personas, sin embargo, como se observa en la tabla anterior para los meses de marzo a abril el personal disminuyó de seis a 10 personas, para en mayo volver a aumentar con 11 a 15 personas, pero, nuevamente en julio disminuyó de seis a 10 personas y así se mantuvo hasta octubre del 2020. Aunado a esto, esta empresa aseguró su reducción de personal y jornada laboral.

Ahora bien, se muestra el caso de aquellas empresas que muestran otras circunstancias.

Primeramente, se tiene a la empresa Alma5 Finca Integral S.A. la cual antes de la pandemia contaba con uno a cinco colaboradores, no obstante, entre los meses de marzo a octubre no tenían a ningún trabajador como se puede observar en la última tabla, hasta el mes de octubre que nuevamente cuentan con uno a cinco colaboradores (Ver tabla 28). Además, en la tabla de cambio de condiciones informan que no implementaron ninguna medida. Esto

podría señalar que dicha empresa se mantuvo cerrada entre los meses de marzo a octubre y hasta inicios de noviembre se dio la reapertura.

Por otra parte, Domo House antes de la pandemia al parecer no contaba con trabajadores o así lo indica la tabla 28, tampoco evidenció modificación alguna en cuanto a sus colaboradores en los meses de marzo a octubre, además no mostro ningún cambio en cuanto a las condiciones laborales. Se logra apreciar que a partir de noviembre esta cuenta con uno a cinco trabajadores, lo que podría indicar que su apertura inicio en el periodo de pandemia.

El caso de la empresa La Colina Shop & Market es similar al anterior mencionado, ya que según los hallazgos se puede decir que surgió durante la pandemia, ya que antes de esta al parecer no contaban con colaboradores como se puede apreciar en la tabla 28, fue durante la pandemia que se evidenció una contratación de una a cinco personas a partir del mes de julio. Cabe recalcar que esta empresa no mostró modificaciones en las condiciones laborales, por lo que respalda que empezó a operar en medio de la pandemia.

Ahora bien, en cuanto a la Finca Integral Sostenible ELMON, se puede observar que antes de la pandemia laboraban regularmente con una a cinco personas e inclusive se observa el mismo comportamiento hasta los meses de marzo a abril, no obstante a partir de mayo no se registra personal hasta finales de octubre. Sin embargo, como se muestra en la tabla 28 para noviembre volvieron a tener de uno a cinco colaboradores. Esto podría significar que se mantuvieron cerrados desde mayo a octubre debido a las afectaciones de la pandemia.

Por último, el tour operador Copey Quetzal Center no estaba en funcionamiento antes de la pandemia, más bien, se encontraba en proceso de iniciar con sus actividades turísticas. No obstante, el contexto actual de la crisis provocada por el SARS-CoV-2 afectó en gran medida la iniciativa de los procesos de esta. Todo esto se puede apreciar en las tablas 28, 29 y 31.

Finalmente, el último criterio de este capítulo está en relación con el tipo de contrato que implementa cada empresa. Por lo que, con base a este es importante comprender que un contrato es un acuerdo legal ya sea oral o escrito con el fin de regular diferentes acuerdos. Para esto, se utilizaron los siguientes tipos de contrato.

Los servicios profesionales se encuentran regulados por un contrato mercantil y no uno laboral, es decir, ambas partes se encuentran en igualdad y pueden negociar con libertad las condiciones de la relación comercial sin la necesidad de que exista subordinación.

Mientras que el contrato laboral es un acuerdo entre ambas partes, es decir empleador y empleado, en donde se definen las condiciones en la cual se va a desarrollar una actividad determinada, generalmente se utiliza el contrato escrito y oral.

Tabla 32. Condición de los Recursos Humanos, Nombre de empresa, Tipo de actividad, Tipo de contrato.

Codificación	Nombre de empresa	Tipo de actividad	Tipo de contrato
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Hospedaje	Servicios profesionales
E.M.P. #2	Apartments Copey	Hospedaje	Servicios profesionales
E.M.P. #3	Clusia Lodge	Hospedaje y gastronomía	Contrato laboral
E.M.P. #4	Finca Toro Careto	Gastronomía, Otro	Servicios profesionales
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas	Hospedaje, Otro	Servicios profesionales
E.M.P. #6	Cabañas Valchi	Hospedaje	Servicios profesionales
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	Gastronomía, Artesanías o souvenirs	Servicios profesionales
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco.	Gastronomía	Contrato laboral
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA	Agroindustria	Contrato laboral
E.M.P. #10	Vinos Quincho	Agroindustria	Servicios profesionales
E.M.P. #11	Domo house	Hospedaje	Servicios profesionales
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON	Otro	Contrato laboral
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	Agroindustria	Contrato laboral

E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey	Agroindustria, Tour operador	Contrato laboral
E.M.P. #15	Copey Quetzal Center	Tour operador, Guía turístico	Servicios profesionales

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

De acuerdo con el cuadro anterior se muestran los resultados analizados desde los tipos de actividad y la relación con los tipos de contratos que utilizan las empresas previas.

En el caso de la actividad de hospedaje, se han contabilizado seis empresas, las cuales cuentan con una contratación por servicios profesionales, estas son: Cedrela Lodge, Apartments Copey, Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas, Cabañas Valchi y Domo House, a excepción de Clusia Lodge, la cual lo hace por medio de un contrato laboral.

Ahora bien, para el caso de la actividad gastronómica dos de estas contratan por servicios profesionales las cuales son De la Colina Shop & Market y Finca Toro Careto, mientras que Pesca de Trucha Río Blanco y Clusia Lodge por contrato laboral.

Para la actividad económica de agroindustria se tienen cuatro empresas, en donde tres de estas utilizan el contrato laboral siendo estas Alma5 finca integral SA, Pedregoso Lácteos y Micro Beneficio Monte Copey, mientras tanto solamente una empresa es por medio de servicios profesionales, siendo esta Vinos Quincho.

En el caso de las únicas dos tours operadoras encuestadas, se encontró que Copey Quetzal Center contratan bajo servicios profesionales, mientras que Micro Beneficio Monte Copey tiene a sus trabajadores laborando bajo contrato laboral.

Ahora bien, para el caso de las actividades “Otro” dos de estas utilizan servicios profesionales de sus colaboradores interín Finca Integral Sostenible ELMON por medio de contrato laboral.

Finalmente, los colaboradores que forman para de la actividad artesanías o souvenirs de De la Colina Shop & Market fueron contratados por medio de servicios profesionales.

Con base a lo anterior, se puede observar que para la actividad de hospedaje la mayoría de estas utilizan servicios profesionales, para la actividad de agroindustria mayormente esta ocupación se da por contrato laboral, igualmente aquellas otras actividades la mayor parte utilizan servicios profesionales. Mientras que para las actividades gastronómicas se reparten los dos tipos de contratos, al igual que los tour operadores.

Tabla 33. Frecuencia. Condición de los Recursos Humanos, Tipo de contrato.

Tipo de contrato	Frecuencia mención
Servicios profesionales	9
Contrato laboral	6

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Cabe recordar que, cuando los colaboradores trabajan bajo los términos de contrato laboral estos gozan de seguro, vacaciones remuneradas, salarios mínimos según lo establecido, aguinaldo y otras prestaciones. Por lo que, con base a la tabla anterior se puede observar que solo seis de 15 empresas disfrutaban de estos beneficios. Nueve empresas contrariamente contratan por medio de servicios profesionales. Aunado a esto, la gran mayoría de empresas son familiares, por lo que esto podría ser uno de los motivos para no utilizar un contrato laboral, esto se puede apreciar en esas cinco empresas que son familiares y además trabajan por servicios profesionales.

Análisis del objetivo tres, establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos en Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Para este tercer objetivo se cuenta con información basado en el acceso a mercados, en donde se analizarán criterios tales como: medios de promoción, nivel de promoción, ferias de promoción turística, nivel de las ferias de promoción, tipos de mercados, alianzas estratégicas y nivel de las alianzas.

Primeramente, se tiene el criterio de medios de promoción aludiéndose a aquellos recursos por el cual una empresa se da a conocer a un mercado determinado con el fin de atraer la mayor cantidad de clientes posibles. Ahora bien, a continuación, se presentan estos medios por los cuales las empresas se promocionan actualmente.

Publicidad impresa, es toda aquella información que se puede encontrar en periódicos o brochures mostrando anuncios de la empresa.

Publicidad en línea, es aquella que se da a través de medios digitales, especialmente por redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. Cabe mencionar, que este término se utiliza de esta manera debido al uso y conocimiento de este de manera internacional.

Anuncios de radio, es aquel tipo de publicidad dirigida a los radios oyentes.

Anuncios de televisión, son aquellos que se presentan por medio de anuncios pagados a canales y que llegan a las pantallas de las casas.

Publicidad en lugares públicos, es aquella que está esparcida en espacios de interés público.

Así también para simplificar la comprensión, este criterio se une con el siguiente el cual es el nivel de promoción, en donde este se refiere al alcance que los medios de promoción anterior llegan a ser. A continuación, se definen estos niveles.

En primer lugar, el nivel regional se enfoca en una región en específico, es decir, una fracción que se encuentra limitada por una serie de características dentro de una provincia, en el caso de esta investigación específicamente en la región central del país.

En segundo lugar, el nacional hace referencia al alcance a nivel de Costa Rica.

En tercer y último lugar, el nivel internacional se relaciona al alcance que involucra varios países a nivel global.

Tabla 34. Acceso de mercado, Nombre de empresa, Medios de promoción, Nivel de promoción.

Nombre de la empresa	Medios de promoción	Nivel de promoción
Cedrela Ecolodge	Publicidad en línea	Nacional Internacional
Apartments Copey	Publicidad en línea	Nacional Internacional
Clusia Lodge	Publicidad en línea	Internacional Nacional Regional
Finca Toro Careto	Publicidad en línea Anuncios de radio. Anuncios de televisión.	Nacional Internacional
Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas	Publicidad en línea	Nacional Internacional
Cabañas Valchi	Publicidad en línea	Nacional

De la Colina Shop & Market	Publicidad en línea	Nacional
Pesca de Trucha Río Blanco	Publicidad impresa. Publicidad en línea.	Nacional
Alma5 finca integral SA	Ninguna.	Nacional
Vinos Quincho Domo house	Publicidad en línea Publicidad en línea	Internacional Nacional Internacional
Finca Integral	Ninguna	Regional
Sostenible ELMON		
Pedregoso Lácteos	Publicidad en línea	Nacional
Micro Beneficio Monte Copey	Publicidad en línea	Regional
Copey Quetzal Center	Publicidad en línea	Internacional Nacional Regional

Fuente: *Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).*

Con base a la tabla anterior se puede interpretar lo siguiente.

Ocho de trece empresas que se promocionan por medio publicidad en línea, tiene un alcance internacional, contemplando a Cedrela Ecolodge, Apartments Copey, Clusia Lodge, Finca Toro Careto, Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas, Vinos Quincho, Domo house y Copey Quetzal Center. Las otras cinco, Cabañas Valchi, De la Colina Shop & Market, Pesca de Trucha Río Blanco, Pedregoso Lácteos y Micro Beneficio Monte Copey tienen un alcance mayormente nacional.

Lo anterior podría indicar que cuando las empresas se promocionan por medio en línea, se logra tener un mejor alcance o mejor dicho más oportunidades de llegar a un público meta. Cabe mencionar que 13 de 15 empresas utilizan la publicidad en línea como principal medio de promoción.

Por otro lado, dos empresas afirmaron no promocionarse por ningún medio, siendo estas Alma5 Finca Integral SA y Finca Integral Sostenible ELMON. En cuanto a la primera

el nivel de promoción suele ser a modo nacional, mientras que ELMON a nivel regional. Ambas son fincas integrales y se podría decir que su principal propósito no es recibir visitantes a gran escala, más bien su objetivo es manejar los recursos con los que cuenta de manera sostenible, lo cual puede verse reflejado en el público que reciben que es nacional o regional.

En esta misma línea, la Finca Toro Careto utiliza además de publicidad en línea, anuncios en televisión y por radio logrando un alcance nacional e internacional. Otro medio de promoción poco utilizado fue la publicidad impresa, la cual es usada únicamente por Pesca de Trucha Río Blanco, con un alcance a nivel nacional. A pesar de que estos medios de promoción son poco utilizados el alcance de estos es imprescindible para que los sitios se promocionen ya que no solo tienen público de la región sino también a nivel nacional, y en el caso de Toro Careto a nivel internacional.

Por otra parte, el siguiente criterio se relaciona con si las empresas se promocionan en ferias turísticas o no. Cuando se especifica acerca de ferias turísticas, estas representan aquellas actividades que permiten la exposición de una empresa y la variedad de atractivos que se pueden ofrecer en un país.

A continuación, se presenta la tabla de frecuencia de cuantas indicaron sí participar y cuantas no.

Tabla 35. Frecuencia, Acceso a mercados, Ferias de promoción turística.

Ferias de promoción turística	Frecuencia
No	11
Sí	4

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

En función de la anterior, se puede observar que 11 de 15 empresas no participan en ferias de promoción turística, caso contrario, a las otras escasas cuatro personas que si han participado con anterioridad. Ahora bien, en la siguiente tabla se brinda información de aquellas que participan en ferias y cual nivel de alcance logran por medio de estas.

Tabla 36. Acceso a mercados. Codificación, Nombre de la empresa, Nivel de las ferias de promoción.

Codificación	Nombre de la empresa	Nivel de las ferias de promoción
---------------------	-----------------------------	---

E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Nacional. Internacional.
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas	Nacional.
E.M.P. #10	Vinos Quincho	Nacional.
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	Regional.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Considerando la tabla anterior, se puede notar que tres empresas participan en ferias de promoción a nivel nacional, siendo estas Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas, Vinos Quincho y Cedrela Ecolodge, la cual también ha participado a nivel internacional. Por otro lado, Pedregoso Lácteos se ha promocionado a nivel regional, es decir, en ferias de agricultor que se han realizado en la zona.

En vista de estos resultados el resto de las 11 empresas no cuentan con la oportunidad de ofrecer su servicio o productos en ferias de esta índole. Es importante recalcar que generalmente en este tipo de ferias turísticas se pueden crear alianzas estratégicas con otras empresas mayormente conocidas que puede motivar a un mayor crecimiento de estas o también con instituciones como el Instituto Costarricense de Turismo. Por lo que, para efectos de estos resultados las cuatro empresas con esta experiencia llevan una ventaja significativa.

Además, por medio de la continua participación de ferias turísticas se puede llegar a escalar en nuevas ferias a nivel internacional, en donde se promociona el país y a sus empresas, en donde mayoristas de otros países buscan invertir en este tipo de proyectos, por lo que se pueden crear alianzas mucho más significativas. Siendo este el caso de la empresa Cedrela Ecolodge que sí ha participado en ferias a nivel internacional.

En consonancia con lo anterior, el siguiente criterio de alianzas estratégicas obedece a un plan de acción que realizan las empresas con el objetivo de maximizar su competitividad en un ambiente de negocios por medio del apoyo mutuo entre varias empresas. Seguidamente se puede apreciar que empresas cuentan con alianzas y cuáles no.

Tabla 37. Frecuencia, Acceso a mercados, Alianzas estratégicas.

Alianzas estratégicas	Frecuencia mención
------------------------------	---------------------------

No	8
Sí	7

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Examinando la tabla anterior se evidencia que la diferencia no es tan significativa, ya que siete de 15 empresas si cuentan con alianzas estratégicas, mientras que los ocho restantes no. A manera de clarificar los datos se presenta la siguiente tabla que revela aquellas empresas que sí cuentan con alianzas estratégicas y el nivel de estas.

Tabla 38. Acceso a mercados. Codificación, Nombre de la empresa, Nivel de alianzas estratégicas.

Codificación	Nombre de empresa	Nivel de alianzas estratégicas
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Nacional. Internacional.
E.M.P. #3	Clusia Lodge	Regional.
E.M.P. #4	Finca Toro Careto	Regional.
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas	Internacional.
E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	Regional.
E.M.P. #10	Vinos Quincho	Nacional.
E.M.P. #11	Domo house	Nacional. Regional.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

De las empresas que participan en ferias de promoción turística según la tabla 35 y aquellas que también cuentan con alianzas estratégicas son:

Cedrela Ecolodge, la cual mantiene los mismos niveles nacional e internacional en cuanto a alianzas estratégicas y ferias turísticas. Teniendo concordancia en que estas alianzas pudieron generarse en las ferias.

Vinos Quincho, al igual que la anterior mantiene el nivel nacional de alianzas estratégicas y ferias de promoción. Considerando lo mismo anteriormente mencionado.

Mientras que, Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas muestra una discrepancia ya que a nivel de ferias se promocionan de manera nacional, pero en relación con las alianzas estratégicas solo a nivel internacional. Esto podría significar que alianzas estratégicas no las

generaron por medio de las ferias turísticas, si no por cualquier otro medio, o simplemente no participan de ferias a nivel internacional.

Ahora bien, Pedregosos Lácteos, no cuenta con alianzas estratégicas, pero sí participa en ferias de promoción, lo que es respalda que en las ferias que ha participado no son necesariamente turísticas, si no ferias regionales como la del agricultor.

Luego, se muestran las otras cuatro empresas que también cuentan con alianzas estratégicas, pero no participan de ferias turísticas.

De la Colina Shop & Market, Finca Toro Careto y Clusia Lodge cuentan con alianzas estratégicas a nivel regional. Esto implica que se apoyan entre ellos o con la comunidad y otros negocios.

Al igual que Domo House, cuenta con alianzas a nivel regional y nacional. Es decir, similar al caso anterior pero también con apoyo a nivel nacional.

Como último criterio para este objetivo se tiene el tipo de mercado que alude a la clasificación de la demanda que cada empresa recibe. Por lo que a continuación se presenta una tabla en donde se especifican estos tipos de mercado a nivel regional, nacional e internacional.

Tabla 39. Codificación, Acceso a mercados, Tipo de mercado.

Codificación	Nombre de la empresa	Tipo de mercado
E.M.P. #1	Cedrela Ecolodge	Nacional.
E.M.P. #2	Apartments Copey	Nacional. Internacional.
E.M.P. #3	Clusia Lodge	Nacional. Internacional. Regional.
E.M.P. #4	Finca Toro Careto	Nacional. Internacional.
E.M.P. #5	Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas	Nacional. Internacional.
E.M.P. #6	Cabañas Valchi	Nacional. Internacional.

E.M.P. #7	De la Colina Shop & Market	Regional. Nacional.
E.M.P. #8	Pesca de Trucha Río Blanco	Regional. Nacional. Internacional.
E.M.P. #9	Alma5 finca integral SA	Nacional.
E.M.P. #10	Vinos Quincho	Regional. Nacional. Internacional.
E.M.P. #11	Domo house	Nacional. Internacional.
E.M.P. #12	Finca Integral Sostenible ELMON	Regional.
E.M.P. #13	Pedregoso Lácteos	Nacional.
E.M.P. #14	Micro Beneficio Monte Copey	Regional. Nacional.
E.M.P. #15	Copey Quetzal Center	Regional. Nacional.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Para organizar de una mejor manera la tabla anterior se clasifica por los grupos de tipo de mercado que cada uno atiende.

En primer lugar, las empresas Cedrela Ecolodge, Alma5 Finca Integral SA y Pedregoso Lácteos tienen un tipo de mercado a nivel nacional. Es decir, la gran mayoría de visitantes que estos reciben son costarricenses.

En segundo lugar, la Finca Integral Sostenible ELMON recibe un mercado a nivel regional, obedeciendo así el principio de una finca integral, en donde gran parte de sus visitantes son locales de la comunidad.

En tercer lugar, De la Colina Shop & Market, Micro Beneficio Monte Copey y Copey Quetzal Center suelen atender a un mercado tanto regional como nacional, abarcando a una gran diversidad de turistas nacionales.

En cuarto lugar, Apartments Copey, Finca Toro Careto, Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas, Cabinas Valchi y Domo house cuentan con un alcance tanto nacional como internacional.

En último lugar, Clusia Lodge, Pesca de Trucha Río Blanco y Vinos Quincho tienen un tipo de mercado que cubre los tres niveles, es decir, regional, nacional e internacional, lo cual es un reflejo de la organización de las empresas por contar con alianzas estratégicas y participar de ferias de promoción.

Con base a lo anterior se puede observar que, si bien los niveles de mercado son variados, el que más predomina es a nivel nacional, ya que 14 de las 15 empresas cuentan con este alcance. Mientras que, a nivel internacional ocho empresas tienen este mercado y solamente siete reciben con normalidad a público de su región. Según estos datos existe una adecuada diversificación de mercado, ya que no solo se enfocan en atender uno en específico.

El hecho de que estas empresas estén involucradas en alianzas estratégicas y ferias de promoción, convierten a la comunidad de Copey atractiva ante un mayor mercado, como es el internacional, promoviendo el desarrollo de la actividad turística. No obstante, a pesar de la pandemia SARS-CoV-2, el sector turístico de este sitio no se vio tan afectado pues recibían con normalidad a turistas nacionales, que son quienes motivaron a mantener abiertas a muchas de estas empresas.

Ahora bien, analizando la razón de por qué no se recibe tanto regional, se considera que es debido al tipo de actividad que más se ofrece en Copey, ya que mayormente es la actividad de alojamiento. Por lo que para personas residentes esto no es tan indispensable, no obstante, los otros tipos de actividades como la gastronomía, agroindustria, tour operador y otros si es llamativo para este tipo mercado.

Análisis del objetivo cuatro, evaluar el desarrollo turístico real y potencial de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Para este último objetivo se cuenta con dos conceptos clave para su desarrollo, los cuales son:

Turismo real, que es aquel en donde se está recibiendo una constante demanda por parte del comprador o consumidor del servicio turístico.

Turismo potencial, es la aptitud que tiene un área específica para desarrollar actividades turísticas.

Ahora bien, para este cuarto objetivo se toma en consideración el Programa de Gestión Integral de Destinos brindado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), ya que este documento funciona como un elemento para construir un ideal de compromiso en la comunidad. En vista de que el gestionar los destinos crea un vínculo en donde los diferentes actores se encuentran relacionados con la industria turística. Además, esto puede establecer las potencialidades y limitaciones de la comunidad de Copey.

De este modo, se puede realizar un análisis de los datos recopilados, considerados como reales, junto con el documento que muestra un panorama potencial de la zona de los Santos a nivel general. En donde a continuación, se realiza una interpretación cualitativa de esta comunidad en específico.

En primer lugar, este programa menciona la cantidad de empresas de hospedaje que existen en toda la zona de los Santos, por lo que es importante contrastar este dato con los resultados obtenidos por medio del cuestionario.

Es importante recordar, que una empresa de hospedaje hace alusión a un servicio de alojamiento temporal que un turista decide visitar.

Tabla 40. Matriz sobre las empresas de hospedaje.

Categorías	Subcategorías	Participaciones						
Programa de Gestión Integral de Destinos	Empresas de hospedaje	E.M.P. #1	E.M.P. #2	E.M.P. #3	E.M.P. #5	E.M.P. #6	E.M.P. #11	Teoría
		Cedrela Ecolodge pertenece a la actividad de Hospedaje	Apartments Copey pertenece a la actividad de Hospedaje	Clusia Lodge pertenece a la actividad de Hospedaje y también Gastronomía.	Cabinas Bed and Breakfast las Manzanas pertenece a la actividad de Hospedaje	Cabinas Valchi pertenece a la actividad de hospedaje.	Domo house pertenece a la actividad de Hospedaje.	Como parte de la oferta turística, se identifican 32 empresas de hospedaje para un total de 341 habitaciones (ICT, 2019-2022, p.16).

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Con base a la tabla 40, se puede apreciar que una de las mayores actividades turísticas reflejada en el cuestionario dirigido a empresas y emprendimientos de Copey de Dota, es la actividad hotelera, en donde, seis de quince emprendimientos incursionan en esta. Ahora bien, según el Programa de Gestión Integral de Destinos, en toda la zona de los Santos hay un total de 32 empresas hoteleras, tomando en cuenta los datos anteriormente mencionados de la comunidad de Copey, estas representan el 18% del total que se encuentra en la zona de los Santos.

Esto permite contar con el hallazgo de que la comunidad de Copey de Dota cuenta con la infraestructura de alojamiento suficiente para recibir al turismo que lo visite, ya que según los datos obtenidos cuenta con un 18% de todo el hospedaje en esta zona, lo cual lo convierte en un destino preparado en este ámbito.

En cuanto a los datos reales se puede observar en la tabla 9, que esta comunidad puede recibir hasta un total de 97 personas en relación con el aforo que estos alojamientos representan, ya que se puede observar que algunos pueden recibir desde 10 a 25 personas por hospedaje. Es decir, que potencialmente a futuro se puede convertir en un destino importante capaz de albergar a una mayor cantidad de personas.

Además, gran parte de estas empresas de alojamiento han sido consolidadas por grupos familiares y con base a la manera de promocionarse la mayoría están actualizados con los medios digitales, lo cual pone en un escenario positivo el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

Por otro lado, otro tema que el plan menciona y se relaciona con este trabajo de investigación es acerca de la articulación de las empresas y emprendimientos con diferentes actores locales.

Cuando se habla de actores locales es en sentido de un sistema de acción a manera local en donde se realizan distintas actividades en conjunto para el bienestar de una sociedad o comunidad. En este mismo sentido, existen asociaciones que funcionan por medio de un conjunto de instituciones o personas que buscan el bien común.

Tabla 41. Matriz sobre los actores locales participando en conjunto.

Categorías	Subcategorías	Participaciones	
Programa de Gestión Integral de Destinos	Actores locales participando en conjunto.	E.M.P. #1	Teoría
		La empresa o emprendimiento Cedrela Ecolodge, forma parte de una asociación, la cual lleva por nombre Asociación de Desarrollo de Copey. Además, trabaja en conjunto con la Cámara de Turismo de los Santos.	Se incentiva a los actores locales (municipalidades, instituciones públicas, cámaras de turismo, organizaciones locales, empresarios, entre otros) para que se integren y trabajen en conjunto para mejorar las condiciones del destino y el bien de las comunidades receptoras (ICT, 2019-2022, p.6).

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Como se puede percibir, de los quince participantes en total, solamente una empresa pertenece a la Asociación de Desarrollo de Copey y también a la Cámara de Turismo los Santos. En comparación con la información que brinda el programa del ICT, se logra contrastar la realidad que, con base al cuestionario, en donde idealmente debería de existir una conexión entre instituciones públicas u organizaciones locales y empresa o emprendimiento. No obstante, en el caso de esta comunidad en particular solo se logró hallar una única empresa que forma parte de una asociación y que trabaja en conjunto con la Cámara de Turismo de los Santos.

Esto puede implicar una falta de gestión local que permita aumentar la competitividad en relación con otros destinos del lugar, por ende, se puede ver estancado el desarrollo económico por falta de organización. Si bien, se pudo observar que con la presencia de las empresas de hospedaje están a favor del desarrollo del turismo, la falta de participación de este tipo de actores podría afectar el crecimiento en conjunto.

Por último, se presenta a continuación una última matriz que trata acerca de la señalización turística que aparece en el programa, en donde esta se compara con el medio de promoción que las empresas y emprendimientos más utilizan.

Cabe recalcar que señalización turística refiere a un sistema de comunicación visual que anuncia información acerca de sitios turísticos cerca. Generalmente esta señalización la realizan las mismas empresas y emprendimientos debido a la falta de participación de las instituciones encargadas.

Tabla 42. Matriz sobre señalización turística.

Categorías	Subcategorías	Participaciones			
		E.M.P. #4	E.M.P. #8	E.M.P. #12	Teoría
Programa de Gestión Integral de Destinos	Señalización turística	Finca Toro Careto	Por parte de Pesca	En cuanto a	Parte de la propuesta de mejora en la señalización turística se propone realizar un plan para el diseño e implementación de una señalética turística que permita identificar el producto turístico y los servicios en el centro turístico de Los Santos (ICT, 2019-2022, p.25).
		respondió contar con publicidad en línea, anuncios de radio, anuncios de televisión en el apartado de medios de promoción.	de Trucha Río Blanco, se tiene que esta utiliza como medio de promoción la publicidad impresa y en línea.	Finca Integral Sostenible ELMON, esta respondió que no utiliza ningún medio de promoción.	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación realizada (2020).

Se puede evidenciar que la información proveniente del documento del ICT, con respecto a la señalización de la comunidad de Copey de Dota, propone una mejora en la misma para que se puedan identificar de manera más fácil los diferentes lugares turísticos. Sin embargo, el cuestionario realizado se basó principalmente en los métodos de promoción, en donde el más utilizado es el en línea, y solo una empresa utiliza el medio impreso para darse a conocer y ser identificados por las personas.

Cabe mencionar que, en relación con la poca señalización turística en la comunidad, las empresas o emprendimientos deben con sus propias fuentes promocionarse de diversas maneras. Aunado a esto con base a la observación documentada que se realizó por medio de una sola visita se aprecia la real escasez de señalización especialmente turística que hace falta en dicha comunidad.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones

En este último apartado se cuenta con las conclusiones realizadas con base a cada objetivo planteado en la investigación para de esta manera dar respuesta a la situación turística desde una dimensión socioeconómica del desarrollo turístico de la comunidad de Copey de Dota. Así mismo, se presentan recomendaciones dirigidas a diferentes instituciones de acuerdo con los resultados y también factores que podrían tomar en consideración para futuros trabajos relacionados con esta investigación.

5.1. Conclusiones.

A continuación, se presentan las conclusiones por cada objetivo específico de este trabajo de investigación.

Conclusiones del objetivo uno

Como parte del objetivo específico número uno, este consta en identificar los tipos de empresas y emprendimientos turísticos que existen en la comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Con base a los resultados de esta investigación, se lograron identificar un total de 15 empresas y emprendimientos turísticos los cuales corresponden a las siguientes actividades: hospedaje, agroindustria, gastronomía, tour operador, artesanías o souvenirs y guía turístico.

Ahora bien, en relación con estas 15 empresas y emprendimientos se logró recabar que mayoritariamente laboran de uno a cinco personas en promedio y con base a esto la mayoría de las empresas y emprendimientos son considerados como microempresas.

Así mismo, aproximadamente la capacidad de aforo es de ocho personas, y una pequeña parte de estas empresas tienen la facultad de albergar de 30 a 50 personas.

Del mismo modo, en cuanto a patentes, se obtiene un número alto de empresas y emprendimientos que cuentan con la mayoría de estas, en orden de mayor a menor se tiene: Permiso de Salud, Patente Municipal, Registro en el Instituto Nacional de Seguros, Registro en el Seguro Social, Registro de Marca o Nombre Comercial, Registro como contribuyente, solamente tres empresas y emprendimientos no cuentan con ninguna de las anteriores.

Por otro lado, la gran mayoría de empresas y emprendimientos son negocios familiares y de estos solamente uno forma parte de una sola asociación.

Tomando en cuenta estos hallazgos y las características de cada empresa y emprendimiento que hay en la comunidad de Copey de Dota, se concluye que existe una

planta turística a ofrecer que cuenta con distintos servicios especialmente de hospedaje y gastronomía; además que estos tienen una capacidad para recibir hasta 113 personas en total. Estas empresas y emprendimientos se categorizan como microempresas familiares que cuentan con diferentes patentes, pero que no trabajan en conjunto por medio asociaciones.

Con base a lo anterior, se puede observar que el turismo no es la principal fuente de empleo, en relación con brindar empleabilidad a los locales, ya que son pocas las personas que trabajan en este sector, en donde mayormente son familiares quienes colaboran en las empresas y emprendimiento.

Cabe mencionar, que estas empresas cuentan con gran parte indispensable de las patentes, sin embargo, al no estar ligados con una asociación o con la Cámara de Turismo correspondiente de la zona, el desarrollo turístico no aumenta.

Por lo que en relación con la gestión turística sostenible es viable generar procesos de planificación donde se encuentren articulados todos los actores de la comunidad.

Conclusiones del objetivo dos

Ahora bien, en cuanto al objetivo específico número dos, determinar la condición de los Recursos Humanos de las empresas y emprendimientos que se encuentran en Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020, se tienen los siguientes hallazgos:

En primer lugar, la jornada laboral que predomina entre los 15 empresarios y trabajadores es entre seis a ocho horas diarias.

Con base a las actividades que se mencionaron en el primer objetivo, los salarios dependen de los puestos que existan en las empresas y emprendimientos, no obstante, a nivel general el salario más mencionado es el que va en un rango entre 100.000 y 200.000 colones mensuales, tanto para puestos desde jardinería hasta gerencia.

Por otro lado, el tipo de contrato más común es por medio de servicios profesionales.

Otro factor importante para medir los recursos humanos son los niveles de escolaridad. El nivel mayormente mencionado como el más alto es la universidad incompleta, sin embargo, solo tres empresarios cuentan con este. Contrariamente, el nivel más frecuente como el más bajo de escolaridad es la primaria completa, en este caso si se cuenta con mayor mención que la anterior categoría.

Asimismo, antes de la pandemia el número de personas que laboraban era de cuatro a seis personas.

En contraste, se obtuvieron resultados en donde la pandemia estaba siendo contemplada entre los meses de marzo a octubre, en el cual la mayor cantidad de personas que trabajan fue de una a cinco.

Cabe mencionar, que a pesar de que se mantuvo un aproximado de personas que laboraron durante la pandemia SARS-CoV-2, ocho de estas empresas y emprendimientos se mantuvieron en este rango, sin embargo, dos empresas y emprendimientos más descendieron de una a cinco personas.

Al mismo tiempo, en cuanto a si se dio o no, un cambio de condiciones laborales durante la pandemia SARS-CoV-2, la mayor parte de los participantes expresaron que no se presentaron cambios. Aun así, la minoría de las empresas tuvieron que realizar modificaciones en estas condiciones, tales como: reducción de jornada laboral, reducción de salario y reducción de personal.

A partir de estos hallazgos, se puede concluir que el salario que ganan los colaboradores depende de la cantidad de turistas o visitantes que reciba la empresa y emprendimiento, ya que se observó un comportamiento en común, el cual es que no muchas empresas y emprendimientos tienen un salario fijo.

Aunado a esto, los niveles de escolaridad a nivel general son bajos, no obstante, si existen personas que han avanzado a la universidad y poseen conocimientos que han ayudado a hacerle frente a la pandemia.

En relación con esto, no se dio un cambio extremo en el talento humano de las empresas y emprendimientos de la comunidad de Copey de Dota, durante la pandemia. Sin embargo, existió una parte de emprendimientos que sí se vieron afectados y por ende tuvieron que cerrar hasta finales del 2020.

Se puede observar que sí hubo una afectación en la situación turística, no obstante, fue a nivel internacional. Por lo que, se considera viable generar una mejor planificación comunitaria.

Conclusiones del objetivo tres

Por otro lado, se tiene el tercer objetivo el cual busca establecer el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos en Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Como parte de los descubrimientos, se tiene que el medio de promoción más común es la publicidad en línea, en donde mayoritariamente el nivel de alcance es nacional.

En cuanto a las ferias de promoción turística, la gran parte de empresas y emprendimientos no participan de estas actividades y las pocas que si lo hacen es a nivel nacional.

Así mismo, un poco más de la mitad de estas empresas y emprendimientos no cuentan con alianzas estratégicas, y las que sí lo hacen a nivel regional.

Por último, el tipo de mercado más común es el nacional seguido del regional.

Con base a estos hallazgos se puede establecer que el acceso de mercado más común en la comunidad de Copey de Dota está en gran parte relacionado con el turista nacional que es atraído por medio de publicidad en línea.

Dentro del enfoque de turismo sostenible se plantea que la comunidad se siga enfocando en el mercado nacional, especialmente por la situación actual, no obstante, con la compañía de asociaciones u organización se podría alcanzar una promoción mayor por medio de ferias turísticas.

Conclusiones del objetivo cuatro

En cuanto al último capítulo se pretende evaluar el desarrollo turístico real y potencial de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.

Con lo que respecta a las empresas de hospedaje, se pudo evidenciar que en la zona de los Santos está presente un total de 32 empresas de hospedaje, en donde solo en la comunidad de Copey se encuentran el 18% de estas.

Por otro lado, y como se ha venido insistiendo, solo una empresa pertenece a la Asociación de Desarrollo de Copey y a la Cámara de Turismo de los Santos.

Mientras que, como último hallazgo, se tiene que el medio de promoción más utilizado es en línea, no obstante, solo una empresa cuenta con publicidad impresa. Y la señalización en el lugar es escasa.

En conclusión, a este último objetivo se tiene que la comunidad de Copey cuenta con un porcentaje notable de empresas hoteleras, sin embargo, un gran inconveniente que muestra esta zona en especial es la falta de rotulación turística, resultando complicado el poder ubicar las diferentes empresas que se encuentran en dicho lugar.

Además, la falta de articulación con asociaciones e instituciones como lo es la Cámara de Turismo de los Santos o la Asociación de Desarrollo de Copey es una desventaja, ya que estas organizaciones podrían traer gran beneficio a estas empresas y por ende a la comunidad.

Como se pudo observar, la teoría brindada por el Programa de Gestión Integral de Destinos ofrece tres aspectos a evaluar en donde el primero es el único que sí corresponde con respecto a la cantidad de empresas de hospedaje en el lugar.

No obstante, los otros dos aspectos están en desventaja para el desarrollo de este sitio. Ya que, la falta de articulación con asociaciones es indispensable al igual que la escasa señalización turística en la comunidad.

Basándose en estos tres aspectos fundamentales, se tiene que para un desarrollo turístico de Copey como comunidad es indispensable trabajar en conjunto con instituciones y asociaciones. Esto para avanzar por medio de un trabajo colaborativo y por ende podría surgir una metodología para la adquisición de nueva señalización, así también como capacitaciones y estrategias de planificación y gestión turística.

En resumen, para responder al problema de investigación: ¿cuál es la situación turística desde una dimensión socioeconómica del desarrollo turístico en la comunidad de Copey de Dota, San José de agosto a diciembre del 2020?

Se tiene que existe un turismo que responde mayormente al mercado nacional, en donde la mayor parte de la oferta es por medio del hospedaje. Además, el turismo puede no ser la principal actividad económica, sin embargo, es notable que ha tenido un papel importante en la comunidad de Copey debido a la gran variedad de atractivos turísticos de esta zona. Para generar un mejor desarrollo del turismo sostenible se debe de planificar y gestionar en conjunto con asociaciones, instituciones y comunidad. Cabe mencionar que el lugar de estudio no se vio extremadamente afectada con la situación de la pandemia SARS-CoV-2, sin embargo, si se emplea una planificación turística y una correcta gestión se puede potenciar esta actividad.

5.2 Recomendaciones

A continuación, se presentan recomendaciones que surgieron en el proceso de este trabajo de investigación dirigidas a las siguientes instituciones.

Tecnológico de Costa Rica (TEC)

Esta institución forma parte de las universidades públicas de Costa Rica, para este caso específicamente la recomendación va dirigida a la sede central de Cartago, la cual cuenta con la carrera de Gestión de Turismo Sostenible (GTS) en donde vela por el aprendizaje de sus estudiantes, además que como universidad tiene incidencia en el desarrollo económico del país. El TEC y la carrera de Gestión de Turismo Sostenible tienen principal relación con este trabajo de investigación ya que ambos comparten el enfoque del turismo sostenible.

Al Tecnológico de Costa Rica se le recomienda que se trabaje en articulación con distintas carreras, en este caso con la carrera de Gestión de Turismo Sostenible por medio de realización de prácticas o pasantías dirigidas a comunidades que estén interesadas en un desarrollo socioeconómico, en donde una o varias carreras sean aliadas para dar un resultado más eficaz. Ya que como institución esto puede brindar un insumo para la ciudadanía en donde se practique una correcta gestión del turismo sostenible.

Del mismo modo, es importante que estudiantes de otras generaciones realicen un continuo estudio de la situación socioeconómica de distintas comunidades, para de este modo impulsar un turismo sostenible en aquellos pueblos que requieran de capacitaciones, ayuda técnica, gestión de procesos y otros. Así también, si este tipo de investigaciones tienen la oportunidad de trabajar en conjunto con otras carreras el resultado podría ser más preciso.

Municipalidad de Dota

Las municipalidades en general son las encargadas de organizar y planificar a su cantón perteneciente, con tal de velar por el beneficio de sus habitantes por medio del desarrollo económico, cultural, social, tecnológico, urbano y ambiental. En este caso la recomendación va dirigida a la Municipalidad de Dota ubicada en la provincia de San José, ya que la comunidad estudiada pertenece a este gobierno local. Ahora bien, como parte de sus objetivos como institución está el desarrollo económico, en donde este trabajo de investigación tiene gran incidencia, ya que funciona como una herramienta de evaluación con respecto a la situación turística.

A la municipalidad de Dota, se le recomienda crear alianzas estratégicas con todas aquellas instituciones o entidades que puedan colaborarles con capacitaciones dirigidas a estas empresas turísticas que se encuentran en la comunidad de Copey de Dota, ya que esto traería gran beneficio a la comunidad y permitiría un desarrollo turístico más eficaz y una correcta gestión en los recursos que se encuentran en dicha zona. En la misma línea se

recomienda la creación o incorporación de un profesional en el sector de Turismo, ya que este puede manejar procesos de gestión turística en beneficio del cantón y sus comunidades.

Empresas y emprendimientos

Como última recomendación, esta va dirigida a todas las empresas y emprendimientos turísticos que se encuentran localizados en la comunidad de Copey de Dota. Estos actores son principalmente el objeto de estudio de este trabajo de investigación y la razón de ser del mismo, por lo que compete a cada emprendedor y empresario que colaboró. Es importante mencionar que esta comunidad tiene gran potencial y que cada actividad que estas empresas realizan añade valor turístico al cantón de Dota.

A las empresas y emprendimientos de la comunidad de Copey de Dota se le recomienda articularse con instituciones o asociaciones que colaboren en beneficio de su empresa y de la comunidad, para de este modo que exista una relación que promueva el desarrollo turístico de la zona, así también trabajar en conjunto con otras empresas y emprendimientos vecinos. Del mismo modo, esto podría beneficiar a una incorporación de una mejor señalización, la cual es indispensable para los turistas.

En relación con esto, se les recomienda que apuesten por promocionarse de manera internacional por medio de la participación en ferias como lo es la EXPOTUR, MIPYMES y otros. Para esto, se pueden acercar a la Cámara de Turismo de los Santos (Catursantos) o a asociaciones de la zona. Igualmente, se insta a continúen manejando los recursos naturales como lo han hecho, brindando trabajo en este sector, promocionándose de manera virtual y más. Debido a que esto promueve el desarrollo de la comunidad, manteniendo la esencia de la zona que los caracteriza como un destino que ofrece variedad.

Tabla 43. Recomendaciones para cada empresa, nombre de empresa, puntos fuertes y débiles.

Nombre de empresa	Puntos fuertes	Puntos débiles	Recomendación
Cedrela Ecolodge	Trabaja en conjunto con la asociación. Participación en ferias turísticas. Alianzas estratégicas.		Seguir con el trabajo que han hecho hasta el momento, ya que los datos recopilados muestran una correcta planificación y gestión de las áreas analizadas.
Apartments Copey		Salarios no apegados a la ley. Falta de alianzas estratégicas.	Mejorar las condiciones de pago de sus trabajadores según lo que establece el MTSS, ya que, según los datos brindados, no hubo cambios en sus condiciones laborales. Así también se recomienda trabajar en conjunto con otras empresas y asociaciones.
Clusia Lodge	Alianzas estratégicas.		Continuar creando alianzas estratégicas, esto se puede lograr por medio de la participación en ferias turísticas
Finca Toro Careto	Alianzas estratégicas.		Continuar creando alianzas estratégicas, esto se puede lograr por medio de la participación en ferias turísticas
Cabinas Bed and Breakfast Las Manzanas	Participación en ferias turísticas. Alianzas estratégicas.		Seguir con el trabajo que han hecho hasta el momento, ya que los datos recopilados muestran una correcta planificación y gestión de las áreas analizadas. Así también se recomienda trabajar en conjunto con asociaciones.
Cabañas Valchi		Salarios no apegados a la ley. Falta de alianzas estratégicas.	Mejorar las condiciones de pago de sus trabajadores según lo que establece el MTSS, ya que, según los datos brindados,

De la Colina Shop & Market	Alianzas estratégicas.	Salarios no apegados a la ley.	<p>no hubo cambios en sus condiciones laborales.</p> <p>Así también se recomienda trabajar en conjunto con otras empresas y asociaciones.</p> <p>Mejorar las condiciones de pago de sus trabajadores según lo que establece el MTSS, ya que, según los datos brindados, no hubo cambios en sus condiciones laborales.</p>
Pesca de Trucha Río Blanco		Falta de alianzas estratégicas.	<p>Implementar un plan de acción que les permita crear alianzas con otras empresas, por medio de la Cámara de Turismo de los Santos y la Asociación de Desarrollo de Copey. Así también, participar en ferias turísticas.</p>
Alma5 finca integral SA		<p>Falta de patentes.</p> <p>Falta de promoción.</p> <p>Falta de alianzas estratégicas.</p>	<p>Comunicarse con la Municipalidad de Dota, para que de este modo se pongan al día con las diversas patentes que aún no poseen, de igual manera, con las demás organizaciones que las otorgan.</p> <p>Capacitarse en el uso de herramientas tecnológicas que le permitan promocionarse por diferentes medios, o contratar a un profesional en el área.</p> <p>Implementar un plan de acción que les permita crear alianzas con otras empresas, por medio de la Cámara de Turismo de los Santos y la Asociación de Desarrollo de Copey. Así también, participar en ferias turísticas.</p>

Vinos Quincho	Participación en ferias turísticas. Alianzas estratégicas.		Seguir con el trabajo que han hecho hasta el momento, ya que los datos recopilados muestran una correcta planificación y gestión de las áreas analizadas. Así también se recomienda trabajar en conjunto con asociaciones.
Domo house	Alianzas estratégicas.	Falta de patentes.	Comunicarse con la Municipalidad de Dota, para que de este modo se pongan al día con las diversas patentes que aún no poseen, de igual manera, con las demás organizaciones que las otorgan.
Finca Integral Sostenible ELMON		Falta de promoción. Falta de alianzas estratégicas.	Capacitarse en el uso de herramientas tecnológicas que le permitan promocionarse por diferentes medios, o contratar a un profesional en el área. Implementar un plan de acción que les permita crear alianzas con otras empresas, por medio de la Cámara de Turismo de los Santos y la Asociación de Desarrollo de Copey. Así también, participar en ferias turísticas.
Pedregoso Lácteos	Participación en ferias turísticas.	Falta de alianzas estratégicas.	Implementar un plan de acción que les permita crear alianzas con otras empresas, por medio de la Cámara de Turismo de los Santos y la Asociación de Desarrollo de Copey. Así también, participar en ferias turísticas.
Micro Beneficio Monte Copey	Salarios apegados a la ley.	Falta de alianzas estratégicas.	Implementar un plan de acción que les permita crear alianzas con otras empresas, por medio de la Cámara de Turismo de los Santos y la Asociación de Desarrollo

Copey Quetzal Center	Falta de patentes. Falta de alianzas estratégicas.	<p>de Copey. Así también, participar en ferias turísticas.</p> <p>Comunicarse con la Municipalidad de Dota, para que de este modo se pongan al día con las diversas patentes que aún no poseen, de igual manera, con las demás organizaciones que las otorgan.</p> <p>Comunicarse con la Municipalidad de Dota, para que de este modo se pongan al día con las diversas patentes que aún no poseen, de igual manera, con las demás organizaciones que las otorgan</p>
----------------------	--	---

Fuente. Elaboración propia partir de los resultados de la investigación realizada (2020)

Apéndices

Apéndice 1. Cuestionario elaborado para empresas y emprendimientos.



Desarrollo turístico de la comunidad de Copey de Dota en el 2020

Le solicitamos su colaboración para dar respuesta a las siguientes preguntas las cuales son valiosas para el desarrollo de este trabajo de investigación proveniente del Tecnológico de Costa Rica. Cabe mencionar que la información que brinde será manejada con total confidencialidad. Este cuestionario no le tomará más de 10 minutos para su realización. Agradecemos su participación.

* Obligatorio

1. Nombre de la empresa *

2. ¿Cuál es su nombre y apellidos? *

3. ¿Cuál es su puesto? *

4. Según la actividad que realiza, clasifique su empresa o emprendimiento *

- Hospedaje
- Gastronomía
- Artesanías o souvenirs
- Guía turístico
- Tour operador
- Agroindustria
- Otro

5. ¿Cuántas personas laboran actualmente? *

- 1-5 personas
- 6-10 personas
- 11-15 personas
- 16-20 personas
- Más de 21 personas
- No aplica

6. ¿Cuál es la capacidad máxima de aforo de clientes en su negocio? *

7. ¿Cuenta con patentes actualmente? *

- Patente municipal
- Registro en el Seguro Social (CCSS)
- Registro en el Instituto Nacional de Seguros (INS)
- Permiso de Salud
- Registro de marca o nombre comercial
- Registro como contribuyente
- Otro
- Ninguno

8. ¿Es un negocio familiar o es corporativo? *

- Familiar
- Corporativo

9. ¿Forma parte de algún clúster o asociación?

- Sí
- No

10. ¿Cuál es el nombre del clúster o asociación que pertenece?

11. ¿Cuál es su jornada laboral en promedio? *

- De 6 a 8 horas
- De 9 a 11 horas
- De 12 a 14 horas

12. Según las siguientes actividades ¿Cuál es en promedio el salario que remunera al mes?

	De 100.000 a 200.000 colones al mes	De 200.000 a 300.000 colones al mes	De 300.000 a 400.000 colones al mes	De 400.000 a 500.000 colones al mes	De 500.000 a 600.000 colones al mes	Más de 600.000 colones al mes	No aplica
Ayudante de cocina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chef	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cocinero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bartender	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jefe de salones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encargado de limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jardinero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recepcionista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mucama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guía turístico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Administrador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. En términos generales, ¿Cuál es el nivel más alto de escolaridad que tienen sus trabajadores? *

- Primaria completa
- Primaria incompleta
- Secundaria completa
- Secundaria incompleta
- Universidad completa
- Universidad incompleta

14. En términos generales, ¿Cuál es el nivel más bajo de escolaridad que tienen sus trabajadores? *

- Primaria completa
- Primaria incompleta
- Secundaria completa
- Secundaria incompleta
- Universidad completa
- Universidad incompleta

15. Antes de la pandemia SARS-CoV-2. ¿Cuál era el número de trabajadores en su negocio?

- 1-3 personas
- 4-6 personas
- 7-9 personas
- 10-13 personas
- 14-18 personas
- 19-21 personas
- Más de 22 personas
- No aplica

16. Según los siguientes meses ¿Cuál fue el número de trabajadores que laboraron en su negocio?

	1-5 personas	6-10 personas	11-15 personas	16-20 personas	Más de 21 personas	No aplica
Marzo-Abril	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mayo-Junio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Julio-Agosto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiembre-octubre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. ¿Bajo que tipo de contrato se encuentran sus trabajadores? *

- Servicios profesionales
- Contrato laboral

18. ¿Ha tenido que cambiar las condiciones laborales de su personal? *

- Si
- No

19. Marque las medidas que ha tenido que implementar *

- Reducción de jornada laboral
- Reducción de salario
- Reducción de personal
- Reducción de prestaciones laborales
- Otra

20. ¿Cuáles son los medios que utilizan para promocionarse? *

- Publicidad impresa
- Publicidad en línea
- Anuncios de radio
- Anuncios de televisión
- Publicidad en lugares públicos
- Ninguna

21. ¿Se promocionan ustedes a nivel regional, nacional o internacional? *

- Regional
- Nacional
- Internacional

22. ¿Han participado en ferias de promoción turística? *

Sí

No

23. Estas ferias son a nivel: *

Regional

Nacional

Internacional

24. A nivel general ¿Qué tipo de mercado atiende su negocio? *

Regional

Nacional

Internacional

25. ¿Cuentan con alianzas estratégicas? *

Sí

No

26. Estas alianzas son a nivel: *

Regional

Nacional

Internacional

Apéndice 2. Carta de colaboración

Estimados y Estimadas Señores y Señoras

Reciba un atento saludo.

Como coordinadora de la Carrera de Gestión de Turismo Sostenible del Instituto Tecnológico de Costa Rica, Campus Tecnológico Central.

Es importante hacer de su conocimiento lo siguiente:

- a. Los estudiantes Angie Pamela Calderón Fonseca y Juan Carlos Gómez Vásquez, son estudiantes de la carrera de Gestión del Turismo Sostenible, durante el II Semestre del 2019, colaboraron en el Inventario Turístico que se realizó en los distritos de Cachi, Paraíso y Santiago, dentro del curso Planificación del Turismo.
- b. Gracias a la experiencia e iniciativa de los estudiantes Calderón Fonseca y Gómez Vásquez, realizaron una propuesta de investigación en setiembre que fue avalada por mi persona en octubre, denominada, ***La situación turística desde una dimensión socioeconómica del desarrollo turístico real y potencial de la Comunidad de Copey de Dota, San José en el II semestre del 2020.***
- c. La propuesta de investigación se encuentra dentro del marco de la **Estrategia de Desarrollo Turístico de la provincia de Cartago y Los Santos**, la cual se elaborada por un conjunto de instituciones académicas, autónomas y gobiernos locales durante el 2019 y 2020.
- d. La investigación que ambos estudiantes van realizar va permitir tener una referencia clara sobre todos aquellos lugares capaces de atraer visitantes y turistas a la comunidad de Copey de Dota, y que son motivo suficiente para emprender un viaje, conocer la infraestructura turística de la zona.
- e. La primera parte de la información ya fue recopilada por los estudiantes del **Colegio Universitario de Cartago** durante los meses Junio y Agosto del presente año.
- f. La segunda parte de la información, será recopilada por los estudiantes del **Instituto Tecnológico de Costa Rica**, la cual se realizará por los medios que los emprendedores y empresarios consideren adecuado, pueden ser por medio de un formulario al correo electrónico, llamadas telefónicas, entrevistas por medio de alguna plataforma WhatsApp, Zoom, Teams y otra.

- g. Entre la información que se necesita recabar es la siguiente: los tipos de empresas, emprendimientos y clústeres turísticos que existen en la comunidad. Copey de Dota, San José. La condición de los Recursos Humanos de las empresas y el acceso de mercados que atienden las empresas y emprendimientos y clústeres. **La realización de la entrevista amerita aproximadamente unos 30 a 45 minutos.**
- h. El Instituto Tecnológico de Costa Rica y la carrera de Gestión del Turismo Sostenible, viene realizando un esfuerzo para dotar de información actual, técnica y objetiva que permita dar continuidad a los esfuerzos que realizan diversas organizaciones para fortalecer el desarrollo económico local.
- i. Debido a las condiciones del país producto de la pandemia, los estudiantes por directrices del Instituto Tecnológico de Costa Rica, no se pueden desplazar a ningún lugar del país. Razón por la cual, les solicito el apoyo de cada uno de los emprendedores y empresarios turísticos de la comunidad de Copey de Dota indicando, **¿Cómo se puede obtener la información y por cuál o cuáles medios se la puede realizar la entrevista?**, para que los estudiantes puedan entregarles a su empresa u organización los resultados en la segunda semana de diciembre del 2020, por medios que usted indique.

Tomando en cuenta de todo lo anterior, para mí es prioritario y para los estudiantes conocer si es posible unir esfuerzos y poder realizar la logística para recopilar la información para lograr finalizar dicha investigación en la segunda semana de diciembre y bajo las condiciones que enfrenta su comunidad y el país. .

Quedo atenta a su respuesta para organizar la manera en que nos pueda colaborar y cualquier consulta no duden en contactarme por los medios que se indican al final de la nota.

Atentamente,

MARIAM
ALVAREZ
HERNANDEZ
(FIRMA)

Firmado digitalmente
por MARIAM
ALVAREZ
HERNANDEZ (FIRMA)
Fecha: 2020.10.28
07:49:45 -06'00'

TEC | Tecnológico
de Costa Rica

Máster Mariam Álvarez Hernández
Coordinadora
Carrera de Gestión de Turismo Sostenible
Escuela de Ciencias Sociales
Teléfono: 2550 2020/ Celular: 88921071
Correo electrónico: mialvarez@itcr.ac.cr

Apéndice 3. Carta de entendimiento

Fecha 01/06/2021

Señores

Tecnológico de Costa Rica

Biblioteca José Figurees Ferrer

Yo, Angie Pamela Calderón Fonseca, carné 2019390151 (X) Si autorizo () No autorizo al Sistema de Bibliotecas del Tecnológico de Costa Rica (SIBITEC) del Instituto Tecnológico de Costa Rica, disponer del Trabajo Final de Graduación, del cual soy autor (a) para optar por el grado de Bachillerato con el título

“La dimensión socioeconómica del desarrollo turístico, en la comunidad de Copey del cantón de Dota, San José en el II semestre del 2020.”

Para ser ubicado en el Repositorio Institucional y el Catálogo SIBITEC, con el objetivo de ser visualizado a través de la red internet.

Correo electrónico: angiecfpamela.96@gmail.com

Firma:

Cédula: 304980331

Apéndice 4. Carta de entendimiento

Fecha 01/06/2021

Señores

Tecnológico de Costa Rica

Biblioteca José Figurees Ferrer

Yo, Juan Carlos Gómez Vásquez, carné 2019390151 (X) Si autorizo () No autorizo al Sistema de Bibliotecas del Tecnológico de Costa Rica (SIBITEC) del Instituto Tecnológico de Costa Rica, disponer del Trabajo Final de Graduación, del cual soy autor (a) para optar por el grado de Bachillerato con el título

“La dimensión socioeconómica del desarrollo turístico, en la comunidad de Copey del cantón de Dota, San José en el II semestre del 2020.”

Para ser ubicado en el Repositorio Institucional y el Catálogo SIBITEC, con el objetivo de ser visualizado a través de la red internet.

Correo electrónico: charlie211995@gmail.com

Firma:

Cédula: 304870530

Bibliografía consultada

- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. Pearson, Prentice Hall, México.
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (01 de octubre del 2009). *Ley Fomento de Turismo Rural Comunitario*. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/630-ley-fomento-del-turismo-rural-comunitario/file.html>
- Arnándis, R. (2007). ¿QUÉ ES EL TURISMO? SU EVOLUCIÓN A TRAVÉS DE SUS DEFINICIONES. *Ábaco*, (54), 144-153. Recuperado el 16 de septiembre del 2020. <http://www.jstor.org/stable/20797362>
- Barrantes, R. (2016). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto*. EUNED, CR. (pp. 319-359)
- Bergua, J (2011). *Estilos de la investigación social: Técnicas, epistemología, algo de anarquía y una pizca de sociología*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/visor/23471>
- Bisquerra, R., Alzina, R. B. (2004). *Metodología de la investigación educativa (Vol. 1)*. Editorial La Muralla. https://books.google.co.cr/books?id=VSb4_cVukkcC&lpg=PA3&ots=PwpvRfmpFW&dq=metodologias%20de%20la%20investigacion&lr&hl=es&pg=PA3#v=onepage&q=marco%20referencial&f=false
- Blanco, M. (2008) IICA. *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. http://www.academia.edu/download/34268458/Guia_para_elaborar_el_plan_de_desarrollo_turistico_de_un_territorio.pdf
- Blanco, A; Hoke, M. (2018) *Coffetour en el microbeneficio de Copey, ubicado en el cantón de Dota: diversificación de la actividad comercial cafetalera*. (proyecto de licenciatura) Universidad Nacional de Costa Rica <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/14273/Coffee%20Tour%20Andrea-Madelyn..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Blasco, A., Moya, I. (septiembre, 2005). Factores económico-financieros que inciden en la eficiencia temporal de las empresas del sector turístico español / Financial-economics factors which affect in the temporal efficiency of the companies in the Spanish touristic industry. *Revista Española De Financiación Y Contabilidad*, 34(126), 663-687. <http://www.jstor.org/stable/42782413>
- Briones Montiel, G. L. (2016). *Análisis de la oferta y demanda turística actual de la parroquia Pascuales para el desarrollo de una estrategia de promoción gastronómica*. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8661/1/TESIS%20TERMINADA%20LILIAN%20ABRIONES.pdf>
- Calvalho, L; Gallardo, R; Zúñiga, C. (2009). Plan de Desarrollo Humano Local Cantón de Dota 2010-2020. (Publicación N 001-2008) <https://docplayer.es/65585870-Plan-de-desarrollo-humano-local-canton-de-dota.html>
- Canive, T; Balet, R (s.f.). Videollamadas grupales para proyectos: aplicaciones y tips. [Mensaje en un blog]. <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/videollamadas-grupales>
- Castro, R. (2017). Elementos del turismo: Teoría, clasificación y actividad. EUNED, Costa Rica.
- Cerdas, H. (2003). ¿Cómo elaborar proyectos? Bogotá DC Cooperativa editorial magisterio. (pp. 7-38)
- Comisión Técnica del Anillo Turístico de la Provincia de Cartago y Los Santos (2020). *Estrategia de Desarrollo del Anillo Turístico de la Provincia de Cartago y Los Santos*. Documento no publicado, Costa Rica.
- Consejo Territorial de Desarrollo Rural Los Santos. (2016). Plan de Desarrollo Rural Territorial (PDRT). <https://www.inder.go.cr/los-santos/PDRT-Los-Santos.pdf>
- Danaher, Fatal, Letourneau, McMahon (2016) *Developing an Agro-ecotourism Route in Copey de Dota*. (tesis de licenciatura). Worcester Polytechnic Institute (WPI) https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-050216-161616/unrestricted/CR16_Agro-Ecotourism_Route.pdf

- De Longhi, A. Ferreyra, A. (2014). *Metodología de la investigación II*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/visor/35448>
- Dessler, G; Varela, R. (2011). Administración de recursos humanos. *Repositorio Dspace*. <http://uprid2.up.ac.pa:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1558/Administraci%C3%B3n%20de%20recursos%20humanos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esteve, R; Fuentes, R; Martín, M; Torres, E. (2006) *Estructura de mercados turísticos*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/a/1020/estructura-de-mercados-turisticos>
- Estrada, M. (2020). Economía de Costa Rica decrecerá un 3,6% en el 2020 debido al COVID-19, según el Banco Central. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/ultima-hora/economia-de-costa-rica-decrecera-un-36-en-el-2020-debido-al-covid-19-segun-banco-central/>
- Fernández, L. (20 de julio del 2020) *Gobernanza y estrategia* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WCie4uTWEHo&feature=youtu.be>
- Gallopín, G. C. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico. Cepal. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5763/S033120_es%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, J. (24 de marzo del 2020). Ayer inició la “Temporada cero”, *La República.net*. <https://www.larepublica.net/noticia/ayer-inicio-la-temporada-cero-anuncio-camara-de-turismo>
- González, L; Daniel, H. (2009). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto, proyecto*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/visor/30003>
- Hermosilla, J. (2017) *Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico* <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/a/66363/guia-para-la-elaboracion-de-planes-de-desarrollo-territorial-turistico>
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta Edición McGraw-Hill.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2019-2022). Plan de Gestión Integral de Destinos. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/gidt/1712-programa-gestion-integral-de-destinos-cdt-los-santos/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo (2020). *Acerca del ICT*. Recuperado el 06 de agosto del 2020.
<https://www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos.html>

Instituto Costarricense de Turismo (2020). *Desarrollo Turístico*. Recuperado el 06 de agosto del 2020. <https://www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/desarrollo-turistico.html>

Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura – IICA (2014) *Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales*. San José, Costa Rica.

Instituto Nacional de Estadísticas. (2020) *INEC Costa Rica*. <https://www.inec.cr/estadisticas>

Lerma, H. (2009). *Metodología de la investigación*.
<http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/visor/30003>

Manuel, L. (16 de marzo del 2020). Costa Rica cierra fronteras hasta medianoche del 12 de abril. *Delfino*. <https://delfino.cr/2020/03/asi-funcionara-el-cierre-de-fronteras-y-el-aislamiento-obligatorio-durante-la-emergencia-nacional>

Mikery, M; Pérez, A. (2014) *Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural*. *Scielo*, (5), 1729-1740. <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v5nspe9/2007-0934-remexca-5-spe9-1729.pdf>

Ministerio de Salud Costa Rica. (abril, 2020). *Guía para la prevención, mitigación y continuidad del negocio por la pandemia del COVID-19 en los centros de trabajo*. https://www.ministeriodesalud.go.cr/sobre_ministerio/prensa/docs/guia_continuidad_negocio_v1_21042020.pdf

Ministerio de Salud Costa Rica. (2020) *20 417 Apertura de vuelos comerciales al país inicia el 01 de agosto con trayectos limitados desde Europa*
<https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/centro-de-prensa/noticias/741-noticias-2020/1813-apertura-de-vuelos-comerciales-al-pais-inicia-el-01-de-agosto-con-trayectos-limitados-desde-europa>

Ministerio de Salud Costa Rica. (2020) *20 417 casos confirmados por COVID-19*.
<https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/centro-de-prensa/noticias/741-noticias-2020/1831-20-417-casos-confirmados-por-covid-19>

- Mora, A (2012) *Desarrollo local y turismo comunitario en la globalización. El caso de San Gerardo de Dota*. (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/2996>
- Morales, M. (20 de junio de 2019). Copey de Dota, el refugio perfecto entre la montaña. *La Nación*. <https://www.nacion.com/revista-perfil/vida/copey-de-dota-el-refugio-perfecto-entre-la/VQPO4UUBE5EFL7AHP3YU6KAWI/story/>
- Organización Mundial del Turismo (s.f.) Empresa. *En el glosario de términos de turismo*. Recuperado el 24 de septiembre del 2020 <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Oriol, M. (2010). *Gestión pública del turismo*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/a/20185/gestion-publica-del-turismo>
- Porras, M. (2016). *Fundamentos para emprendimientos turísticos sostenibles: La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles*. EUNED, Costa Rica.
- Reguera, A. (2015). *Metodología de la investigación lingüística: Prácticas de escrituras*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/visor/41843>
- Rodríguez, O (2002) *Evaluación del potencial turístico de las aves como contribución al desarrollo sostenible de las comunidades de montaña, en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Tapantí-Macizo de la Muerte-Costa Rica*. (tesis de postgrado). Centro Agronómico Tropical de la Investigación y Enseñanza (CATIE) <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=orton.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mf=076904>
- Ruiz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.itcr.ac.cr/visor/15155>
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual para el desarrollo y la planificación del turismo*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5589/1/S2003705_es.pdf
- Socatelli, M. (2016) *Fundamentos para emprendimientos sostenibles: La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles* (pp.28-42)

Solis, S. (2017). Tendencias de desarrollo turístico mundial: enfoque desde las Ciencias Sociales. EUNED. Costa Rica.

Taylor, S; Bogdan, R. (1984) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2011/12/Introduccion-a-metodos-cualitativos-de-investigaci%C3%B3n-Taylor-y-Bogdan.-344-pags-pdf.pdf>

Tecnológico de Costa Rica. (2020). Misión y Visión. Recuperado el 6 de agosto del 2020. <https://www.tec.ac.cr>

Villalobos, L. (2018). Enfoques y diseños de investigación social: cuantitativos, cualitativos y mixtos. EUNED. San José, Costa Rica.