

UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL

SEDE PACÍFICO

**LICENCIATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS DE HOSPEDAJE Y
GASTRONÓMICAS**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS DE HOSPEDAJE Y
GASTRONÓMICAS**

**Estudio de los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del área
gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón
central de Puntarenas, durante el año 2020-2021**

SUSTENTANTES:

Jennifer Arroyo Zúñiga 6-0436-0572

Daniel Vásquez Alvarado 6-0439-0024

PUNTARENAS, COSTA RICA

AÑO 2022

ACTA DE APROBACIÓN

En la ciudad de Puntarenas, a los 23 días del mes de agosto del año 2022 al ser las diecisiete horas estando presentes en el Campus Juan Rafael Mora Porras de la Sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:

Profesor Tutor: Witman Cruz Mónde

Profesora Lectora: Indira Chavarría Torres

Profesor Lector: Otto Arroyo Quesada

Presidente del Tribunal Examinador: Marvin Campos Montoya

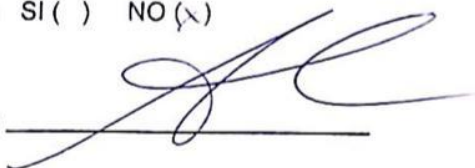
En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar el proyecto y optar por el grado de Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, de los estudiantes **Jennifer Arroyo Zúñiga**, cédula de identidad 6-0436-0572 y **Daniel Vásquez Alvarado**, cédula de identidad 6-0439-0024,

Reunido el Tribunal Evaluador las aspirantes procedieron a defender su Trabajo Final de Graduación, denominado "Estudio de los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón central de Puntarenas, durante el año 2020-2021".

Concluida la defensa del presente Trabajo de Graduación, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con la normativa en la materia, los estudiantes obtuvieron una calificación de 47, cumpliendo con las exigencias requeridas para la aprobación de la tesis y le es conferido el grado de Licenciadas en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas,

Mención Honorífica SI () NO (x)

Presidente del Tribunal Examinador:



Profesor (a) Tutor:



Lector (a):

Lector (a):

ESTUDIANTES

Jennifer Arroyo Zúñiga.

Daniel Vásquez Alvarado.

Dedicatoria

Dedico esta tesis, primeramente, a DIOS, por haberme acompañado y guiado en todo el proceso de mi carrera; por darme siempre la sabiduría en cada situación; por haber puesto a las personas correctas a lo largo del camino y quitado a las que no lo eran. También, se la dedico a mi madre, Cinthia Z.L; a mi padre, Juan A.B; a mis hermanas: Yariana A.Z., por ser el ángel que Dios puso en el camino; a Yuditza A.Z; a Yaritza A.Z; y a mi sobrino José S.A., por ser todos ellos pilar incondicional en este proceso. Por último, y no menos importante, a mi compañero, Daniel Vásquez Alvarado, por ser un apoyo fundamental a lo largo de la tesis.

Jennifer Arroyo Zúñiga.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi familia y a mis amigos, por todo el apoyo que me han brindado durante mi tiempo como estudiante. También a mis compañeros de clases durante mi carrera en la UTN, porque pese a que no soy una persona con buenas habilidades sociales, siempre me ayudaron mucho y me brindaron su amistad; entre ellos puedo mencionar a mi compañera Jennifer Arroyo Zúñiga, con quien he tenido la oportunidad de formar una amistad y ha sido mi compañera en la realización de esta tesis, con aportes muy importantes al trabajo de parte suya. También dedico este trabajo a mis profesores, quienes me han brindado su ayuda y apoyo durante mi tiempo en la universidad; destacan: la profe Denia Castro Mendoza y el profesor Marvin Campos Montoya, quienes me han brindado su ayuda desde mis inicios en la carrera de Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas. También hago mención del profesor Witman Cruz Méndez, quien se ha encargado de supervisar el proceso de la realización de esta tesis y ha sido de mucha ayuda. Finalmente, pero no menos importante, una especial dedicatoria y agradecimiento a Dios, por haberme ayudado a lo largo de mi vida y permitirme llegar a donde estoy.

Daniel Vásquez Alvarado.

Agradecimiento

Agradecemos primero a Dios y a nuestras familias por habernos dado todo el apoyo a lo largo del proceso de nuestra carrera.

También, un agradecimiento profundo por todos los profesores que a lo largo de estos años nos brindaron todo su conocimiento; por siempre comprender las diferentes situaciones que pasamos. También un agradecimiento a nuestros compañeros de estudio, con los que compartimos muchos momentos y fueron parte de nuestra vivencia universitaria. Además, a quienes nos brindaron acompañamiento durante el desarrollo de la tesis.

Por último, agradecemos a aquellas personas que formaron parte del proceso y que de una u otra manera contribuyeron con nosotros para crecer tanto personal como profesionalmente.

Tabla de contenido

Capítulo I.....	1
1. Introducción	2
1.1 Planteamiento del problema	5
1.1.2. Delimitación temática	9
1.3 Justificación	11
1.4 Objetivos	14
1.4.1 Objetivo general	14
1.4.2 Objetivos específicos	14
1.5 Estado de la cuestión	15
1.5.1 Antecedentes contextuales	15
1.5.1.1 El valor de la adecuada administración de una PYME	17
1.5.1.2 El papel de las PYMES en el desarrollo local de Puntarenas	18
1.5.1.3 La vulnerabilidad de las PYMES ante las grandes empresas	19
1.5.1.4 La supervivencia de la economía ante el covid-19	20
1.6 Alcances y limitaciones	23
1.6.1 Alcances	23
1.6.2 Limitaciones	24
Capítulo II.....	25
2. Marco teórico	26
2.1 PYMES	26
2.2 Turismo	27
2.3 Productividad.	28
2.4 Innovación.	29
2.5 Competitividad.	30

2.6 Gestión del personal.	32
2.7 Adaptabilidad	33
2.8 Especialización del producto y servicio	35
2.9 Nuevas tecnologías	36
2.10 Pensamiento estratégico	37
2.11 Sector turístico	38
2.12 Producto turístico	38
2.13 Accesibilidad turística	39
2.14 Turismo gastronómico	40
2.15 Desarrollo local	41
Capítulo III	43
3. Marco metodológico	44
3.1 Paradigma	44
3.1.1 Interpretativo	44
3.2 Enfoque	44
3.2.1 Cualitativo:	44
3.3 Tipo de investigación	45
3.3.1 Explicativa y Descriptiva	45
3.4 Sujetos y fuentes de información	46
3.4.1 Sujetos (contexto, población y muestra)	46
3.4.2 Fuentes de información	49
3.5 Técnicas e instrumentos para recopilación de la información	50
3.7. Marco Muestral	51
3.8. Cronograma	52
Capítulo IV	53

4. Análisis e interpretación de datos.....	54
Capítulo V	74
Conclusiones.....	75
Recomendaciones.....	80
Referencias bibliográficas	82

Tabla de gráficos y Cuadros

Gráfico 1 Servicios que ofrecen las empresas de hospedaje.....	55
Gráfico 2 Tipo de servicio gastronómico	56
Cuadro 1 Ingresos percibidos por los restaurantes en temporada alta y baja	58
Cuadro 2 Ingresos percibidos por los hoteles en temporada alta y baja	58
Grafico 3 Funciones extra que desempeña el Departamento de servicio al cliente	60
Cuadro 3 Tenencia de un segundo idioma de los colaboradores	61
Gráfico 4 Propuestas efectivas de financiamiento	64
Gráfico 5 Oportunidades para emprender en Puntarenas	65
Gráfico 6 Factores que afectaron para iniciar la empresa	66
Gráfico 7 Factores que inciden en el desarrollo de la empresa	67
Gráfico 8 Percepción de beneficio en el turismo externo en Puntarenas	68
Gráfico 9 Pandemia por el Covid-19	70
Gráfico 10 Fortalezas de la empresa	71
Gráfico 11 Amenazas o desafíos que pueden poner en riesgo la estabilidad económica de la empresa	72
Cuadro 4 Análisis FODA	73

Índice de anexos

ANEXOS	87
ANEXOS A: Documentos	87
ANEXO A1. Consentimiento informado	87
ANEXO A2. Entrevista semiestructurada dirigida a los administradores de las PYMES	89
ANEXO A3: Anexo IV. Carta de autorización para uso y manejo de los trabajos finales de graduación. Universidad Técnica Nacional	101
ANEXOS B: Cuadros	104
ANEXO B1: Matriz de coherencia interna	104
ANEXO B2: Marco Muestral	105
ANEXO B3: Cronograma	107

Resumen

Esta tesis se desarrolló con el objetivo de conocer los desafíos que enfrentan las PYMES del área gastronómica y hospedaje situadas en la ciudad de Puntarenas, que día a día, deben solventar diversos retos para conservar su competitividad, en un mercado altamente competitivo, a causa de la basta cantidad de empresas que también buscan mantenerse vigentes en dicho mercado.

Para esta investigación, se utilizó un enfoque cualitativo, con el fin de obtener datos como las actitudes, pensamientos y estrategias desarrolladas por cada una de las empresas entrevistadas. También se entrevistó un total de ocho empresas, las cuales estaban conformadas por cuatro empresas gastronómicas y cuatro empresas de hospedaje. Finalmente, como instrumento de recolección de datos, se utilizó una entrevista semiestructurada, debido a que esta permitía tener un mejor acercamiento a los entrevistados al poder charlar con ellos y obtener respuestas variadas, también posibilita el tener respuestas largas, cambiar un poco el orden de las preguntas, e inclusive realizar algunas preguntas extras según se requiera, a diferencia de un cuestionario cerrado, que en general, solo permite respuestas cortas y cerradas, sin dar mucho espacio a un dialogo más expresivo.

Se obtuvieron múltiples datos, como la difícil situación a raíz del covid-19 y la poca ayuda que se les brindó por parte de las autoridades. Así como también datos acerca de lo difícil que resultó para cada emprendedor, el iniciar su negocio en un mercado competitivo y con pocas propuestas de financiamiento realmente efectivas. También se comentaron las dificultades con las que lidian a diario, como la atracción de clientes, y sus estrategias de innovación para mejorar su competitividad, como las alianzas estratégicas, atención al detalle en el servicio. Finalmente, sus opiniones acerca de la situación en Puntarenas, los mayores retos que enfrentan las PYMES y la labor realizada por instituciones como la alcaldía, ICT, Cámara de Turismo y los bancos.

A continuación, se indican algunas palabras claves, con hipervínculo a artículos, que permitirán una mejor comprensión de los temas tratados en esta investigación:

- PYMES
- Competitividad
- Covid-19
- Innovación
- Turismo

Capítulo I

1. Introducción

En Costa Rica, la creación de medianas y pequeñas empresas es una de las apuestas más importantes de los últimos gobiernos, con finalidad no solo de motivar e impulsar al empresario, sino, de descubrir y desarrollar nuevas estrategias o negocios que ayuden al crecimiento económico del país. Gracias a este impulso, el emprendimiento e innovación de las personas ha dado como resultado una variedad de empresas constituidas y una apuesta por la implementación de nuevas estrategias que permitan a las pequeñas y medianas empresas ser cada día más competitivas respecto a su entorno.

Por otro lado, las PYMES (pequeñas y medianas empresas) son consideradas material de estudio debido a su potencial y aporte económico, que según el “Informe del Estado de la Situación de las PYME en Costa Rica 2019” del Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), durante el 2017 las PYMES aportaron un 35,7% del PIB, además de generar 320.767 trabajos durante ese año. En términos totales, en el año 2017 las provincias en donde se generó mayor empleo fueron: San José (49.4%), Alajuela (14.3%) y Heredia (13.5%), las cuales concentran el 77.2% de la fuerza laboral del país; mientras que las provincias que menos empleo generaron fueron Cartago (6.0%), Puntarenas (5.7%), Limón (4.5%) y Guanacaste (3.7%). De igual forma, según los datos del BCCR, para el año 2017 las PYMES representaron el 97.5% del parque empresarial a nivel nacional, con un aumento total de empresas, pasando de 125.198 en el 2012 a 133.765 en el año 2017, lo cual representa un incremento del 6.8% en el parque empresarial.

Las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel país, forman parte de las cadenas de valor de grandes empresas y traen consigo empleos para la región donde se encuentren establecidas. Estas, a diario proveen ayuda para complementar los servicios de otras empresas, además de cubrir las necesidades de los consumidores.

Sin embargo, las PYMES del sector turístico han experimentado un fuerte impacto negativo a causa de la pandemia por el COVID-19, lo que ha generado una disminución en sus ventas que ronda entre el 25 y 75%, según lo indicado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en su estudio realizado durante el año 2020. Esta situación pone en riesgo a estas empresas, amenazando con terminar sus operaciones de forma temporal o definitiva. Según lo expuesto por el MEIC, una de las causas de esta afectación en sus ventas se debe a que estas se realizan de forma directa, ofreciendo sus productos y servicios cara a cara con los clientes; al declararse el confinamiento para las personas como medida sanitaria para combatir la pandemia de COVID-19, los dueños de los negocios no pueden vender sus productos o servicios, por lo que experimentan una difícil situación, e incluso rompen con cadenas de valor. Lo anterior, por cuanto algunas empresas necesitan o tienen alianzas con otros negocios para ofrecer sus servicios y al ver disminuidas sus operaciones, directa o indirectamente afectan las operaciones de las otras.

Por consiguiente, esta investigación se basa en los factores que pueden incidir en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas cuando desean evolucionar en su respectivo mercado, en este caso, el mercado turístico del cantón central de Puntarenas, en el Paseo de los Turistas, debido a las múltiples PYMES que se pueden encontrar en este lugar y en su mayoría tienen participación en el turismo por ser una

zona de alta demanda turística. Las PYMES que se investigarán son aquellas con alguna participación directa en el área de hospedaje y gastronomía del sector turístico del lugar, pues estos dos sectores proveen de productos y servicios muy importantes tanto para el visitante extranjero como para el nacional.

Se podrá encontrar información relevante sobre los desafíos que cada nuevo emprendedor debe superar para iniciar su negocio, además de los obstáculos con los cuales deben lidiar continuamente los dueños de negocios para mantenerse vigentes en el mercado. Por consiguiente, se brindará información referente a las medidas y estrategias que utilizan estos empresarios para mantener su competitividad frente a otras empresas de su misma naturaleza. La investigación será de interés para todas aquellas personas que ya tienen, están iniciando o desean iniciar una pequeña o mediana empresa.

En términos generales, se recopilaban investigaciones y estudios sobre el tema; además, se clarifican los conceptos a nivel teórico relacionados directamente con la investigación planteada; posteriormente, se elabora la parte metodológica, donde se pretende exponer relatos dados por los administradores. Esto, por medio del diseño de una estrategia metodológica para recabar los datos necesarios relacionados con los objetivos y de esa manera, los interesados en la investigación tendrán una visión más amplia y real del panorama que se pretende evidenciar.

Por último, se brindan los resultados obtenidos, así como las recomendaciones y las conclusiones del estudio.

1.1 Planteamiento del problema

El turismo es una actividad capaz de generar grandes beneficios para una región, no obstante, para que se pueda dar esta actividad de forma más efectiva, se necesitan diferentes factores, productos o servicios. Uno de estos servicios es el de hospedaje, pues permitirá a los turistas permanecer más tiempo en una región. Esto es algo muy importante, ya que una permanencia más prolongada de un turista permitirá que este invierta más en la compra de productos o servicios, lo que traerá más ingresos para la zona. Por tal razón, empresas invierten mucho esfuerzo y dinero, para garantizar un servicio de hospedaje de alta calidad que cumpla con las necesidades y expectativas de los clientes.

En Costa Rica esto es algo importante, debido a que, durante el 2019, hubo un aumento en la visitación y estadía de los turistas, según menciona Montero (2019, par 07) durante ese año “Costa Rica alcanzó una estadía promedio de 12,6 noches, una más con respecto al 2018, con gasto diario promedio que ronda los \$1.400, frente a los \$1.104,8 del año anterior”. Esto representa mayores ingresos para las empresas, comunidades y el país en general. Una de las formas que el país tiene para buscar una mejora en su infraestructura destinada al servicio de hospedaje, es por medio del Manual de clasificación hotelera, proporcionado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT). Este manual evalúa diferentes áreas, como la seguridad, la relación con el ambiente, los servicios, infraestructura, entre otros aspectos. Con el fin de evaluar la calidad del servicio brindado por una empresa, además de categorizar los hoteles, una de estas formas es por medio del servicio brindado, clasificado en *servicio completo*, *servicio limitado* y *servicio restringido o mínimo*. Este manual ayuda al ICT a tener un mejor

control de las empresas de hospedaje en el país. A su vez, el manual es útil para que los empresarios evalúen la calidad de sus servicios e infraestructura, con el fin de buscar una mejora continua en sus operaciones.

Esto es importante teniendo en cuenta los grandes hoteles existentes en el país como el “Andaz Peninsula Papagayo Resort” o el “Holiday Inn San José Escazú”, los cuales cuentan con más de 100 habitaciones cada uno, avanzados equipos tecnológicos y una gran variedad de servicios; a esto también se agregan las marcas o cadenas posicionadas en el mercado nacional y hasta internacional, como los hoteles Marriott, los cuales poseen y una fuerte presencia en el mercado.

En cuanto al ámbito gastronómico, este es un factor muy importante para el desarrollo del turismo, pues las personas necesitan alimentarse y un buen servicio gastronómico suele ser un factor muy importante a la hora de decidir si un lugar es bueno o no, al punto de que algunas personas viajan a una zona solo para degustar una comida en específico o asistir a algún tour, como los tours de café o chocolate. Así, muchos hoteles o restaurantes contratan a cocineros o chefs con muchos conocimientos y experiencias en la preparación de platillos de buena calidad.

Según resalta la página web de Recetas de Costa Rica (2019, 24 septiembre), Costa Rica posee una riqueza culinaria muy variada, pues el país ha tenido influencias gastronómicas de diferentes culturas y muestra variaciones gastronómicas según la región donde se esté ubicado. En el artículo de la página web anteriormente mencionada, se resaltan algunas regiones como Guanacaste, donde el maíz se utiliza en la elaboración de muchas comidas como el atol de maíz o las rosquillas, además de platillos como la gallina achiotada. Entretanto, el Caribe, más concretamente la provincia de

Limón, tuvo una mayor influencia africana, por lo que esta gastronomía presenta variaciones como el uso del agua de coco en algunos de sus platillos, entre los que destaca el “rice and beans”. En cuanto a la provincia de Puntarenas, centrándose más en la ciudad de Puntarenas, se puede ver una gastronomía más inclinada a los mariscos y pescados, producto de su cercanía con el Océano Pacífico; entre los platillos están la sopa de pescado, el ceviche y el arroz con mariscos. En la ciudad de Puntarenas, se pueden encontrar múltiples locales de gastronomía, los cuales ofrecen en su mayoría productos muy similares, y aunque en general la oferta gastronómica es de buena calidad, esta no varía demasiado, por lo que cada negocio debe esforzarse en hacer que su producto se diferencie del resto. Lo anterior se complica más, por la presencia de empresas grandes como los hoteles La Punta, Puerto Azul o Yadrán, los cuales cuentan con numerosos servicios gastronómicos, hospedaje y entretenimiento, con lo que consiguen una mejor presencia en el mercado y opacan a las empresas de menor tamaño.

Esto supone un reto importante para las PYMES gastronómicas y de hospedaje en Puntarenas, pues no solo deben luchar para diferenciarse de las empresas de su mismo tamaño, sino que también deben hacer frente a estos hoteles. Estas PYMES no son empresas con muchos recursos para invertir en nuevas tecnologías, por lo que deben esforzarse en mejorar sus servicios para ofrecer un producto de calidad a los clientes.

De igual forma, pueden estar teniendo problemas específicos sobre la adquisición de financiamiento para poder emprender una PYME. En ocasiones, cuando una persona decide emprender su negocio, lo hace sin tener muchos recursos financieros. Aunque

los bancos ofrecen planes de financiamiento, piden requisitos difíciles o imposibles de cumplir.

Pese a ser Puntarenas y especialmente el conocido Paseo de los Turistas, una zona turística alta, las PYMES no siempre invierten muchos recursos en capacitaciones al personal. Hay empresas que únicamente cuentan con una o dos personas con dominio en un segundo idioma, lo cual limita el accionar empresarial. A esto se añade que los empleados no siempre cuentan con un buen entrenamiento para desempeñar sus funciones, en el servicio al cliente o inclusive al preparar los platillos, pues en ocasiones los cocineros no siguen una receta estándar al pie de la letra y ello provoca que los platillos queden diferentes, según quien los prepare.

Además, las PYMES han sufrido un fuerte impacto a causa de la pandemia por el COVID-19, debido a que muchos de los turistas que recibe Puntarenas, son producto de cruceros y muchos cancelaron su llegada a causa de la pandemia, tal es el caso de los cruceros Akusa II y el Ocean Dream, los cuales tenían prevista su llegada en junio de 2020. Esto genera una disminución de la actividad turística y en los ingresos de las empresas que dependen o basan parte de sus entradas en dicha actividad.

Ante todo, las PYMES deben buscar la forma de salir adelante, pensando en nuevas formas de innovar para mantener su competitividad en el mercado.

A partir de lo anterior, la pregunta al problema formulado es:

¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón central de Puntarenas, durante el año 2020-2021?

1.1.2. Delimitación temática

1.1.2.1 Temporal:

El siguiente trabajo de investigación será realizado en el transcurso de los años 2020-2021. Lo anterior, porque se pretende contar con un lapso lo suficientemente extenso para hacer una debida investigación y recopilación acertada de datos, puesto que en el sector de Puntarenas existen muchas empresas y se requerirá contar con suficiente tiempo para investigar sobre los factores con los que deben lidiar diariamente las PYMES en área gastronómica y de hospedaje; además, se pretende profundizar en estos desafíos, para obtener un mejor entendimiento de ellos. En tal sentido, se optó por realizar la investigación a partir del presente año, dado los problemas que se han presentado en el país en el ámbito económico, el social, el sector salud con la pandemia por el COVID-19, y la delincuencia.

1.1.2.2 Espacial:

La investigación tendrá lugar en el cantón central de Puntarenas, específicamente en la ciudad de Puntarenas. La tesis pretende identificar los factores que afrontan las PYMES del área gastronómica y de hospedaje para mantenerse en el mercado. La investigación estará enfocada en aquellas empresas centradas en el mercado turístico del área gastronómica y de hospedaje; al existir en la región de Puntarenas una gran cantidad de restaurantes y hoteles, por constituir una zona turística gracias a los cruceros que llegan, se revela una gran oportunidad para recopilar información. Sumado a esto, la investigación también pretende identificar los desafíos que los nuevos emprendedores

deben enfrentar para ver sus sueños hechos realidad con la inauguración de su propia empresa, con enfoque en la ciudad de Puntarenas, una zona muy competitiva por la cantidad de empresas que allí convergen. Además de lo anterior, se tomarán en cuenta aquellas empresas debidamente inscritas en el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) como pequeñas y medianas empresas (PYMES), y debido a la alta cantidad de empresas inscritas ubicadas en el Paseo de los Turistas, se seleccionará una muestra de 4 empresas de hospedaje y 4 gastronómicas, debidamente inscritas en el MEIC. En caso de presentarse problemas para obtener información de estas empresas, con el fin de obtener un perfil más certero para la tesis, se seleccionarán otras que, aunque no estén inscritas en el MEIC o ubicadas en el Paseo de los Turistas, sean similares a las empresas antes mencionadas y se encuentren en la ciudad de Puntarenas.

1.3 Justificación

La presente investigación se enfocará en los principales factores que se presentan a las PYMES (pequeñas y medianas empresas) del sector turístico, al competir con las demás empresas del sector gastronómico y de hospedaje en Puntarenas. Eso, por cuanto, tomando en cuenta las dificultades que se han presentado en el sector turístico de la zona y, el alto nivel competitivo existente, se complica el panorama de las empresas que desean surgir en el mercado.

La temática se consideró de suma relevancia porque las PYMES representan un alto porcentaje a nivel empresarial en el país y significa que son grandes generadoras de empleos, independientemente del lugar donde se encuentren establecidas. En este sentido, de conformidad con los datos del SIAC, la participación empresarial en el monto total de las compras de la Administración Pública para el año 2016, está definida en un 55% por PYMES y un 45% por grandes empresas. Asimismo, el monto adjudicado a las empresas MIPYME (micro, pequeña y mediana empresa) en el 2016 aumentó en un 13,64% con respecto al año anterior (Arroyo, 2016, párr. 02).

Pese a ser datos de un estudio realizado en el año 2016, siguen siendo un ejemplo de cuán importantes son las PYMES, no solo a nivel de Puntarenas, sino a nivel nacional y son las que mayores ingresos le proporcionan al Estado. Así, “En cuanto a nivel de empleo generado por las PYMES, en el 2016 estas proporcionaron el 24,8% de empleos en el país” (Arroyo, 2016, párr. 07); esto, a su vez, supone una mejora en la calidad de vida de muchas personas y familias, al poder contar con un empleo del cual obtener el sustento diario.

En Puntarenas, según lo observado e investigado, gran parte de las empresas de la zona corresponden a PYMES, muchas de estas de carácter gastronómico como restaurantes y sodas, las cuales mantienen una fuerte relación con el sector turístico, porque los turistas suponen oportunidades importantes para impulsar los negocios de la zona. Esta gran cantidad de empresas provoca que exista una intensa competencia entre ellas, con el objetivo de mantenerse en el mercado.

Estos problemas no solo afectan a las empresas ya posicionadas en el mercado, sino que también suponen un reto importante para aquellos emprendedores que buscan la oportunidad de surgir en el mercado turístico, pues deben afrontar desafíos como conseguir financiamiento, ausencia de personal con formación especializada; esto constituye barreras de entrada muy fuertes para nuevos negocios.

La tesis estará centrada en las empresas con participación en el mercado turístico, principalmente en el sector hotelero y gastronómico; en Puntarenas la actividad turística es muy importante, gracias a su muelle donde atracan cruceros y a la carretera que va de San José a Caldera, lo cual permite ir de la capital del país hasta Puntarenas en 50 minutos y torna fácil el desplazamiento a esta ciudad.

Este trabajo de investigación puede ayudar a tener una visión más amplia y clara de la realidad por la cual deben pasar la mayoría de las empresas, para, en un futuro, desarrollar planes que puedan brindar un mejor asesoramiento y ayuda a los emprendedores, además de opciones más especializadas como soporte a las empresas.

En términos prácticos, este trabajo se justifica en cuanto a la aplicación de conocimientos adquiridos, además de convertirse en el punto de partida para indagar

más a fondo las PYMES locales y determinar así sus oportunidades y planes para obtener mayor competitividad en el ámbito regional y nacional, frente a otras ciudades del país. De igual manera, se evidencia una validez contextual y de pertinencia al fortalecer la investigación académica en torno al tema.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Estudiar los factores clave que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón central de Puntarenas.

1.4.2 Objetivos específicos

- Caracterizar el perfil de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, en el área de Puntarenas, para una mejor comprensión de sus ingresos, ubicación geográfica, servicios, entre otras características, así como las actitudes de los empresarios o administradores para solventar los retos que se les presentaron al iniciar y desarrollar las empresas.
- Analizar las principales dificultades que se le presentan a una PYME del área gastronómica y de hospedaje al incorporarse en el mercado turístico.
- Indagar sobre los desafíos que enfrentan las PYMES del área gastronómica y de hospedaje para mantener su competitividad.
- Desarrollar conclusiones y recomendaciones con base en los datos obtenidos en el estudio realizado.

1.5 Estado de la cuestión

1.5.1 Antecedentes contextuales

Puntarenas contiene un gran patrimonio histórico, pues por muchos años ha poseído uno de los muelles más importantes en el país, el cual, en sus inicios era utilizado para la exportación e importación de productos y, aunque en la actualidad dicha actividad se ha destinado al puerto ubicado en Caldera, el muelle de Puntarenas sigue siendo de gran relevancia; es un muelle para el atraque de cruceros, que trae consigo turistas de diferentes partes del mundo deseosos de recorrer la zona. Por tal razón se construyó una acera a lo largo de la playa, conocida como el “Paseo de los Turistas”, en donde los visitantes pueden recorrer la orilla de la playa y degustar una variedad de comida tradicional de la zona, además de comprar artesanía, gracias a los múltiples vendedores ambulantes y puestos de comida, ubicados a lo largo de todo el recorrido. Muchos de estos turistas tienden a ser de origen estadounidense, canadiense y mexicano, y aunque en ocasiones se pueden encontrar algunos provenientes de países europeos; en su mayoría hablan inglés, por lo que los restaurantes y vendedores han debido esforzarse por aprender a utilizar un segundo idioma y el inglés es el principal.

Por otra parte, Puntarenas recibe turistas en su mayoría nacionales, utilizando la ruta 27, la cual facilita el traslado desde Puntarenas hasta San José y viceversa en menos de dos horas de tiempo y con un recorrido de 120 km. Esto permite a las personas, incluidas las turistas, tener una vía rápida desde la capital para poder disfrutar del sol y la playa en un solo día; además de encontrar un gran número de restaurantes,

cabinas, hoteles, tiendas, entre otros servicios, tales como tours a diferentes zonas de Puntarenas. Pueden realizarse visitas al Parque Marino del Pacífico, el cual cuenta con numerosos peces que habitan las aguas del Pacífico; es posible apreciar el patrimonio arquitectónico de la ciudad al visitar la Catedral de Puntarenas, la antigua Capitanía, la Casa de la Cultura. A esto también se le suman festividades como la fiesta de la Virgen del Mar, la carrera sol y arena y los carnavales.

Gracias a su cercanía con el Océano Pacífico, el cual presenta una considerable riqueza y biodiversidad de especies marinas, la ciudad de Puntarenas posee una importante actividad pesquera. Dicha actividad genera numerosos empleos para múltiples familias, además de una importante actividad comercial. Esta pesca en Puntarenas se clasifica en artesanal, semiindustrial e industrial.

Uno de los desafíos que la ciudad debe afrontar es el índice de delincuencia. Datos del OIJ (Organismo de Investigación Judicial), señalan que Costa Rica ha presentado en los últimos 5 años 7432 ataques a turistas, en donde 30305 de esos ataques fueron efectuados en la provincia de Puntarenas; el cantón de Garabito es el que presenta más incidentes, seguido por Quepos y Puntarenas (Chan 2018).

De acuerdo con lo anterior, se presenta un desafío importante para los lugareños de la ciudad de Puntarenas, pues para muchos el turismo es una fuente de ingresos sumamente importante y estos ataques presentan una importante afectación a su actividad económica.

1.5.1.1 El valor de la adecuada administración de una PYME

En Puntarenas, los principales ingresos de las empresas de hospedaje y gastronómicas dependen de los turistas que visiten la zona, ya sean nacionales o internacionales; por ello, antes de decidir iniciar una empresa relacionada con alguna de las ya mencionadas, se debe informar y capacitar bien para tener una noción de lo que se va a enfrentar.

Al respecto, Secretaria de Desarrollo Económico (SDE) menciona lo siguiente:

En la actualidad la mayoría de los propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas provienen de anteriores trabajos asalariados y de la población económicamente inactiva. Por consiguiente, se infiere que en la mayoría de los casos los fundadores de estas empresas las crean por motivos de tipo económico, ya que para los bajos ingresos percibidos como asalariados o simplemente por no encontrar trabajo como empleados, sin tener una intuición como empresario, lo cual provoca que estos negocios no estén administrados en forma adecuada citado en (citado en Luna, 2008, p. 72).

Puntarenas es una zona que depende del turismo, la pesca y de lo que las empresas puedan aportar para su desarrollo; pero existe mucha población que depende de un bajo salario, con familias numerosas por mantener y deudas por pagar. Algunos piensan que emprender una pequeña o mediana empresa les va a mejorar la calidad de vida y ya no deberán depender de un bajo salario; no obstante, se debe tomar en cuenta que antes de hacerlo es de vital importancia capacitarse bien, contar con el financiamiento adecuado, el *feedback* necesario del negocio y, sobre todo, ese espíritu emprendedor.

1.5.1.2 El papel de las PYMES en el desarrollo local de Puntarenas

En el siguiente aporte, basado en una investigación, se menciona la importancia de las PYMES para el desarrollo de una región, pues la participación en el mercado de estas empresas tiende a centrarse en gran medida en el mercado local, lo que proporciona una gran ayuda a las comunidades y desarrollo de la región.

Cuando crecen sostenidamente, generan beneficios a los países, pues dinamizan la producción, contribuyen significativamente a los ingresos fiscales en países con altos niveles de formalidad y ayudan a combatir el mal endémico de la pobreza; esto se debe a que su énfasis inicial dentro de sus propias fronteras, entendiendo éstas no como el marco geográfico de acción, sino del conocimiento y capacidades disponibles (Martínez, 2017, párr. 01).

Aunque el aporte anterior corresponde a una investigación realizada en PYMES de otro país, sigue siendo importante, pues en dicha investigación se menciona la importancia de las Pymes como impulsoras del desarrollo de la zona y del país, lo que respalda la validez e importancia de realizar una investigación de este tipo, según se ha venido hablando en el presente trabajo. Además, esta investigación realizada por Martínez puede orientar la forma de llevar a cabo la tesis, sin olvidar que dicha investigación fue realizada en una zona geográfica distinta a la que se está utilizando para la presente investigación; se debe buscar, por tanto, aplicar correctamente los datos al contexto de las PYMES de Puntarenas, haciendo uso de nuestras propias deducciones y análisis de los datos.

1.5.1.3 La vulnerabilidad de las PYMES ante las grandes empresas

Las PYMES son grandes generadoras de empleo e impulsores de la economía, sin embargo, sufren muchos problemas y tienden a verse vulnerables ante otras empresas de mayor. Así sucede en el mercado turístico con las cabinas y pequeños hoteles, a los cuales les resulta muy difícil competir con los de gran tamaño, pues estos ofrecen una mayor cantidad de servicios, mayores promociones, y en general, un producto turístico más especializado, gracias a su estructura organizacional más amplia, su patrimonio, tecnología, procesos y su modelo de negocio.

De esta forma, las empresas de menor tamaño deban ser ingeniosas y esforzarse mucho para mantener su competitividad en el mercado, algo que se vuelve más difícil, con las malas políticas y estrategias de negocio utilizadas por estas empresas; muchas de ellas no cuentan con el conocimiento adecuado para “luchar” en este mercado tan agresivo, aunado a que los programas de ayuda a las PYMES realmente no son muy eficientes y no cumplen con su objetivo de brindar soporte.

El entorno en la cual se enfrentan las MIPYMES es muy difícil y complejo, por cuanto sus competidores más fuertes en el mercado son las empresas grandes, lo que implica, que conseguir o mantener una cuota de participación en mercado no es algo sencillo, lo lograrían siempre y cuando, realicen un trabajo bien organizado y planificado, incorporen tecnología en los procesos, capaciten al personal, innoven constantemente, oferten nuevos bienes y servicios, etc. (Arguello, 2017, p. 16).

Este artículo, es de suma importancia para el trabajo de investigación, por cuanto, aunque se desarrolla en un lugar diferente, sigue caracterizando los retos propios de las PYMES, lo cual puede ser de ayuda a la hora de dictar un rumbo. Además, en la tesis de Argüello se menciona cómo las PYMES pueden ayudar al desarrollo económico de una comunidad; esto apoya la importancia de la presente investigación y además explica por qué las PYMES son importantes para el desarrollo y fortalecimiento del mercado turístico de Puntarenas. Adicionalmente, en la tesis de Argüello se señalan algunos factores en las PYMES que las hacen vulnerables ante otras empresas, especialmente las de gran tamaño. Entre los factores mencionados está la falta de administración corporativa, a la hora de realizar planes de marketing, integrar nuevas tecnologías, capacitar al personal, realizar elaborados planes de trabajo o estrategias de negocio que les permitan alcanzar sus objetivos.

1.5.1.4 La supervivencia de la economía ante el COVID-19

El COVID-19 ha sido un duro golpe para la economía del país, debido a las medidas de restricción que se han tomado al regular el desplazamiento de los vehículos, el límite de personas permitidas dentro de un negocio, el cierre total del turismo y muchos sectores, sumado al miedo y preocupación que sienten las personas por salir a la calle con el riesgo de contagiarse del virus; esto ha provocado una considerable disminución en la afluencia de clientes a los negocios.

Lo mencionado se respalda tomando en cuenta la entrevista realizada a 110 empresarios de PYMES en el año 2020 por el Centro Latinoamericano de Innovación y Emprendimiento (CELIEM). En dicha entrevista el 87,27% de los entrevistados señaló

que entre las principales afectaciones sufridas por sus negocios a causa del COVID-19 están “la pérdida de clientes y mercados, la disminución de ganancias y la cancelación de contratos” (párr. 05, 2020). Esto ha provocado que muchos negocios, en un intento de salvaguardar los bienes de sus empresas, tomen la decisión de cerrar sus puertas por tiempo indefinido. A su vez se traduce en el despido de muchos trabajadores que pierden la forma de llevar el sustento a sus hogares.

Para el gobierno esto es una situación crítica, debido al impacto que se produce en el comercio y el aumento de la pobreza a causa de la falta de empleo. Se genera mucha tensión y estrés en las entidades a cargo de buscar los medios para hacer que el país salga adelante y no sucumba ante la crisis. Esto supone un panorama muy complicado, pues los dueños de las empresas y el pueblo en general esperan ansiosamente propuestas que ayuden a todos en los momentos de crisis, promulgando un mensaje de unidad y de mutua ayuda entre los empresarios y habitantes del país. Sin embargo, las cosas no siempre marchan como se quisiera y en ocasiones surgen problemas que, al solucionarse, surgen posturas que pueden provocar el descontento de la población. Un ejemplo de esto se puede apreciar en las palabras dichas por el presidente de la Cámara Nacional de PYMES de Costa Rica Carlos Peña Quintana: “*Que mueran los que tienen que morir*” (párr. 01, 2020). Esto supone una postura que hace énfasis en la supervivencia de la economía sin importar el sacrificio, aunque lo ideal sería que todas las empresas superasen la crisis y continúen con sus operaciones con normalidad una vez finalizada la pandemia. La realidad es que no todas lograrán salir adelante y algunas cerrarán sus puertas permanentemente. La opinión general tiende a ser que el gobierno ofrezca ayuda a todos los empresarios, pero esto no es posible

debido a la enorme cantidad de negocios que se han visto afectados, por lo que en caso de no mejorar la situación, solo sobrevivirán las empresas que estén mejor posicionadas en el mercado y mejor preparadas para proteger sus activos.

1.6 Alcances y limitaciones

1.6.1 Alcances

- El proyecto plantea como principal objetivo, el realizar una caracterización del perfil de las PYMES, tomando como punto central los retos que influyen en su competitividad, y cómo los afrontan. Es importante destacar que la investigación puede servir para desarrollar futuros proyectos o, como guía para aquellas personas que desean incorporarse al mercado laboral del área gastronómica o de hospedaje en la zona de Puntarenas.
- Por otra parte, se busca recopilar información real de las pequeñas y medianas empresas del área gastronómica y de hospedaje, para tener un panorama efectivo de los problemas que se le presentan a estas empresas.
- La investigación abarca únicamente las empresas del sector de gastronomía y hospedaje, ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón central de Puntarenas, tomando en cuenta que es un sector donde hay un desarrollo comercial importante, debido a la afluencia de turistas.
- Se realizará un diagnóstico acerca de cuál fue el impacto que tuvieron las PYMES de la zona central de Puntarenas, después de la situación en el país y el mundo, debido a la pandemia por el COVID-19, esto porque la mayoría de empresas cerraron sus puertas por tiempo indefinido debido a la crisis.

1.6.2 Limitaciones

- La disposición de los dueños de las pequeñas y medianas empresas para aceptar brindar la información requerida para el desarrollo de la tesis, pues aun cuando acepten responder preguntas, podrían limitarse en la información brindada e inclusive, negarse a responder algunas interrogantes.
- El periodo de tiempo para el trabajo de campo y para reunir la información de las empresas deseadas.
- La posibilidad de que algunas PYMES cerrasen sus puertas permanentemente o estén en una situación vulnerable a causa del COVID-19, o bien, un cambio en las necesidades, que quizá teóricamente no se tenían estipuladas con anterioridad; esto podría dificultar la entrevista a los dueños de las empresas necesarias para la investigación.
- La recolección de información sobre las PYMES en Puntarenas en archivos o noticias, debido que, pese haber muchos artículos con referencia a las PYMES, en su mayoría hablan de estas a nivel del país, y no en específicamente en el sector de Puntarenas.

Capítulo II

2. Marco teórico

Con el fin de detallar de forma más amplia los diferentes elementos y conceptos que se tomarán en cuenta en la realización de esta investigación, se hablará sobre estos proporcionando definiciones obtenidas de autores que aportan de manera importante a la investigación.

Entre los temas que se abordarán se encuentra la definición de las PYMES, pues estas constituyen el punto central de la presente investigación. Es importante, por tanto, definir el concepto para conocer las posturas teóricas al respecto y la importancia en el mercado nacional y regional, lo cual es de interés en este proceso investigativo.

En adición, sobre estos conceptos primordiales se hará recuento de las partes más relevantes de las investigaciones tomadas para la tesis; referenciar estas conceptualizaciones ayudará al lector a obtener una mejor comprensión acerca de la investigación.

2.1 PYMES

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son el punto central de esta investigación, por ello es importante definir en qué consiste este tipo de empresas, con el fin de tener una mejor claridad de hacia dónde estará dirigida esta investigación. Así: “Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados” (Pérez y Gardey, 2009, párr. 01).

En Puntarenas se pueden visualizar varias de estas empresas. Muchas de ellas de carácter gastronómico y hospedaje, por lo que es interesante considerar que existen empresas que ofrecen productos similares, y luchan diariamente para mantenerse vigentes en el mercado, situación que se puede enfrentar a

obstáculos si se tiene en cuenta los grandes hoteles que hay en la zona, como el hotel Yadrán o el hotel La Punta. Es por ello que es importante tener presente el concepto de pymes, puesto que, este estudio, se enfocará en estas últimas y no se profundizará en empresas de gran tamaño, como los hoteles antes mencionados.

2.2 Turismo

El turismo es un mercado capaz de mover multitudes de personas y generar grandes ganancias para la economía de un país, como es el caso de Costa Rica. Según datos estadísticos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) durante 2019 el turismo fue el mayor generador de divisas; llegó a superar otras actividades importantes, como la producción y exportación de café o banano. Además, de la generación de divisas, el turismo puede ofrecer aportes importantes a la economía de un país de forma directa o indirecta, lo cual influye en la generación de otros mercados, promueve empleos y mejora la economía.

Esta industria genera el movimiento y reactivación económica del lugar donde se desarrolla, así, todos los países generan empleos, obras de infraestructura, desarrollos gastronómicos y hoteleros, crecimiento de los transportes, fortalecimiento de la cultura y promoción de un país, etc. (Cuanalo,2017, párr. 02).

Puntarenas, a través de los años, se ha vuelto un sitio de interés para turistas provenientes de todo el país, lo cual genera una importante actividad turística. Para esto, es importante que la región esté preparada para brindar los servicios necesarios para atender a estos visitantes. Es aquí donde las empresas gastronómicas y de hospedaje

entran en juego, brindando servicios indispensables para que el turista se lleve una buena impresión de la zona.

2.3 Productividad

La productividad para una empresa, sin importar cuál sea, marcará un antes y un después en el trayecto desde que inició hasta el día actual. Si no es productiva y no logra abastecer la demanda del mercado actual, poco a poco irá teniendo bajas tanto en la producción de los materiales que fabrica o servicios que brinda, por tanto, sus ingresos económicos irán en descenso y experimentará pérdidas.

La productividad evalúa la capacidad del sistema para elaborar los productos que son requeridos (que se adecuan al uso) y a la vez del grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir el Valor Agregado, el cual tiene dos vertientes para su incremento: 1) producir lo que el mercado (clientes) valora y: 2) hacerlo con el menor consumo de recursos (Javier y Gómez, 1991, p. 32).

Una empresa productiva será una gran competencia en el mercado donde se encuentre, pues brinda una alta posibilidad de crecer a sus colaboradores quienes aprenden a ser disciplinados y a rendir en su trabajo de una manera eficaz; esto, a la vez, redundará en el crecimiento económico de la organización.

Además de lo anterior, si se habla de las organizaciones turísticas que brindan un servicio, ya sea un hotel, una cabina, un restaurante o una soda, entre otros, la productividad genera un papel fundamental, porque en el contexto del mundo actual y con la alta competitividad en el sector turismo, la productividad con que trabaje la empresa hará que esta se posicione de manera efectiva y obtenga un crecimiento

económico. La práctica de otorgar bonificaciones a los colaboradores, según su desempeño, los estimula para trabajar en una compañía que agradece su adecuado rendimiento y de esta manera se genera una productividad más efectiva.

2.4 Innovación

Las PYMES tienen una fuerte intervención en la economía, puesto que se puede encontrar todo tipo de empresas como estas dedicadas a la producción de diferentes servicios y productos, como supermercados, restaurantes, cabinas, oficinas de renta de vehículos, tour operadores, entre otras. Todas estas empresas con sus múltiples servicios, son grandes impulsores del desarrollo económico y comercial del país.

Las PYMES se caracterizan por promover la innovación trabajando con la lógica, los intereses y la cultura. Se encuentran directamente relacionadas con el mercado o el comercio, pero casi nunca con el mercado industrial, debido entre otras cosas a las grandes inversiones que esta demanda (Enciclopedia Económica, 2017-2020, párr.02).

Las PYMES que tienen relación directa con el sector turístico, juegan un papel fundamental en la economía del país por el alto porcentaje existente en cada región y la importancia en el mercado turístico como principal generador de divisas en Costa Rica. Estas empresas brindan una gran cantidad de servicios, que resultan muy importantes, debido que proveen de facilidades a los turistas y mejoran su estancia en el país; además en ocasiones terminan por realizar acuerdos comerciales con otras PYMES o empresas de mayor tamaño y con esto las empresas brindan un servicio más completo y de mejor

calidad. Gracias a ellas, muchos de los turistas que visitan Costa Rica se llevan una imagen realmente muy acogedora y amigable del país.

Es importante recalcar que los turistas buscan tener experiencias distintas, debido a ello, si encuentran lo mismo cada vez que visiten un lugar, llegará un punto en el que decidan cambiar de zona; además de lo anterior, entre tanta competencia existente en el mercado turístico en la zona de Puntarenas, la innovación juega un papel fundamental para todas las empresas de hospedaje y gastronómicas. Este aspecto marcará el distintivo entre cada una de estas empresas y la manera que utilicen para modernizar sus servicios o productos hará que los turistas decidan visitar su local o la competencia.

2.5 Competitividad

Un adecuado desarrollo competitivo de las PYMES en un sector turístico puede ser de gran ayuda en el mejoramiento económico de dicha zona; estas empresas ayudan a generar empleos y brindan servicios necesarios para el desarrollo del comercio, como la venta de artículos y actividad de carácter gastronómico, hospedaje, transporte, entre otros. Adicionalmente, estas empresas, al ir mejorando su competitividad, tienden a mejorar su infraestructura y servicios, con lo cual generan más puestos de trabajo, brindan productos de mayor calidad, atraen nuevas tecnologías y crean cadenas de valor con entidades del sector o de zonas lejanas, o bien, con los habitantes del lugar, lo cual mejora el nivel económico de la zona.

La competitividad de una empresa puede ser entendida de diversas formas, pero en definitiva se trata de vencer a la competencia del sector, utilizando para ello

herramientas comerciales y empresariales que permitan adquirir una posición dominante para el negocio en dicho mercado (Argudo, 2017, párr.04).

En el mercado turístico, pese a la existencia de grandes empresas con hoteles de gran tamaño, las PYMES tienden a jugar un papel importante en el desarrollo económico y turístico de la zona. Estas empresas brindan servicios que facilitan y mejoran la experiencia del turista visitante, como las empresas gastronómicas (restaurantes, sodas, otros) que ofrecen diversas opciones culinarias locales o del país y al estar generalmente distribuidas por todo el lugar, permite al turista explorar y conocer la gastronomía y alimentarse sin tener que volver al hotel. Al respecto, están las pequeñas empresas de hospedaje que ofrecen un precio más accesible; adicionalmente, están las otras empresas como los *rentacars*, *tour* operadores, entre otros, que en conjunto conforman un producto turístico agradable en donde se exponen los recursos de la zona y el país en general. Esto ayuda a promocionar y a que el turista esté más deseoso de visitar o volver a la zona en cuestión. Es importante, por eso, que las empresas mantengan un buen nivel en su competitividad, pues de lo contrario no podrán atender adecuadamente las necesidades de los clientes; esto podría provocar el cierre de estas empresas y con ello aumentaría el nivel de desempleo, el nivel económico descendería. En consecuencia, la zona, en general, al no poder presentar un producto turístico consolidado y de buena calidad, no cumpliría con las expectativas de los turistas y, por consiguiente, estos podrían no querer visitar la zona; se generaría mala publicidad, lo cual se traduciría en menos visitación y una fuerte afectación negativa en la actividad turística.

2.6 Gestión del personal

Una empresa, independientemente del nivel jerárquico al que pertenezca, sea grande o pequeña, se puede comparar con un iceberg: en la parte de abajo está el esfuerzo de muchos empleados dando soporte y estabilidad a la entidad, quienes dan lo mejor de sí para que la empresa obtenga los resultados y logre cumplir sus metas y objetivos ya propuestos.

La Gestión de Personal debe significar el diseño de estrategias encaminadas a desarrollar y aprovechar el potencial de los trabajadores. En estos reside el conocimiento, la experiencia y el don de hacer que las cosas cambien positivamente; pero, siempre que se alcancen altos niveles de satisfacción laboral (Maraví, 2007, párr. 06).

En una industria tan grande como el turismo las empresas dedicadas a este se deben a los clientes. Para que estos reciban un buen trato y ambiente a la hora de visitar el local, los empleados son clave fundamental; de esta forma, el consumidor decidirá volver y constituirse en un cliente fiel para la empresa. De acuerdo con lo anterior, para que el empleado dé el 100% la empresa debe brindarle incentivos por su buen servicio al cliente, reconocer que hizo bien su trabajo y capacitarlo; solo así, el empleado se sentirá aún más comprometido con la empresa y sin dudarle brindará un excelente servicio al cliente. Pero, ¿qué pasa cuando la empresa no lo hace? El mismo empleado se encarga de dar un mal servicio y sin importar a quién atienda lo hará de mala forma; además, indispondrá a sus compañeros porque no les dan el trato que ellos también merecen. En efecto, la empresa sufrirá un desequilibrio económico y si no cambia la forma de tratar a sus colaboradores, a corto plazo sufrirá la quiebra. De esta forma, es

evidente que los empleados tienen vital importancia en una empresa, principalmente si se trata de servicio al cliente.

2.7 Adaptabilidad

A pesar de que el turismo puede conllevar diversos beneficios para la economía e impulsar el desarrollo de múltiples empresas, no se debe perder de vista el hecho de que este mercado puede llegar a ser muy voluble. Así: “La adaptabilidad es la agilidad con la que la organización responde a sus clientes externos y su disposición al cambio. Es una medida de la flexibilidad de la organización” (Frías y Véliz, 2012, párr.40). Constantemente se dan cambios y diferentes factores que provocan el surgimiento de nuevas tendencias, las cuales pueden deberse al surgimiento de nuevas tecnologías, la popularización de un destino o evento en particular, así como un cambio en la mentalidad de las personas, nuevos acuerdos entre países, entre otros.

El sector turístico cambia cada año y con él todos los que se dedican a ello profesionalmente. Las tendencias de lo que queda de año y el siguiente, van a estar marcadas por actividades y experiencias que hace unos años ni se planteaban. Algo que hace que aparezcan nuevas formas de consumir y de viajar (Reñones, 2020, párr.02).

De acuerdo con lo anterior, esto brinda una idea de lo volátil que puede ser el turismo, pues está en constante cambio de un año para otro, lo cual da origen a nuevas disposiciones que años atrás no se creían posibles.

Estos cambios en las preferencias y mentalidad de las personas pueden provocar que sus necesidades cambien o sean más exigentes, ante esto, es importante que los

negocios se vean en la obligación de mejorar sus productos y servicios, para adaptarse a las nuevas tendencias. Si esto no pasara, podría no responderse adecuadamente a las nuevas necesidades del turista, ya sea nacional o internacional, lo cual da como resultado la insatisfacción de este, por lo que podría no seguir visitando esa empresa e irse a un lugar donde sí cumplan con sus necesidades; eso acarrearía disminución de los ingresos y la competitividad de la empresa. Todo esto puede ser difícil para muchas empresas, pues en el caso de los dueños de negocios más antiguos, podrían estar acostumbrados a llevar sus operaciones de una forma específica y mostrarse cerrados al cambio, debido a que no están acostumbrados, no confían en los nuevos métodos o piensan que, si implementan estas nuevas tecnologías y formas de hacer las cosas, perderían su identidad. Esto es un tema importante, pues la identidad de una empresa es importante, debido a que puede suponer algo con lo cual diferenciarse de los otros negocios y les da a las personas algo para familiarizarse. Sin embargo, si una empresa no realiza mejoras, se queda estancada, haciendo caso omiso a los cambios del mercado, puede terminar por perder su competitividad y quedarse por detrás de los otros negocios.

La gran mayoría de sectores están evolucionando a pasos agigantados. Este cambio acelerado crea una necesidad de adaptación rápida y eficaz, con el objetivo de ajustarse a las necesidades tanto de la demanda como de la oferta. La inadaptabilidad de la oferta se transforma en una mala experiencia para el turista que cada vez es más exigente (Cegos, 2019, párr.01).

Ante esto, es importante que las empresas estén al tanto del surgimiento de las nuevas tendencias y tecnologías, pues si bien estas pueden suponer problemas para

una empresa, también pueden significar nuevas oportunidades de crecimiento. Las empresas pueden utilizar estas oportunidades para mejorar su producto, hacer cambios en su infraestructura, anexar nuevos productos, para brindar un servicio más especializado o integrarse a otras áreas del mercado turístico, con lo que puede llamar la atención de los turistas y alcanzar un mayor desarrollo empresarial. Es importante, como se dijo anteriormente, estar al tanto de los cambios del mercado, ver qué cosas se pueden mejorar y lo nuevo por implementar.

2.8 Especialización del producto y servicio

Conforme se han ido generando cambios en el mundo, las personas se han vuelto más exigentes, pues buscan la forma de sacarle el mayor beneficio a su dinero, por ello, a la hora de consumir un producto tendrán una clara preferencia por aquella empresa que les ofrezca un servicio más completo y especializado, a un bajo costo; en caso de que el precio sea alto, que el servicio dado por la empresa sea de la mejor calidad. Buscarán que el precio haya valido completamente la pena, de lo contrario, el turista podría decidir por no volver a esa empresa y en cambio, elegir los servicios profesionales de otra. Ducoing (2016, párr. 02) define la especialización turística como el “conjunto de procesos, integración y estándares encaminados a un fin específico, donde las actitudes y aptitudes toman un sentido, dirigido a determinados perfiles turísticos”.

En el turismo esto es muy importante, pues con el surgimiento de nuevas tendencias y tecnologías, las empresas constantemente deben luchar para brindar servicios más completos y de mayor calidad. Muchas empresas realizan grandes inversiones en la compra de nuevos equipos para mejorar su infraestructura y hacer que los procesos se efectúen más rápido y eficientemente. Otras empresas optan por realizar

planes constantes de capacitaciones para su personal, en diferentes aspectos, como la atención al cliente, mejorar el trabajo en equipo, aprender a realizar los procesos de forma más eficiente, integrar nuevas tendencias, entre otras capacitaciones; el fin es el mejoramiento del personal, para que este pueda tener un mejor trato con los clientes. Esto es algo muy importante si se tiene en cuenta lo altamente competitivo que puede ser el sector turístico, donde las empresas deben luchar para hacer que sus empresas se destaquen entre las otras.

2.9 Nuevas tecnologías

El mundo entero se mantiene en un cambio constante, desarrollando tecnologías e inventos que ofrezcan a las personas más facilidades. Uno de los mayores ejemplos de esto es el Internet, el cual permitió a las personas encontrar información sobre cualquier tema y a la vez de mantenerlas comunicadas, a pesar de situarse, eventualmente, al otro lado del mundo.

Las nuevas tecnologías hacen referencia a las nuevas técnicas que han surgido en los últimos años dentro de los campos de la informática y la comunicación. Una serie de instrumentos y de posibilidades que hacen más fácil la vida del hombre en algunos aspectos y que le ayudan en esta era de cambios y velocidad en la que vive (García, 2017, párr. 01).

Para las empresas, los avances tecnológicos han sido muy importantes, pues con la implementación de tecnologías de ahorro de energía como lámparas que se apagan por sí solas cuando no hay personas, o artefactos que consumen menos energía y mejoran la calidad y rapidez del trabajo, han podido disminuir los costos y en ocasiones

volverse más sostenibles con el ambiente. Un detalle por tomar en cuenta es que, aunque todas estas tecnologías generan muchos beneficios para las empresas, estos suelen ser a largo plazo y la inversión inicial puede ser muy alta, además de necesitar mucho tiempo para recuperarse. Esto, para empresas grandes es un riesgo que pueden permitirse ocasionalmente, sin que les afecte demasiado, pero para empresas como las PYMES, estas inversiones pueden ser demasiado costosas y si se realizaran, pondrían a la empresa en una situación muy delicada de la cual podrían no recuperarse, si no se maneja correctamente; he ahí la verdadera importancia del adecuado uso de los recursos.

2.10 Pensamiento estratégico

Toda empresa necesita de excelentes líderes capaces de crear estrategias para ser ejecutadas en la empresa y llevarla al éxito, para ello, es necesario tener un pensamiento estratégico. Así: “El pensamiento estratégico de la empresa es la coordinación de varias mentes creativas dentro de una perspectiva común que le permita a un negocio avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todos” (García, 2010, pág. 97).

Haciendo referencia a lo anterior, una entidad debe tener personas que creen estrategias nuevas constantemente, que estén pendientes de la competencia, se informen sobre las tendencias actuales de la hotelería y gastronomía, que analicen acerca de lo que el cliente desea y, sin importar la circunstancia, puedan solucionar un problema. Al aplicar lo señalado a la presente investigación, si el dueño de una pequeña y mediana empresa logra tener un pensamiento crítico o estratégico y de igual manera,

tener a alguien que pueda desarrollar dicho pensamiento, conseguirá un camino más claro y obtendrá resultados positivos para sus metas y objetivos.

2.11 Sector turístico

Dentro de los sectores de mayor importancia para la economía de la provincia de Puntarenas, se encuentra el sector turístico; esto, porque por medio de este sector los subsectores relacionados con la actividad turística como: el transporte, instalaciones gastronómicas, hoteles, tour operadores y demás, se ven beneficiados a través de lo turístico.

El sector turístico es uno de los sectores que integran la economía mundial. Este hace referencia al sector que engloba a todas aquellas empresas que, de forma directa o indirecta, están relacionadas con el turismo. Dentro de este sector se encuentran todas aquellas empresas de hotelería, restauración, transporte, así como toda actividad que pueda estar relacionada con el mundo del turismo (Coll, 2021, párr.01).

El sector turístico es un medio importante para impulsar el desarrollo social y económico no solo en el centro de la provincia de Puntarenas, sino, en los lugares cercanos. Este sector es uno de los mayores generadores de fuentes de empleo, ya sea de forma directa o indirecta, principalmente a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), donde, por medio de ellas, se ven fortalecidos sus ingresos.

2.12 Producto turístico

Para toda empresa que decida desempeñarse en el sector turístico, lo principal de tomar en cuenta es el producto turístico que va a ofrecer a los clientes, pues de ese

dependerá la identidad que marque, el darse a conocer a nivel nacional o internacional y, la manera de llamar la atención de las personas. Es de suma importancia que el producto ofrecido se diferencie de la competencia.

Producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan (Centro Europeo De Postgrado, s.f.).

El producto turístico ofrecido por la empresa logra satisfacer las necesidades y los deseos del cliente o no lo logra. Según sea la experiencia que este se lleve decidirá promocionar el lugar turístico y atraer nuevos clientes; de ahí la importancia de ofrecer un buen producto diferenciado de los demás.

2.13 Accesibilidad turística

Toda empresa turística que cuente con el servicio de accesibilidad tendrá un valor más alto porque aumentará los niveles de seguridad en las personas, al mostrarse como una empresa segura que piensa en el bienestar de cada individuo, independientemente de su condición física o mental.

Además de lo anterior, crean más empleo porque hay una alta probabilidad de aumentar la demanda de visita y de esa manera, también logran emplear a personas con algún tipo de discapacidad.

A menudo, cuando hablamos de turismo accesible pensamos únicamente en servicios accesibles para personas con movilidad reducida. Sin embargo, todos los eslabones que conforman la cadena de valor de la experiencia turística deben estar preparados para que todas las personas, incluidas aquellas con algún tipo de discapacidad motriz, sensorial o intelectual, puedan disfrutar de esta actividad de forma igualitaria, permitiéndoles ejercer plenamente el derecho a la recreación de forma autónoma (Muñoz, 2020, párr. 4).

Haciendo referencia a lo anterior, todo ser humano tiene derecho a disfrutar y tener acceso a los diferentes destinos turísticos; esto involucra a las personas con discapacidad, a aquellas con las que vive y a amigos de viaje. Actualmente, no existe gran variedad de lugares donde personas con algún tipo de discapacidad puedan tener acceso; esto las obliga a limitarse a los lugares que les son accesibles y afecta sus emociones al excluirlas de la sociedad.

2.14 Turismo gastronómico

La gastronomía es una de las principales razones por las que una persona toma la decisión de viajar a un destino turístico, ya sea para aprender y conocer nuevos sabores, o para recreación en un día. La gastronomía que un lugar ofrezca, sus diferentes platillos, sabores, colores, ingredientes, preparación entre otros, influye mucho en si una persona decide volver al lugar o no. Otro aspecto importante de tomar en cuenta es que con la emergencia sanitaria actual a nivel mundial por el COVID-19, los lugares gastronómicos han debido optar por medidas estrictas que también brinden seguridad al cliente a la hora de decidir dónde alimentarse.

La gastronomía siempre estará en la boca del hombre evolucionando conforme el tiempo pase, consolidándose como un impulsor del turismo y del desarrollo económico local, regional y nacional con un alto valor cultural en estos últimos años, así que lo único que queda es ahorrar y viajar a esos lugares llenos de cultura culinaria para poder vivir una experiencia única que te harán sentir en otras épocas cada que pruebes un platillo típico regional (Vázquez, 2017, párr. 6).

Puntarenas es una provincia que se destaca por su gastronomía, basada en gran medida en productos provenientes del mar e ingredientes de la zona. Esta es una de las principales razones por las cuales los turistas la visitan, mayormente los nacionales, por su alimentación rica en platillos a base de mariscos.

2.15 Desarrollo local

El turismo aporta un alto porcentaje en el desarrollo local en la provincia de Puntarenas, principalmente en la zona central, donde se encuentra el Paseo de los Turistas, y una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que, por medio de los empleos, aportan al desarrollo local.

El desarrollo local se puede entender, de manera muy sintética, como un proceso complejo, que es producto de una construcción colectiva a nivel local, que tiene como objetivo movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población. Supone una perspectiva integral del desarrollo, es decir, que incluye la dimensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, etc. (Casalis, 2009, párr.3).

De acuerdo con lo anterior, el desarrollo local es de suma importancia para toda comunidad y si se habla del turismo, aún más; este permite abarcar distintas áreas: social, cultural, gastronómica, ambiental, entre otras, lo cual hace que los locales dedicados al turismo aporten mayor conocimiento a los visitantes.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1 Paradigma

3.1.1 Interpretativo

Para esta investigación se utilizará el paradigma interpretativo, o naturalista, porque, según Barrantes (1999, p. 61), en él “la finalidad de la investigación, es comprender e interpretar la realidad, significados de las personas, percepciones, interacciones y acciones”. Esta investigación es muy acorde con el paradigma señalado, pues plantea realizar entrevistas a los dueños de negocios, para conocer su opinión en cuanto al contexto actual y sus principales desafíos. Por consiguiente, la presente investigación buscará obtener una idea clara de la situación que viven las PYMES del sector turístico en el área de hospedaje y gastronomía, en la zona central de Puntarenas, e interpretar la información obtenida para caracterizar un perfil de estas, sus principales desafíos en el día a día y la razón principal que origina dichos desafíos.

3.2 Enfoque

3.2.1 Cualitativo

El enfoque será cualitativo pues ofrece una mayor libertad en la investigación, es dinámico, debido que las preguntas pueden variar según la situación que se vive en cada empresa y se busca profundizar en la causa de una acción o situación en concreto. Por lo anterior, el enfoque más apto para la investigación es el cualitativo; cada empresa

maneja sus operaciones de forma diferente, enfrentando múltiples desafíos, según las oportunidades o recursos con que cuenta una entidad al momento de iniciar. Por consiguiente, la investigación estará centrada en una recopilación de los factores que influyeron en el inicio de las empresas y en su competitividad actual. Para esto se entrevistará a distintos empresarios y, conforme relatan sus experiencias, podrán surgir nuevas preguntas o haber variaciones en algunas, razón por la cual no se tendrá una base de preguntas completamente definida. Adicionalmente, se plantea hacer una caracterización del perfil de las PYMES, donde muchos de los datos por obtener irán acordes con la experiencia y punto de vista de las personas entrevistadas, así como el análisis e interpretación de los datos por parte de los investigadores, para profundizar en la información. El enfoque cualitativo será de ayuda para estos análisis, más aún tomando en cuenta que la investigación tendrá un carácter multifactorial, pues se procederá con el estudio tomando en cuenta la realidad económica vivida en su momento, la cultura y la política del cantón y país, sumado a los valores propios de la empresa.

3.3 Tipo de investigación

3.3.1 Explicativa y Descriptiva

Se utilizará la investigación explicativa porque este tipo de investigación, al igual que el paradigma naturalista y el enfoque cualitativo, busca dar una interpretación a los fenómenos acerca de las causas que lo han originado. “Su objetivo es determinar cuáles

son las causas de un fenómeno, por qué y en cuáles condiciones se da el fenómeno, o por qué ciertas variables están relacionadas” (Campos, 2009, p. 19).

Este tipo de investigación, de igual manera, busca dar una explicación acerca de ¿cómo? y, ¿por qué? distintas variables puedan relacionarse, lo cual la torna como la más favorable para la tesis. La investigación, como se ha mencionado anteriormente, se enfocará en la caracterización de un perfil general de los factores que afectan la competitividad de las PYMES, en donde se indagan las experiencias, historias y pensamientos de los dueños de pequeñas y medianas empresas, buscando extraer de estos datos los factores más importantes que inciden en la competitividad, y cómo se relacionan e influyen en las distintas empresas del sector turístico de Puntarenas.

Según Campos (2009): “Es necesario, por lo tanto, seleccionar los rasgos o conceptos del fenómeno y determinarlos cada uno de forma independiente, con gran precisión” (p. 18). Al realizar la caracterización del perfil de las empresas, a su vez se hará una investigación descriptiva, porque se desea hacer una descripción de estas entidades y su situación, lo cual ayudará a efectuar un análisis más completo y efectivo para la investigación.

3.4 Sujetos y fuentes de información

3.4.1 Sujetos (contexto, población y muestra)

La investigación tendrá lugar en la ciudad de Puntarenas. Esta es una zona donde convergen muchas empresas dedicadas a diferentes tipos de negocios de venta de

productos o servicios; no obstante, para esta investigación se tomarán en cuenta aquellas relacionadas directamente con la gastronomía y el hospedaje, que entren en la categoría de PYMES e inscritas debidamente en el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), además, de tener participación en el mercado turístico de la zona. La gran afluencia de empresas que hay en la región ha generado una fuerte competencia entre los negocios; cada uno debe invertir tiempo y recursos para obtener una buena posición en el mercado, lo cual supone un gran esfuerzo debido que, además de la competencia, se pueden presentar retos como el aumento del costo de los insumos y servicios ofrecidos, cambios en el mercado financiero y de compra, entre otras dificultades que pueden poner en peligro la estabilidad financiera de la empresa. En la investigación se buscará obtener un mejor entendimiento de los factores de competitividad que afectan a las PYMES del sector turístico de la zona central de Puntarenas y cómo los resuelven. Por ello, se realizará una entrevista a los dueños de los negocios previamente seleccionados, para conocer la historia de sus inicios en la empresa, qué problemas enfrentaron, cómo se fueron posicionando en el mercado, cuáles adversidades aquejan su negocio en la actualidad, qué hacen para lidiar con ellas y mantener su competitividad, qué estrategias utilizan para mantenerse en el mercado y cómo enfrentan la actual pandemia por el COVID-19.

En la investigación se plantea hablar principalmente con los dueños de los negocios, pero también se buscará obtener información de personas con amplia experiencia en el mercado, con conocimientos sobre el emprendedurismo, sobre los problemas que pueden enfrentar los empresarios, y que puedan ayudar a tener una visión más amplia para desarrollar la investigación. Adicionalmente, en caso de que se

presente la oportunidad de hablar con el administrador o encargado de un negocio, ya sea porque el dueño se encuentre ocupado o dicho empleado también quiera dar su opinión, se aceptará conversar con él, pues toda opinión obtenida durante el desarrollo de la investigación ayudará a enriquecerla; además, los empleados en ocasiones pueden tener un punto de vista diferente al de los dueños y conocer dicho punto de vista podría ofrecer información importante de tener en cuenta.

En síntesis, la investigación se realizará en el cantón de Puntarenas, debido a que esta zona presenta una buena oportunidad en la obtención de datos, gracias a la cantidad de PYMES ubicadas en el Paseo de los Turistas. Adicionalmente, se hablará con los dueños de las PYMES del sector turístico, para una mejor delimitación de la muestra, porque la investigación se enfoca en las empresas con participación en el mercado turístico y las entidades más cercanas al Paseo de los Turistas tendrán un mayor contacto con los visitantes y podrían brindar datos de mayor relevancia. Así: “La selección está orientada por criterios que define el investigador en cada situación particular de acuerdo a los intereses del estudio y la situación social que se desee conocer o construir” (Monje, 2011, p. 130). La muestra será de tipo no probabilística intencional, debido a que es una selección premeditada y se tendrán definidos los propietarios de las empresas por entrevistar, según la relevancia de la información; al ser una zona más delimitada, se facilitará el desarrollo del trabajo de campo.

3.4.2 Fuentes de información

3.4.2.1 Primarias

Como fuente de información primaria se tendrán los datos brindados por los dueños de los negocios, con quienes se hablará para conocer acerca de sus experiencias, cómo fue su proceso de emprendedurismo, cómo ha sido la situación para su empresa a través del tiempo, su percepción acerca de la situación de las PYMES en Puntarenas y cómo esto afecta su negocio, positiva o negativamente; a la vez, de qué forma logra mantener su competitividad en el mercado.

También existe la posibilidad de hablar con profesores que conozcan sobre el tema, miembros de empresas como la Cámara de Turismo, entre otras personas que tengan conocimiento de la situación de las PYMES en Puntarenas. Sumado a esto, están los trabajadores, con una percepción eventualmente diferente del negocio, según la tienen los dueños.

3.4.2.2 Secundarias

Para las fuentes secundarias se revisarán documentos como tesis, libros, artículos, noticias, entre otros archivos, que proporcionen información relevante para el desarrollo de la investigación, como la definición de conceptos, datos acerca de la situación de las PYMES en Puntarenas y el país, así como estudios sobre las PYMES que proporcionen una mejor visión del rumbo futuro.

3.5 Técnicas e instrumentos para recopilación de la información

La técnica más acorde para llevar a cabo el trabajo de campo en la presente investigación será la entrevista; esto porque dicha técnica permite tener una mejor interacción con las personas, lo cual ayudará a recopilar la información que brindarán los dueños de las PYMES, a quienes se desea entrevistar, para posteriormente ser analizada.

El instrumento más adecuado para ejecutar la técnica de la entrevista será la entrevista semiestructurada y entrevista dirigida, esto porque se desea indagar cuáles son realmente los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del sector turístico del cantón central de Puntarenas, en el Paseo de los Turistas. Se pretende recolectar información veraz acerca de situaciones que realmente atraviesa el dueño de una PYME para poder emprender con su empresa. Por consiguiente, aplicar este instrumento permite al entrevistado expresar con libertad su opinión con respecto al tema de investigación; esto será de gran utilidad teniendo en cuenta que cada PYME podría tener diferentes situaciones en comparación a otras del mismo sector turístico, en cuanto a temas como sus áreas de trabajo, tamaño, cultura, valores y experiencias. Para ello, la entrevista tendrá preguntas previamente redactadas con un orden preestablecido, pero al ser entrevista semiestructurada, se podrá variar el orden y la profundidad de las preguntas, según los relatos de los entrevistados, para adaptarse a cada situación eventual.

En los anexos 1 y 2 se presenta el consentimiento informado y las preguntas que se utilizarán en la entrevista a los administradores de los negocios. Esta entrevista será

el medio principal por el cual se planea recopilar los datos necesarios para la investigación, pues estará dirigida a las PYMES, las cuales son el centro de la investigación.

3.6. Matriz de coherencia interna

En el anexo 3 se podrá encontrar el cuadro de matriz de coherencia interna.

3.7. Marco Muestral

Según el Directorio de Establecimientos del MEIC sobre las PYMES en Gastronomía y Hospedaje (2020), en el cantón de Puntarenas, ubicadas en el Paseo de los Turistas, existe un total de 17 microempresas y 3 pequeñas empresas dedicadas a la actividad hotelera y gastronomía, debidamente registradas como activas en el MEIC.

Tomando como punto de partida lo anterior y dado que el tipo de estudio es cualitativo, se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia a la población considerada sujeto de estudio. Este se define como “la muestra que está disponible en el tiempo o periodo de investigación” (Espinoza 2016, pág. 5). Se emplea este muestreo por la dificultad que se tiene al acceso de información, y/o a la disponibilidad que cuentan los sujetos para la aplicación de la herramienta desarrollada. De igual forma y no menos importante, por las circunstancias de salud, producto del COVID-19, que se viven en la actualidad.

Los aspectos por tomar en cuenta en la selección de la muestra, son los siguientes:

- a. Población: PYMES ubicadas en la zona central de Puntarenas, de carácter gastronómico u hospedaje, con participación en el turismo e inscritas debidamente

en el MEIC, o en su defecto, al no concertarse todas las entrevistas con las empresas inscritas en el MEIC, se entrevistarán empresas que cumplen con la característica de PYME, ubicadas en la ciudad de Puntarenas y de carácter gastronómico u hospedaje, con participación en el turismo.

- b. Unidad de análisis: Los administradores de las PYMES del sector gastronómico u hospedaje, con participación en el turismo, inscritas en el MEIC, o en su defecto, al no lograr concertar todas las entrevistas con las empresas inscritas en el MEIC, se entrevistan empresas que cumplen con las otras características anteriormente mencionadas.
- c. Unidad de muestreo: PYMES del sector gastronómico u hospedaje, con participación en el turismo, inscritas en el MEIC, o en su defecto, empresas no inscritas en el MEIC, pero que cumplen con las otras características anteriormente mencionadas.
- d. Marco muestral: PYMES que se encuentran debidamente inscritas en el MEIC, en el año 2020-2021, en el cantón central de Puntarenas, de carácter gastronómico u hospedaje, o en su defecto, al no concertarse todas las entrevistas con las empresas inscritas en el MEIC, se entrevistan otras empresas que cumplen con las otras características anteriormente mencionadas. En el anexo 4 se puede observar la composición de las PYMES.

3.8. Cronograma

En el anexo 5 se planifica la ejecución de la presente investigación para obtener los resultados previstos.

Capítulo IV

4. Análisis e interpretación de datos

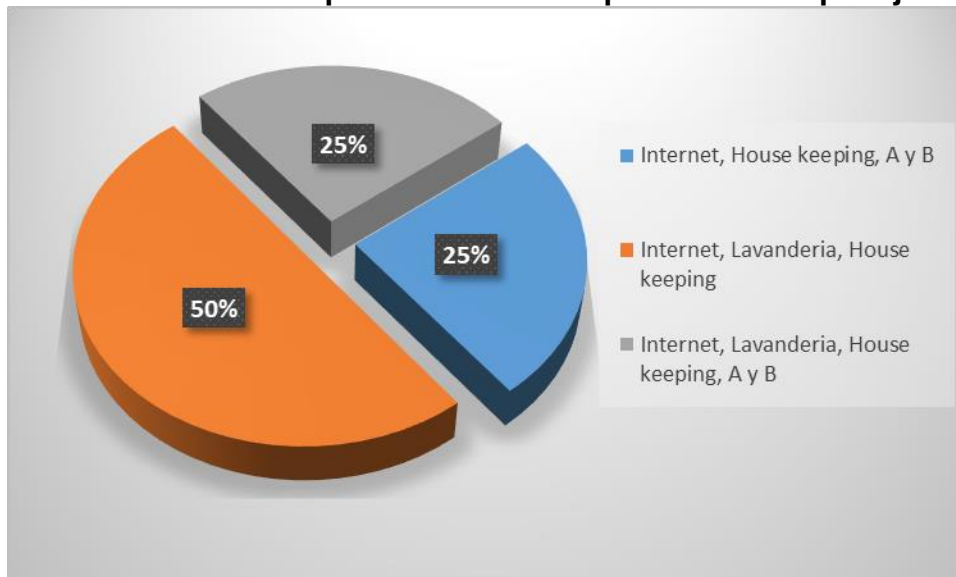
Tras la realización de las entrevistas y la recopilación de los datos, se procederá a realizar el análisis respectivo. Antes de eso, debe señalarse que algunos datos e ideas se recabaron mediante charlas con personas que, pese a no pertenecer al grupo objetivo (por no ser de la región de Puntarenas o por no desempeñarse en el sector gastronómico o de hospedaje) cuentan con conocimientos, experiencias y una visión del entorno de las PYMES, lo cual ayudó a comprender mejor la situación vivida por estas empresas y a dar una mejor orientación a la tesis.

Debido a los problemas para contactar a todas las empresas registradas en el MEIC, se optó por seleccionar algunas que, aunque no están registradas sí presentan características similares a las otras, como su actividad, ya sea hospedaje o gastronómicas, y están ubicadas en la ciudad de Puntarenas; esto con el fin de obtener todas las entrevistas necesarias para la realización del trabajo.

El tamaño de la muestra posibilitó 8 entrevistas realizadas a empresas del sector turístico de la zona Central de Puntarenas, de las cuales 4 pertenecen al sector gastronómico y 4 al sector de hospedaje. Además, el 100% de las empresas de hospedaje entrevistadas pertenecen a la categoría de hotel, pues las pertenecientes a otras categorías no cumplían con las características deseadas para el desarrollo de la presente tesis.

Se van a exponer los resultados más relevantes, relacionando algunos con gráficas.

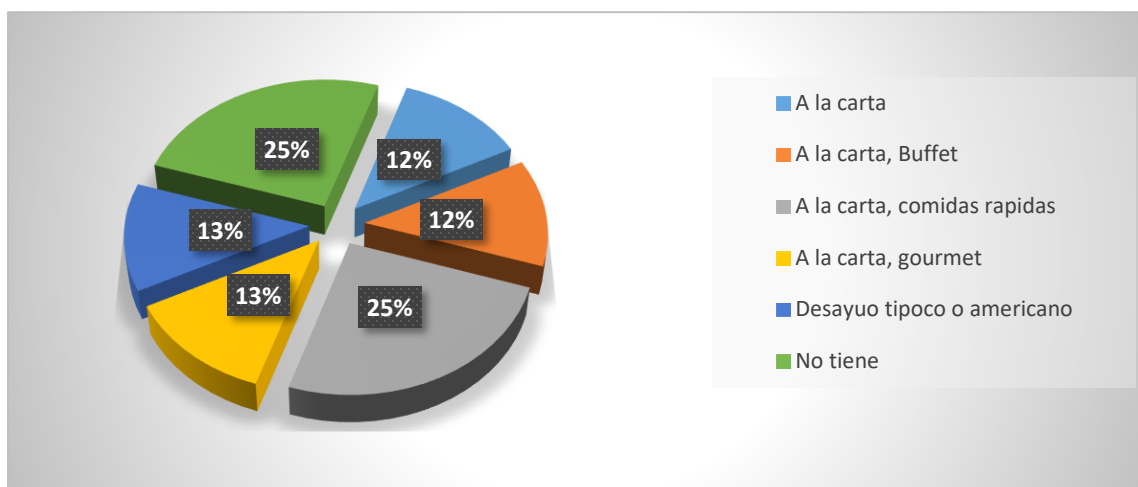
Gráfico 1

Servicios que ofrecen las empresas de hospedaje

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, todas las empresas de hospedaje entrevistadas, ofrecen servicios de limpieza de la habitación e internet. Sin embargo, solo el 50% ofrece servicio de alimentos y bebidas, mientras que las otras hacen uso de servicios externos para atender dicha necesidad o se le recomienda al huésped un lugar cercano, como un restaurante. Se considera que el 50% no ofrece el servicio de alimentos y bebidas y podría estar perdiendo una fuente de ingreso importante adicional al servicio de hospedaje que ya ofrecen.

Gráfico 2

Tipo de servicio gastronómico

Fuente: Elaboración propia

Se hace referencia al tipo de servicio gastronómico que ofrecen las empresas, tanto de carácter gastronómico como las de hospedaje que cuentan con dicho servicio. En este caso, la mayoría tiene el servicio a la carta, una buena forma para informar a los clientes sobre los diferentes platillos que vende el local, lo que a su vez funciona como una forma de presentación de la empresa.

En relación con la actualización del menú de las empresas que ofrecen el servicio gastronómico dentro de su local, todas indicaron que actualizan el menú 1 vez al año. Esto se debe a que, en general, las empresas no tienden a variar mucho su menú, más allá de ofrecer un producto especial por temporada. De igual forma, para las empresas gastronómicas es importante ir añadiendo cambios al menú, de esa manera pueden ofrecer productos distintos a sus clientes y, además, conocer su opinión con respecto al menú que les ofrecen.

En cuanto al porcentaje de visitantes en temporada alta a los locales entrevistados, el 62.5% indicó que los visitan entre 70% y 90% de la capacidad de la empresa, mientras que el 37.5% que los visitan entre el 90% y 100% de la capacidad máxima de la empresa, esto da números favorables a la temporada.

Haciendo referencia al porcentaje de visitantes en temporada baja a los locales entrevistados, el 25% indicó que los visitan entre 30% y 50% de la capacidad máxima de la empresa, mientras que el 62.5% indicó que los visitan entre el 50% y 70% de la capacidad máxima de la empresa y el 12.5% restante indica que los visitan entre el 70% y 90%. Haciendo una comparación entre ambas temporadas, el 62.5% podría mejorar el porcentaje de visitación haciendo una realimentación a nivel interno y al aplicar mejoras para atraer más clientes en ambas temporadas.

Con respecto al mercado que más visita las empresas, el 50% de los empresarios indica que los visitan tanto nacionales como extranjeros; esto puede deberse en parte a la ubicación del muelle donde atracan cruceros. El otro 50% añadió que mayormente los visita el turista nacional. Estos datos, junto con los anteriores acerca de la visitación que reciben las empresas, resalta la importancia de Puntarenas como destino turístico.

En relación con los ingresos percibidos en temporada alta, se observa que se obtienen recursos mayores que en temporada baja, lo cual beneficia a las empresas en

la obtención de mayores utilidades. En el gráfico 3 se observan los rangos de ingresos percibidos, tanto en temporada baja como en temporada alta.

Cuadro 1

Ingresos percibidos por los restaurantes en temporada alta y baja

Restaurantes	Ingreso temporada alta	Ingreso temporada baja
Isla cocos	Más de ₡5.000.000	Más de ₡5.000.000
Delicias del puerto	Más de ₡5.000.000	Más de ₡5.000.000
Josefina	No responde	No responde
Maes Grill	No responde	No responde

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en el cuadro anterior, dos de las empresas indicaron que ganan alrededor de ₡5.000.000 al mes en temporada alta y en temporada baja. Esto podría deberse a que estas empresas tienen una larga historia en el mercado, lo que les ha ayudado consolidarse y tener fuerte presencia en el sector, con clientes fieles y frecuentes. Entretanto, las otras dos empresas prefirieron no referirse al tema.

Cuadro 2

Ingresos percibidos por los hoteles en temporada alta y baja

Hoteles	Ingreso temporada alta	Ingreso temporada baja
Oasis	Más de ₡5.000.000	Entre ₡4.000.000 y ₡5.000.000
Sol	Entre ₡3.000.000 y ₡4.000.000	Entre ₡3.000.000 y ₡4.000.000
Allan 28	Más de ₡5.000.000	Entre ₡4.000.000 y ₡5.000.000
Pirámide Central	Entre ₡3.000.000 y ₡4.000.000	Entre ₡1.000.000 y ₡2.000.000

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a lo estimado por ingreso de los hoteles, se tiene que dos de ellos se encuentran mejor posicionados en el mercado, con ingresos de más de ¢5.000.000, mientras que los otros se mantienen en un rango de entre 3 y 4 millones, en temporada alta. En temporada baja muestran una disminución de sus ingresos, a excepción del hotel Sol, el cual mantiene cifras similares en ambas temporadas.

Es importante destacar que esos porcentajes de ingresos hacen referencia principalmente, a los tiempos antes de la pandemia y aunque la situación poco a poco va mejorando, se les hace difícil a los administradores dar un estimado de ingresos, para el momento de la entrevista.

Sobre la cantidad de años que tienen los empresarios de laborar en el sector turístico, todos los entrevistados indicaron que contaban con tres o más años de experiencia, y el 37,5% de los entrevistados con más de 10 años. Eso significa que todos los administradores entrevistados tienen la experiencia necesaria para sacar adelante una empresa, pues a lo largo de los años han aprendido sobre la mejora y estandarización en los procesos tanto en la parte organizacional de la empresa como en el manejo del personal.

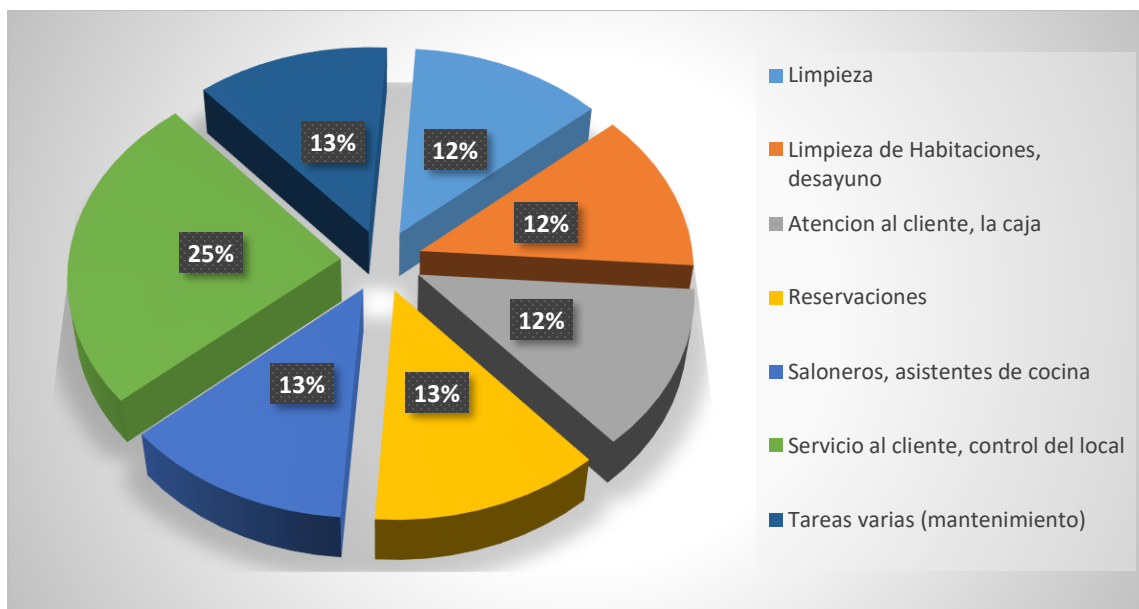
Respecto de la persona que está a cargo del Departamento administrativo de la empresa, el 12.5% indicó que quien está a cargo es el administrador, mientras que el 87.5% restante, indicó que quien está a cargo es el dueño del local. Esto se puede deber al hecho de que, al ser PYMES y, por tanto, empresas no muy grandes, no se cuenta con mucho personal, por lo que en la mayoría de los casos es el dueño quien se encarga

de administrar el local, en lugar de delegar dicha tarea a un administrador, como en el caso de empresas grandes, de esa manera también se ahorran gastos administrativos al no tener que pagar un salario más.

Con respecto a las principales funciones que desempeñan en el Departamento administrativo, el 100% realiza servicio al cliente, lleva el control contable financiero de la empresa y debe tener control del local. Así, incluso cuando se desempeñe la labor de gerente o sea el dueño del local, la persona no se puede centrar únicamente en labores administrativas; en cambio, dicha persona debe ayudar también en el servicio al cliente y demás labores dentro de la empresa.

Gráfico 3

Funciones extra que desempeña el Departamento de servicio al cliente



Elaboración propia.

En cuanto a las funciones que realizan quienes se desempeñan en el puesto de servicio al cliente, el 12.5% indicó que también realiza funciones de

limpieza, el 12.5% se dedica a funciones de limpieza de habitaciones y realizar los desayunos, el 12.5% asistente de cocina y la caja, el 12.5% se dedica a las reservaciones, el otro 12.5% realizan actividades como asistente de cocina y salonero, el 25% realiza actividades como llevar el control del local y el 12.5% restante realiza tareas de mantenimiento.

Como se muestra en el gráfico, el personal a cargo del servicio al cliente realiza múltiples funciones; los entrevistados indicaron que al ser una empresa pequeña los colaboradores que tienen actualmente realizan más de una labor y de esa manera ahorran costos en cuanto a salarios. También señalan que por la pandemia de COVID-19 se han visto en la obligación de hacer recorte de personal, por tanto, los colaboradores que aún están laborando han debido aprender a desempeñarse en más de una función.

Cuadro 3

Tenencia de un segundo idioma de los colaboradores

Restaurantes	# Trabajadores con 2° idioma
Isla cocos	2
Delicias del puerto	+4
Josefina	2
Maes Grill	3
Hoteles	# Trabajadores con 2° idioma
Oasis	2
Sol	2
Allan 28	1
Pirámide Central	1

Fuente. Elaboración propia.

Con referencia a los idiomas de los colaboradores de las empresas entrevistadas, los restaurantes muestran al menos dos colaboradores con dominio en un segundo idioma. Entretanto, en el caso de los hoteles hay respuestas diversas debido a factores, como es el caso de que para el momento de la entrevista debido a la pandemia por COVID-19 tuvieron que reducir su personal y en algunos casos inclusive, trabajar únicamente con la ayuda de familiares; además, estos son hoteles pequeños, que, en general, no suelen contar con muchos trabajadores.

Si bien la mayoría de las empresas entrevistadas cuentan con al menos dos trabajadores con conocimiento de un segundo idioma, no deja de ser importante tener más personal bilingüe, porque así la empresa no depende de una o dos personas para atender a turistas extranjeros que visiten la empresa.

En cuanto a las páginas web de las empresas a las cuales se les aplicó la encuesta, el 50% de ellas indicó que sí cuentan con una página web, pero que no la actualizan de forma periódica, solo una vez por semana, mientras que el otro 50% no cuenta con una página web propia de la empresa. Si bien no todas poseen una página web propia, sí cuentan todas con un perfil en alguna red social; Facebook es la red social utilizada por cada empresa entrevistada y adicionalmente, algunas de empresas cuentan, además, con presencia en otras páginas o redes sociales como el Instagram. Actualmente es de suma importancia que toda empresa se haga visible en las redes sociales, el mundo cada vez avanza más hacia la era digital y la empresa que no se haga visible por este medio, está desaprovechando un recurso tan importante como las redes sociales.

Cuando se habla de una empresa nueva o de alguna que se desee visitar, lo primero que se piensa es en buscarla en las redes sociales, para conocer el local, la información básica de la empresa como la ubicación, número de teléfono, otro. Sin tener acceso a esa información de manera rápida, es más difícil para una empresa poder darse a conocer principalmente en el medio turístico.

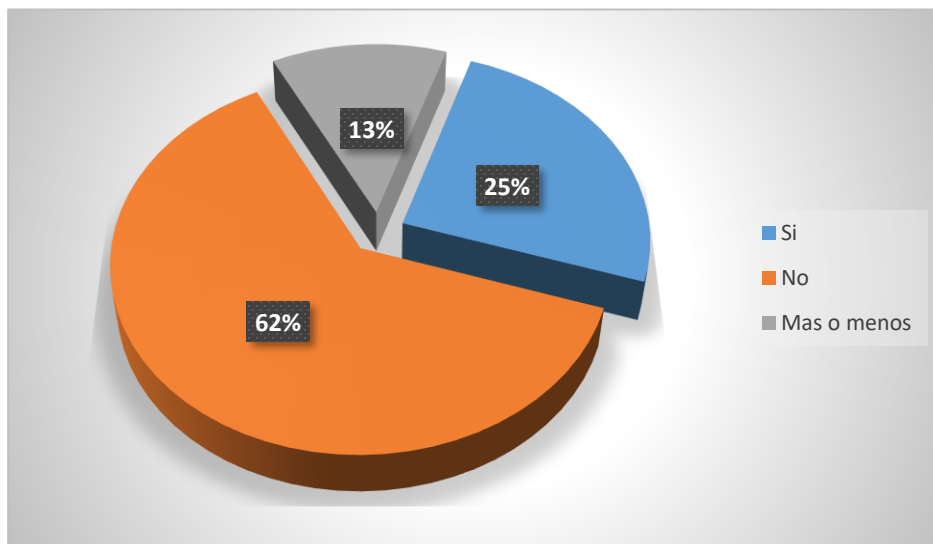
El 50% de los entrevistados indicó que no optó por recibir ayuda económica por parte de alguna entidad financiera, dado que, en cuanto a la obtención de documentos necesarios para la aprobación del financiamiento por parte del banco, todas las empresas indicaron que fue complicado, pues había muchos trámites y requisitos complicados de obtener y una alta probabilidad de que al final del proceso no le aprobaran el financiamiento. Entretanto, el otro 50% indicó que sí buscó financiamiento por parte de entidades financieras como los bancos, pero respecto de la rapidez con que se llevó a cabo el proceso del financiamiento, todas las empresas destacaron que fue muy lento.

En cuanto a los trámites para obtener los documentos necesarios para poner en funcionamiento la empresa, el 25% indicó que fue muy complicado y lento, el 37.5% de los empresarios dijo que fue regular y el 37.5% mencionó que fueron sencillos. Se pueden apreciar diversas respuestas: mientras para algunos estos trámites fueron muy sencillos alegando que mientras se tengan los documentos en orden no suele haber problemas, para otros ha sido muy complicado lograr adquirirlos.

Ante la pregunta: Tomando como base su experiencia, ¿considera que en Puntarenas hay planes o propuestas efectivas de financiamiento para cualquiera que desee emprender su negocio?

Gráfico 4

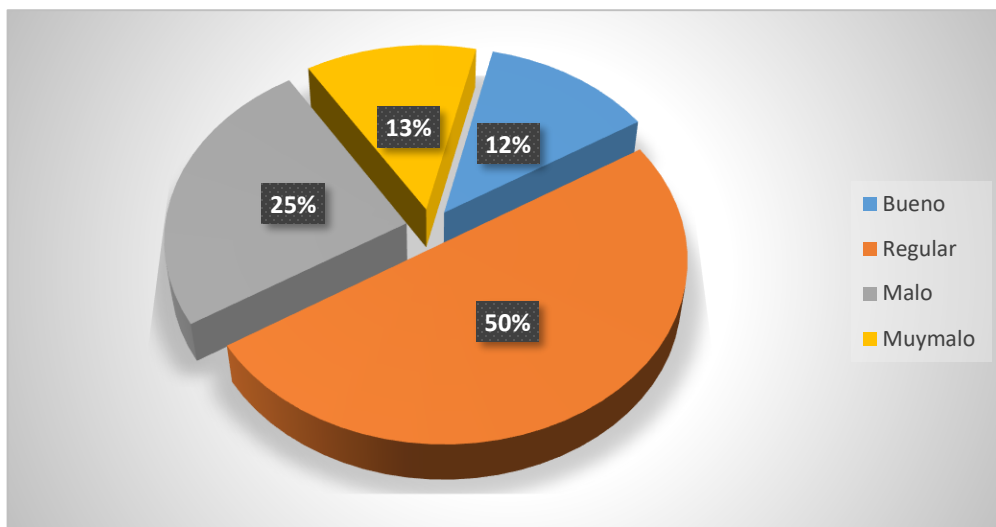
Propuestas efectivas de financiamiento



Fuente: Elaboración propia.

Al consultar a los entrevistados si consideran que hay planes o propuestas efectivas de financiamiento para cualquiera que desee emprender su negocio, el 25% respondió que más o menos, el 62.5% dijo que en definitiva no, mientras que el 12.5% dijo que sí. Todo esto haciendo referencia, a que, si bien se puede buscar financiamiento por medio de un préstamo bancario, a diario estas entidades presentan múltiples pautas o requerimientos que dificultan la obtención de dichos préstamos. Algunos de los entrevistados no obtienen el financiamiento que hubiesen deseado, e incluso hay quienes prefieren iniciar sin dicha ayuda económica.

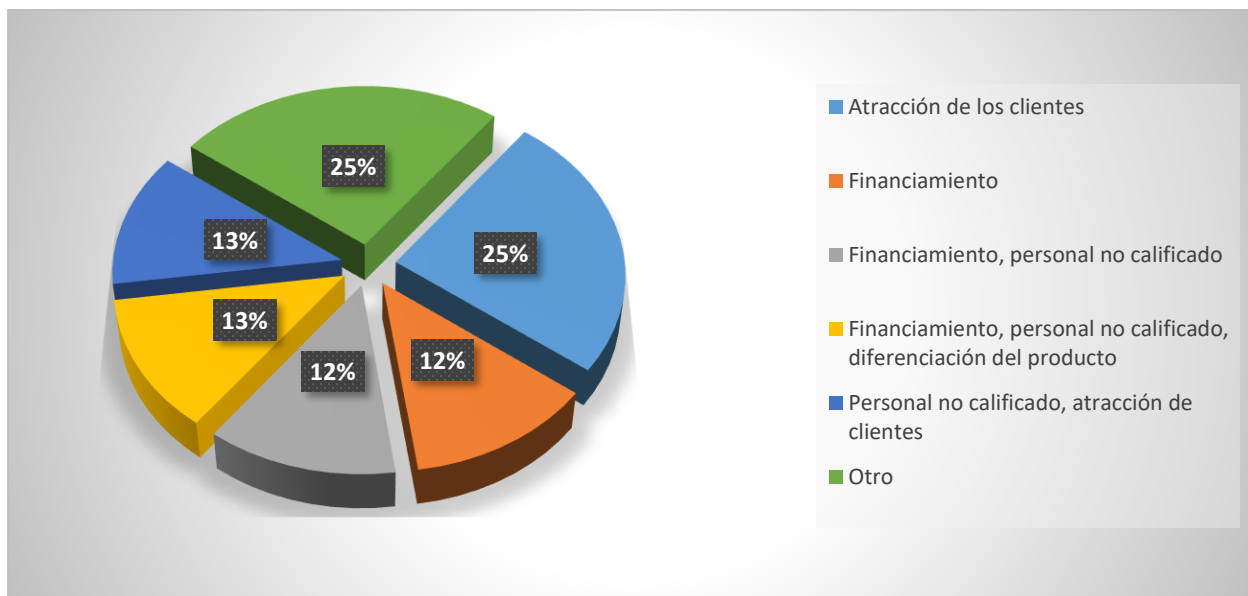
Gráfico 5

Oportunidades para emprender en Puntarenas

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en el gráfico anterior, las respuestas fueron variadas; algunos mencionan que sí hay buenas oportunidades para emprender y otros que dichas oportunidades son regulares y hasta terribles; según los entrevistados, iniciar un negocio en Puntarenas puede ser un proceso lento y pueden transcurrir varios meses hasta que la empresa comience a tener ventas aceptables para mantenerse en el mercado. En relación con lo anterior, algunas de las empresas entrevistadas pasaron más de un mes vendiendo solo un plato de comida al día, por lo que se necesita de mucha paciencia y perseverancia, además de buscar producto o servicio de calidad, que poco a poco vaya llamando la atención de los consumidores y de esta forma fidelizar a los clientes.

Gráfico 6

Factores que afectaron para iniciar la empresa

Fuente: Elaboración propia.

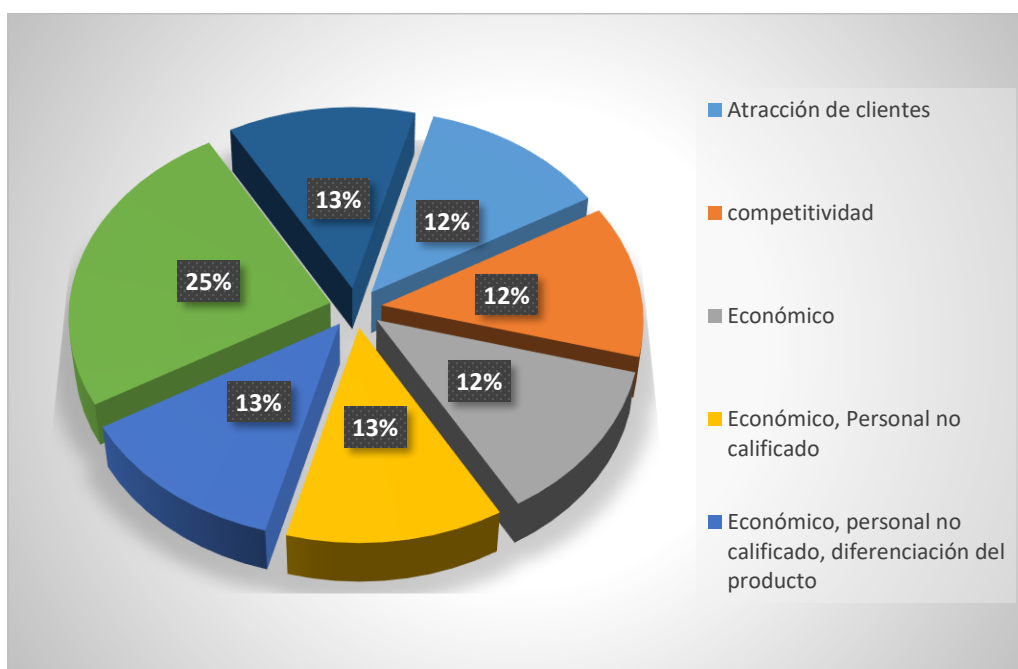
Con base en los factores que más afectaron a las empresas en sus inicios, lo que mayormente se mencionó fue el financiamiento y el personal no calificado, puesto que según se evidencia en las primeras preguntas de la entrevista, las empresas no suelen contar con mucho personal bilingüe, lo que puede repercutir a la hora de atender extranjeros. Otros factores mencionados son la atracción de los clientes y la diferenciación del producto, factores muy importantes en un mercado con tantas empresas y que además ofrece productos similares.

Se hizo la pregunta sobre los planes o servicios de asesoramiento efectivos que sirvieran para orientar a los nuevos emprendedores en su proceso de integrarse al mercado. En este caso, las empresas hablaron acerca de cómo el ICT o la Cámara de

Turismo son las empresas que mayormente han intentado dar orientación a los emprendedores y el INA en menor medida, sin embargo, las opiniones no fueron del todo buenas, puesto que, algunos de los entrevistados sienten que los planes o servicios de asesoramiento han decaído un poco e incluso para algunas empresas no hay orientación para los nuevos emprendedores.

Gráfico 7

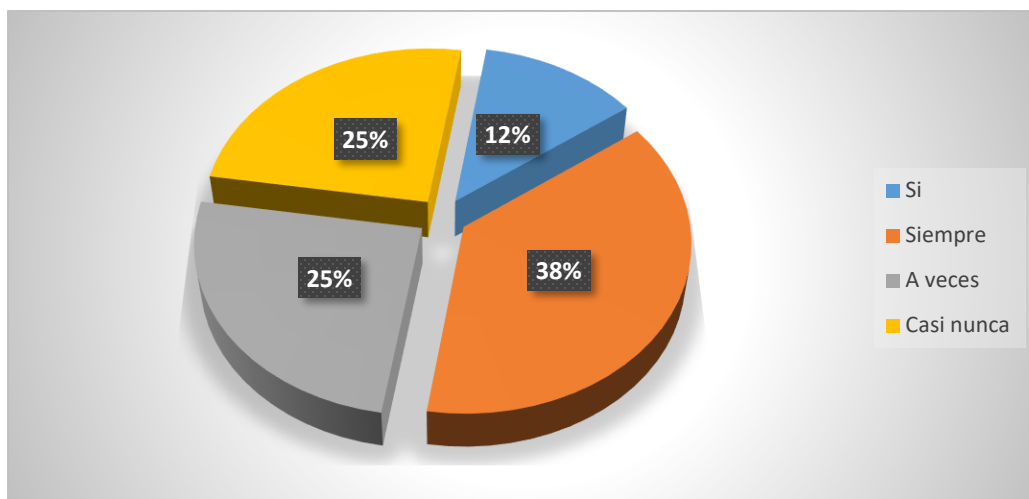
Factores que inciden en el desarrollo de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se habla sobre el desarrollo constante de la empresa, nuevamente se tiene que el aspecto económico y el personal no calificado son los principales problemas por afrontar, puesto que el aspecto económico es importante para realizar mejoras en la infraestructura del local y la compra de nuevos equipos. En cuanto a la preparación del personal, es importante para brindar un servicio de calidad, además de contar con personal bilingüe para atender mejor a turistas extranjeros.

Gráfico 8

Percepción de beneficio en el turismo externo en Puntarenas

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta se hizo referencia a lo beneficioso que resulta el turismo para las empresas, y el 38% de los entrevistados respondieron que el turismo siempre es de gran ayuda, debido que, a lo largo del año reciben muchos turistas nacionales y extranjeros; el 25% señala que a veces lo es y el otro 25% que casi nunca. Si bien para algunas empresas el turismo ha sido de gran ayuda, para otras no ha sido muy importante, o casi no reciben turistas, por lo que sus ventas se centran en consumidores locales. Se debe destacar que el 38% de las empresas para las cuales el turismo es de gran ayuda, se ubican en la cercanía al Paseo de los Turistas; entretanto, las otras que perciben menos ingresos por parte de estas personas, están más alejadas del Paseo de los Turistas; quizá el turismo está más centrado en la cercanía de la playa, mientras que

el resto de la ciudad se olvida, pese a contar con edificios históricos y una gran cantidad de negocios de ropa, comida u otros.

Con referencia a las capacitaciones sobre las tendencias actuales del mercado, el 37.5% de los empresarios entrevistados indica que capacita al personal solo a veces, el 25% mencionó que lo capacita casi siempre, mientras que el 37.5% dijo que siempre, esto con el fin de ir mejorando sus operaciones en pro de ofrecer un mejor servicio. Capacitar constantemente al personal, a mediano plazo permitirá mecanizar las labores dentro de la empresa y brindará la oportunidad de crecer tanto personal como profesionalmente; se logrará que el colaborador se sienta útil y sea más fiel a la empresa para la que labora, con un rendimiento mucho más efectivo.

Tomando en cuenta la pandemia por el COVID-19, el 100% de las empresas indicó que se han aferrado a cumplir los protocolos de salud para seguir adelante, con medidas como el distanciamiento social, reducción del aforo dentro del local y habilitar el área de desinfección de manos. Adicionalmente a estos protocolos, las empresas han hecho uso de mercadeo en páginas web y redes sociales, buscando reducir costos y hasta personal.

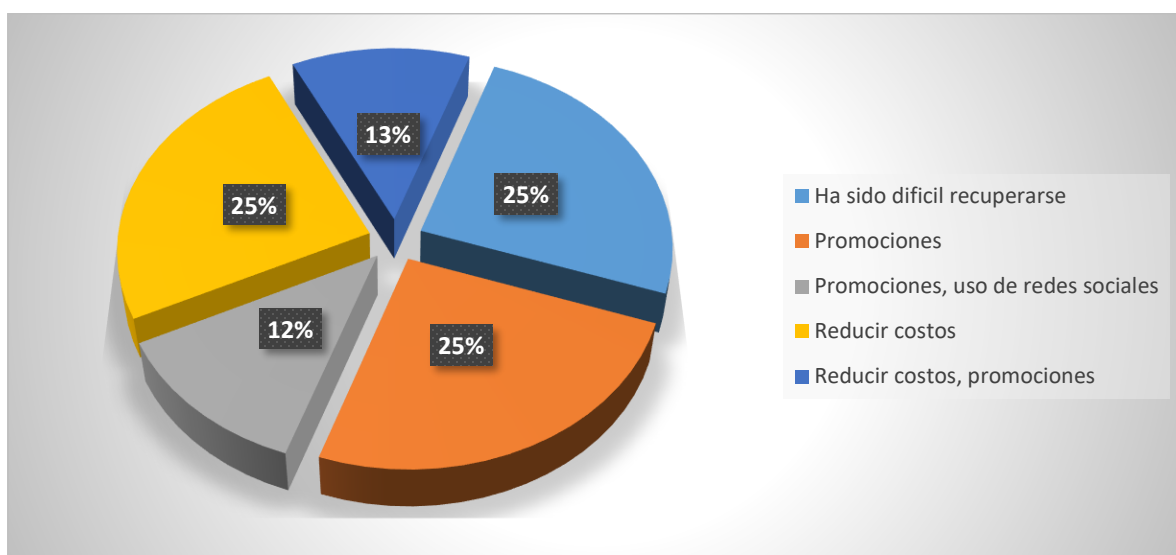
En cuanto al apoyo que se brindó a las PYMES del sector turístico de la zona central de Puntarenas, por parte de las autoridades como la alcaldía de Puntarenas, Cámara de Turismo, Instituto Costarricense de Turismo (ICT), otras. El 62.5% indica que la ayuda fue nula y, el 37.5% dijo que realmente fue muy poco lo que estas entidades

estuvieron presentes durante la emergencia sanitaria. Según lo contado por los entrevistados, el ICT hizo un esfuerzo con plataformas de capacitación, hablaron de acuerdos de pago con el ICE y AYA, e incluso, comentaron que los bancos darían mayor flexibilidad de pagos y hasta una ayuda económica, sin embargo, no contaron con dicha colaboración.

A la pregunta: ¿Cómo ha enfrentado la empresa la crisis económica, tras la pandemia por el COVID-19?, los resultados obtenidos se observan en el siguiente gráfico

Gráfico 9

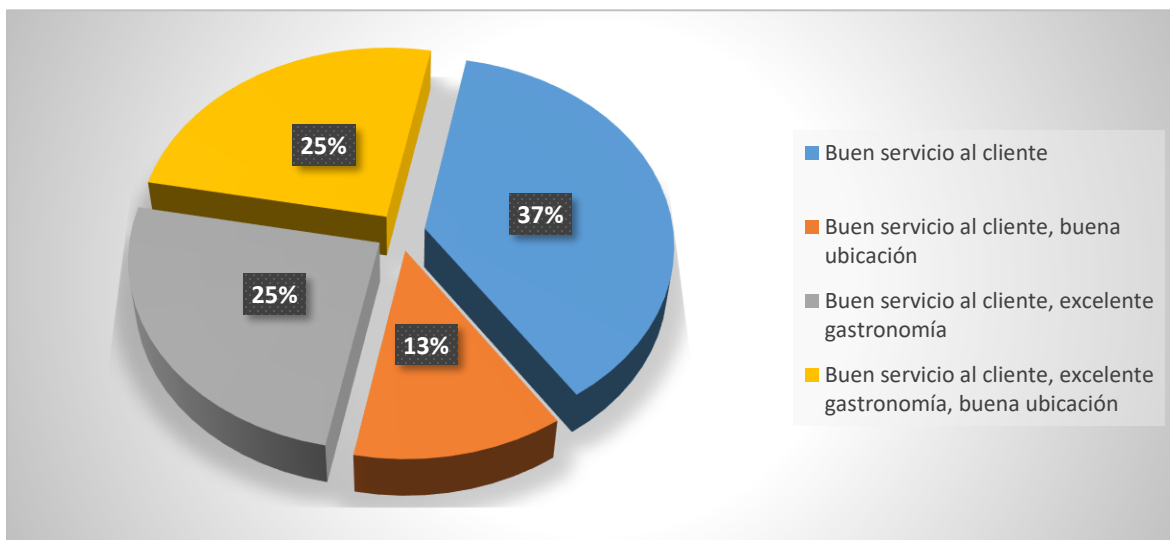
Pandemia por el COVID-19



Fuente: Elaboración propia

Acorde con lo comentado por los entrevistados, la situación ha sido difícil y poco a poco han ido recuperándose. La pandemia supuso un gran reto para las PYMES, las cuales dieron una mayor importancia al marketing digital, haciendo uso de redes sociales para hacer propaganda a sus productos y ofrecer promociones para captar la atención de los consumidores.

Gráfico 10

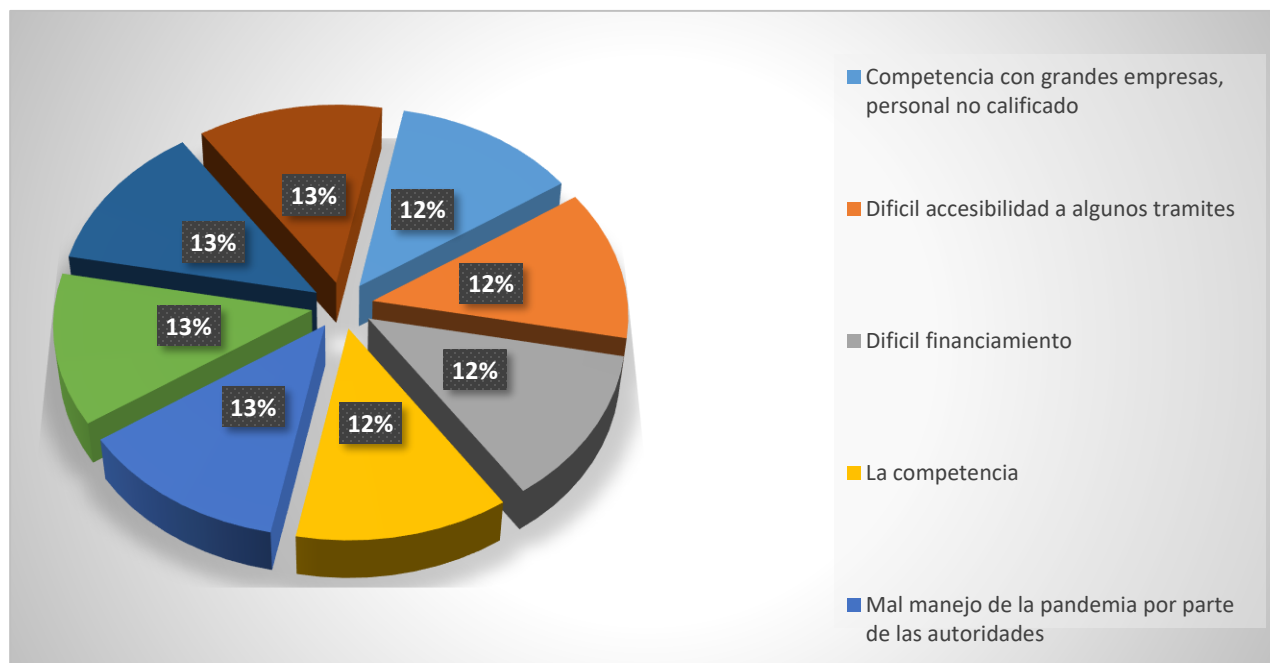
Fortalezas de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Acorde con el gráfico anterior, se puede destacar que el buen servicio al cliente es predominante en las labores diarias, además, ha sido fundamental para el éxito de cada empresa, la cual busca que sus productos sean de buena calidad y a su vez ofrecer un servicio atento y amable. Distinguir las fortalezas de la empresa contribuirá a tener claro en qué área se deben enfocar mayormente y cuales también deben mejorar.

Gráfico 11

Amenazas o desafíos que pueden poner en riesgo la estabilidad económica de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta se obtuvieron múltiples respuestas; dentro de las principales amenazas o desafíos estaban: el difícil financiamiento, el personal no calificado, de lo cual se habló con anterioridad. También algunos comentaron sobre un mal manejo de la pandemia por parte de las autoridades. Se aludió a la fuerte competencia en Puntarenas, pues no solo se compete con otras PYMES, sino, también con grandes empresas y hasta vendedores ambulantes. Finalmente, uno de los entrevistados destacó que, en ocasiones en las redes sociales, en la radio y hasta en noticieros, se divulgan malas noticias sobre Puntarenas en cuanto a un clima negativo o altos índices de criminalidad, lo cual genera mala publicidad cuando en realidad la situación no es tan mala como se dice.

Cuadro 4.

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Buen servicio al cliente	Mejora del Marketing digital
Buen Producto turístico (gastronómico y/u hospedaje)	Desarrollo de planes de capacitación por parte de autoridades
Buena relación con los clientes	Implementación de planes para el desarrollo de la región
Capacidad de innovación	Turismo internacional (cruceros)
Acuerdos con otras empresas para complementar su producto turístico	
Debilidades	Amenazas
Falta de un segundo Idioma	Disminución del turismo
Personal poco capacitado	La pandemia por el covid-19
No tener la suficiente solvencia económica	Crisis económica a nivel de la región o del país
Niveles de inversión elevados	Fuerte competencia
Poco uso del marketing digital	

Capítulo V

Conclusiones

A modo de conclusión, se puede afirmar que las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector gastronómico y de hospedaje de la zona central de Puntarenas, constituyen una de las fuentes principales de empleo de la zona. Esto fue posible comprobarlo por medio del estudio donde se determinó que generan económicamente no solo a las familias que crean las empresas, sino también a las de los empleados que laboran en cada una de ellas. Además, en muchos casos estas empresas compran sus insumos en la zona y realizan convenios con otras organizaciones o vendedores, como los pescadores de la región, lo cual fomenta una cadena de valor que contribuye al desarrollo económico de la región.

El principal objetivo para realizar esta tesis se funda en el interés de que la investigación sirva como guía a quienes realmente desean emprender, pero no tienen idea alguna de los problemas que enfrentarán a la hora de posicionarse en el mercado, por carecer de orientación al respecto. El estudio de campo se realizó con personas que relataron sus inicios en el área de emprendimiento, cómo se encuentran actualmente y cómo ha sido el proceso afrontado por la empresa durante la pandemia por COVID-19; esto será de gran ayuda para quienes lo lean y adquieran un panorama más claro de lo que les espera en cuanto a su actividad en el mercado real.

En síntesis, es importante destacar que se hallaron los principales factores que inciden en la competitividad de las empresas gastronómicas y de hospedaje de la zona central de Puntarenas. Destaca el factor económico, pues los trámites financieros tienen tasas muy altas o las opciones son casi nulas a la hora de adquirir un préstamo, lo cual

dificulta a la hora de iniciar el negocio o implementar mejoras en este; aunque existe un préstamo especial para PYMES es difícil acceder a él debido a los trámites que implica.

En consecuencia, el apoyo por medio de las entidades municipales es fundamental a la hora de tramitar permisos y demás documentos necesarios para abrir un local; estos son costosos y la realidad económica a la hora de empezar a emprender es muy limitada.

Además de lo anterior, la tecnología juega un papel fundamental cuando se toma la decisión de emprender en el sector turístico; si se desea llegar a un mercado más amplio del lugar donde se está posicionado, es necesario estar en constante actualización en las redes sociales y páginas web, con el fin de hacer un mejor uso del marketing digital, algo que durante la pandemia las empresas hicieron en un esfuerzo por salir adelante. Aunque se ha mejorado en el uso de las redes aún se requiere mayor implementación de la tecnología, por ejemplo, para ofrecer a los clientes la posibilidad de consultar las cartas de manera digital, más allá de la página en Facebook, y hacerlo mediante una aplicación o página web donde se pueda encontrar el menú de la empresa o inclusive, el de varias de ellas, a modo de alianza; esto, con la finalidad de realizar pedidos a domicilio o para recogerlos en el propio establecimiento y de esta manera asegurar una vía de ingresos que favorecerá la continuidad del negocio en estos momentos.

Igualmente, es de suma importancia que una empresa prevenga eventualidades como la que se vive actualmente con la pandemia por el COVID-19; también en relación con el clima, buscando tener algún plan de contingencia o pequeños ahorros para

emergencias y de esa forma no sufrir afectación o saber cómo actuar ante las eventualidades.

Otro factor que puede afectar negativamente a las empresas es la mala publicidad que en ocasiones se hace sobre Puntarenas en noticieros y en redes sociales. Algunas veces se ha dicho que Puntarenas presenta altos índices de delincuencia y se expone como una zona peligrosa; sin embargo, a la hora de preguntar a los dueños de las empresas sobre si la delincuencia es un factor importante, estos responden que en general no han tenido muchas dificultades y que, a su parecer, la delincuencia en Puntarenas no es muy diferente a lo que se vive en otras regiones.

El turismo para muchos negocios ha sido de vital importancia, como es el caso de aquellos ubicados en las cercanías al Paseo de los Turistas; entretanto, para otros puede no ser tan importante, especialmente en el caso de los ubicados más lejos de la playa o del sitio referido, donde reciben turistas en raras ocasiones. Esto se puede deber, en parte, a que se ha centrado el turismo en la región cercana a la playa, pero lo que respecta al centro de la ciudad ha quedado más en el olvido.

Es importante destacar que todos los señalamientos fueron planteados por los empresarios a quienes se les aplicó el instrumento de evaluación, lo cual arrojó datos reales, lo que posibilitó una investigación satisfactoria.

En síntesis, se obtuvieron datos acerca del desarrollo de las empresas en el mercado, además de los pensamientos, criterios y actitudes de cada empresario o administrador para hacer frente a los distintos problemas existentes; esto, empezando por el arduo esfuerzo que realiza cada PYME para mantener su lugar en mercado, ofreciendo un producto de calidad que cumpla con las expectativas de los clientes,

además de un excelente servicio. Se agrega cómo cada empresa intenta destacarse; tal es el caso de los restaurantes, los cuales preparan los platillos a su manera, además de que, si bien la ambientación tanto en hoteles como en restaurantes no tiende a variar mucho, igualmente cada uno busca impregnar su estilo o diferenciarse con el servicio.

Es importante destacar cómo cada administrador o empresario ha aprovechado sus conocimientos para llevar a cabo las operaciones en el negocio; entre estos conocimientos se encuentran los adquiridos mediante estudios y cursos realizados en instituciones educativas y también su experiencia laborando en otras empresas anteriormente.

Durante la recolección de los datos, cada entrevistado, en un comentario final, mencionaba lo importante que fue ser perseverante, buscar la mejora continua, tener un fuerte espíritu de trabajo y lo agradecidos que estaban con Dios. Todo esto se muestra en la información recolectada, puesto que la perseverancia se puede apreciar en las dificultades que pasaron al iniciar y los obstáculos que se presentan continuamente, como en el caso de la pandemia, pero que, a pesar de todo, han logrado salir adelante manteniéndose firmes. Su espíritu de trabajo se refleja en el buen servicio que cada uno procura brindar a sus clientes y cómo a diario cada trabajador de las PYMES debe aprender a desempeñarse y ayudar en diferentes áreas de la empresa. Finalmente, la mejora continua se aprecia en cómo buscan que su servicio sea de buena calidad, además de adaptarse a la situación que se presente; se hace mención nuevamente a la pandemia, lo cual se puede percibir en la implementación de los protocolos de salud y en cómo las empresas, si bien ya usaban redes sociales, comenzaron a darle más importancia al marketing digital como medio para mantener el interés de los clientes en

el negocio. Se puede apreciar, además, el hecho de que cada empresa, en la búsqueda de mejora continua, ha creado alianzas con otros negocios para complementar sus servicios; tal es el caso de los que no cuentan con servicio gastronómico, pero tienen el contacto de restaurantes y sodas. También se busca una competencia amigable, creando alianzas y canales de comunicación entre empresas.

Es muy importante buscar que la empresa mejore constantemente, implementando optimizar el servicio o mediante alianzas que compensen las debilidades y favorezcan una buena competencia; además, definir un producto de calidad, como en el caso de los restaurantes, que, aunque no tienden a variar mucho sus platillos, se aseguran de que estos tengan calidad y los complementan con una buena atención al cliente.

Esta pequeña caracterización enfoca la actitud que cada PYME mantiene en el mercado y en caso de que un nuevo emprendedor la lea, comprenderá que la situación a la hora de emprender y con el pasar del tiempo puede ser complicada. Por ello, conviene ser perseverante y no quedarse de brazos cruzados, sino, buscar ser mejor cada día al innovar en el marketing, ofrecer un buen producto y crear alianzas con otros negocios, lo cual favorece la mejora continua.

Recomendaciones

Mejores planes de financiamiento para PYMES por parte de bancos u otras entidades financieras, donde se incluyan arreglos de pago para situaciones como la actual pandemia por el COVID-19. Si bien, existe el préstamo a PYMES que provee beneficios como tasas de interés más bajas, muchas de las empresas en sus inicios no lograron acceder a este, debido a la dificultad para obtenerlo; por ello, el 50% de los empresarios entrevistados debieron uso de sus recursos únicamente, al principio de su actividad y aun después de haber comenzado para algunos sigue siendo difícil adquirir alguna ayuda económica.

Capacitaciones enfocadas en las PYMES brindadas por entidades como el ICT o el INA, donde se creen planes de mercadeo y marketing; además, que los empresarios aprendan a llevar sus finanzas de manera correcta. De igual manera, capacitar al personal, principalmente sobre nuevos idiomas o el adecuado servicio al cliente, para el logro de tareas y proyectos nuevos dentro de la empresa; con capacitación constante los colaboradores obtendrán nuevos conocimientos, habilidades y actitudes, para manejar mejor el entorno laboral y la relación con los clientes.

Innovación para *tours* a manglares, islas, o *tour* de ciudad de día y de noche, además de obras teatrales. Puntarenas, además de su playa y manglares, también posee una rica historia reflejada en sus edificios históricos; con su explotación se logrará aprovechar toda la belleza e historia que ofrece Puntarenas, solo así, todos los negocios que están cerca o lejos del Paseo de los Turistas se verán beneficiados con la actividad turística.

Ejecutar un directorio turístico y con ello establecer canales de comunicación entre todos los negocios de la región, de manera que cada nuevo emprendedor se anote en una base de datos, especificando las características de su empresa, para luego dividir estas en sus respectivas categorías y subcategorías; por ejemplo, hospedaje: hotel, motel, cabinas. Esto con el fin de formular estrategias que fomenten la sana competencia y el desarrollo económico de la región en general.

Establecer una oficina de información donde los turistas se puedan informar sobre sitios de interés o pedir ayuda, además de colocar mapas de Puntarenas en diferentes puntos de la ciudad que indiquen los lugares recomendados para visitar.

Una constante actualización del perfil de redes sociales y promociones llamativas para los clientes. Innovar en otras tecnologías como elaborar una carta digital totalmente personalizada, la cual pueda consultarse por los clientes y realizar pedidos desde tus teléfonos móviles o tablets; de esta forma se ahorrarán costos y se diferenciarán de la competencia. La tecnología hace que la vida cada vez se le facilite más al ser humano, por tanto, se deben aprovechar todas las herramientas a mano y por medio de ellas mantener un mercado atento a su contenido.

Hacer un plan de contingencia previamente analizado y comprobado ante posibles eventos como la pandemia por el COVID-19, algún evento climático o económico que pueda poner en riesgo la estabilidad de la empresa. Este plan proveerá un panorama más claro de la situación y de esa manera se optimizará el tiempo, se maximizará la seguridad económica e información de la empresa y los colaboradores, para así evitar pérdidas.

Referencias bibliográficas

- Argudo, C. (12 de septiembre de 2017). *EmprendePyme. ¿Qué es la competitividad empresarial?* Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>
- Arguello L. (2017). *El fortalecimiento de las mipymes como instrumento para el desarrollo económico territorial de Quevedo Ecuador*. Universidad de HUELVA. Recuperado de [http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15394/El fortalecimiento de las mipymes.pdf?sequence=2](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15394/El_fortalecimiento_de_las_mipymes.pdf?sequence=2)
- Arroyo E (2016, párr. 02). *Aumenta número de empresas pymes que le venden al Estado*. Recuperado de <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/847/aumenta-numero-de-empresas-pymes-que-le-venden-al-estado.php>
- Barrantes, R (1999). Investigación: *Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo y cuantitativo*, San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal A Distancia.
- Cámara De Comercio De Costa Rica (2022, julio 8). *La importancia de las PYMES en Costa Rica*. Recuperado de <https://camara-comercio.com/la-importancia-de-las-pymes-en-costa-rica-2/>
- Chan Mora, C. (2018, agosto 15). *Grupo Extra. Puntarenas en el olvido de las Universidades Estatales*. Recuperado de <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/367420/puntarenas-en-el-olvido-de-las-universidades-estatales>.

Chan Mora, C. (2018, septiembre 27). *La urgente declaratoria de emergencia para Puntarenas.*

Recuperado de <https://www.elmundo.cr/opinion/la-urgente-declaratoria-de-emergencia-para-puntarenas/>

Elmundo.cr (2020. mayo 13) *87% de las pymes cayeron o detuvieron su actividad como*

resultado de la crisis del COVID-19. Recuperado de <https://www.elmundo.cr/economia-y-negocios/87-de-las-pymes-cayeron-o-detuvieron-su-actividad-como-resultado-de-la-cri-sis-del-covid-19/>

Elpais.Cr. (2019, marzo 14). *¿Las pymes enfrentan retos similares a las grandes empresas?*

Recuperado de <https://www.elpais.cr/2019/03/14/las-pymes-enfrentan-retos-similares-a-las-grandes-empresa/>

Espinoza, I (2016) *TIPOS DE MUESTREO.* Unidad de Investigación Científica Facultad de

Ciencias Médicas. Recuperado de <http://65.182.2.244/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>

Fernández, H. (s.f.). *Economía TIC. ¿Qué es el pensamiento estratégico y cómo aplicarlo?*

Recuperado de <https://economytic.com/pensamiento-estrategico/>

Frías J. y Véliz J. (2013). *La adaptabilidad a los cambios imprevistos del entorno y la creación*

de capacidades para el autocontrol en la empresa. Recuperado de <http://www.cyta.com.ar/ta1201/v12n1a2.htm>.

García J. (04 de junio del 2010). *Pensamiento estratégico: herramienta de competitividad para*

una orientación general del nuevo milenio. Universidad del Zulia. Recuperado de [file:///C:/Users/Jennifer/Downloads/Dialnet-Pensamiento Estratégico Herramienta Competitividad P-3991509.pdf](file:///C:/Users/Jennifer/Downloads/Dialnet-Pensamiento%20Estrategico%20Herramienta%20Competitividad%20P-3991509.pdf).

- García M. (2017). *Qué son las nuevas tecnologías*. *uncomo.com*. Recuperado de <https://negocios.uncomo.com/articulo/que-son-las-nuevas-tecnologias-19236.html>
- GoVisitCostaRica. (2003 - 2020). *Puntarenas, Puntarenas Norte*. Recuperado de <https://www.govisitcostarica.co.cr/region/city.asp?cID=71#>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *Atracciones turísticas de Puntarenas*. Recuperado de <https://www.visitcostarica.com/es/costa-rica/where-to-go/puntarenas/attractions>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2003, Febrero 02). *La Perla del Pacífico*. Recuperado de <https://www.encostarica.co.cr/turismo/ict/suplemento-11/index.htm>
- Juan M. (2021, 8 noviembre) *Innovación en la pyme: cómo implementarla*. Recuperado de <https://empresas.blogthinkbig.com/innovacion-en-la-pyme-como-implementarla/>
- Laprensalibre.cr. (2019, 25 mayo). *Puntarenas es tierra de asaltos a turistas*. Recuperado de <http://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/150896/puntarenas-es-tierra-de-asaltos-a-turistas>
- Maraví, R. (2007). *Área de Recursos Humanos. Gestión de personal: Factor decisivo para lograr la satisfacción del cliente*. Recuperado de http://www.arearh.com/rrhh/gestion_personal.htm
- Marta, M. (2009, 29 mayo). *La importancia de una carta bien hecha*. Recuperado de <https://www.directoalpaladar.com/restaurantes/la-importancia-de-una-carta-bien-hecha>
- MEIC (2020). *Impacto de la pandemia por Covid19 en las PYME costarricenses*. Recuperado de <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/estudios/2020/pyme/covid19.pdf>
- Montero J (2020, 5 febrero). *Llegada de turistas a Costa Rica aumentó un 4,1% en 2019*. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com/negocios/llegada-de-turistas-a-costa-rica-aumento-un->

4/SGNOWQH2MNFPNFA6Q7CHSGGW5U/story/#:~:text=La%20llegada%20de%20turi
stas%20a,de%20la%20regi%C3%B3n%20(2%25).

Mora H. (2020, 3 agosto). *¡Que mueran los que tienen que morir! ¿Qué se esconde detrás de este cinismo?* Recuperado de <https://www.elpais.cr/2020/08/03/que-mueran-los-que-tienen-que-morir-que-se-esconde-detras-de-este-cinismo/>

Recetas de Costa Rica (2019, 24 septiembre) *Regiones de la cocina de Costa Rica y sus singularidades*. Recuperado de <https://www.recetascostarica.com/articulos/regiones-de-la-cocina-de-costa-rica-y-sus-singularidades>.

Rodríguez, F y Gómez, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad de la empresa*. Venezuela: Editorial Nuevos Tiempos. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/863>

Universidad de Costa Rica, Sede Regional del Pacífico (2018). *Desarrollo y empleo en Puntarenas, reto social e institucional*. Recuperado de <https://www.srp.ucr.ac.cr/sites/default/files/MemoriasJornadasdeInvestigacion/Repositorio/Memoria.pdf>

Economipedia (2021). Sector turístico. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/sector-turistico.html>

CEUPE magazine. (2021) ¿Qué es un producto turístico? Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-producto-turistico.html>

DELFINO. (2020, 4 diciembre). Turismo con accesibilidad universal: una apuesta necesaria. Recuperado de <https://delfino.cr/2020/12/turismo-con-accesibilidad-universal-una-apuesta-necesaria>

ENTORNO TURISTICO. (2017, 3 mayo). Turismo Gastronómico: una forma diferente de hacer turismo. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/turismo-gastronomico-una-forma-diferente-turismo/>

CEDEL CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO LOCAL. (2009) ¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve? Recuperado de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Que%20es%20el%20desarrollo%20local%20Casalis.pdf>

ANEXOS

ANEXOS A: Documentos

ANEXO A1. Consentimiento informado

A continuación, se presenta el “consentimiento informado”, el cual se le mostró a los entrevistados, para indicarles la razón de la entrevista y que estos dieran su permiso para llevarla a cabo.

Fecha: _____

Como parte de una investigación en el año 2021 para la licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas de la Universidad Técnica Nacional Sede Pacífico, se está desarrollando la siguiente investigación sobre: “Estudio de los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el paseo de los turistas del cantón central de Puntarenas, durante el año 2020-2021”.

Este estudio tiene como fin indagar en los desafíos que enfrentan los administradores de PYMES al iniciar su negocio y en su día a día, con el objetivo de realizar un perfil general de las PYMES en Puntarenas y los factores que afectan su competitividad. Adicionalmente, el estudio estará enfocado en las PYMES con participación en el turismo del área gastronómica y de hospedaje.

Por tanto, los investigadores Jennifer Arroyo Zúñiga, portadora de la cédula 6-0436-0572 y Daniel Vásquez Alvarado, portador de la cédula 6-0439-0024, para poder llevar a cabo la investigación anteriormente mencionada, necesitan realizar un trabajo de campo recopilando las experiencias y opiniones de los administradores de PYMES,

acerca de las situaciones que han vivido y viven actualmente en sus negocios, con el fin de tener un panorama más amplio de los desafíos que han enfrentado los dueños de las PYMES y cómo han logrado salir adelante manteniendo su competitividad en el mercado. Por ello, su ayuda en la siguiente entrevista será de suma importancia para redactar un trabajo que cumpla satisfactoriamente los objetivos anteriormente propuestos, pues sus opiniones y experiencias, sumadas a las de los otros empresarios, brindarán un mejor entendimiento del perfil de las PYMES en Puntarenas.

Finalmente, se solicita su consentimiento para que la entrevista sea grabada, con el fin de realizar repasos de esta durante la redacción del trabajo de investigación. Toda la información brindada durante la entrevista será utilizada de forma confidencial y únicamente para los objetivos propuestos anteriormente. Además, se recuerda que su participación es completamente voluntaria y se agradecen los datos brindados.

Grabación	
Confidencial	

La presente entrevista es conducida por Jennifer Arroyo Zúñiga y Daniel Vásquez Alvarado.

Muchas gracias por su colaboración.

Firma de persona entrevistada*

ANEXO A2. Entrevista semiestructurada dirigida a los administradores de las PYMES

Esta entrevista recopilará la información necesaria para el trabajo de investigación.

Se le solicita amablemente que usted colabore en la siguiente investigación dirigida a pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón central de Puntarenas, con participación en el mercado turístico y de carácter gastronómico o de hospedaje. Esta investigación es dirigida por estudiantes de la carrera en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas de la Universidad Técnica Nacional, con la finalidad de recopilar información para un trabajo de investigación acerca de los factores que inciden en la competitividad de las PYMES; se busca un mejor entendimiento de los retos que enfrentan estas empresas día a día. Toda información suministrada aquí será utilizada con fines académicos. Se agradece de antemano la colaboración brindada.

I Parte. Preguntas generales de la empresa

Nombre de la empresa.

1. ¿En cuál sector turístico se encuentra su empresa? Si la respuesta es “hospedaje” pase a la siguiente pregunta; si la respuesta es “gastronómica” pase a la pregunta 4.

a. Hospedaje

b. Gastronómica

2. ¿Qué tipo de establecimiento de hospedaje ofrece?

a. Hotel.

b. Cabina.

c. Motel.

d. Otro.

3. ¿Qué servicios ofrece su empresa?

a. Internet.

b. Lavandería.

c. Housekeeper.

d. Alimentos y bebidas.

e. Otro.

4. ¿Cuál es el tipo de servicio gastronómico que ofrece? Si la empresa no ofrece servicio gastronómico, pasar a la pregunta 7.

a. A la carta.

b. Gourmet.

c. Comida rápida.

d. Otro.

5. ¿Pueden otros vender los mismos platillos de su local o están protegidos, por ejemplo, por patentes o exclusivas?

a. Sí.

b. No.

c. Justifique.

6. ¿Cada cuánto tiempo actualiza el menú del local?

a. Una vez al año.

b. una vez cada 2 años.

c. No lo actualizo.

d. Justifique.

7. ¿Cuál es el rango en porcentaje de visitantes en temporada alta?

a. Entre 10% y 30%

b. Entre 30% y 50%

c. Entre 50% y 70%

d. Entre 70% y 90%

e. Entre 90% y 100%

8. ¿Cuál es el rango en porcentaje de visitantes en temporada baja?

a. Entre 10% y 30%

b. Entre 30% y 50%

c. Entre 50% y 70%

d. Entre 70% y 90%

e. Entre 90% y 100%

9. ¿Cuál es el mercado que más lo visita?

a. Turista extranjero

b. Turista nacional

c. Ambos

10. ¿Cuál es el estimado de ingresos en temporada alta?

a. Más de ₡5. 000 000

b. Entre ₡4. 000 000 y ₡5. 000 000

c. Entre ₡3. 000 000 y ₡4. 000 000

d. Entre ₡2. 000 000 y ₡3. 000 000

e. Entre ₡1. 000 000 y ₡2. 000 000

f. Menos de ₡1. 000 000

11. ¿Cuál es el estimado de ingresos en temporada baja?

a. Más de ₡5. 000 000

b. Entre ₡4. 000 000 y ₡5. 000 000

c. Entre ₡3. 000 000 y ₡4. 000 000

d. Entre ₡2. 000 000 y ₡3. 000 000

e. Entre ₡1. 000 000 y ₡2. 000 000

f. Menos de ₡1. 000 000

12. ¿Cuántos años tiene de laborar en el sector?

13. ¿Cuál es el número de trabajadores en su empresa?

14. ¿Cuáles jornadas laborales diarias realizan normalmente los colaboradores?

a. Diurna

b. Nocturna

c. Mixta

15. ¿Quién está a cargo del Departamento administrativo de la empresa?

16. ¿Cuáles son algunas de las funciones que se desempeñan en la parte administrativa de la empresa? Justifique.

17. ¿Cuáles son algunas de las funciones que desempeñan los colaboradores en servicio al cliente? Justifique.

18. ¿De los trabajadores de la empresa, cuántos cuentan con un segundo idioma, por ejemplo: inglés?

- a. 0
- b. 1
- c. 2
- d. 3
- e. Más de 4.

19. ¿El empresario posee algún tipo de formación académica? Si la respuesta es “sí”, amplíe qué tipo de estudios tiene.

- a. Sí
- b. No

20. ¿Cuenta la empresa con alguna página web propia? Si la respuesta es “sí”, favor anote el nombre de la página, en caso de ser “no”, pase a la pregunta 22.

- a. Sí
- b. No

21. ¿Cada cuánto actualiza la página web?

- a. 1 vez a la semana
- b. 1 vez al mes
- c. 1 vez cada 2 meses
- d. 1 vez cada 3 o más meses

22. ¿Cuenta la empresa con un perfil propio en alguna de las redes sociales? Si la respuesta es “no”, pase a la pregunta 25.

- a. Sí
- b. No

23. ¿En cuáles redes sociales cuenta la empresa con un perfil?

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. Instagram
- d. Otro.

24. ¿Cada cuánto actualiza su perfil en la página?

- a. 1 vez a la semana
- b. 1 vez al mes
- c. 1 vez cada 2 meses
- d. 1 vez cada 3 o más meses

25. ¿La empresa está atenta a los nuevos equipos tecnológicos que surgen en el mercado en busca de agregarlos a sus operaciones para una mejor competitividad?

- a. Sí
- b. No

II Parte. Preguntas acerca de los inicios de la empresa.

26. ¿Recibió ayuda económica por parte de alguna entidad financiera? Si la respuesta es “no”, pase a la pregunta 31.

- a. Sí
- b. No

27. ¿Qué entidad financiera le facilitó la ayuda?

- a. Banco
- b. Cooperativa
- c. Otra

28. En cuanto a la obtención de los documentos necesarios, ¿cómo fueron los trámites para adquirir el financiamiento?

- a. Sencillos
- b. Regular
- c. Complicados

29. ¿Cuál fue la velocidad con que se llevó a cabo todo el proceso de financiamiento?

- a. Rápido
- b. Regular
- c. Lento

30. ¿Cuál fue su experiencia en cuanto al proceso en general para obtener el financiamiento?

- 1) Excelente
- 2) Bueno
- 3) Regular
- 4) Malo
- 5) Otro, justifique

31. ¿Cuáles fueron los motivos por los que no recibió financiamiento? Justifique su respuesta.

32. En cuanto a la obtención de los documentos necesarios para abrir el establecimiento, ¿cómo fueron los trámites para la obtención de patentes, tributación y permisos sanitarios, entre otros?

- a. Sencillos
- b. Regular
- c. Complicados

33. Tomando como base su experiencia y sus percepciones del mercado, ¿considera que en Puntarenas hay propuestas o planes efectivos de financiamiento para cualquiera que desee emprender su negocio?

- a. Sí
- b. Medio
- c. No

34. ¿Recibió orientación sobre cómo iniciar un negocio, por parte de alguna institución? Si la respuesta es “sí” amplíe y comente qué orientación recibió, de parte de quién y qué insumos recibió.

- a. Sí
- b. No

35. Al iniciar con su negocio, ¿cómo considera las oportunidades para emprender en Puntarenas?

- a. Muy bueno.

- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.
- e. Muy malo.

36. De los siguientes factores, ¿cuáles considera que más le afectaron al iniciar su empresa?

- a. Financiamiento
- b. La competencia
- c. Personal calificado
- d. Diferenciación del producto, respecto al de la competencia
- e. Atracción de los clientes
- f. Otro

37. Con base en sus experiencias, ¿considera que en Puntarenas hay planes o servicios de asesoramiento efectivos para orientar a los nuevos emprendedores en su proceso de integrarse al mercado?

III Parte. Situación actual de la empresa y de la región

38. ¿Qué factores inciden en el desarrollo de la empresa?

- a. Económico.
- b. Competitividad.
- c. Personal no calificado.

- d. Diferenciación del producto con respecto al de la competencia.
- e. Atracción de los clientes.
- f. Implementación de nuevas tecnologías.
- g. Capacitaciones.
- h. Otro, justifique.

39. ¿Considera usted que en Puntarenas hay empresas que brindan ayuda de forma efectiva a las PYMES en temas de capacitación?

- a. Sí
- b. No
- c. Justifique.

40. ¿Considera que el turismo en Puntarenas es de gran ayuda para su empresa?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí
- d. Algunas veces no
- e. La mayoría de veces no
- f. Nunca.

41. ¿Cada cuánto se capacita sobre las tendencias actuales del mercado y al personal a cargo?

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

e. Nunca.

42. ¿Durante la pandemia causada por el COVID-19, qué medidas tomó para evitar que su negocio cerrara las puertas?

43. ¿Durante la pandemia, sintió que se brindó apoyo a las PYMES, por parte de las autoridades como la alcaldía de Puntarenas, Cámara de Turismo, Instituto Costarricense de Turismo (ICT), otro? Justifique.

44. ¿Cómo ha enfrentado la empresa la crisis económica tras la pandemia por el COVID-19? Justifique.

IV Parte. Análisis FODA: A continuación, se realizarán unas preguntas de respuesta larga respecto a un análisis FODA. Tomando en cuenta que FODA son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la organización, se le solicita que por favor responda las preguntas considerando el estado actual de su empresa y su percepción sobre la situación actual en Puntarenas. El objetivo de las siguientes preguntas es saber tener una idea más amplia del perfil de su empresa y de las PYMES en general, pero también conocer más detalladamente su percepción del estado actual de Puntarenas.

45. ¿Cuáles considera que son las mayores fortalezas de su empresa?

46. ¿Considera que las autoridades en Puntarenas como la alcaldía, o la Cámara de Turismo de Puntarenas ofrecen oportunidades o planes efectivos para que las empresas puedan continuar desarrollándose? (Oportunidades como planes para atraer turismo, planes de capacitación o desarrollo para las empresas).

47. ¿Cuáles considera son las mayores amenazas o desafíos (internos como debilidades de la empresa, o externos como la competencia), que pueden poner en riesgo la estabilidad económica de su empresa?

48. Señale algún comentario o anécdota que le gustaría compartir acerca de cómo ha sido su experiencia en general, o su percepción acerca del presente y/o futuro de su empresa o la región en general.

ANEXO A3: Anexo IV



Universidad Técnica Nacional

119

ANEXO IV

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO Y MANEJO DE
LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL
(Trabajo colectivo)**

Puntarenas
Martes 23 de agosto de 2022

Señores/as

Vicerrectoría de Investigación
Sistema Integrado de Bibliotecas y Recursos Digitales

Estimados señores:

Nombre completo de sustentantes	Número de identificación
Jennifer Arroyo Zúñiga	6-0436-0572
Daniel Vásquez Alvarado	6-0439-0024

Nosotros, en calidad de autoras del trabajo de graduación titulado:

“Estudio de los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el Paseo de los Turistas del cantón central de Puntarenas, durante el año 2020-2021”.

El cual se presenta bajo la modalidad de:

_____ Seminario de Graduación

_____ Proyecto de Graduación

 X Tesis de Graduación

Teléfono: (506) 2435 5000 • Sitio web: www.utn.ac.cr



Universidad Técnica Nacional 120

Presentado en la fecha 23 de agosto de 2022, autorizamos a la Universidad Técnica Nacional, Sede del Pacífico, para que nuestro trabajo pueda ser manejado de la siguiente manera:

Autorizamos	SI	NO
Conservación de ejemplares para préstamo y consulta física en biblioteca.	X	
Inclusión en el catálogo digital del SIBIREDI (Cita catalográfica).	X	
Comunicación y divulgación a través del Repositorio Institucional.	X	
Resumen (Describe en forma breve el contenido del documento).	X	
Consulta electrónica con texto protegido.	X	
Descarga electrónica del documento en texto completo protegido	X	
Inclusión en bases de datos y sitios web que se encuentren en convenio con la Universidad Técnica Nacional contando con las mismas condiciones y limitaciones aquí establecidas.	X	

Por otra parte, declaramos que el trabajo que aquí presentamos es de plena autoría, es un esfuerzo realizado de forma conjunta, académica e intelectual, con plenos elementos de originalidad y creatividad. Garantizamos que no contiene citas, ni transcripciones de forma indebida que puedan devenir en plagio, pues se ha utilizado la normativa vigente de la American Psychological Association (APA). Las citas y transcripciones utilizadas se realizan en el marco de respeto a las obras de terceros. La responsabilidad directa en el diseño y presentación son de competencia exclusiva, por tanto, eximo de toda responsabilidad a la Universidad Técnica Nacional.



Teléfono: (506) 2435 5000 • Sitio web: www.utn.ac.cr
Nacional

Universidad Técnica

121

Conscientes de que las autorizaciones no reprimen nuestros derechos patrimoniales como autores del trabajo. Confiamos en que la Universidad Técnica Nacional respete y haga respetar nuestros derechos de propiedad intelectual.

Nombre del estudiante	Cédula	Firma
Jennifer Arroyo Zúñiga	6-0436-0572	
Daniel Vásquez Alvarado	6-0439-0024	

Día: martes 23 de agosto de 2022.

ANEXOS B: Cuadros

ANEXO B1: Matriz de coherencia interna

Pregunta problematizadora	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías de análisis	Categorías teóricas	Paradigma/enfoque/tipo	Sujetos de investigación	Técnicas	Instrumentos
¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el cantón central de Puntarenas, durante el año 2020-2021?	Estudiar los factores claves que inciden en la competitividad de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, ubicadas en el cantón central de Puntarenas.	Caracterizar el perfil de las PYMES del área gastronómica y de hospedaje, en el área de Puntarenas, para una mejor comprensión de sus ingresos, ubicación geográfica.	Dificultades que se le presentan a una PYME.	Competitividad empresarial	Paradigma interpretativo	Dueños de las PYMES	Entrevista	Entrevista semi estructurada y dirigida a los administradores de las Pequeñas y Medianas Empresas.
				Turismo		Colaboradores de las empresas.		
				Análisis FODA				
		Explicar las principales dificultades que se le presenta a una PYME del área gastronómica y de hospedaje al incorporarse en el mercado turístico.	Mercado turístico.	Desarrollo económico	Enfoque Cualitativo	Cámara de Turismo		
				Emprendedurismo				
		Indagar sobre los desafíos que enfrentan las PYME del área gastronómica y de hospedaje para mantener su competitividad.	Competitividad y desafíos de las PYMES.	Especialización del producto y servicio	Explicativa	Empresarios		
				Especialización del producto y servicio		Personas locales		
				Crecimiento empresarial				
		Rechazar o aceptar la formulación de hipótesis una vez que se obtengan los resultados de la investigación.	Comprobación de hipótesis	Gestión de personal.	Descriptiva	Profesores con conocimiento y experiencia en el tema		
				Innovación				

Anexos B1 Matriz de coherencia interna.

ANEXO B2: Marco Muestral

MICRO-EMPRESAS

Servicios de Hospedaje

#	Identificación	Nombre de la persona o empresa	Tipo Identificación	Modificación	Tamaño	Cantón	Distrito	Región	Descripción Actividad	Sector al que pertenece	Actividad primaria según CIU
1	803320817	MARDY VANES SA YU NARANJO	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Aquiler de cabinas, hostel	Servicios	5510-Actividades de alojamiento para estancias cortas
2	3101130025	PIRAMIDE CENTRAL S.A.	Cédula jurídica	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de hospedaje	Servicios	5510-Actividades de alojamiento para estancias cortas

Servicios Gastronómicos

1	108890970	CHUNG SAN BISTRO	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Elaboración y servicio de comidas de gastronomía china	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
2	114900194	MARCO ANDRÉS CRUZ TORRES (POLLO LANDIA PUNTARENAS)	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Venta de pollo frito	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
3	204400244	JORGE ANTONIO NARANJO CASTILLO	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Central Servicio de Alimentación Modalidad Restaurante	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
4	401630620	ALEXANDRA CASTILLO CAÑAS (RESTAURANTE LAS DELICIAS DEL PUERTO)	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Restaurante y marisquería (venta de comidas y bebidas).	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
5	802000995	MARIA DE JESÚS QUIRÓ S CAMPOS	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Venta de comidas y bebidas.	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
6	803390287	ROY ROMÁN BARRIOS	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Venta de comidas y bebidas	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
7	804160314	JOSÉ ALEJANDRO OVIEDO RODRÍGUEZ	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de Restaurante	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
8	801120870	JINPENG ZHEN LIANG	Nacionalizado (inicia con 8)	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Venta de Comidas modalidad Restaurante	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
9	900900720	MARCO MEJÍAS SALAZAR	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Soda, venta de comida	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
10	3101305784	MAES S GRILL SOCIEDAD ANONIMA	Cédula jurídica	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Restaurante venta de alimentos y bebidas	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
11	3101752259	HELADERIA Y CAFETERIA 0039	Cédula jurídica	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Heladería y Cafetería	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
12	115800185832	JIANHENG ZHEN (RESTAURANTE TAIWAN)	Cédula residencia	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	venta de comida china	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles

Suministro de comidas por encargo

1	802510486	SHIRLEY SOLIS LÓPEZ "CATERING PROTROPICAL"	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicios de catering (eventos)	Servicios	5621- Suministro de comidas por encargo
2	114120670	JOSELYN ADELA SALAS VARGAS	Cédula física	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Venta de Batidos Naturales	Servicios	5630-Actividades de servicio de bebidas
3	1,55809E+11	DORA ADILIA ENRIQUEZ ALVARADO	Cédula residencia	43945	Micro	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Cantina la Guaría.	Servicios	5630-Actividades de servicio de bebidas

PEQUEÑAS EMPRESAS**Servicios de Hospedaje**

#	Identificación	Nombre de la persona o empresa	Tipo Identificación	Modificación	Tamaño	Cantón	Distrito	Región	Descripción Actividad	Sector al que pertenece	Actividad primaria según CIIU
1	3101096867	INVERSIONES MORALES CASCANTE S.A.	Cédula jurídica	43945	Pequeña	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de hospedaje Servicios	Servicios	5510-Actividades de alojamiento para estancias cortas
2	3102686242	MONICO 6Y5 LTDA	Cédula jurídica	43945	Pequeña	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de hospedaje	Servicios	5510-Actividades de alojamiento para estancias cortas

Servicios Gastronómicos

1	3101283487	CORPORACIÓN ZAMORA Y MAIRENA DEL PACÍFICO S.A.	Cédula jurídica	43922	Pequeña	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de Restaurante.	Servicios	5610-Actividades de restaurantes y otros servicios de comidas móviles
---	------------	--	-----------------	-------	---------	------------	------------	------------------	--------------------------	-----------	---

PYMES no registradas en el MEIC

Nombre de la persona o empresa	Tamaño	Cantón	Distrito	Región	Descripción Actividad
Hotel Sol	Pequeña	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de hospedaje
Hotel Allan 28	Pequeña	Puntarenas	Puntarenas	Pacífico Central	Servicio de hospedaje

Anexos B2 Marco Muestral

ANEXO B3: Cronograma

Actividades 2020	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Tema y desarrollo capítulo I (planteamiento del problema, hipótesis, justificación, objetivos, estado de la cuestión, alcances y limitaciones)												
Desarrollo del capítulo II Marco teórico												
Desarrollo del capítulo III Marco metodológico (paradigma, enfoque, tipo de investigación, técnica e instrumentos, cronograma, matriz de coherencia interna)												
Ampliación del anteproyecto:												
Desarrollo de una segunda técnica de recolección de datos y del consentimiento informado.												
Ampliación y mejoramiento del trabajo de investigación												
Actividades 2021	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Reuniones con empresarios, con el fin de aplicar las entrevistas pertinentes y recolectar los datos necesarios para la investigación												
Desarrollo del capítulo IV Análisis e interpretación de la información												
Desarrollo del capítulo V Conclusiones y recomendaciones												
Actividades 2022	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Desarrollo del capítulo V Conclusiones y recomendaciones												

Anexos B3 Cronograma.