

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

CARRERA DE TURISMO

**TEMA DE LA INVESTIGACIÓN: DETERMINAR LOS
ALCANCES DEL TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL
JUDÍO EN COSTA RICA EN EL PERIODO 2012-2017**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS**

SHAMANDA VARGAS MENDOZA

**TUTOR
BRAYAN ACUÑA OBANDO**

**SEDE ARANJUEZ
DICIEMBRE, 2018**

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios, por el hecho de darme salud y fuerzas para culminar mi carrera.

A mis padres, por el apoyo en todas las etapas de mi vida y en especial en este proceso de aprendizaje.

Personas incondicionales como lo es mi hermana, parientes y amigos, por su motivación constante y sus bendiciones para que me esfuerce cada día más.

A mis compañeros que los estimo como mi familia, que fueron de gran apoyo a lo largo de este tiempo, sus opiniones, su don de gente, sus experiencias profesionales y cada una de sus valiosas personalidades que enriquecieron aún más esta licenciatura.

A cada uno de mis profesores que me enseñaron lo importante que es mi carrera y los beneficios que pueden traer dicho conocimiento a mi vida, en especial a Geovanny quien me enseñó a motivarme y a no perder la pasión por lo que decidí emprender esta carrera, a todos les agradezco.

Resalto la labor del Licenciado Bryan Acuña que como mi tutor siempre me enseñó con paciencia y me dirigió de la manera más atenta para culminar con esta licenciatura.

A mis directores don Edgar Salazar en el primer periodo quien me motivo para continuar en mis estudios y al Director Juan Manuel quien estuvo atento a nuestras necesidades como estudiantes y culminó conmigo esta carrera, a todos, gracias.

DEDICATORIA

Dedico esta investigación primeramente a Dios, por permitirme personas tan valiosas en este proceso de enseñanza, por darme fe y esperanza para continuar y la oportunidad económica para poder solventar los gastos que la carrera implica.

A mi familia, profesores, amigos y compañeros por su valioso apoyo.

Y no menos importante dedico la investigación a la comunidad judía de Costa Rica por ser seres humanos con aportes tan valiosos para nuestro país y su propia comunidad y permitirme conocerlos para preparar dicha investigación para el conocimiento de la sociedad costarricense y en general.

Contenido

CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	1
DECLARACIÓN JURADA	2
Solicitud de defensa del estudiante	3
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
Contenido.....	7
Contenido de Tablas	10
Contenido de Ilustraciones	11
ANTECEDENTES	12
La presencia judía en Costa Rica	13
CAPÍTULO I	23
Planteamiento del Problema	23
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos	23
Justificación de la investigación	24
Introducción.....	31
Proyecciones	32
CAPÍTULO II	34
MARCO TEÓRICO	34
La actividad turística	34
Análisis económico.....	34
Industrias Turísticas	35
Los servicios turísticos.....	35
Turismo religioso.....	38
El judaísmo	41
Festividades Judías.....	44
Actividades religiosas.....	47
Elementos religiosos	49
El Desarrollo turístico judío en Costa Rica	60

CAPÍTULO III	67
MARCO METODOLÓGICO	67
Enfoque de la investigación	67
Método de la Investigación.....	68
Muestra de la Investigación	69
Población.....	69
Muestra.....	69
Unidades de Análisis	72
Tendencias	72
Instrumento Utilizado en la Investigación	75
Cuestionario	75
Proceso para la Recolección de Datos	75
Método de Análisis de la Investigación	76
CAPÍTULO IV	77
ANALISIS DE LOS DATOS	77
Unidades y Categorías de Análisis	77
Unidad de análisis 1: Comportamiento o Tendencias	79
Categoría 1. Turismo sostenible	79
Categoría 1. Gastronomía Kosher	82
Categoría 1. Servicios religiosos.....	85
Unidad de análisis 2: Limitaciones	93
Categoría 2. Competitividad	94
Categoría 2. Infraestructura.....	100
Categoría 2. Seguridad Ciudadana.....	106
Unidad de Análisis 3: Promoción	110
Categoría 3: Innovación	112
Categoría 3: Inteligencia Comercial/ Esencial Costa Rica	121
Categoría 3: Servicio	125
Interpretación de los Datos	130
CAPITULO V	134
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
Conclusiones de la Investigación	134

Referencias Bibliográficas	139
Páginas Webs	143
Apéndice 1	145

Contenido de Tablas

Tabla 1. Empresas relacionadas con la prestación de servicios para el turismo judío en Costa Rica.....	17
Tabla 2. Llegada de Turistas Internacionales de Israel a Costa Rica por mes dentro del periodo 2007-2017.....	20
Tabla 3. Llegada de Turistas judíos y no judíos al Centro Israelita, periodo 2012-2017.....	21
Tabla 4. Distribución de la población judía en el mundo y sus principales asentamientos.....	25
Tabla 5. Empresas dedicadas al turismo judío en Costa Rica.....	61
Tabla 6. Muestra de la población.....	71
Tabla 7: Unidades y Categorías de Análisis	79
Tabla 8. Salida de costarricenses al exterior por mes.2007-2017.....	88
Tabla 9. Encuesta de las características generales de los turistas que visitan Costa Rica, Aeropuerto Internacional Juan Santamaría Consolidado 2017.....	89
Tabla 10. Características generales de los turistas residentes en Costa Rica y que ingresaron por el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría Consolidado 2015.....	92
Tabla11. Elementos de la Promoción.....	112

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1: Empresas de familias judías de más de 50 años de trayectoria.....	17
Ilustración 2: Representación del templo de Salomón.....	43
Ilustración 3: La Bimá.....	49
Ilustración 4: Chai o Vida.....	50
Ilustración 5: La estrella de David.....	51
Ilustración 6: La Jupá.....	51
Ilustración 7: La Kipá.....	52
Ilustración 8: Sellos de certificación Kosher.....	55
Ilustración 9: La mano de Hamsa.....	57
Ilustración 10: La Mezuzah.....	57
Ilustración 11: La Menorá.....	58
Ilustración 12: Talit.....	59
Ilustración 13: Talmud.....	59
Ilustración 14: La Torá.....	60
Ilustración 15: Ingreso per cápita en Israel versus Costa Rica.....	63
Ilustración 16: gasto anual del israelí versus el costarricense en las principales categorías.....	64
Ilustración 17: Israel y su geografía.....	66
Ilustración 18: Afiche publicitario, una niña llamada Ana.....	102
Ilustración 19: Cantidad de casos de asaltos a turistas extranjeros por año a nivel nacional por los últimos cinco años.....	110
Ilustración 20: Tipos de Innovación.....	116
Ilustración 21: Presentación de platillos judíos.....	125
Ilustración 22: Volante de servicios del Hotel Tierras enamoradas.....	128

ANTECEDENTES

Al escuchar hablar de los judíos, se remonta al pasado tan cruel y manchado, víctimas del peor genocidio del mundo, los recordamos en video, boletines, charlas, libros, entre otros como un pueblo que tuvo que huir de manera desesperada a países lejanos como Costa Rica por el hecho de odio enfermizo para así poder proteger su vida y los seres queridos de cada uno.

Sin embargo, más allá de eso, se reconoce que es un pueblo que se levanta, luchador y atento ayudarse unos con otros. ¿Pero en realidad se sabe qué hace la comunidad judía en nuestra Nación?, ¿Es relevante su labor para el país?, ¿hoy quiénes son?, ¿cómo viven su tradición?, parte del objetivo de este trabajo es aclarar éstas y otras interrogantes.

Es importante abordar con claridad el ser judío, su ascendencia proviene de los hebreos y antiguos israelitas del mediterráneo.

Ahora bien, la religión es una parte muy arraigada de los judíos, involucra sus tradiciones, prácticas culturales, sociales, lingüísticas y por supuesto educativas que conservan por miles de años, donde, en la actualidad, para ellos con base en sus estudios en la Torá estamos en el año 5778 desde la creación del hombre, éste llamado Adán.

Por lo tanto, el elegir este tema nos enriquece de tal manera que podemos conocer a tal profundidad que los ha llevado a lo que hoy ellos son y tengo la convicción que usted apreciable lector al finalizar este trabajo de investigación habrá comprendido que nuestros hermanos de patria son valiosos e importantes para nuestro País.

לפירותיו חיים לתת שורשיו את מזין הטוב היהודי, העץ כמו

“Igual que el árbol el buen judío se nutre de sus raíces para darle vida a sus frutos”

(Ginzburgh, 2000)

La presencia judía en Costa Rica

Conforme los estudios de los investigadores costarricenses consultados para la composición de esta investigación, de la aldea polaca de Zelechow fueron de donde surgió la mayor parte de la inmigración judía hacia Costa Rica. Zelechow se localiza a 85 kilómetros de Varsovia: es la ciudad cabecera del distrito y pertenece al condado de Garwolin. Su historia contabiliza más de 700 años. En 1477, obtuvo el título de ciudad. Hasta 1945 su población era en mayoría judía.

Cita el Editor Abraham Stern Feterman del libro Tierra de Esperanza del Centro Israelita de Costa Rica del 2017, que en el contexto social, político y económico al que arribó la población judío-polonesa cuando llegó a Costa Rica, es comprensible que el impacto modernizador de su presencia se hiciera socialmente sostenible. Si bien, se trataba de una población poco numerosa (en total el número de judíos hacia 1940 no llegaba a las 700 personas), es lo cierto que sus actividades económicas, implican la introducción de prácticas novedosas poco conocidas y se extendía por todo el territorio nacional.

Resumiendo lo dicho sobre el tipo de inserción laboral, económica y social de los judíos en Costa Rica, entre los años 1927 y 1939 se afirma lo siguiente:

Primero: las actividades principales eran el comercio ambulante, domiciliario un ejemplo de ello era el “polaqueo” la palabra se deriva de los judíos polacos que vendían su mercancía de casa en casa y a crédito utilizando una boleta amarilla para registrar los pagos de sus clientes, además de los pequeños negocios fijos, los oficios domésticos, la industria ganadera, pero sin duda alguna, su mayor método de comercializarse era su comercio ambulante. (Feterman, 2017)

Segundo: Algunos judíos, también, realizaban labores como agentes viajeros, representantes de casas extranjeras, contabilidad y administración de rentas propias, lo que indica la presencia de actividades vinculadas al crecimiento y expansión de los sectores económicos. Al menos uno de ellos, tal su declaración se dedicaba a la educación religiosa. (Feterman, 2017)

Tercero: El sector principal de actividad social para un número considerable de un grupo de judíos era la educación, en tanto se desempeñaban como estudiantes, pero muchos de ellos, también, ayudaban a sus padres y madres en sus oficios domésticos, la pequeña industria y el comercio ambulante. (Feterman, 2017)

Cuarto: la distribución geográfica de la población judía, no obstante, su pequeñez, abarca gran parte del territorio nacional; la mayor parte de la población residía en San José (alrededores del Mercado Central, del barrio del paso de la Vaca y en los denominados Barrios del Sur), pero los judíos, también, se asentaron en las otras provincias del país, lo que incluía lugares como: Turrialba, San José de la Montaña, San Isidro del General, Guápiles, Limón y Puntarenas Centro. (Feterman, 2017)

Quinto: Una pequeña porción de los judíos se desempeñaba en calidad de trabajadores asalariados, pero en su mayoría eran emprendedores del ámbito comercial. (Feterman, 2017)

Las características indicadas evidencian que la inserción laboral -económica de los judíos, aun siendo personas de escasos recursos económicos, implicaba un alto nivel de espíritu autónomo y empresarial, apoyando en un fuerte respaldo familiar y en el deseo de educarse. (Feterman, 2017)

Por lo tanto, dicha información permite afirmar que estos elementos se encuentran en la base del posterior desarrollo social y económico de muchas familias judías, o dicho, en otros términos, que el proceso de estabilidad económica de esas familias se origina en la solidez de la vida familiar unida al trabajo, la capacidad emprendedora, la autonomía, la educación y la religión.

Según Harry Wohlstein en su libro Piedra sobre Piedra del año 2015 cita, se comprende que en la sociedad costarricense de los años cuarentas y cincuentas, donde las capacidades de autonomía en la gestión económica y social no eran rasgos predominantes, las actividades de los judíos representan una revolución modernizadora de grandes proporciones y en cierta forma un anticipo de las clases sociales medias urbanas tan importantes en la historia costarricense posterior al año 1950. No es casual que en los años considerados la sociedad

costarricense estuviese en la antesala de un proceso de desarrollo social con el cual se identificaría su transición hacia un país cada vez más urbano. Los judíos eran sobre todo población urbana y modernizadora por sus prácticas socio-económicas, ubicación geográfica y experiencia socio-política, a pesar de que en su inmensa mayoría provenía de poblaciones rurales de Polonia.

El estudioso Lowell Gudmundson de 1995 coincide con el planteamiento explicado al señalar lo que sigue:

“[...] 1) La mayoría de los inmigrantes judíos a Costa Rica no solo pasaron por una primera fase de ventas ambulantes, si no que dedicaron largo tiempo a dichas actividades antes de poder establecerse como empresarios particulares, sea en el comercio estable, o en otro tipo de oficio; 2) lograr este mayor mejoramiento al finalizar la década de los años 30 y principios de la siguiente, cuando a todas luces parece haber mejorado el clima empresarial y el movimiento y rentabilidad comercial en general; 3) un grupo minoritario, pero significativo de empresarios judíos se dedicaron a la agricultura o a la industria de consumo popular, desde todo punto de vista en forma positiva para el país; 4) si bien es cierto que una amplia mayoría se mantuvo dentro del comercio –fijo o ambulante según el caso-, es no menos cierto que desde fecha temprana se dio una diferenciación entre las reducidas empresas familiares y aquellas de gran escala, que combinaban la importación, fabricación y venta de productos, bajo la dirección personal del afortunado empresario que había emigrado hacia Costa Rica más temprano o en mejores condiciones que sus correligionarios. (Gudmundson, 2015)

Si a lo dicho se agrega el arraigado sentido de comunidad, cooperación y ayuda mutua que los judíos heredan de su vida en Polonia y otras naciones de Europa del Este, así como la observancia en materia religiosa y el sentirse parte de una historia milenaria y ejemplar en muchos aspectos, ejemplo de ello fue la persecución nazi que asesinó a más de 6,000,000 de judíos, según cita en el libro *La Bibliotecaria de Auschwitz* del autor Antonio G. Iturbe del año 2012 y aunque sus sobrevivientes estaban golpeados por la masacre, retomaron el norte, poseían instituciones comunes derivadas de la religión, de la historia y del idioma (el idish), estaban persuadidos del peligro antisemita (actos mediante los cuales se desprecie o discrimine de manera explícita o implícita a los judíos como pueblo, etnia o religión). (Zdenek, 2014) y racista lo que los convertía en personas muy sensibles a la vigencia de los

derechos humanos en una sociedad que se esforzaba por consolidar el Estado de Derecho (Comunidad social con una organización política común y un territorio y órganos de Gobierno propios que es soberana e independiente de forma política de otras comunidades, (Porto, <https://definición.de>, 2009) Y necesitaban luchar con apego estricto al trabajo, el ahorro y la disciplina como instrumento para abrirse campo, brindar seguridad a sus familias y asegurarse un futuro de bienestar.

Todo esto contribuyó a que la población judía se convirtiera en un factor relevante del bienestar económico, cultural y educativo que experimenta la sociedad costarricense. Debe recordarse que entre los años 1900 y 1939, que son los que enmarcan la emigración judeopolaca a Costa Rica de la cual se está hablando (1927-1939), suceden en el país importantes hechos que configuraron la incorporación de la sociedad nacional a la denominada modernidad occidental (La Modernidad es una categoría que hace referencia a los procesos sociales e históricos que tienen sus orígenes en Europa Occidental a partir de la emergencia ocasionada desde el Renacimiento. Fuente: Finkielkraut, Alain (2007). Nosotros, los modernos).

El movimiento propone que cada ciudadano tenga sus metas, según su propia voluntad., tales como la formación de zonas urbanas en Cartago, Alajuela, San José y Heredia (donde se encontraban la mayor parte de los judíos); el auge de la cultura impresa (La Cultura de la impresión engloba todas las formas expresión escrita y la Comunicación visual. Fuente: Museo Gutenberg, Maguncia. Consultado el 11 de enero de 2016 por Lorenzo de Coster), los vínculos de la intelectualidad autóctona con tradiciones culturales sudamericanas y europeas; la expansión de la educación pública; las mejoras en materia sanitaria y el predominio de reformas liberales previsoras, tales como el Estado de Derecho y la educación de las mujeres.

Otro factor que contribuyó a la inserción de los judíos en Costa Rica lo fue el pluralismo político e ideológico que caracterizaba la sociedad nacional entre los años 1900 y 1940, con el corto impasse del Gobierno de Federico Tinoco Granados. En general, el clima intelectual favorecía la presencia de distintos sistemas de creencias y adhesiones político-ideológica, o al menos tendía por contrarrestar tendencias sectarias. Este rasgo se debilitó, respecto de los judíos, en el periodo del Gobierno de León Cortés Castro. Fuente: Abraham Stern Feterman del libro Tierra de Esperanza del Centro Israelita de Costa Rica del 2017

Tomando en cuenta, algunos de los ejemplos de empresas de la época creadas por judíos en Costa Rica, citado por la Señora Sara Befeler Taitelbaum del libro de Sefarditas y Ashkenazitas en Costa Rica son:

“La Industria Nacional de Tejidos” de José Sonzizky y Jacobo Mainemer ocupa a 30 costarricenses. Son grandes importadores y fabricantes de toda clase de indumentaria de lana.

“La fábrica de sweater y camisas” de Manuel y Jaime Stemberg da trabajo en sus talleres a 58 costarricenses. Son grandes importadores.

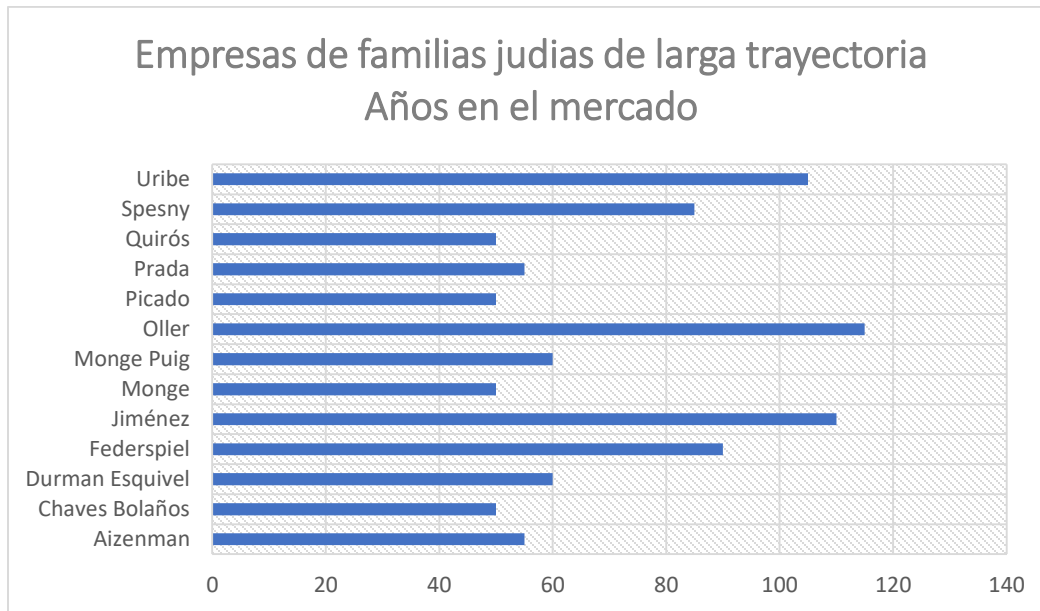
“La Fábrica El Águila” de toda clase de tejidos, de Moris Riback & Co., hay 55 empleados costarricenses.

Mientras otras fábricas de tejido gozan de franquicias, éstas de polacos luchan atenuadas por sus propias fuerzas, las tiendas de géneros situadas en la Avenida Central ocupan dependientes costarricenses, varias carnicerías de propiedad de poloneses, también, ocupan costarricenses.

Según, Kauffman, Jacques y Barrantes, Ramiro demografía genética de la población judía en Costa Rica. Biblioteca Nacional, Lo anterior, detalla cómo desde 1927 el pueblo judío iniciaba su asentamiento y desarrollo en el país, trayendo consigo cada vez un mayor número de emigrante judíos al país donde muchos de ellos han creado sus empresas y han estado involucrados en muchos aspectos políticos como Sandra Pizsk o Luis Fishman, en el área empresarial en el sector automotriz con la familia Rudelman, Suzuki y los Aizenman con los automóviles marca Audi.

Ilustración 1. Empresas de familias judías de más de 50 años de trayectoria.

En el gráfico muestra la cantidad de años que tiene cada empresa con descendientes de judíos en territorio costarricense.



Fuente: El financiero, 2013

Esta ilustración muestra la solidez administrativa con que las empresas ejercen sus labores para mantener la empresa por décadas y brindar fuentes de empleo en el sector privado.

En cuanto al desarrollo del Turismo religioso para los judíos el país cuenta:

Tabla 1. Empresas relacionadas con la prestación de servicios para el turismo judío en Costa Rica

Según la investigación propia, por medio de Internet y fuentes directas de comerciantes que ofrecen servicios a público nacional y de la religión judía, se muestran desde agencias hasta tiendas con productos judaicos.

Agencias para Judíos	Centros religiosos	Centro Deportivo	Hoteles	Museo	Restaurantes-Mercados	Tienda de productos Judaicos
Agencia de Viajes Aeronort	Centro israelita Sionista de Costa Rica	IDISA	Lands in Love en San Ramón	Museo de la Comunidad Judía de Costa Rica	Cafetería Daphna	Tienda Beith-Zv

Terranova.co.cr	Congregación Bnei Israel		Las orquídeas en Jacó		Deli Kosher Center	
Costa Rica Kosher Adventure			Hotel Marriot los Sueños		Kosher Market	
Jewish Agency			Hotel Intercontinental		Súper Kosher	
Tierra Sináí			Rincón del Valle en Sábana		Kosher Center	
Kosher Casas			Restaurante Sisso en Escazú		Restaurante King Salomón	

Fuente: Elaboración Propia con datos de investigación de servicios al turismo judío, 2018.

Con esta tabla podemos destacar que los asentamientos de familias judías han creado sus propios modelos de negocios para satisfacer las necesidades que los judíos demandan en especial cuando su religión y costumbres así lo exigen.

Teniendo presente la oferta para este mercado, a continuación, se presentará la tabla brindada por el Instituto Costarricense de Turismo de las arribadas de los turistas provenientes de Israel durante el periodo 2007 al 2017.

Tabla 2. Llegada de Turistas Internacionales de Israel a Costa Rica por mes dentro del periodo 2007-2017

Mes	Año										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	9,884	10,419	8,972	9,514	11,210	11,095	10,764	13,442	15,806	17,186	14,563
Enero	781	804	865	766	1112	987	938	1434	1566	1699	1548
Febrero	807	812	659	895	988	1040	1075	1502	1569	2088	1390
Marzo	961	821	802	1021	792	1078	1347	1309	1520	1825	1376
Abril	858	960	937	632	1186	1106	897	1596	1649	1846	1924
Mayo	653	625	629	460	755	838	932	942	1075	1325	1068
Junio	665	541	583	592	781	767	666	882	1197	926	967
Julio	918	812	831	888	1023	1073	1009	990	1437	1343	1221
Agosto	926	874	862	1007	1023	875	891	923	1125	1261	1219
Setiembre	1021	923	878	1041	915	1151	786	812	1375	936	881
Octubre	712	1580	548	602	1066	638	466	967	866	1697	820
Noviembre	718	854	560	631	738	676	736	707	880	837	780
Diciembre	864	813	818	979	831	866	1021	1378	1547	1403	1369

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, 2017

En la tabla se puede notar que los años con mayor repunte en arribada de los turistas fueron 2015, 2016 y 2017 y los meses más altos de ingresos al país fue setiembre, esto se debe a que en este mes inicia el año nuevo judío y enero y abril por ser verano en Costa Rica, por lo tanto, tienen días libres y pueden vacacionar o visitar a sus familiares y amigos.

En el caso del turista nacional, se muestra una tabla del ingreso al principal Centro judío, el Centro Israelita en Rohrmoser Pavas, véase la siguiente tabla:

Tabla 3 . Llegada de Turistas judíos y no judíos al Centro Israelita, periodo 2012-2017

El Centro Israelita Sionista de Costa Rica, pone a disposición de manera gratuita las visitas al Museo y la Sinagoga con el objetivo de generar apertura al conocimiento de los judíos en el país y en el mundo, así como implantar en las mentes de los visitantes el respeto por la comunidad judía y fomentar la convivencia entre las etnias que conforman el mundo.

Tabla de ingreso de turistas judíos y no judíos al Centro Israelita Sionista de Costa Rica											
Datos	Mes de 2012	No.	Mes de 2013	No.	Mes de 2014	No.	Mes de 2015	No.	Mes de 2016	No.	Mes de 2017
	Enero	110	Enero	149	Enero	129	Enero	186	Enero	158	Enero
	Febrero	166	Febrero	143	Febrero	225	Febrero	150	Febrero	264	Febrero
	Marzo	392	Marzo	837	Marzo	579	Marzo	519	Marzo	300	Marzo
	Abril	496	Abril	768	Abril	306	Abril	498	Abril	973	Abril
	Mayo	593	Mayo	707	Mayo	797	Mayo	873	Mayo	749	Mayo
	Junio	976	Junio	687	Junio	228	Junio	1307	Junio	679	Junio
	Julio	543	Julio	752	Julio	616	Julio	1106	Julio	691	Julio
	Agosto	725	Agosto	551	Agosto	692	Agosto	996	Agosto	769	Agosto
	Septiembre	490	Septiembre	220	Septiembre	563	Septiembre	738	Septiembre	905	Septiembre
	Octubre	667	Octubre	842	Octubre	506	Octubre	825	Octubre	282	Octubre
	Noviembre	817	Noviembre	786	Noviembre	888	Noviembre	1008	Noviembre	1109	Noviembre
	Diciembre	187	Diciembre	180	Diciembre	246	Diciembre	240	Diciembre	183	Diciembre
Totales anuales	2012	6162	2013	6622	2014	5775	2015	8446	2016	7063	2017
Porcentaje de aumento	19,93%		7,46%		12,79%		46,25%		16,43%		21,64%
Acumulado	24080		30702		36477		44 923		51 986		60 578
Promedio de visitantes por mes		513,5		551,8		481,3		703,8		588,1	

Fuente: Museo de la Comunidad Judía de Costa Rica,2017.

El cuadro indica que los puntos más altos de visitas de turistas crecieron en el año 2012 hasta el 2013, luego tuvo su punto más bajo en el 2014 y a partir del 2015 tuvo un aumento mayor y en el 2017 su pico más alto con un total de 8592 visitas.

El guía del Museo, Randall Morales, indica que dicho repunte se ha dado a que la gestión que se ha realizado, desde asistir a la feria de Museos, sitio web, amigos y familiares de los socios de los centros que traen más personas y así con el boca a boca, han hecho que el museo sea un órgano activo dentro de la comunidad con alta importancia y casi una visita obligatoria para todo el que ingrese al centro y debido al aumento de visitantes se estima dentro de un periodo de 12 meses se tiene un proyecto para ampliar el lugar, remodelar salas y lograr reunir más voluntarios para lograr abarcar la demanda de turistas al Centro.

CAPÍTULO I

Planteamiento del Problema

¿Cuál ha sido el desarrollo del turismo judío en Costa Rica entre el periodo 2012-2017?

Objetivo general

Determinar los alcances del Turismo Nacional e Internacional judío en Costa Rica en el periodo 2012-2017.

Objetivos específicos

- Enlistar las empresas que ofrecen servicios para turistas de origen judíos.
- Describir el comportamiento turístico de los judíos costarricenses.
- Enumerar las prácticas de los turistas judíos extranjeros que los hacen decidir venir a Costa Rica.
- Explicar las limitaciones generales por lo que Costa Rica no es el principal destino para los extranjeros judíos.
- Mencionar las prácticas a nivel del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), para promoción de Costa Rica como destino de turismo judío nacional e internacional.

Justificación de la investigación

Hace más de setenta años sus padres y abuelos de los judíos empezaron a llegar a Costa Rica provenientes de Europa, en especial de países como Polonia, Ucrania, Rusia, Austria, Rumania y Hungría. La primera ola inmigratoria se inició en 1925, huyendo de la pobreza y la discriminación. La segunda ola fue de sobrevivientes del Holocausto, quienes llegaron al país a reunirse con familiares que llegaron antes.

Lo primero que hacen los que arriban es organizar una comunidad que proveyera de servicios religiosos, sociales y educativos a sus miembros.

El primer inmueble comunitario se adquiere en 1932 situado en Avenida 3 y Calle 6, y posterior, se fundó en 1934 el Centro Israelita Sionista de Costa Rica como entidad comunal, constituyéndose como asociación a partir de 1937.

El Centro Israelita es la principal institución comunitaria judía de Costa Rica y se encarga, entre otras cosas, de mantener y fomentar la actividad religiosa, la ayuda mutua, la beneficencia, la educación judía formal e informal y la atención de la tercera edad. El Centro Israelita es responsable de administrar la Sinagoga ortodoxa, el cementerio ortodoxo y las instalaciones sociales y educativas, así como de satisfacer a la comunidad judía de sus necesidades religiosas como lo es la supervisión de los productos que se usan y consumen de acuerdo con las reglas dietéticas judías.

Asimismo, cuenta con diferentes instituciones asociadas que se proyectan no solo al interior para proveer de ayuda social y actividades educativas, sociales y religiosas a lo interno de la comunidad, sino también, hacia la sociedad costarricense, en general, ayuda a fomentar el bienestar social como lo hacen las Damas Israelitas pro-beneficencia, cuyas actividades abarcan la geografía nacional en especial para catástrofes naturales.

La Asociación Centro Israelita es declarada Asociación de Utilidad Pública en 1984 y que, en la actualidad, está ubicada en Pavas Rohrmoser a la par del edificio del Acueductos y Alcantarillados (A y A).

Esta comunidad presenta la realidad cultural y religiosa por medio del Museo el cual ha fomentado el arribo de turistas nacionales y extranjeros a este lugar para el conocimiento de la religión judía, su impacto social-cultural y económico a través de sus prácticas religiosas y en conjunto con la Embajada de Israel y sus aportes en relación con los Gobiernos existentes en Costa Rica han contribuido para que la afluencia de turistas judíos sea cada vez mayor y se ofrezcan por parte de los mismos judíos ofertas gastronómicas y de hospedaje combinado con el entorno costarricense, pero manteniendo sus dogmas religiosas haciéndolo llamativo para este nicho de mercado.

Tabla 4 . Distribución de la población judía en el mundo y sus principales asentamientos.

Esta tabla muestra la distribución de la población judía en el mundo y los principales países donde los judíos han preferido desarrollarse.

Personas que se identifican como parte del pueblo judío	
País	Cantidad de personas
Israel	6 451 000
Estados Unidos	5 700 000
Francia	400 000 (2017)
Canadá	390 000
Reino Unido	289 500
Argentina	180 500
Rusia	100 000
Alemania	116 500
Australia	113 200
Brasil	93 800
Sudáfrica	69 300
Ucrania	53 000
Hungría	47 500
México	40 000
Bélgica	29 300
Países Bajos	29 800
Italia	27 300
Suiza	18 700
Chile	18 300
Uruguay	16 900
Letonia	4800
India	4429 (2015)

Grecia	4200
Republica Checa	3900
Uzbekistán	3400
Moldavia	3400
Polonia	3200
Kazajistán	2800
China	2700
Costa Rica	2500
Lituania	2600
Georgia	2600
Eslovaquia	2600
Marruecos	2200
Colombia	2200
Perú	1900
Bulgaria	2000
Croacia	1700
Irlanda	1600
Puerto Rico	1500
Serbia	1400
Finlandia	1300
Túnez	1100
Japón	1000
Paraguay	1000
Guatemala	900
Singapur	900
Ecuador	600
Bolivia	500
Cuba	500
Islas vírgenes de los Estados Unidos	500
Kirguistán	400
Kenia	300
Bahamas	300
Antillas Neerlandesas	200
Jamaica	200
Surinam	200
Turkmenistán	200
Tailandia	200
Zimbabue	200
Corea del Sur	100
El Salvador	120
Etiopia	100
Filipinas	100
Namibia	100
Nigeria	100
República del Congo	100

República Dominicana	40
Siria	0 (los últimos fueron evacuados en el 2016)
Taiwán	100
Yemen	0 (los últimos fueron evacuados en el 2017)
Egipto	6 (2016)
Otros	900

Fuente: Creación propia con datos de The American Jewish Year Book (Della, 2012).

Esta lista incorpora en exclusiva países con más de 100 habitantes que han declarado ser judíos o se perciben a sí mismos como tales.

Por medio de esta tabla se puede notar que Costa Rica está muy por debajo de países como Estados Unidos o Francia quienes acogen a más de 5.000 000, o bien en cuanto a países centroamericanos, Panamá con 10.000 judíos y Costa Rica con 2500, por lo que se podría deducir que su poder adquisitivo les permite emigrar y desarrollarse en países de primer mundo tomando en cuenta el top 5 de esta tabla.

Según el sitio web Iton Gadol (Iton Gadol, s.f.) y la Embajada de Israel en Costa Rica (Embajada de Israel en Costa Rica, s.f.), en el ámbito nacional es importante destacar el dominio de la comunidad judía en Costa Rica; dentro del marco de los medios de comunicación, el Gobierno y la economía. La comunidad judía de Costa Rica es, por mucho, uno de los grupos étnico más ricos, poderoso y político influyente en este país centroamericano. Su número calcula entre 2500 y 3000 personas, mayormente jázaro-askenazí (provenientes de Asia central , Europa Central y Oriente).

Tienen su propia organización llamada B'nai B'rith (traducción literaria: hijos del pacto), poseen sinagogas ortodoxas, una sinagoga reformista y una sefardí.

Sobre la influencia política judía en Costa Rica valga destacar que tres vicepresidentes de la República y dos primeras damas han sido judíos, así como hay judíos en altos cargos ejecutivos en casi todos los partidos políticos importantes de derecha e izquierda por igual.

Algunos ejemplos son:

- Judíos destacados en Costa Rica:
- Aida Faingezicht Waisleder, diputada y ministra de Cultura.
- Vilma Faingezicht, escritora.
- Limberth Esnider Cortes Granados, escritor y Defensor de los derechos humanos.
- Astrid Fischel Volio, ministra de Cultura y vicepresidenta.
- Luis Fishman Zonzinski, varias veces diputado, ministro de Seguridad y vicepresidente.
- Rebeca Grynsman Mayufis, vicepresidenta de Costa Rica y Secretaria General Adjunta de Naciones Unidas para Iberoamérica.
- Luis Liberman Ginsburg, banquero y vicepresidente.
- Debi Nova, cantautora.
- Sandra Pizsk Feinzilber, ministra de Trabajo, varias veces diputada y defensora de los Habitantes.
- Saúl Weisleder Weisleder, diputado, presidente del Congreso y decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Costa Rica.
- Doris Yankelewitz Berger, primera dama, esposa del expresidente Luis Alberto Monge.

Abundando en el tema de las relaciones Israel- Costa Rica se destaca, tomando como referencia el informe de la embajada de Israel tomado de su sitio web <http://embassies.gov.il> del 2014.

Durante su visita a Costa Rica en 1997, el ex primer ministro y ahora presidente de Israel Shimon Peres, manifestó lo siguiente: "A pesar de su distancia geográfica; tanto Costa Rica como Israel podemos trabajar juntos, lo que importa es lo cerca que estamos desde el punto de vista conceptual, para darnos cuenta cómo podemos ayudarnos en conjunto a enfrentar los peligros de nuestros tiempos, aprovechando las oportunidades que tenemos en común".

Estos dos países comparten relaciones diplomáticas que se han estrechado al paso de los años, como lo comentó el Presidente de Israel; "las actuales relaciones entre Costa Rica e Israel, representan una relación especial, que ha evolucionado a lo largo del tiempo en una historia de amistad y cooperación". En 1948, se construía una Nación y se consolidaba un Estado, en

Costa Rica, se consolidaba la Segunda República, mientras se creaba el hogar judío, el Estado de Israel.

Grandes semejanzas se pueden rescatar de esos procesos, en especial la similitud de ideas entre David Ben Gurión y José Figueres Ferrer, lo que no duró en germinar en una serie de coincidencias en la política exterior de ambos países. Esto se concretó en el año 1963, durante la visita de Daniel Oduber, Ministro de Relaciones Exteriores de la época, donde se firmó un acuerdo para el establecimiento de embajadas mutuas, las cuales se establecerían en San José y Jerusalén, cambiándose luego de Jerusalén a Tel Aviv donde se encuentra en la actualidad.

A lo largo de estos 40 años de cooperación, grandes artistas israelíes han encontrado en Costa Rica un pueblo amante de la cultura, donde su talento ha sido aprovechado por gran cantidad de costarricenses. Esto gracias a que en el año de 1962 se crea un convenio cultural entre el Estado de Israel y Costa Rica, con el fin de facilitar y promocionar la cultura entre los dos países.

Muchos han sido los espacios costarricenses donde se ha logrado exponer la cultura israelí, como el Festival Internacional de las Artes, Feria Internacional del Libro, Ferias de Cultura, donde se ha logrado ofrecer artistas de muy alto nivel, lo cual ha sido en colaboración con el Ministerio de Cultura y Juventud, el Ministerio de Migración y Extranjería y La Cámara Costarricense del Libro.

Además, se han logrado realizar exposiciones de esculturas, fotografías, danza, cine y conciertos, esto de la mano de organizaciones como el Centro Nacional de la Música, el Teatro Nacional, la Universidad de Costa Rica, entre otros. Así, a la vez, costarricenses se han presentado en Israel, desde grupos de danza, música, inclusive participando en grandes proyectos israelíes como la Orquesta de Cámara de Israel, quien ha tenido, en varias ocasiones, representación de suelo costarricense.

La administración comunal, la participación de las comunidades locales y comercio establecido e itinerante son imprescindibles a la hora de diagnosticar y entregar propuestas, serán ellos las principales fuentes de información para el conocimiento de las necesidades del turista-judío, pues son quienes están en el punto de contacto con ellos, sensibles a las variantes históricas y quienes procuran sus propios objetivos de desarrollo, económicos, espirituales, familiares, sociales, entre otros.

Es relevante indicar que son una comunidad activa a lo largo de su historia y manejan un ideal, el desarrollo ya que donde vayan su objetivo es vivir prósperos y tranquilos.

Introducción

Investigando la identidad nacional costarricense, se ha podido apreciar que hay varios indicios a través de la historia de este pequeño país centroamericano que muestra cómo desde el lenguaje, las costumbres y tradiciones culinarias de sus habitantes se refleja una influencia judía muy arraigada, donde se estima que entre el 70 y 80% de los apellidos de su población son de origen sefardita, como así lo han indicado varios autores, entre ellos Samuel Stone y Chacón Trejos (Umaña., 2015), durante muchos años.

Además, como dijo alguna vez el periodista y poeta Luis Kleiman, judío costarricense que investigó la cultura sefardí: “El tico nació en Israel, dejó su ombligo en Sefarad y aprendió a caminar en Costa Rica.” (Rojas, 2015)

De esta forma, todas esas características del costarricense son las que influyeron su manera de ser desde la época de la Colonia y esto se ha podido observar a lo largo de su historia. En cuanto al hablar cotidiano, se encuentran con gran cantidad de palabras provenientes del judío-español o ladino que fueron expresiones propias que identificaron el lenguaje de nuestros campesinos. Por ejemplo, la palabra “merkar” que en ladino significa “comprar,” la cual es utilizada en la obra del renombrado escritor costarricense Aquileo J. Echeverría, denominada “Mercado leña,” una de las creaciones literarias más representativas de Costa Rica que utiliza este término sefardí como propio del vocabulario típico campesino.

Por otra parte, en cuanto a las costumbres es bien conocido el hecho de que a los habitantes del pueblo de Escazú, se les llama en la actualidad “brujos y brujas,” debido a que al oeste de la capital San José, desde el año de 1775, sus pobladores se dieron cuenta que todos los viernes al anochecer, algunas mujeres y hombres no salían de sus casas, prendían candelas y hablaban en una lengua extraña, haciendo gestos con sus manos, siendo esto calificado como un “aquejarre” en aquella época y hasta nuestros días, ignorando que se trataba de la conmemoración del Shabat, con lo cual se evidencia que las tradiciones judías han estado presentes desde hace mucho tiempo en este país, a pesar de las persecuciones y de algunas versiones de la historia que han tratado de ocultarlas.

Además, el historiador costarricense Carlos Monge Alfaro, en su libro Historia de Costa Rica (1966) ya había expresado en relación con este tema lo siguiente: “...durante mucho tiempo los colonizadores dieron un ejemplo tan malo de vida cristiana, que, a principios del siglo

XVIII, el Obispo de Nicaragua excomulgó a todos los habitantes de la provincia, observando que estos se alejaban de los pueblos donde había una iglesia.” Del análisis de este hecho, varios autores han concluido que muchos de estos colonos fueron en realidad judíos conversos que se distanciaban de sus pueblos para así poder practicar su religión a escondidas, teoría que debería ser más estudiada, ya que generaría un cambio en la interpretación del origen de la sociedad costarricense. (Stone, 1976)

En cuanto a las tradiciones culinarias, se denota su influencia sefardí en la cocina típica. Desde la Adafina, presente en un caldo de frijoles, carne, arroz y huevos duros, hasta la jalea de guayaba (membrillo) que no falta en ninguna casa, las berenjenas en todo tipo de fritos, los Buñuelos, las empanadillas rellenas de quesos, la mermelada de naranjas amargas, el Raki o aguardiente anisado, siempre presente en la mesa de las abuelas después de las comidas, al igual que un sinnúmero de otras recetas.

Se nota entonces que las tradiciones judío sefarditas en Costa Rica se conservan de esta manera, por cada uno de los descendientes de todo judío proveniente de la antigua Sefarad que se transmiten de generación en generación a sus hijas e hijos, como un legado que marca sus orígenes y destinos. (Hidalgo, 2015)

Proyecciones

1. Enlistar las empresas que ofrecen servicios para turistas de origen judío.

Se recabará información a través de la embajada de Israel, Kosher Center y el Centro Israelita de Costa Rica, socios de la comunidad que son empresarios de comercios para judíos como agencias, hoteles y restaurantes.

2. Describir el comportamiento turístico de los judíos costarricenses.

La Proyección para demostrar este hecho será investigar qué han hecho y qué están haciendo ellos para subsistir y aportar con base en sus principios religiosos y forma de vida aportes esenciales para el ser costarricense tomando en cuenta que muchos de ellos son judíos nacidos en nuestro país, por lo tanto, se enfocará en las entrevistas a asociaciones y empresas de judíos posicionadas en Costa Rica.

3. Enumerar las prácticas de los turistas judíos extranjeros que los hacen decidir venir a Costa Rica.

La información será proporcionada a través de la agencia Kosher casas, Silvia Leiderman Events, Kosher Center y Súper Kosher y el Centro Israelita quienes tienen entrevistas y encuestas de los visitantes extranjeros al país.

4. Explicar las limitaciones generales por lo que Costa Rica no es el principal destino para los extranjeros judíos.

Se recabará información a través de la Embajada de Israel, el Centro Israelita de Costa Rica y Kosher Casas, así como artículos en Internet.

5. Mencionar las prácticas a nivel del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), para promoción de Costa Rica como destino de turismo judío nacional e internacional.

La principal fuente de información es el Instituto Costarricense de Turismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La actividad turística

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes como tal. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Análisis económico

El turismo genera de manera directa e indirecta un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de estos), fundamental debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST o Certificado de Sostenibilidad Turística, y el ‘impacto económico’ del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo con la finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes del turismo, medido en términos monetarios, en relación con

los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad, según el Instituto Costarricense de Turismo.

Industrias Turísticas

Según la Organización Mundial del Turismo, las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan de manera primordial productos característicos del turismo. Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- (a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
- (b) El gasto turístico en el producto que debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría de forma considerable si no hubiera visitantes.

Los servicios turísticos

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con prestación o sin ella de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de acogida**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con prestación o sin ella de otros servicios complementarios.

- **Servicio de intermediación**, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- **Servicios de consultoría turística**, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística. Algunos de los más importantes incluyen a CBRE, Jones Lang o PHG Hotels & Resorts.

Los servicios turísticos deben de ir de la mano con la sostenibilidad turística por 22 razones:

Pero antes la definición de Turismo Sostenible, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) es: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Gracias a la diversidad de relaciones implicadas en la actividad turística, el turismo sostenible tiene la capacidad de actuar como catalizador de cambio en el mundo, beneficiando a la lucha de causas como el hambre, la paz y seguridad, el fomento de las economías locales...

Por lo que, a continuación, según el sitio web Biosphere tourism, se mencionan los 22 beneficios del turismo sostenible:

- 1) Tiene un mínimo impacto ambiental, ya que se da un uso óptimo a los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Se respeta a la autenticidad sociocultural de las comunidades locales conservando sus activos culturales y arquitectónicos, así como sus valores tradicionales y se contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Integra las comunidades locales a las actividades turísticas.
- 4) Genera empleo local, tanto directa como indirectamente. En concreto, por cada empleo directo generado se producen tres indirectos.

- 5) Estimula el desarrollo de empresas turísticas (agencias de viajes, transportes, alojamiento, alimentación, recreativas y complementarias), así como también, de empresas dedicadas a actividades suplidoras (ganadería, agricultura, comunicaciones...)
- 6) Genera divisas al Estado y suministra capitales a la economía local.
- 7) El beneficio económico se destina a la conservación o al desarrollo local, distribuyéndose entre todos los agentes locales, contribuyendo así, a la reducción de la pobreza.
- 8) Induce a la planificación regional, beneficiando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.
- 9) Genera conciencia de los problemas políticos, sociales y ambientales locales, favoreciendo el consumo responsable y el respeto al medioambiente.
- 10) Para los turistas es una experiencia significativa que enriquece, y fomenta unas prácticas turísticas sostenibles en su propio entorno.
- 11) Requiere un seguimiento constante de sus incidencias para introducir las medidas o correctivas que resulten necesarias. De esta manera, estimula la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y deposición final de sólidos, aeropuertos...)
- 12) Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional.
- 13) Destina parte de los beneficios a la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales...
- 14) Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía...)
- 15) Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental.

- 16) Promueve la autoestima comunitaria.
- 17) Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.
- 18) Vigila, evalúa y gestiona los impactos que genera, desarrollando modelos de perpetuidad de su propio desarrollo.
- 19) Reactiva las zonas rurales: relanza directa e indirectamente la economía local y aporta vida a estas zonas, cuyos habitantes se benefician de una mayor oferta de actividades y de visitantes más responsables y respetuosos con su cultura y entorno.
- 20) Apoya los derechos humanos y los derechos del trabajador, pues se basa en el respeto a las comunidades de acogida y crea empleo de calidad.
- 21) Mejora la calidad de vida de la población local, tanto económica como socio-culturalmente.
- 22) Por último, el turismo sostenible potencia el consumo de productos autóctonos y naturales de las zonas donde se realiza.

Turismo religioso

Según el Lic. J. Salgado, 2015, indica, desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad, sin importar sexo, credo o estrato social. En la actualidad, millones de peregrinos año tras año realizan estos tipos de viajes a diversos y muy variados santuarios, los motivos que encierran son distintos, como pueden ser para ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición. Por lo que el turismo con motivos religiosos resulta ser un turismo fiel a los destinos de visita que los turistas tradicionales o con otras motivaciones prefieren. El turismo religioso puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que, a diferencia del turismo tradicional, éste es recurrente al sitio en un periodo menor, por lo tanto, resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita.

En latín, la palabra primitiva peregrinus se refería a la persona que viajaba por países extranjeros o a aquella que no tenía derecho de ciudadanía. Surgió como una composición de dos vocablos per-agros que describía a la persona que camina (pasa) a través del campo, fuera del lugar de su residencia, lejos de casa (peregre - "en el extranjero", "no en casa"). El término peregrinatio significa una estancia fuera del país, una andadura, un viaje, una visita a los países extranjeros. En realidad, fue tan sólo en el siglo XII cuando el vocablo peregrinatio empezó a designar ya solo en la práctica religiosa de visitar lugares sagrados. (Salgado, 2001)

Según Procolombia,2015 se mencionan características del Turismo religioso:

1. Busca vivir experiencias en comunidades

Al viajero religioso le gusta sentirse acogido por la comunidad y formar parte de esta es una de las experiencias que busca al peregrinar. El turista quiere tener una vivencia enriquecedora y memorable. Regresar al destino es usual.

2. Prefiere paquetes turísticos con recorridos en grupos

Al turista religioso le gusta moverse en grupos para visitar los santuarios, por eso prefieren paquetes que incluyan servicios turísticos como hospedaje, transporte y recorridos, así como una experiencia que les genere tranquilidad y confort.

3. Los jóvenes buscan planes que incluya desafíos físicos

El viajero joven busca que su experiencia incluya el esfuerzo físico, como las caminatas, a diferencia de los turistas con edad más avanzada, quienes prefieren una experiencia más espiritual.

4. Escoge planes que ofrezcan accesibilidad para visitantes con discapacidad

Por su naturaleza, el turismo religioso tiene feligreses con edades avanzadas y/o con discapacidad. Ofrecer comodidad y acceso a estos viajeros es un factor importante para motivarlos a regresar.

Es importante que los motivos más comunes para emprender un viaje es hacer ofrendas, pedir algún favor o cumplir una tradición.

5. Busca acceso a Internet

Un estudio de Google (elaborado por la firma Ipsos MediaCT en 2014) sobre el comportamiento de los viajeros en Internet, encontró que más del 90% de los turistas utiliza dispositivos móviles en sus viajes. Acceder a Internet es hoy una de las prioridades para el viajero religioso.

6. Prefiere guías especializados

El viajero religioso quiere profundizar sus conocimientos sobre el lugar que visita. Por esta razón, se recomienda contar con guías que logren transmitir a través de su conocimiento la experiencia religiosa que el turista busca.

7. Le gusta sentirse seguro

El turista de este segmento es conservador, por lo tanto, busca destinos y planes que garanticen su seguridad y la de su familia.

8. Quiere conocer más de la cultura del lugar

Es uno de los retos de las empresas del turismo religioso. Es importante lograr que el peregrino conozca más allá del museo, la iglesia o el monumento que visita, y

conozca la riqueza cultural y gastronómica del lugar que visita.

9. **Varía, según el país de procedencia**

Aun cuando la religión sea la misma, es importante conocer la procedencia del viajero, comprender sus costumbres y creencias para ofrecer un mejor servicio.

10. **Busca un mensaje en cada santuario**

El peregrino busca en cada visita una reflexión espiritual, un mensaje y una historia. En la medida en que se conocen bien los atributos la riqueza del destino religioso es posible cautivar más la atención del visitante y garantizar su regreso.

El judaísmo

La Kehilá indica que, de las grandes religiones monoteístas existentes en la actualidad, el judaísmo es la que posee más antiguas raíces. De su seno brotó el cristianismo, en tanto que el islam adoptó diversos elementos judaicos y reconoció como profetas a Abraham y Moisés (La Kehile, s.f.).

Adicional podemos mencionar:

- El judaísmo es la religión de los judíos y abarca, tanto las creencias como las costumbres y el estilo de vida propios de esta comunidad; para el pueblo judío la historia no se limita a una sucesión de acontecimientos; es una historia sagrada, que comienza con la elección del pueblo por parte de D-os¹ y se orienta hacia el cumplimiento final de su promesa de que por mediación de este pueblo D-os bendecirá a todas las naciones. En el curso de esa historia, los sabios judíos incorporaron a los

¹ El judaísmo acostumbra a no escribir completo las referencias a la divinidad por esto lo escriben de forma incompleta o utilizan nombres sustitutos, para efectos del texto tomado se escribe tal como aparece.

libros sagrados un amplio corpus de textos que constituyen hoy el fundamento de su religión.

- La Biblia hebrea (Torá) narra los hechos fundamentales de la historia del pueblo judío, desde el momento trascendental de la elección y la alianza con D-os. Los judíos dividen su Biblia en tres partes: la Ley (Torá), los Profetas (Nebiim) y los Hagiógrafos (Ketubim).
- Abraham, su hijo Isaac y su nieto Jacob, forman la línea de referencia del pueblo hebreo fiel a la alianza divina, según la religión judía.
- Jacob recibió del Señor un nuevo nombre, Israel, y de sus doce hijos surgieron las doce tribus del pueblo judío, los 'descendientes de Israel'.
- La segunda etapa decisiva de la historia del pueblo hebreo comenzó con la liberación de la esclavitud de Egipto (siglo XIII a.C.), donde se había establecido a causa de la sequía.
- Moisés fue el caudillo que dirigió, por orden de D-os, esta marcha durante cuarenta años a través del desierto hasta volver a conquistar la tierra de Canaán.
- Durante la travesía del desierto, Moisés acuñó la ley judía, cuyo núcleo fueron las tablas recibidas de D-os en el monte Sinaí, y que abarcaban las creencias, la moral, los ritos y el ordenamiento civil del pueblo.
- Esta ley, Torá -llamada también ley mosaica o de Moisés-, recogida en el Pentateuco (los cinco primeros libros de la Biblia), prestaría coherencia y unidad al pueblo judío A través del tiempo y de la geografía. (Ídem)

Ilustración 2: Representación del templo de Salomón



Fuente: La Kehilá, 2007

En la actualidad los principales núcleos judíos se encuentran en Israel, la Unión Soviética y los Estados Unidos. Pese a la secularización y al liberalismo que predomina en sus instituciones, el pueblo judío sigue apegado a su religión, es decir, a sus tradiciones y al sentido de su historia. (Feldman, 2006)

Maimónides, teólogo judeohispano del siglo XII, resumió la fe judaica en trece artículos que se incorporaron a los libros de oraciones y que son los siguientes: (1) D-os es creador y providencia del mundo; (2) D-os es uno y único; (3) D-os es espíritu y no puede ser representado desde ninguna forma; (4) D-os es eterno; (5) a D-os sólo debemos dirigir nuestros rezos; (6) todas las palabras de los profetas de Israel son verdaderas; (7) Moisés fue el mayor de todos los profetas; (8) la ley, tal como los judíos la poseen, fue dada por D-os a Moisés; (9) ningún hombre tiene derecho a reemplazarla ni a modificarla; (10) D-os conoce todas las acciones y todos los pensamientos de los hombres; (11) D-os recompensa a quienes cumplen sus mandamientos y castiga a quienes los transgreden; (12) D-os enviará al mesías anunciado por los profetas; (13) D-os hará que los muertos vuelvan otra vez a la vida.

Las circunstancias históricas no siempre permitieron su cumplimiento, y en los tiempos modernos la tendencia reformista y liberal del judaísmo prescindió de muchas prescripciones, sin renunciar por ello a la doctrina esencial.

Son festivos todos los sábados, el día de Pascua, Pentecostés y los tabernáculos. Son días de penitencia el día anual (Rosh Hashaná) y el día de la Expiación o Gran Perdón (Yom Kipur), consagrado a la plegaria y al ayuno. Los días se cuentan desde la tarde hasta el atardecer del día siguiente, conforme con la expresión del Génesis: 'Y hubo tarde y hubo mañana; día primero.' En los sábados y festivos está prohibido todo trabajo. (Feldman, 2006)

Cada servicio público se concluye pidiendo a D-os que apresure el advenimiento de su reino sobre la tierra y proclamando la esperanza de Israel: 'En aquel día el Eterno será uno y su nombre será uno. (Feldman, 2006)

Festividades Judías

“Las Festividades judías se refieren a la conmemoración de uno o más días observados por el pueblo judío, tanto para fiestas religiosas como laicas, para el recuerdo de un acontecimiento importante en la historia judía. En hebreo, las festividades judías, en función de su naturaleza, pueden ser llamadas yom tov ("buen día"; yidish: yontif) o jag ("fiesta"), así como ta'anit ("ayuno"). Los orígenes de las diversas festividades judías en general se pueden encontrar en las bíblicas mitzvot (mandamientos), en los mandatos rabínicos y en la historia del moderno Estado de Israel”. (Ben, 2015).

Algunas de ellas son:

Janucá: La fiesta de las luces, celebrando el milagro de un poco de aceite que duró ocho días. Esta celebración tiene un candelabro de 9 velas, llamado januquía (existe uno en La Sabana y otro en el Centro Israelita y son las 9 columnas del frente de la Sinagoga). Se celebra la reconquista del templo de Jerusalén por los macabeos sobre los griegos y la purificación de íconos paganos. Cuando entraron al templo se encontraron con la Menorá (candelabro de 7 brazos) apagada y aceite para encenderla solo un día. El milagro del candelabro fue que ardió por 8 días consecutivos con una pequeña cantidad de aceite que alcanzaba solo para un día. Cada día al caer la noche se enciende la vela del centro y una vela de la derecha (cada día se agrega una más hasta completar los 8 días). (Aish, s.f)

Lag Baomer: se recuerda la lucha contra los romanos, estos fueron los que destruyeron Jerusalén en el año 70 d.C. y dispersaron a los judíos por diferentes regiones. Se acostumbra ir al campo y hacer fogatas y jugar con arcos y flechas. Esta costumbre se origina en los tiempos del dominio romano sobre Israel donde no estaba permitido el estudio de la Tora, por lo que los estudiantes salían a los bosques para no ser vistos y estudiar la Tora. Durante casi 1900 años los judíos fueron nómadas, es decir, no tenían un país propio, anduvieron errantes por el mundo hasta que se creó el Estado de Israel. A pesar de eso, nunca perdieron su identidad, ni sus tradiciones. (Korin, s.f)

Pesaj o Pascua: Celebra la salida de Israel de la esclavitud en Egipto en donde vivieron por 430 años. D-s envió a Moisés y después de 10 plagas logró sacar al pueblo hacia la libertad. Es prohibido comer levadura o cualquier alimento que crezca, así como ingerir alimentos derivados de cereales (trigo, cebada, centeno, avena y espelta) fermentados. Se come la Matzá o pan sin levadura. Se realiza una cena llamada Seder (cena familiar festiva) y se cuenta sobre la liberación de la esclavitud y la unión como pueblo. En esa época se saludan con esta frase: Jag Saméaj (Feliz Fiesta). (Aish, s.f)

Purim: Fiesta de disfraces. Se conmemora la historia de Ester y la valentía de ésta. Estando los judíos cautivos en Babilonia, los medos persas tomaron el control del reino. El malvado Amán, primer ministro del rey Asuero, odiaba a los judíos y creó un plan para aniquilarlos. Un judío llamado Mardoqueo se enteró de esto y corrió a contárselo a su prima Ester, que, además, era la esposa del Rey luego de que éste se separó de su anterior mujer Vasti. Ella arriesgó su vida al atreverse a solicitar una audiencia al Rey para invitarlo a almorzar y contarle los planes de Amán. Así arruinó los planes de destrucción del pueblo judío. Esta es la fiesta más alegre del año para los judíos, ellos se disfrazan de lo que quieran y consumen unas empanaditas llamadas “orejas de Amán”. (Aish, s.f)

Rosh Hashaná: Año nuevo judío (cabeza del año). Suele iniciar en algún momento de la segunda quincena de septiembre (en algunos años inicia inclusive en octubre). Es alegría, regocijo, fiesta, pero también, se le pide perdón a D-s por los pecados cometidos en el año

anterior. El año uno fue el de la creación del hombre (Adán). En esa época se saludan con esta frase: Shaná Tová Umetuká (Año Bueno y Dulce). (Aish, s.f)

Simjat Torá: La Torá es la ley de D-s, los 5 libros escritos por Moisés (Pentateuco). En ese día hay fiesta y desfiles en la Sinagoga porque se empieza a leer la Torá y se terminará exactamente un año después. La Torá se lee todos los lunes, jueves, sábados y cada primer día del mes hebreo. (Korin, s.f)

Sucot: Fiesta de las Cabañas, de las Enramadas o de los Tabernáculos. Cuando el pueblo de Israel salió de Egipto, duró 40 años en el desierto. En ese tiempo vivió en cabañas o chozas hasta llegar a la Tierra Prometida. En esa semana se arma una choza con hojas de palma (techo y paredes) y del techo de ella se guindan racimos de frutas y verduras. Allí se comparte y se pasa la noche. A pesar de andar por el desierto por tanto tiempo, nunca les faltó ni el alimento ni la ropa ni el calzado (Deuteronomio 29:5, Nehemías 9:21). (Aish, s.f)

Tishá Be Av: Es el día más triste del año para los judíos. No se puede reír, oír música, cantar, ir a fiestas, ni ninguna expresión de alegría. Se recuerda el hecho más terrible de la historia del pueblo judío: la destrucción del Templo de Jerusalén. Este fue construido por el rey Salomón (960 a.C.), quien dio la orden de ir al Templo para realizar sus oraciones o por lo menos mirar hacia éste (2 Crónicas 6:29) cuando se ora o lee la ley. Ese templo fue destruido por Nabucodonosor II de Babilonia (587 a.C.). Fue restaurado por Zorobabel (515 a.C.) y fue vuelto a destruir por los romanos en 70 d.C. Las dos ocasiones en el templo fue destruido fueron en la misma fecha del calendario hebreo (9 del mes Av). Esta es la razón por la que ya no se hacen holocausto, ni ofrendas ni hay sacerdotes: ya no hay Templo donde realizar estas prácticas. Además, en esa misma fecha han ocurrido otras tragedias (por ejemplo, la expulsión de los judíos de España en el siglo XV o el atentado terrorista contra una institución judía en Argentina en 1994, aún sin resolver). Pero, sin duda, lo más terrible para los judíos es el hecho de que la casa de D-s y puerta al cielo aún esté en ruinas. Lo único que quedó fue lo que ahora se llama “Muro de los Lamentos”. Los judíos creen que cuando el mesías venga, él mismo reconstruirá el tercer y definitivo templo. (Korin, s.f)

Tu Bishvat: Día o Año Nuevo de los Árboles. Es un día para sembrar árboles en Israel (fin de la época invernal en aquel país) con el fin de reverdecer el desierto. Cuando se creó el

Estado de Israel, se sembraron 6 millones de árboles, uno por cada una de las víctimas judías del nazismo. Hay una alcancía para recaudar fondos para sembrar más árboles en Israel en el año siguiente. (Aish, s.f)

Yom Haatzmaut: Día de la Independencia. Celebra la creación del Estado de Israel en 1948. (Korin, s.f)

Yom Kipur: Día del Perdón. En la época del Antiguo Testamento, era el día cuando el Sumo Sacerdote hacía sacrificios (holocaustos) por los pecados del pueblo (un carnero y un becerro) y se liberaba un macho cabrío al desierto (llamado chivo expiatorio). Hoy, se hace ayuno por 26 horas, se perdona y se pide perdón a toda persona y se toca el Shofar 100 veces para que D-s abra las puertas de los cielos y escuche las peticiones de los hijos de Israel. Ese es el día del juicio anual de D-s, allí determina cómo será el año para cada judío alrededor del mundo. (Korin, s.f)

Yom Yerushalaim: Día de Jerusalén. En la imagen hay una Menorá (candelabro de 7 velas), símbolo principal del judaísmo (no es la estrella de David). Desde 1948 hasta 1967 Jerusalén estuvo dividida en dos: la parte oriental estuvo en manos de los árabes y la parte occidental en manos de los judíos. En 1967, 3 países (Siria, Jordania y Egipto) se aliaron para atacar Israel. Este se defiende, los derrota y logra reunificar la administración de Jerusalén, hasta la fecha. Este conflicto se llamó: “la Guerra de los Seis Días”. (Fleming, 2012)

Actividades religiosas

Entre las actividades religiosas se cita a continuación:

Bat Mitzvá: Las niñas pasan a ser señoritas a los 12 años, ellas no leen la Torá, se les hace una fiesta y ellas aprenden cómo ser una buena mujer judía. (Rudelman, 2009)

Bar Mitzvá: cuando los varones cumplen 13 años pasan a ser responsables de sus actos ante la religión. Se hace una gran fiesta donde leen la Torá por primera vez. Repiten esta ceremonia a los 83 años. (Rudelman, 2009)

Boda judía: el compromiso (ofrif) el jueves y la boda el domingo. Los matrimonios son muy alegres, la novia es considerada como una reina y el novio firma un contrato matrimonial

(**ketubá**) en el que se compromete a mantener a su esposa lo mejor posible. Al finalizar la ceremonia el novio quiebra con el pie una copa (u otro objeto) de vidrio que simboliza que en el momento más alegre de la vida hay que recordar el episodio más triste del pueblo judío: la destrucción del Templo de Jerusalén. Al finalizar la boda, todos gritan: *Mazal Tov* (buena suerte). Está permitido el divorcio. (Rudelman, 2009)

Brit Milá (circuncisión): A los 8 días de nacido un varón hay que practicarle la circuncisión, que es el corte del prepucio de su pene. Esto es realizado por un Mohel o persona especializada en la realización de este acto religioso. (Rudelman, 2009)

Proceso ceremonial de la muerte y el entierro de un judío: se entierra lo más rápido posible, no se hace vela, el cuerpo se envuelve en mortaja, no lleva ropa, ni se maquilla, ni se exhibe. La preparación del cuerpo la lleva a cabo un grupo llamado Jevra Kedusha (sólo hombres o sólo mujeres, según el sexo del fallecido). Incluso el ataúd debe ser lo más sencillo posible sin pintura ni clavos. Está prohibida la cremación, la donación de órganos de un fallecido y la sepultura en nichos.

La familia guarda luto por 7 días sin salir de la casa ni hacer oficio y usando la misma ropa rota con la que asistió al funeral. Se tapan los espejos por esa semana y la demás gente le lleva comida a los dolientes. Estos deben sentarse en una silla baja o directamente en el piso. Una vez pasada esa semana, los varones deben ir a rezar por el alma del fallecido por un tiempo determinado y no pueden ir a ninguna fiesta ni evento alegre. La lápida no se coloca, sino semanas después de haberse efectuado el entierro. Cuando se visita una tumba de un judío nunca se llevan flores, sino que cada quien coloca sobre ella una piedrita. En la antigüedad los entierros eran con piedras (no existía el concreto), por lo que cada vez que se visitaba una tumba se llevaban piedras para para que el lugar no sea abandonado y profanado. Ahora representa que, así como las piedras tienen larga existencia, así también el recuerdo de esa persona permanecerá por mucho tiempo. (Rudelman, 2009)

Shabat: Es el séptimo día de la semana (sábado), que comienza el viernes al anochecer. Se celebra haciendo la mejor cena de la semana, donde casi siempre se consume carne de res (la carne significa fiesta) y se pone una mesa decorada y en el centro 2 jalot (panes), vino dulce y un candelabro encendido. Es una cena familiar donde desde que se encienden las candelas hasta que se termina el Shabat, no se puede hacer ningún trabajo, ni poner a alguien a trabajar,

por lo que la cena se prepara con anticipación. No se pueden utilizar aparatos eléctricos ni tecnológicos ni siquiera encender la luz, por lo que hay que preparar la casa con anticipación. (Sosa, 2002)

Tefilin o filacterias: cajitas con pasajes de la Torá que se coloca uno en el brazo izquierdo, cerca del corazón (si es zurdo, se lo coloca en el brazo derecho) y el otro en la frente en medio de los ojos. En el rezo de las mañanas. Significa que la Palabra de D-s debe estar cerca de nuestro corazón y nuestra mente. Responde a un mandato bíblico: "...y las atarás como una señal en tu mano, y estarán como frontales entre tus ojos..." (Deuteronomio 6:8). Solo se lo colocan durante el rezo de la mañana. (Rudelman, 2009)

Elementos religiosos

Bimá: Mesa donde se desenrolla el rollo de la Torá para leerlo en la Sinagoga frente a todo el público y en voz alta. Se lee y ora mirando a Jerusalén. (Rudelman, 2009)

Ilustración 3: La Bimá



Fuente: Flickr, 2008

En el Museo del centro Israelita se encuentra una Bimá para la visualización de los visitantes.

Chai: Chai, que significa "Vida" es uno de los símbolos más reconocibles del judaísmo. Compuesto por las letras Chet y Yud, juntas forman la palabra "Chai" - una palabra que refleja la importancia de la vida en el judaísmo.

El símbolo de Chai se lleva a menudo en un collar, como otros símbolos judíos como la Estrella de David y la hamsa. Es un símbolo popular que también se ve en esculturas, pinturas, placas y tapices. (Melzer, 2014)

Ilustración 4: Chai o Vida



Fuente: Etsy, 2017

Según la Gematria, una tradición mística judía que asigna un valor numerológico a las letras hebreas, el Chet tiene un valor de 8 y el Yod un valor de 10, sumando al número 18 (el hebreo se lee de derecha a izquierda). Por eso, el número 18 representa la buena suerte y los regalos se dan a menudo en múltiplos de Chai, o 18. Simboliza dar al receptor el regalo de la "vida" o suerte. (Melzer, 2014)

El escudo o estrella de David: el escudo de David (o como se le conoce en la actualidad, como la Estrella de David, es el símbolo más común asociado con el judaísmo, pero en realidad es un símbolo judío relativamente nuevo. Se supone que representa la forma del escudo del rey David (o tal vez el emblema en él), pero no hay realmente ningún apoyo para esa afirmación en ninguna literatura rabínica temprana. El símbolo no se menciona en la literatura rabínica hasta la Edad Media, y es tan rara en la literatura y las obras de arte judías primitivas que los peritos de arte sospechan que la obra es falsificada si encuentran el símbolo en las primeras obras judías. (Becker, 2006)

Ilustración 5: La estrella de David



Fuente: Muy historia,2007

En la actualidad se usa en joyería, en la kipá y muchos otros accesorios.

Jupá: Manto que cubre a la pareja cuando se está casando. (Tiene las funciones de una kipá, pero para la pareja), D-s está por encima de esa pareja que se está casando. También, representa que ese día está naciendo un nuevo hogar y que éste será de puertas abiertas, como lo fue la casa de Abraham, nuestro patriarca. (Rudelman, 2009)

Ilustración 6: La Jupá



Fuente: Es. Chabad,2014

En toda boda judía debe de presentarse la kipá, no importa si la boda sea en la playa en un hotel entre otros, siempre debe de estar presente.

Kipá: La kipá (en hebreo, כִּפָּה "cúpula, parte superior"; también conocida por su nombre en ídish, yarmulke, יארמלקע) es una pequeña gorra ritual usada de forma tradicional por los varones judíos; la kipá o cualquier otro sombrero, gorro o prenda que cubra total o de manera parcial en la cabeza ,es de uso obligatorio (incluso para no judíos o gentiles) al entrar y permanecer en determinados lugares de culto judío, como sinagogas, cementerios o lugares sagrados, o en situaciones de plegaria, celebración o estudio de Torá. (Moré, 2015)

Ilustración 7: La Kipá



Fuente: aishlatino,2016

La kipá es usada por varones adultos o niños.

Kosher, Kasher, Kashrut: Kosher hace referencia a los alimentos que cumplen con los preceptos de la ley judaica. Kosher o casher significa en hebreo 'apto, adecuado', generalizado con el significado de 'correcto, legítimo'. Los alimentos que no siguen la ley judía se llaman teref. (Kazen, 2014)

Este es uno de los conceptos más importantes para la comunidad judía ya que son procesos de alimentación rigurosos o de cuidado, a continuación, se describe como se implementa la gastronomía en la comunidad judía.

Según la Federación de comunidades judías de España los alimentos son clasificados en 3 categorías: lácteos (jalabí), cárnicos (basarí) y neutros (parve).

Los alimentos neutros pueden ser consumidos junto con lácteos y cárnicos, pero existe la tajante prohibición de mezclar cárnicos con lácteos por indicaciones bíblicas.

Carne:

Se permite la consumición de carne de animales cuadrúpedos si son rumiantes y si tienen la pezuña hendida.

Aves:

La Torá enumera hasta veinte especies de aves impuras cuya consumición está prohibida. Las aves no mencionadas en la lista se presumen como permitidas. De todos modos, para no incurrir en error, se ingieren en exclusiva a aquellas especies (y sus variaciones y derivados tales como huevos) que de forma tradicional son aceptadas como Kasher: gallina, pollo, pato doméstico, paloma común, ganso, codorniz. En la actualidad, se acepta también el pavo.

Tanto los cuadrúpedos como las aves deben ser sacrificados de acuerdo con la halajá (normativa judía). El shojet (matarife) realiza el degüello ritual, llamado shejitá, según el procedimiento tradicional, que consta de varios pasos; degüello, revisión de la carne (enfermedades, lesiones o defectos), extracción de partes y vísceras impuras, extracción de la sangre (enjuague preliminar, inmersión en agua, lavado, enjuague después del lavado).

La carne de un animal puro a la cual se le hizo la shejitá (degüello) y ha pasado todo el control se vuelve apta para el consumo y recibe el certificado de Kashrut.

Pescados:

Para ser considerados kasher, los animales acuáticos deben tener las siguientes características: escamas y aletas. El pescado no requiere ni shejitá ni lavado.

Insectos y gusanos:

Está prohibido el consumo de insectos y gusanos, según la siguiente relación:

1. Mariscos, tales como moluscos, calamares, ostras, caracoles y semejantes.
2. Insectos voladores como moscas, mosquitos, abejas.
3. Insectos sin alas, como hormigas.
4. Todas las categorías de gusanos.

Productos de la Vid:

El proceso de elaboración del vino debe ser llevado a cabo en su totalidad por judíos desde el momento cuando se pisan las uvas.

Según el Centro Israelita Sionista de Costa Rica algunas reglas de la kashrut son las siguientes:

- Los productos derivados de la carne y los productos derivados de la leche son cocinados y comidos por separado, incluyendo esto el uso de utensilios, vajillas y cubertería especial para cada familia de productos.
- Todas las carnes permitidas (rumiantes y con la pezuña partida) deben ser tratadas de manera previa por una persona autorizada (“shojet”) y acorde con las leyes del judaísmo y bajo la supervisión rabínica.
- Las comidas que no pertenecen a la familia de los lácteos, así como tampoco de la carne (como vegetales, granos, huevos), se llaman “parve”. Estos pueden ser comidos con ambos tipos de comida (leche o carne). Para mantener el “estatus” de parve de los alimentos, es necesario que sean tratados en utensilios especiales para comida parve.
- Los pescados que son kosher son aquellos que tiene aletas y escamas. Los pescados pertenecen a la familia “parve”. Los mariscos son prohibidos.
- Los huevos con residuos de sangre tienen que ser descartados.
- Todos los alimentos procesados, incluyendo vinos y quesos, requieren certificación de kashrut.
- Los productos deben estar muy bien lavados y verificados de que no contengan insectos.
- La margarina es “parve”. Sustituya la mantequilla por margarina en caso de que necesite la receta parve.

Aunque las reglas anteriores puedan sonar complicadas, no son difíciles de aplicar una vez que su cocina esté arreglada de forma correcta. Una cocina kosher tiene bien diferenciados los utensilios de carne, de leche y parve; puede ser por código de colores, por ejemplo:

Ilustración 8: Sellos de certificación Kosher



Fuente: pairojas,2014

Hay que apegarse a las reglas de Kashrut, se sabe que tanto la familia como los invitados están disfrutando de comida preparada en concordancia con las leyes del judaísmo, enriqueciendo el espíritu, así como el bienestar físico.

En el ámbito hotelero se debe de tomar en cuenta factores esenciales en el momento de realizar eventos religiosos judíos, en la entrevista realizada al chef Diego Ríos del Hotel Costa Rica Marriott, en agosto del 2017, éste informa que es ahí donde el hotel invierte en área de cocina Kosher y es exclusiva para estos eventos, desde la loza hasta los utensilios para utilizar deben de ser separados de la vajilla que utiliza el hotel en su día a día.

Se recibe una capacitación de parte del Rabinato a cargo del Rabino y su asistente local, donde te enseñan un poco de las costumbres y cultura judías basadas en la historia y el Torá, donde te explica la importancia del círculo que debe de mantenerse cerrado para que las leyes del Kashrut sean respetadas en todo momento y que se han mantenido a lo largo de los años. Antes, durante y al final de cada evento siempre se trabaja con el supervisor del Rabinato para asegurar la integridad de los clientes, es el soporte para que todo salga bien y vela porque se cumplan con los productos autorizados. Además, le da asesoría al departamento de compras de donde puede adquirir productos certificados Kosher

La Preparación de comida kosher En cuanto a los utensilios, es muy importante que cada uno tenga destinado un solo tipo de alimentos y no toque alimentos de otro tipo. Por ejemplo, si un cuchillo es usado para cortar carne, luego no puede usarse para cortar queso,

pues de inmediato deja de ser considerado como utensilio kosher. En esta concepción, también, está prohibida la mezcla de carnes y productos lácteos de cualquier tipo. (Leyva, 2017)

Todo lleva una amplia logística desde el transporte de los productos, las vajillas correctas para cada producto y la alimentación.

La mano de Hamsa: la mano de hamesh o mano de hamsa es un motivo popular en la joyería judía. No hay nada de manera exclusiva judío en la mano de hamsa. Aparece en las culturas árabes que a menudo se refieren a ella como la Mano de Fátima. Diseños similares son comunes en muchas culturas. ¿Por qué se ha convertido en un símbolo tan popular entre los judíos? No hay una explicación adecuada en ninguna parte. Una suposición: en muchas culturas, este patrón de mano representa una protección contra el mal de ojo (una influencia espiritual maligna causada por los celos de otros), y el mal de ojo ha sido de forma histórica una superstición popular entre los judíos.

El número cinco tiene un significado simbólico adicional en las tradiciones judía e islámica. Cinco (hamesh en hebreo) representa los cinco libros de la Tora para los judíos. También, simboliza la quinta letra del alfabeto hebreo, "Heh", que representa uno de los nombres sagrados de Dios. Simboliza los Cinco Pilares del Islam para los sunitas, y los Cinco Pueblos de la Capa para los chiítas.

La mano de Hamsa judía simbolizaría la Mano de Dios. Muchos judíos creen que el colgante de Hamsa simboliza la Mano de Miriam, la hermana de Moisés y Aarón. (Melzer, 2014)

Ilustración 9: La mano de Hamsa



Fuente: Ecured,2018

Algunos judíos la llevan como amuleto de la buena suerte. Tiene forma de mano y es regular observar que tiene una imagen de un ojo en el medio. Nos recuerda la mano protectora de Dios y su ojo vigilante sobre nosotros. La palabra Hamsa está relacionada con la palabra hebrea hamesh, que significa "cinco" (con referencia a los cinco dedos de una mano).

La Mezuzah: es un símbolo pegado a las puertas de los hogares judíos que los identifica como "judíos". La Mezuzah tiene dos partes: un pergamino en el que se escriben ciertas oraciones y un recipiente protector para el pergamino. El contenedor que contiene el pergamino suele estar decorado para que resulte atractivo. Aunque el pergamino, por lo general, no se puede ver dentro del contenedor, es la parte más importante.

Ilustración 10: La Mezuzah



Fuente: Es. Chabad,2007

La Mezuzah no es, como algunos suponen, un amuleto de buena suerte, ni tiene ninguna conexión con la sangre del cordero colocada en los postes de las puertas de Egipto. Más bien, es un recordatorio constante de la presencia de Dios y su mitzvot (mandamientos). (Rudelman, 2009)

Menorá: La Menorá (en hebreo: **מְנוֹרָה**, lit. «lámpara»), es el candelabro o lámpara de aceite de siete brazos de la cultura israelita, uno de los elementos rituales más importantes del judaísmo, y asimismo, uno de sus símbolos más antiguos, remontándose su uso al pueblo hebreo acampado al pie del monte Sinaí y en su Éxodo rumbo a la Tierra Prometida, en tiempos de la Edad Antigua. (Moré, 2015)

Ilustración 11: La Menorá



Fuente: enlace judío,2017

Yom Yerushalaim o el Día de Jerusalén es la festividad donde la Menorá es el elemento más representativo para esta fiesta.

Talit: El Tallit katán o ("talit pequeño") es una vestimenta interior con flecos que visten los varones entre los judíos religiosos. Es una prenda similar a un poncho con un agujero para la cabeza y con flecos especiales torcidos y anudados conocidos como tzitziot (plural Tzitzit) unidos a sus cuatro esquinas. (Moré, 2015)

Ilustración 12: Talit

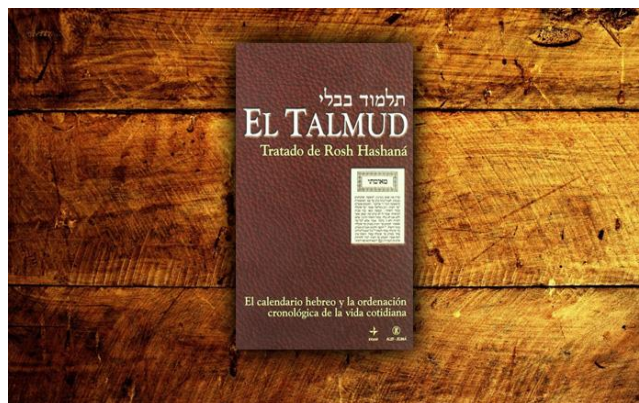


Fuente: Israel noticias,2018

Y es utilizado por los hombres en el momento de la oración en la sinagoga, y en el momento de la oración de Sajarit (la primera oración de la mañana).

Talmud = Mishna + Guemara: El Talmud (hebreo: תלמוד [talmūd], «instrucción, enseñanza») es una obra que recoge las discusiones rabínicas sobre leyes judías, tradiciones, costumbres, narraciones y dichos, parábolas, historias y leyendas. (Adin, 2000)

Ilustración 13: Talmud



Fuente: Es. Chabad,2018

Para las reuniones religiosas se utiliza este libro.

Torá: Este documento se escribe en un pergamino de cuero de animal Kosher, con una tinta especial y pluma de ganso. Si el escribano se equivoca, debe empezar de nuevo (aunque en algunos casos se puede corregir si el daño es pequeño). Para escribir el nombre de D-s, debe lavarse las manos, hacer una oración y escribirlo con una pluma especial. Si en la Sinagoga se rompe o ensucia, aunque sea una esquina de este documento, éste debe ser desechado enterrándolo en el cementerio judío. Todas las letras deben ser del mismo tamaño, grosor y la escritura debe estar justificada. (Sosa, 2002)

Ilustración 14: La Torá



Fuente: Tora.org.ar,2001

La Torá contiene los cinco primeros libros de la biblia, Génesis, Éxodo, Levítico, Números y Deuteronomio.

El Desarrollo turístico judío en Costa Rica

Con el propósito de satisfacer las necesidades que demanda la población judía, en cuanto al tema de turismo en la actualidad se tienen referencias de los siguientes lugares que se especializan y se enlistan a continuación:

Tabla 5 .Empresas dedicadas al turismo judío en Costa Rica

Entre las empresas que se dedican a servicios turísticos para judíos son:

Agencias para Judíos	Centros religiosos	Centro Deportivo	Hoteles	Museo	Restaurantes-Mercados	Tienda de productos Judaicos
Agencia de Viajes Aeronort 	Centro israelita Sionista de Costa Rica 	DISA 	Lands in Love en San Ramón 	Museo de la Comunidad Judía de Costa Rica 	Cafetería Daphna 	Tienda Beith-Zv 
Terranova.c o.cr 	Congregación Bnei Israel 		Las orquídeas en Jacó 		Deli Kosher Center 	
Costa Rica Kosher Adventure 			Hotel Marriot los Sueños 		Kosher Market 	

Jewish Agency 			Hotel Intercontinental 		Súper Kasher 	
Tierra Sináí 			Rincón del Valle en Sábana 		Kasher Center 	
Kosher Casas 			Restaurante Sisso en Escazú 		Restaurante King Salomón 	

Fuente: Elaboración propia con datos de diferentes sitios webs y consultas de campo, 2018.

A lo largo de esta investigación se abordará con amplitud lo que la comunidad judía nacional e internacional aporta al país en especial en materia turística y los alcances que ha generado, así como los esfuerzos generados por el Gobierno de Costa Rica que contribuyan al fortalecimiento del nicho de mercado.

A continuación, elementos económicos de la importancia de las relaciones Costa Rica Israel a través de los datos de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, PROCOMER.

El ingreso per cápita: El ingreso per cápita es un cálculo que se realiza para determinar el ingreso que recibe, en promedio, cada uno de los habitantes de un país; es decir, en

promedio, cuánto es el ingreso que recibe una persona para subsistir. Este cálculo se obtiene dividiendo el ingreso nacional entre la población total de un país. (Londoño, 1997)

A continuación, el ingreso per capital disponible de Israel en comparación a los costarricenses.

Ilustración 15: Ingreso per cápita en Israel versus Costa Rica

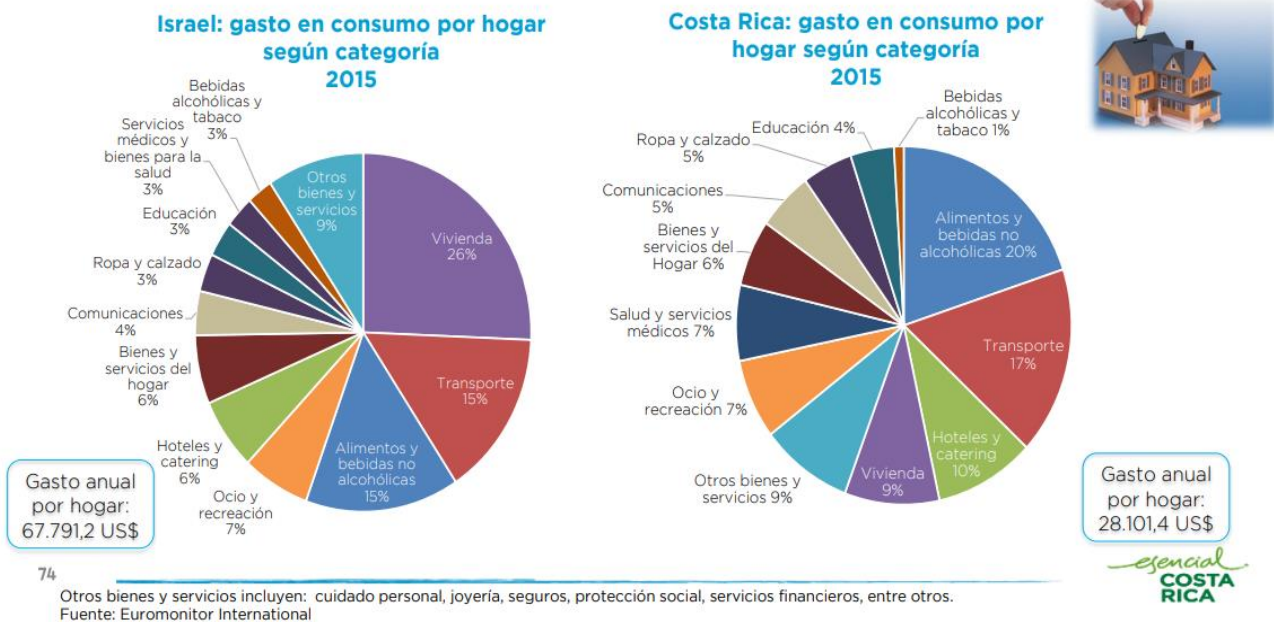


Fuente: Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) con datos de Euromonitor Internacional, 2016.

Con el fin de valorar de manera económica el poder de oferta y demanda para el sector israelí véase bien la ilustración anterior donde demuestra que las finanzas de las familias israelíes permiten un mayor consumo de bienes y servicios, donde es 3,6 veces mayor en comparación al ingreso económico que tienen los costarricenses y estos, a su vez, que aportan al mercado demandando bienes y servicios.

Ilustración 16: gasto anual del israelí versus el costarricense en las principales categorías.

El hogar israelí gasta anualmente 2,4 veces más que el costarricense. Las principales categorías de gasto corresponden a vivienda (26%) y transportes (15%), para el caso de Costa Rica, son los alimentos y bebidas no alcohólicas (20%) y al igual que Israel los transportes (17%).



Fuente: Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) con datos de Euromonitor Internacional, 2016

Ambos gráficos demuestran dos categorías que interesan para esta investigación que al 2015 los servicios de hotelería y catering, demuestra que Costa Rica es superior a Israel con un 10% sobre un 6% y en cuanto en ocio y recreación Costa Rica e Israel tienen el mismo porcentaje de gasto en esta categoría.

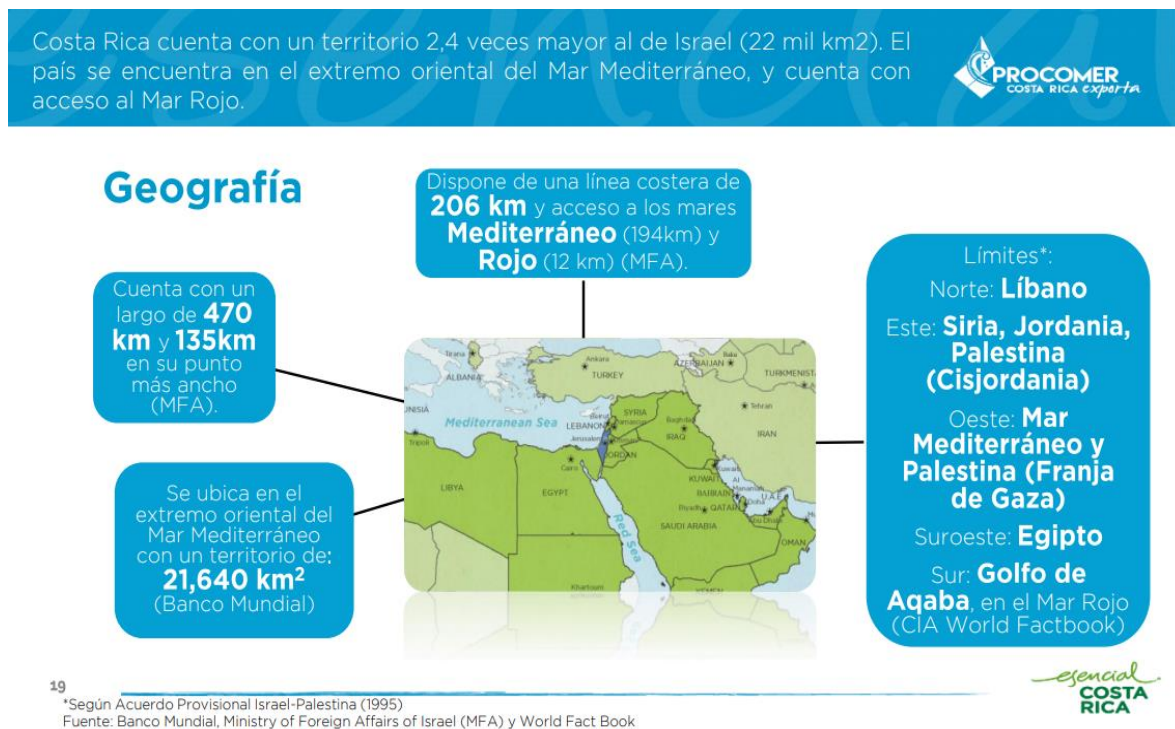
Según Procomer, en su resumen ejecutivo del Mapeo general de Israel de mayo del 2016 menciona: Israel es una democracia parlamentaria, establecida en 1948 y ubicada en el extremo oriental del Mar Mediterráneo, tiene un territorio de alrededor de 22 mil km² (lo cual es 2,4 veces menor al tamaño de Costa Rica). Cuenta con una población, 1,7 veces mayor a la costarricense (alrededor de 8 millones) y un ingreso PIB per cápita PPA 2,2 veces mayor

(US\$ 33,658) al de Costa Rica. Es un país de población joven (29 años promedio) y educada (98% de alfabetismo). El país tiene una economía de libre mercado y tecnología avanzada, cuenta con una alta capacidad de innovación, y es líder en áreas como aeronáutica, medicamentos genéricos, telecomunicaciones y biotecnología. El sistema económico es sólido y estable (incluso durante y después de la crisis del 2008), debido a una política fiscal prudente y un sistema bancario sólido. El sector servicios representa el 86% de su economía. Esta nación se encuentra a la vanguardia en agricultura desértica y regadío, ya que dispone de un alto desarrollo en técnicas de riego, invernaderos, equipos mecánicos para la cosecha y de cultivos.

Israel tiene un papel fundamental en la comercialización y transformación de diamantes, lo cual lo ha posicionado como uno de los principales países importadores (4ta posición), y exportadores (5ta posición) a nivel mundial. Este producto es, a su vez, (en términos de valor), el principal producto importado (representa 11% del total). Seguido, de éste se encuentran los aceites de petróleo (7%) y automóviles (5%). Por sector destacan, en el alimentario: hidrolizados de proteínas vegetales (9%), azúcar (9%) y cigarrillos (8%); en el sector metalmecánica: laminados (12%), alambros (9%), barras de hierro y acero (8%) y en el sector agrícola: maíz (19%), trigo (14%) y frutas (13%). En Teoría, se determinaron 63 productos que cuentan con potencial indicativo de exportación al mercado israelí. El sector que cuenta con mayor potencial corresponde al alimentario (19%), seguido de pecuario y pesca (19%) y metalmecánica (17%). Dentro de los productos se encuentran: jugos y concentrados de frutas, frutas tropicales conservadas, agua, cables eléctricos, productos laminados de hierro o acero, antiseros y medicamentos, Costa Rica exportó a Israel en 2015 un monto de 9 millones de US\$, lo cual lo posiciona como el 50avo socio comercial en importancia (en términos de valor). En 2015, se importaron 44 millones de USD. El café oro y las piñas secas representaron el 85% de las exportaciones costarricenses al mercado israelí en 2015. A nivel de importaciones, el 28% correspondió a productos para el control de plagas, por lo tanto, estos son algunos de los elementos de importancia económica para Costa Rica con respecto de la relación comercial con Israel.

Según el periódico la República los turistas que visitaron el país en 2015 gastaron el equivalente al 5,8% del PIB, es decir, unos \$3,4 mil millones (cifra que incluye el costo del ticket). Las cifras son las últimas comparables a nivel mundial, y muestran la importancia del sector turístico en la economía del país, pero también, mirando desde el lado inverso, la dependencia de esta industria. (Adelfang, 2017)

Ilustración 17: Israel y su geografía.



Fuente: Procomer con datos del Banco Mundial, Ministerio de Relaciones Exteriores de Israel (MFA) y world fact book, 2016

La ilustración muestra la geografía de Israel con 22 kilómetros cuadrados, es decir, en comparación a Costa Rica 2,4 veces mayor que Israel, donde vistos datos anteriores un país pequeño ha tenido ordenamiento político y económico para hacer negocios a través de acuerdos comerciales y realizar exportaciones o aceptar las importaciones de la manera más

globalizada posible, manteniendo estabilidad comercial a través de varios productos con su mano de obra formada para sus objetivos de desarrollo país.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

En el presente estudio se tiene como finalidad determinar los alcances del Turismo Nacional e Internacional judío en Costa Rica en el periodo 2012-2017, por lo tanto, se utilizará un enfoque cualitativo, descriptivo ya que como base de la investigación se establece estudiar por medio de la recolección de datos, información suministrada por expertos o medios de comunicación, como noticieros o revistas, empresas que brindan servicios turísticos a los judíos, literatura judía y costarricense.

De igual manera, se utilizará un enfoque cualitativo, puesto que por medio de interrogantes realizadas aquellas personas que tienen experiencia respecto del tema de investigación, se realizará un sondeo de sus comentarios y posterior a esto un análisis de los resultados obtenidos.

Para el desarrollo del enfoque de tipo cualitativo, el investigador realiza un proceso de entrevista a cada persona objeto de estudio, luego se analizan los datos y se establecen conclusiones. Con la información recabada se obtiene un panorama general del asunto planteado. En la recolección, se pretende obtener la perspectiva y puntos de vista de los participantes, así como otros aspectos de relevancia. (Hernández et al, 2014, p.8).

Método de la Investigación

Para efectos de esta investigación, se abordarán temas de interés en especial para la población costarricense que para efectos de conocimiento del aporte judío en el sector socio económico en materia de turismo ha generado en Costa Rica en los periodos 2012-2017 , para de esta manera recopilar la información necesaria para el abordaje de la investigación, tomando en cuenta aspectos como entrevistas, documentos, sitios webs y libros que proporcionen diferentes perspectivas del tema de investigación y así llegar a conclusiones satisfactorias del tema en general.

Para este estudio, se optará por un diseño descriptivo, ya que se basa en hechos y experiencias de los pequeños y medianos empresarios judíos y costarricenses conforme con la problemática en el ámbito desarrollo, de igual manera mediante relatos y opiniones de expertos se concretará la investigación y luego establecer conclusiones con base en ello.

Debido al tema de investigación estipulado, se tiene como fin analizar el contraste y evolución del sector turismo religioso judío y lo que producen, con el fin de optar por nuevas tendencias que generen un alza en el desarrollo de estas. Tomando en cuenta el enfoque anterior, la comunidad judía se someterá a un análisis, con respecto de una posible implementación de nuevos proyectos para atraer más población judía a nuestro país.

Según Hernández et al (2014), los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p. 151)

Por otro lado, en el diseño de investigación-acción, se optó por interrogar a personas con conocimientos necesarios para abordar las problemáticas que, en la actualidad, Costa Rica tiene en el tema de Turismo Religioso, y con base en esa información establecer posibles soluciones en la investigación.

Muestra de la Investigación

Población

Para efectos de esta investigación, se tomó en cuenta entidades gubernamentales como la Embajada de Israel en Costa Rica, que brinde información necesaria para el desarrollo de la investigación, de igual manera, empresas que se dediquen a la preparación y comercialización de paquetes o servicios turísticos a los judíos o servicios judíos para los costarricenses, detallado en la investigación.

Según Hernández et al. (2014) citando a Lepkowski (2008), la población se define como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p.174).

Se estipula esta población para la presente investigación debido a que tanto las entidades del Gobierno como empresas de judíos ayudaran a generar información que resuelvan las interrogantes de esta investigación, por lo tanto, no existe mejor fuente de información que esas. Ya que por su parte tienen alto conocimiento del tema por tratar en la investigación, tanto en tema de los procesos de servicios a los judíos, así como el servicio de los judíos para el sector turístico nacional.

Muestra

En la presente investigación, la muestra son todos aquellos grupos de individuos u organizaciones que brinden información esencial para el desarrollo de la investigación. Según Hernández et al (2014) define muestra, “como un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos debe ser representativo de esta”. (p.173). Existen dos tipos de muestras, la muestra probabilística y la no probabilística.

Se va a trabajar con una de las muestras para llegar a las conclusiones deseadas tomando en cuenta que la elección de esta fue no probabilística, esta elección no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con las características de la investigación. (Hernández et al, 2014, p.176).

Con base en lo anterior, se aplicarán ocho entrevistas a entidades que proporcionen los datos necesarios para el desarrollo y comprensión de la investigación, tomando en cuenta empresas

la cual sean por completo especializados en tema de Turismo religioso judío y de igual manera tengan amplio conocimiento de las tendencias de servicios que buscan los judíos en materia de turismo en nuestro país.

De igual manera, buscando tener un amplio conocimiento del tema, en la presente investigación, todas aquellas entidades del Gobierno de Costa Rica que tienen la información necesaria en tema de mercados internacionales del Turismo religioso judío y la orientación de crear o mejorar los que existen en Costa Rica.

Tabla 6. Muestra de la población

Entrevista	¿Dónde?	¿Por qué?
Entrevistado 1	Centro Israelita Sionista de Costa Rica-Museo	<p>Es la principal institución comunitaria judía de Costa Rica, poseen información y sitio de concentración religiosa, estadísticas de ingreso de turistas costarricenses al Centro e historia de la cultura judío costarricense, así como personas empresarias que poseen servicios turísticos a judíos.</p> <p>Es la dependencia que designa al Mashguájaj para la supervisión de cocinas y casas kosherizadas en el país.</p>
Entrevistado 2	Embajada de Israel en Costa Rica	Ente diplomático que brinda información de acuerdos bilaterales entre ambos países.

Entrevistado 3	Hotel Lands in Love, San Ramón.	Hotel de dueños judíos, con más de 10 años en el mercado, ubicado estratégicamente en San Ramón con ruta hacia la región de San Carlos, brinda gastronomía de calidad Kosher y en su totalidad vegana, trabajan en pro del medio ambiente y poseen un hotel y refugio para animales, brindan servicios a nacionales y extranjeros.
Entrevistado 4	Instituto Costarricense de Turismo	Es la institución rectora del turismo en Costa Rica, su objetivo principal es impulsar la actividad turística y que sea motor para el desarrollo de la economía nacional, así como poseedor de las estadísticas de ingresos de turistas judíos al país.
Entrevistado 5	Kosher Casas	Es una agencia de viajes que prepara paquetes de lujo para turistas judíos, desde el hospedaje, servicios de transporte y tours entre otros.
Entrevistado 6	The Kosher Center	Lugar que vende comida y además brinda servicio de carnicería para nacionales y extranjeros.
Entrevistado 7	Súper Kosher	Venden abarrotes y productos variados a judíos nacionales y extranjeros en el país.
Entrevistado 8	Silvia Leiderman	Organiza eventos para personas de la comunidad judía.

Fuente: Elaboración Propia con datos de los entrevistados, 2018

Unidades de Análisis

Hernández et al (2014) define que: “la unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quiénes en última instancia se va aplicar el instrumento de medición” (p. 183).

De acuerdo con lo mencionado, las unidades de análisis son definidas por el investigador para realizar el estudio, estas unidades se derivan de los objetivos específicos. Asimismo, éstas señalan los tópicos en los cuales se basó con los interrogantes del cuestionario. A continuación, se definen las unidades de análisis de la presente investigación:

Tendencias

Para efectos de esta investigación, la definición de tendencia en el ámbito turismo, se cita del sitio web Euro Aula de la escuela de turismo de Barcelona, las 8 tendencias en turismo para el 2017-2018.

Las grandes empresas tecnológicas del sector como Ota's, metabuscadores, RMS o las poco a poco más presentes en Big Data tiran de analítica de todo el año anterior para vislumbrar cuáles van a ser las 8 tendencias en Turismo de entre el 2017 y 2018, según Booking.

En el caso de Booking, analizando la opinión de 128 millones de usuarios y sus búsquedas... y éstas son sus conclusiones.

1. El horizonte de la tecnología

El avance de la inteligencia artificial ayudará por gestionar las reservas de una forma más eficaz. El dato, el 50% de los viajeros no ve con malos ojos comunicarse con una máquina siempre que obtengan la respuesta adecuadas. Para la panificación del viaje, la realidad virtual ayudará al proceso de selección y decisión del destino mediante APP's de información turística en combinación con esta tecnología. (Camí, 2017)

2. Hacer realidad los sueños

Muchas personas viajan para cumplir deseos o incluso sueños. Las preferencias, o sueños, de los viajeros para este 2018 son:

Descubrir nuevos sabores (35%)

Aislarse en una isla (34%)

Parques temáticos (33%)

En menor número se encuentran los que eligen destinos por motivaciones más culturales y/o aventura:

Valor cultural (28%)

Aprendizaje de nuevas habilidades (27%)

Viaje épico por carretera o ferrocarril (25%)

Lugar remoto (25%)

(Camí, 2017)

3. Volver a la infancia

Los tiempos pasados quizás hayan sido los mejores. Por ello, el 34% de los viajeros elige volver a los sitios donde disfrutaron de sus vacaciones cuando eran niños. En especial los viajeros y turistas de la generación Millennials, de los que al 44% les gustaría regresar a los destinos de su infancia. (Camí, 2017)

4. La Influencia del cine, Netflix y Youtube

Las recomendaciones de familiares o amigos han pasado a segundo plano a la hora de decidir un viaje.

En la actualidad, el cine y, sobre todo, las series de plataformas como Netflix, se han convertido en una referencia. De hecho, Croacia, España e Islandia, escenarios de la serie Juego de Tronos atraen al 29% de los viajeros.

Y no hay que olvidar la influencia de los youtubers y los blogueros para recomendar sitios e ideas, que son muy importantes para el 40% de los viajeros. (Camí, 2017)

5. Turismo Wellness (Turismo de bienestar)

El turismo de salud no es nada nuevo, pero el turismo en búsqueda del bienestar físico y espiritual sigue siendo un motivo para viajar.

Así, un 56% opina que caminando es la mejor forma de descubrir los paisajes, spa o recibir tratamientos de belleza (33%), ciclismo (24%), deportes acuáticos (22%), tratamientos détox (17%), yoga (16%) o meditación (15%). (Camí, 2017)

6. La Intuición económica del viajero

Los turistas tienen acceso a más información para saber rentabilizar el dinero invertido en los viajes. Un 47% decide un destino en función de las tasas de cambio y/o analiza el clima económico del destino antes de su decisión.

Sin embargo, esto no es sinónimo de ahorro ya que el 30% contempla realizar más compras en los duty free de los aeropuertos y uno de cada cuatro viajará de manera exclusiva por motivos de shopping. (Camí, 2017)

7. Las escapadas seguirán en auge

Seguirán creciendo, cada vez más, las escapadas con amigos, elegida por el 25% de los usuarios de Booking, motivadas por las ventajas económicas que conlleva viajar en grupo. El 42% de los encuestados asegura que viajando en grupo puede ahorrarse más dinero en mejores alojamientos que no podría costearse viajando solo. (Camí, 2017)

8. El año de los apartamentos turísticos

En el 2017-2018 se consolidará la tendencia de alojarse en apartamentos turísticos.

1 de cada 3 viajeros dice que prefiere dormir en un alojamiento vacacional antes que, en un hotel, mientras que 1 de cada 5, considera incluir su vivienda en plataformas como HomeAway o AirBnB. (Camí, 2017)

Beneficios

Con base en esta investigación, la definición beneficio se entiendo como la consecuencia positiva que tendrá el país en materia, social, cultural y económica con el ingreso de turistas judíos al país y los turistas nacionales proyectados al conocimiento de la cultura judía y sin

en determinado momento se llega a poner en práctica métodos de atracción turística y de inversión empresarial a nivel país para atraer un mayor número de judíos a Costa Rica por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), embajadas y Gobierno como un trabajo conjunto.

Instrumento Utilizado en la Investigación

Cuestionario

El cuestionario es el instrumento más importante por utilizar, puesto que es la base para las entrevistas por realizar y por el cual se plantean preguntas de interés del tema y que derivado a sus respuestas se obtiene información necesaria el contenido de la investigación como tal.

Según Hernández et al. (2014) citando a Chasteauneuf (2009), el cuestionario se define como “el conjunto de preguntas respecto a una o más variables que se van a medir”. (p. 217). Por lo tanto, se entiende que el cuestionario son aquellas preguntas que como consecuencia traerá consigo información de importancia con respecto del análisis de la investigación.

Proceso para la Recolección de Datos

Como fuentes secundarias, se obtuvo la información por medio de libros, revistas, sitios webs, diarios de noticias, tesis, entre otros que brinde la información necesaria para el desarrollo de la investigación. Por otra parte, las fuentes secundarias son aquellas fuentes las cuales generalizan, interpretan, sintetizan las fuentes primarias, busca desglosar mayor información tomando como base las fuentes primarias, por ejemplos: crítica literaria.

La información suministrada por medio de las fuentes secundarias sirve como comparación con respecto de lo confeccionada de la fuente primaria. Para efectos de esta investigación, las fuentes primarias contienen toda aquella información original que ha sido publicada por primera vez, asimismo, son todas aquellas donde hay contacto físico con la información a buscar, por ejemplo: las entrevistas para que respondan el cuestionario.

Luego, con la información que se obtuvo al principio por medio de las fuentes secundarias, se realizará una comparación de los datos suministrados del cuestionario, y de esta manera comentar las conclusiones de la investigación.

Método de Análisis de la Investigación

Según Hernández et al (2014), en el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que se recibe datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes. (p.418). Por lo tanto, se puede entender que los análisis de investigación, es todos aquellos métodos por el cual recopilamos la información necesaria que aporte el conocimiento necesario para el desarrollo de esta investigación

Con respecto del análisis de los datos de esta investigación, con base en el enfoque cualitativo, se establecieron categorías de análisis, éstas se basan en las respuestas que proporcionarán las personas entrevistadas, con su respecto conocimiento y aporte al tema de investigación. A su vez, se realizará una descripción de dichas opiniones, por lo cual serán estudiadas y clasificadas en cada categoría asignada.

De igual manera, se realizará una indagación de información acerca de las definiciones respectivas al estudio del tema de investigación, donde se proporcionará un análisis de comparación de las opiniones de los entrevistados contra la información que se obtuvo de las fuentes secundarias de dicha investigación.

Conforme se desarrolla el análisis de la investigación, el investigador como tal debe ir estructurando la investigación con base en la información que se va recopilando, la cual por el tipo de enfoque se debe brindar una amplia recolección de datos para llegar a obtener de la manera más correcta la conclusión de la investigación. Tomando en cuenta que la investigación se apoya en el cuestionario aplicado.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS DATOS

Este capítulo desarrolla el análisis de resultados provenientes de cada una de las entrevistas realizadas con las muestras de la investigación. Este análisis busca el criterio de cada experto en su función con el fin de estudiar los resultados obtenidos. Las respuestas, fueron divididas de acuerdo con su categoría y a su sentido de pertenencia en relación con la unidad de análisis.

Algunos de los nombres que se utilizaron para la entrevista son de carácter ficticio, debido a la confidencialidad pactada con los entrevistados para proteger su verdadera identidad, ante cualquier situación que pueda ocasionarles algún daño o inconveniente en sus funciones laborales.

El capítulo está organizado de la siguiente manera. Primero se presenta una tabla que grafica las categorías que se desarrollaron por cada unidad de análisis. Las unidades que se analizaron corresponden a los contenidos de cinco objetivos específicos de la investigación. Luego, se describe y analiza cada categoría. Este análisis se lleva a cabo comparando lo mencionado por cada una de las fuentes de información, con la teoría que le da sustento científico al presente estudio.

Una vez descritas y analizadas cada categoría, se confecciona un apartado de interpretación. Este apartado pretende relacionar cada categoría para con el problema de investigación. La interpretación dará conclusión a este capítulo con el entendimiento de lo recolectado en el cuestionario.

Unidades y Categorías de Análisis

Tabla 7: Unidades y Categorías de Análisis

Unidad	Categoría
Comportamiento o Tendencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo sostenible 2. Gastronomía Kosher 3. Servicios religiosos
Limitaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividad 2. Infraestructura 3. Seguridad ciudadana
Promoción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación 2. Inteligencia Comercial/ Esencial Costa Rica 3. Servicio

Fuente: elaboración propia con datos de cursos de la carrera, sitios webs y personas consultadas,2018.

Unidad de análisis 1: Comportamiento o Tendencias

Según la Real Academia Española (2017), el término tendencia se refiere a la inclinación de los hombres y de las cosas hacia determinados fines o direcciones.

Esta primera unidad de análisis hace referencia a todos aquellos aspectos que se deberían tomar en cuenta a la hora de la toma de decisiones con respecto del turismo judío. De esta manera se podrán analizar elementos que aporten de forma sustanciosa a esta investigación y, asimismo conocer a fondo estas tendencias.

De la unidad denominada comportamiento o tendencias, se derivan tres categorías; las cuales complementarán el desarrollo de la unidad para la presente investigación y se generan del comportamiento de los judíos que ingresan al Centro Israelita de Costa Rica. Estas tendencias son:

1. Turismo Sostenible
2. Gastronomía Kosher
3. Servicios religiosos

Y se abordan las respuestas de las entrevistas con las siguientes dos preguntas:

- ↳ A su opinión, ¿Qué planes de desarrollo ha incentivado el Gobierno de Costa Rica para el turismo religioso judío?
- ↳ ¿Cuáles tendencias de servicios turísticos judíos conoce usted?

A continuación, el desarrollo de cada categoría.

Categoría 1. Turismo sostenible

Descripción

Según lo indicado por los profesionales en las entrevistas realizadas, se conformó la categoría uno de la primera unidad la cual hace referencia al desarrollo sostenible necesaria para el desarrollo del turismo religioso. Lo anterior se evidencia en las siguientes frases:

- Conozco Kosher Expedition, hace giras, paquetes y ofrece comida, según la religión judía (estilo Kosher) y parece que ahora más hoteles que comprenden más los requerimientos de un turista religioso judío, complementándolo con un país que se proyecta amigable y protector del medio ambiente. (Entrevistado 1)

Un aspecto fuerte que no podemos dejar de lado es el seguirse proyectándose como un país que desea lograr el 100% carbono neutral para el año 2021 así como el gran valor de los recursos hídricos que tiene este país como fuente para el uso no solo de electricidad si no para la recreación de los visitantes. (Entrevistado 2)

- En nuestro caso manejamos un concepto que a los judíos les gusta mucho que es la conservación del medio ambiente y la gastronomía saludable a través de alimentos en apariencia de carne, pero son 100% productos veganos, nuestras habitaciones tienen un concepto artístico y nuestros tours de aventura son muy gustados, en si tratamos de abarcar un vacío que se resiente en otras partes del país y que muchas localidades no cuentan con servicios Kosher, para satisfacer las necesidades de este tipo de visitante.. (Entrevistado 3)

- El ICT, nos ha brindado una plataforma comercial, con la participación de la feria de Expotur, en cuanto a los Gobiernos locales en especial Manuel Antonio, Guanacaste y la Fortuna de San Carlos han hecho una labor eficiente ya que estos sitios han sido debidamente desarrollados, para nosotros no solamente ofrecer hospedaje y alimentación si no que los lugares son hermosos y van de la mano con el medio ambiente y eso al menos al turista judío le encanta, así como las actividades de aventura que el Gobierno lo reconozco han hecho esfuerzos muy grandes para promover a Costa Rica como un destino de aventura y su don de gente los han catapultado para traer turistas de todas partes del mundo.

- También a través del ICT se han dirigidos bastantes campañas turísticas promoviendo Costa Rica al continente europeo donde muchos de nuestros clientes judíos provienen de ese sector, reconocemos que no hemos conocido ni una sola campaña que se dirija a esta población en específico, pero indirectamente se hace una

labor en conjunto, el Gobierno muestra lo que ofrece Costa Rica y nosotros nos encargamos de satisfacer la necesidad del judío turista como tal. (Entrevistado 5).

- Reconozco que Costa Rica nos ha acogido muy bien y estamos muy agradecidos por eso, sin embargo, una promoción directa como tal del ICT promoviendo Costa Rica como un destino religioso o para atraer judíos como tal no conozco, sí sé que las agencias que se encargan de atraer turismo judío son los que promocional el país para atraerlos, pero como le repito directamente el ICT o Costa Rica por el momento no, aunque sería muy bueno. (Entrevistado 6)
- Por el momento no tengo conocimiento de ninguno, todo lo que he visto es cuando yo busco directamente por las agencias o contactos que tengo, pero nada del Gobierno como tal. (Entrevistado 7)
- Directamente Costa Rica para promocionar el país como un destino para judíos no lo he visto o promocionándolo como un país para profesar la religión no, nunca, lo desconozco. (Entrevistado 8)

Análisis

Según la definición del Turismo Sostenible por la Organización Mundial del Turismo (OMT), (2017) es: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Gracias a la diversidad de relaciones implicadas en la actividad turística, el turismo sostenible tiene la capacidad de actuar como catalizador de cambio en el mundo, beneficiando a la lucha de causas como el hambre, la paz y seguridad, el fomento de las economías locales, entre otros.

Los funcionarios que hicieron mención a esta categoría indicaron que el Turismo Sostenible es elemental para la atracción de más turistas judíos a Costa Rica y reconocen que el Gobierno da sus aportes de promoción y hace un esfuerzo de conservación para que el Empresario judío o nacional que genera fuente de trabajo necesaria y brinda el servicio a este nicho de mercado, con el fin de satisfacer sus expectativas y necesidades a través del Turismo sostenible y el aporte conjunto de Empresa privada y Gobierno.

Categoría 1. Gastronomía Kosher

Descripción

En esta categoría, los entrevistados hicieron referencia a la gastronomía Kosher como un aspecto de alta importancia para los visitantes judíos a Costa Rica y los desafíos a los que se enfrenta en este tema. Entre las respuestas se encuentran:

- El ICT debe de asumir el turismo judío dentro de su carpeta de posibilidad de negocios y fomentar todo el concepto Kosher en las diferentes regiones turísticas del país. Puede pensarse en una alianza público privada para fomentar esa rama del turismo.

Costa Rica debe “kosherizarse” y a la vez, venderse como tal a nivel internacional: va en dos vías. Puede promocionarse como un país que siempre ha sido amigo de Israel y que es un destino seguro y tranquilo para el judío. Sabemos que en Europa el judío teme mostrarse en público porque puede ser objeto de algún tipo de agresión. En Costa Rica es muy difícil que le pase eso.

Y como dije anteriormente, capacitar al personal ligado con el turismo para que conozca y sepa atender al turista Kosher. (Entrevistado 1)

- Hoy en día, es necesario alcanzar una economía más competitiva como condición para una inserción internacional más eficiente. Ha habido dificultades de apertura en el sector agropecuario y claramente es porque Costa Rica a nivel de país no ha logrado la competitividad requerida. Además, que esta competitividad muchas veces está al alcance únicamente de grandes productores, dejando de lado la Pymes. (Entrevistado 3)

- Como parte de nuestra filosofía de crecimiento y desarrollo, hemos definido varios elementos esenciales, dentro de los cuales han destacado una política de servicio al cliente y competitividad. Hemos destinado recursos especializados para el área de investigación, optimizando el potencial y efectividad de cada insumo agrícola procesado, garantizando al productor la confiabilidad y el rendimiento previstos. La empresa cuenta con clientes satisfechos en 11 países de Latinoamérica, quienes pueden dar constancia de la calidad de sus productos. Ser competitivos, no ha sido una labor sencilla, sin embargo, para poder destacar en el ámbito internacional, este es el requisito primordial. (Entrevistado 4)

- Propiamente hablando de nuestro negocio al turista judío o al judío en general se le ofrece una gama completa de carne vacuna de calidad superior, las aves de corral, carnes curadas, una línea completa de productos de panadería, gran variedad de coldcuts (carnes frías) estilo N.Y y hemos incorporado una chocolatería PARVE que complementa la panadería PARVE. Además, poseemos un restaurante donde si usted desea la comida para llevar o entrega a domicilio y servicio de catering se lo ofrecemos.

Ofrecemos además servicio de cenas para Sabbath y envíos a cualquier lugar del país, además de un variado menú especial para cada una de las fiestas. Eso por esa parte es nuestro negocio, pero claro está, también existe el museo de la comunidad judía ortodoxa, varios hoteles alrededor del país, que se encargan de hospedar y brindar servicios médicos o de turismo ecológico entre otros, agencias de viajes que realizan el tour a la sinagoga mayormente esos. (Entrevistado 6)

- Nuestros servicios sean turísticos o no, son indispensables ya que como proveedores somos parte esencial de ofrecer productos para que puedan realizar los platillos que cada individuo necesita, proveemos especies, granos, vegetales, frutas, dulces, bebidas y muchas cosas más, donde le proveemos a caterings, restaurantes, agencias de viajes, empresas judías como hoteles y muchos más. (Entrevistado 7)

- Como generadores de eventos para la comunidad judía, le pongo un ejemplo de lo riguroso que es esto, existe una festividad llamada Pesaj o la Pascua judía, las familias judías deben de tomar en cuenta que se debe de Kasherizar la Casa y la Cocina Bedikat Jametz ,antes de proceder al Bedikat Jametz (los alimentos que pueden contener levaduras) limpieza del

Jametz, se debe proceder primero a la limpieza de la Casa y por supuesto a la Cocina que es el lugar primario donde una casa adquiere por el uso a diario de alimentos, el carácter de no Apta para Pesaj, ya que se han preparado alimentos leudados y la levadura es prohibida para Pesaj. Entonces, es necesario hacerle una rigurosa limpieza y dejarla lista para los siete días de la Fiesta o Yom Tov, esto aplica también para los hoteles o lugares donde se realicen las celebraciones, donde se deben de preparar los alimentos que conlleva esta festividad y las bebidas.

Los utensilios usados durante todo el año contienen Jametz y no deben ser utilizados en Pesaj. Es conveniente tener un juego de utensilios especialmente para su uso en Pesaj. De no ser esto posible, se deben “Kasherizar” los utensilios de uso diario (aquellos que se pueden Kasherizar) o la opción más fácil es usar todo descartable.

También la cocina y los electrodomésticos deben ser de uso específico de Pesaj o nuevos, no se pueden utilizar las piletas, la heladera y demás artefactos sin haberlos “Kasherizado”. Como el proceso de “Kasherización” de cada uno es distinto y es imposible detallar uno por uno. Hay personas que ofrecen el servicio de casherización a domicilio, se puede consultar en el Cis y estar siendo supervisados por el Mashguíaj quien es el inspector o supervisor de Kashrut.

El vino es infaltable en los eventos de los judíos principalmente el vino mevushal que es un vino hecho y manipulado exclusivamente por judíos practicantes para las festividades judías. Eso en grandes rasgos de la importancia de la gastronomía en la religión judía. (entrevistado 8)

Análisis

Según Chesnais (1981), la competitividad es la capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar la competencia a nivel mundial. Incluye, tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto de una excesiva penetración de importaciones.

Los entrevistados tienen como enfoque el tema de la competitividad y tienen la certeza de que es la única manera para sobrevivir en el ámbito internacional. Precios, tecnologías, y atención al cliente, son elementos que, según la opinión brindada, la diferencia del resto.

También, es importante mencionar que Costa Rica debe primeramente impulsar una buena y justa competitividad a nivel nacional, para así poder competir al mercado internacional de una manera exitosa. Esto es un detalle que el país debe tomar en cuenta, buscar proteger sus recursos naturales, continuar protegiéndolos, innovar en sistemas cotidianos menos contaminantes y generar mayores relaciones internacionales para una mayor exportación de productos Kosher e internamente mayor producción Kosher sin depender tanto de las importaciones de este servicio de alimentación.

Categoría 1. Servicios religiosos

Descripción

En esta categoría, los entrevistados hicieron referencia a los servicios religiosos como el aspecto más importancia para los visitantes judíos en Costa Rica y los desafíos a los que se enfrenta en este tema, entre las respuestas se encuentran:

- Pasean más fuera del país que en su propio país, muchos prefieren hoteles de cadenas internacionales, algunos tratan de conservar o ser muy cuidadosos con el tema medio ambiental, como todos hay algunos muy religiosos como los ortodoxos por lo cual debe de tener una sinagoga cerca para los rezos y un lugar donde puedan tener un servicio de sábado o Shabat y para algunos esto no es de tanta exigencia, la comida es muy importante, por lo que la calidad Kosher tiene que estar presente en casi la mayor parte de su diario vivir y buscan estar o viajar en familia, desde el más pequeño hasta el más grande y sobre todo visitan países donde no existan problemas raciales en especial hacia las personas por ser de religión judía. (Entrevistado 3).
- Nosotros no tenemos estadísticas tan específica cómo está como lo es por ítem de religión, si los tomamos como judíos de nacionalidad costarricenses, este cuadro le ayudará a comprender que acá tienen que estar salidas de costarricenses con esa religión, ¿cuántos ?,no sabemos específicamente, pero si las salidas de costarricenses, si de aspectos de comportamiento de salidas hacia otros países se refiere.

A continuación, la tabla que representa la salida de costarricenses al exterior por mes entre el periodo 2007-2017:

Tabla 8. Salidas de costarricenses al exterior por mes dentro del periodo 2007-2017

Mes	Año										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	576,716	528,406	579,316	662,241	717,362	773,482	789,994	798,346	918,647	1,036 249	1,1150 426
Enero	46,799	38,118	54 590	62,172	70, 503	78,277	79,324	74,083	89,885	103,275	123 010
Febrero	32,8	38,621	34,315	40, 207	43,731	46,662	52,275	49,811	51,666	62,366	66,318
Marzo	44,515	45,571	41,063	56 910	47,132	58,819	68,433	52,892	77,207	90 829	83,673
Abril	45,939	42,848	49,878	44,163	65,195	61,407	52,334	74,491	65 690	71, 245	118,253
Mayo	41,382	45,704	37,017	47,673	48,448	54,191	55,646	57,462	70,663	70 524	76,023
Junio	46,117	42,595	40,221	47,514	49,505	56,407	57,649	60,765	59,152	66,834	74,674
Julio	54,007	51,861	57,566	69,775	72,478	74,316	72,014	69,895	88,981	108,94	105 950
Agosto	42,747	34,275	43,566	47 380	50 324	52,451	56,176	53,943	58,991	66,621	74,415
Setiembre	48,006	44,624	47,924	51 994	57,492	60,135	61,486	63,003	70,443	81,555	88,569
Octubre	48,806	42,989	47,886	53 569	56,452	60,976	58,353	59, 155	71,993	80,392	91,063
Noviembre	51800	42,881	46,183	53 790	57,929	61,596	62,857	62,727	75,451	78,594	83,668
Diciembre	73,798	58,319	79, 107	87 144	98, 173	108,245	113,447	120,119	138,555	155,074	164,81

Fuente: ICT con datos de la Dirección General de Migración y Extranjería, 2017.

Lo que se tiene acá es la migración al exterior de los costarricenses del 2007 al 2017, véase que el incremento de salidas abarca en los últimos 3 años de la investigación, 2015 al 2017.

Tampoco tengo muy claro qué es lo que les podría gustar, pero en general me parece que se trasladan dentro del territorio nacional en zonas donde tengan acceso a una sinagoga por su condición claramente religiosa y servicios de hospedaje y gastronómicos que sean judíos o con productos de origen Kosher, también poseemos una encuesta de extranjeros donde refleja mayormente cada preferencia del turista extranjero en el país.

Tabla 9. Encuesta de las características generales de los turistas que visitan Costa Rica, Aeropuerto Internacional Juan Santamaría Consolidado 2017

Variable de interés	TOTAL, ESTADOS				RESTO		
	UNIDOS	CANADA	CENTROAMERICA	LATINOAM	CARIBE	EUROPA	
	100	100	100	100	100	100	100
Motivos personales	89,8	96,8	97,6	54,8	78,7	80,0	96,8
Vacaciones, ocio, recreo o placer	73,9	79,8	85,8	32,2	58,4	60,0	87,9
Visita a familiares y amigos	11,4	12,4	7,8	15,4	16,1	13,3	5,3
Educación y formación	1,7	1,5	0,9	2,1	2,2	6,7	1,5
Salud y atención médica	0,8	1,3	1,0	1,1	0,1	0,0	0,0
Otros motivos personales	2,0	1,8	2,2	4,0	1,9	0,0	2,0
Negocios y motivos profesionales	10,2	3,2	2,4	45,2	21,3	20,0	3,2
Reuniones de negocios y profesionales	8,9	2,9	2,0	40,9	17,4	20,0	3,0

Conferencias o congresos	1,1	0,3	0,3	4,3	3,1	0,0	0,2
Ferias comerciales o exposiciones	0,1	0,1	0,1	0,0	0,7	0,0	0,0
Modalidad del viaje (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Independiente, organizó su viaje desde su país	55,9	63,9	67,3	45,5	54,6	53,3	41,9
Compró paquete turístico en agencia establecida en su país	18,1	16,9	12,0	6,6	14,6	20,0	30,8
Independiente, organizó su viaje estando ya en CR	16,3	14,1	18,1	10,9	16,1	6,7	22,2
La empresa\escuela\univer\iglesia organizó su viaje	7,3	1,5	1,7	36,8	13,9	20,0	2,5
Compró paquete turístico en agencia establecida en CR	2,4	3,7	0,9	0,2	0,8	0,0	2,6
¿Es ésta su primera visita a Costa Rica?	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Promedio de veces que ha venido a Costa Rica anteriormente	9,2	9,1	6,4	13,4	6,0	16,8	6,7
Nota: Esta pregunta se realiza sólo a los que indicaron Vacaciones, ocio, recreo o placer como el motivo principal de la visita.							
Manera en que se interesó (%) [Respuesta Múltiple]							
Amigos y/o Familiares le recomendaron Costa Rica	54,9	56,6	52,0	41,4	56,3	44,4	54,3
Otro web site (Diferente al www.visitecostarica.com)	20,0	17,0	20,7	3,5	20,7	11,1	27,4
Había estado en Costa Rica anteriormente por otros motivos y regresó	18,4	22,5	20,6	43,9	14,7	33,3	8,0
Leyó un artículo o anuncio en un periódico y/o revista	4,5	3,5	4,3	1,1	3,1	11,1	7,3
Una agencia de viajes (convencional) le sugirió el viaje	4,1	4,1	2,0	4,2	1,9	0,0	5,9
Vio un comercial de televisión sobre Costa Rica	3,3	2,0	3,1	1,1	2,6	0,0	6,9
Lo vio o se lo recomendó una agencia de viajes en línea	2,6	2,4	2,0	1,1	2,9	0,0	3,1
Se lo recomendó la aerolínea (tiquetes baratos)	0,9	0,7	1,8	0,0	1,6	0,0	0,9

Programa de intercambio cultural/estudiantil	0,6	0,6	0,6	0,7	0,2	0,0	0,7
Visitó el web site www.visitecostarica.com	0,5	0,5	0,1	0,0	0,1	0,0	0,7
Llamó al número 1-866-Costa Rica para pedir información	0,1	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1

Fuente: Base Consolidada Aeropuerto Internacional Juan Santamaría 2017

Nótese que el rubro de vacaciones, ocio, recreo o placer tiene el porcentaje más alto de intereses personales en las cinco regiones encuestadas y somos menos atractivos en Ferias comerciales o exposiciones con 0,0 de porcentaje de interés en las cinco regiones.

Además, las regiones que más organizan viajes a Costa Rica en el rubro de La empresa\escuela\universidad\iglesia es Centroamérica con un 36,8 y el menor organizador es Estados Unidos con un 1,5 de porcentaje.

Esta tabla es un comparativo de turistas residentes versus los nacionales, en este caso, se presenta en porcentajes más altos vacaciones, ocio, recreo o placer, donde el turista costarricense predomina con un 56,9% y en negocios o motivos profesionales es de mayor porcentaje los extranjeros con 38,5 %. (Entrevistado 4).

- Para el ser judío existe una prioridad que es a través de los hechos de la persecución Nazi, al mundo nunca se le olvide tal atroces actos y que nunca vuelvan a ocurrir, que tratemos de eliminar la violencia en especial por temas de religión como es este caso y que los dejen vivir tranquilos, como personas de bien se busca el espacio para convivir en paz y sobre todo que esto pase de generación en generación y que los niños crezcan con una mentalidad de respeto hacia los demás y no acudir a la violencia así como claramente que se le permita mantener su cultura o bien su estilo de vida religiosa que no le hace daño a ninguna sociedad, ellos son ellos y tratan de no meterse con nadie y mantener su fe milenaria es su reto día tras día . (Entrevistado 5).
- Nosotros brindamos servicios de eventos especiales para la comunidad judía si requiere que le preparemos el ofrit, la boda, el bar mitzvah entre otros, nuestra labor es ayudarles en toda la logística del mismo, la experiencia y poder asesorarles junto con el apoyo de nuestros proveedores hacen que las familias judías se sientan tranquilas a gusto y dejen sus actividades en manos de los expertos. (entrevistado 8)

Análisis

Según Daniel J. Elazar en su libro *Jewish Religious Ethnic and National identities*, indica que la religión judía es la tradición y cultura del pueblo judío. Es la más antigua de las tres religiones monoteístas, junto con cristianismo y el islam, originadas en medio oriente, llamadas religiones del libro o abrahámicas. Cuenta con el menor número de fieles entre ellas. De forma histórica, del judaísmo derivan a las otras dos religiones.

Los entrevistados indicaron como el eje central de su vida cotidiana la religión judía donde existen judíos más apegados a sus tradiciones que otros, pero que si es de mucha importancia el consumo de alimentos considerados Kosher o aptos, según las leyes del Kashrut (palabra

en hebreo que significa correcto o apropiado, conceptos judíos que determinan con precisión qué alimentos se pueden y no se pueden ingerir) así como también, contar con un centro de reunión o Sinagoga.

Resalta la importancia de mantener el país en el ámbito social estable sin actos racistas o persecuciones religiosas en especial el que le involucre a ellos por lo que para atraer a más judíos a Costa Rica es de vital importancia la educación desde los más pequeños en adelante para que se mantenga el respeto por los judíos y todas las personas de bien que habitan en un país.

Unidad de análisis 2: Limitaciones

Según la Subdirectora de Lectura y Escritura del CERLALC, Beatriz Helena Robledo, en su artículo alcances y limitaciones define limitación como una acción de fijar límites o fronteras sobre alguien, algo o cosa, que dificulta alguna circunstancia en la vida para su desarrollo normal en libertad. Se usa para demarcar los linderos de un territorio ya sea legal, social, moral, fiscal, civil entre otros. (Robledo, 2014)

El país es como una empresa y como tal se debe de saber administrar, por lo que debemos de preguntarnos lo siguiente:

¿Cómo ve a su empresa en uno o dos años? ¿Cuál de estos escenarios lo describen mejor?

- a. Seremos los creadores del siguiente servicio o producto impensable?
- b. Seremos capaces de reinventarnos, mantenernos a flote o comenzaremos a sufrir?
- d. mi empresa estará en vías de desaparición ante las nuevas demandas de consumo y servicio o tenemos la capacidad, planes de acción, capital financiero entre otros para sumir el reto?

Es por ello que se toman en cuenta tres factores determinantes para abordar esta problemática, las cuales son:

1. Competitividad
2. Infraestructura
3. Seguridad ciudadana

Las preguntas para desarrollar esta categoría número dos en la entrevista son las siguientes:

- ↳ ¿Qué aspectos debería mejorar Costa Rica, para apoyar el desarrollo del turismo judío en Costa Rica?
- ↳ A su conocimiento, explicar las limitaciones generales por lo que Costa Rica no es el principal destino para los extranjeros judíos.

A continuación, el desarrollo de la categoría número dos:

Categoría 2. Competitividad

Descripción

En esta categoría, los entrevistados hicieron referencia a la importancia de la imagen país versus las propuestas de otros países para el turismo judío y los desafíos a los que se enfrenta en este tema, entre las respuestas se encuentran:

- Creo que todavía hay mucho desconocimiento acerca del potencial que posee el turista judío internacional. Ahora el turismo se ha segmentado: por ejemplo, hay turismo médico, de congresos (ahora que tenemos el Centro Internacional de Conferencias en Heredia), etc., pero no hay –o existe muy reducido- un programa de atracción del turista Kosher.

Un elemento que serviría mucho es capacitar a agencias de viajes, hoteleros, chefs y personal dedicado al turismo en general, en lo que es la cultura y tradiciones del judaísmo. Recibí, por ejemplo, una estudiante de cocina internacional que se quedó sorprendida de que existiera un tipo de comida que se llama Kosher y quería saber más. Creo que ese es un aspecto que se ha descuidado y que países como Estados Unidos han sabido aprovechar muy bien ya que acá muchos hijos de judíos se van a este país a invertir en sus estudios o fuerza laboral muy profesional que prefieren trabajar en ese país porque les brinda más opciones laborales junto con su estilo judío el cual les permite llevar con completa normalidad su estilo de vida. (Entrevistado 1)

- Desearíamos que Costa Rica fuera el principal destino pero no lo es, muchos judíos están en su mayoría en Estados Unidos, la migración en esa zona es mayor y ellos mismos han desarrollado como una parte de Israel por decirle así de manera más amplia, con más negocios, sinagogas entre otros servicios que ellos requieren, se desarrollan en ese lugar y dan espacio para que más personas de la comunidad judía se acerquen a recibir dichos servicios con más comodidad, acá no tenemos tantos servicios como para abarcar una gran oleada de turistas judíos y tampoco sabemos si estamos preparados para recibirlos a corto-mediano o largo plazo.

Las relaciones Costa Rica-Israel son muy buenas, los procesos consulares han sido satisfactorios, las relaciones con migración y extranjería han funcionado para los judíos y relativamente hemos trabajado bien, pero podemos hacerlo mejor e impulsar el traer mayores judíos al país y que también muchos de ellos inviertan para impulsar aún más el turismo religioso judío. (Entrevistado 2)

- Igual como lo acaba de mencionar, en muchas provincias de Costa Rica tiene sus atractivos para cada tipo de turista como los parques nacionales , la naturaleza en si ya que es la carta de presentación y el cuidado del medio ambiente algo muy atractivo para los turistas, sin embargo si el turista judío no tiene un servicio de alimentación especializado en comida Kosher, no podrá estar en ese lugar por mucho tiempo o de todo lo omitirá y en cuanto a un tema turismo precisamente para los judíos estamos muy cortos a pesar de que si pueden pagar los costos que implica unas vacaciones en Costa Rica o bien para hacerse tratamientos médicos e igual tienen unos días para descansar en alguna zona fuera del gran área metropolitana, pero ese elemento gastronómico cala en alta importancia que el dinero de un judío se quede en el país .(entrevistado 3)
- Me parece que a pesar de que tenemos un buen número de judíos en el país, quizás por parte de nosotros nos falta ese estudio e impulso para concretar mayor ingreso de judíos al país y que ellos mismos inviertan en el país para atraer más a su propio nicho, esto nos ayudaría claramente a generar mayor empleo en el país y un mayor crecimiento en cuanto a los visitantes judíos que puedan pernotar por más días en el

país y más lugares sin tener que preocuparse por donde ir a rezar o comer, pero actualmente no tenemos proyecto alguno para enfocarnos en ellos a pesar de que sabemos que tienen un poder adquisitivo medio alto o alto, por los ejemplos propiamente que hemos visto acá en el país.(Entrevistado 4)

- No nos gusta la competencia pero falta más negocios como el nuestro en otros sectores del país o en lugares que los turistas desconocen y que son hermosos como la zona sur o Santa María de Dota entre otros ya que actualmente el turista llega muchísimo a Guanacaste y Manuel Antonio por el concepto de playa por decirle algunos lugares fuertes, pero falta impulsar más las zonas rurales actualmente no tan promocionadas por el Instituto Costarricense de Turismo, un servicio como el nuestros que es completamente personalizado para ellos, donde los judíos no deben de estar cargando ollas o alimentos Kosher a cada lugar que van por la gran incomodidad que esto implica y una Sinagoga en otros sectores como Manuel Antonio o bien Guanacaste ayudaría bastante a que más judíos vengan al país o al menos se queden por más tiempo ya que normalmente ellos necesitan rezar (los que son muy religiosos requieren este servicio a diario) o tener un lugar de oración casi siempre y pues para trasladarse a San José es muy largo y para muchos no les es muy atractivo la capital.(Entrevistado 5)
- Costa Rica es un país hermoso, bellísimo, muchas familias judías han hecho su vida acá sin embargo si considero que tenemos mucha fuga de talento, jóvenes judíos muy talentosos que prefieren estudiar en Estados Unidos o Europa y consiguen trabajo más rápido o en lo que querían estudiar y hay ya hacen sus vidas y familia, esa me parece que es una de las razones, otra es qué el país es muy caro para invertir y los tramites son extensos y eso cansa, se pierden como las ganas y prefieren llevar las empresas a otros países y tercero que muchos judíos pertenecen al lado de Europa por lo tanto en ese continente hay una mayor población y la manera de trasladarse por cada país es rápida y eficiente y ya los demás es el propio Israel que miles de judíos regresan año tras año por cada festividad o visitar las familias entre otras causas. (Entrevistado 6)

- Muchas personas no hablan hebreo y tampoco lo ven como una necesidad pero si las personas desean trabajar con nosotros, el turista lo ve como un plus si habla hebreo o yiddish, aparte del inglés que es casi obligatorio o al menos dominar lo básico, obviamente tener sinagogas en otras partes del país y más servicios de hospedaje y restaurante en otras partes de Costa Rica creo que haría más atractiva la estancia y se quedarían por un mayor periodo, normalmente se quedan 8 a 15 días pero un mes no caería nada mal a nadie, eso sería. (Entrevistado 7)
- Como propietaria de A & M Events, somos una empresa liderada por profesionales de la carrera de Administración Hotelera y Gerencia de Proyectos, con gran experiencia y conocimiento en organización de eventos sociales y corporativos. Apasionadas por nuestro trabajo, sabemos que cada cliente es único y se merece un trato personalizado, por lo cual creamos eventos con estilo exclusivo. A&M + Silvia Leiderman Events le realizará su evento con esmero, compromiso, dedicación y siempre cuidando cada detalle. Nuestro objetivo principal es que el cliente disfrute junto a nosotras la realización de su evento, y que guarde en su memoria la excelente experiencia de haber confiado en nuestro equipo. ¡Así que despreocúpese y deje todo en manos de los mejores profesionales!! Obviamente conozco hoteles que prestan el servicio para judíos como el Hotel Intercontinental o la cadena Marriot, agencias de viajes como kosher Expedition entre otros, creo que somos lo suficientemente competitivos porque todos los meses tenemos eventos, nosotros no paramos. (Entrevistado 8)

Análisis

Según el autor del libro los elementos de turismo, Renato Quesada Castro, menciona que los elementos esenciales de definen el turismo, nos refieren a las características inherentes que lo generan y que, a su vez, determinan sus casas prioritarias. De este modo los turistas, según sean sus características y motivaciones, salen por temporadas de sus residencias, con el propósito de visitar en su tiempo libre u obligado (propio de los negocios) un destino, para

realizar en las actividades que más le agraden, de acuerdo con sus ingresos disponibles para tales propósitos. (Castro, 2006)

Según Hassan (2000), la competitividad Turística es la capacidad de un destino para crear e integrar productos y servicios con valor añadido que permita sostener los recursos locales y conservar su posición en el mercado respecto de sus competidores.

Para entender mejor el concepto competitividad, se manejará la competitividad turística describiendo tres aspectos en los que nuestros entrevistados mencionaron denominados: Efectos socioculturales, económicos y ambientales.

1. **Efectos socioculturales:** Este podríamos decir que es uno de los aspectos más importantes a valorar ya que es el satisfacer al turista con el servicio, modales, crearle un sentido de pertenencia , hacerlo participe de la cultura costarricense, hacerlo sentir un costarricense más y que se vaya deseando volver, porque el trato fue como hacerlo sentir mejor que como si estuviera en su casa ; es parte de ese valor añadido que se menciona y que la población debe de enfocarse si desea que su cliente vuelva una y otra vez y crear el boca en boca positivo que todo negocio necesita.

Ahora bien, si lo vemos de lado del prestador de servicios o Negocio, los turistas demandan variedad de servicios y la cantidad de personal involucradas en satisfacer esos deseos y necesidades, fuentes de empleo directo e indirecto, se crean nuevas labores y profesionales, beneficiando a las comunidades anfitrionas y por lo tanto favoreciendo a sus residentes.

Por ello debe de planificarse y coordinarse todo lo relativo a la competitividad turística de manera que se garantice la excelencia, lo cual redundará en un mejoramiento de la población y el servicio que brindan.

2. **Efectos económicos:** Uno de los beneficios que más se valora en el turismo, es su aporte de divisas, provenientes del gasto total que realizan los turistas extranjeros en un destino. Este rubro es tan significativo que, en países como ocupa uno de los

primeros lugares comparados a los otros productos tradicionales) café, banano, azúcar etcétera).

Si los negocios obtienen mayores ingresos que gastos, podrán manejar presupuestos adecuados para mantenimiento, mejoras o hasta ampliación de sus instalaciones para brindar servicios a grande escala, lo cual favorecería no solo al empresario si no a la comunidad como tal para satisfacer las necesidades del turista que cada vez es más exigente.

3. **Efectos ambientales:** En la declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, se establece en el punto 18, lo siguiente (Acerenza,1995,295)

Los recursos turísticos de que dispone los países están constituidos, a la vez, por espacios, bienes y valores. Se trata cuyo empleo no puede dejarse a una utilización incontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso su destrucción. Las satisfacciones de las necesidades turísticas no deben de constituir una amenaza para los intereses sociales y económicos de las poblaciones de las regiones turísticas, para el medio ambiente, en especial para los recursos naturales, atracción esencial del turismo...

Todo debe de llevar un equilibrio humano con su entorno de desarrollo, debe de existir una responsabilidad ambiental ya que el cuidado de éste constituye fuente de empleo para la comunidad, debe de ser una tarea constante entre empresas y Gobierno.

Cabe mencionar que el país es competitivo, estos tres factores son generadores de beneficios y son nuestra marca país a través de Esencial Costa Rica ya que un país que proyecta protección del medio ambiente, leyes que regulen la protección de parques nacionales, tenga refugios de vida silvestre, trabaje de manera sostenida con la naturaleza brindando tours de diferente índole entre otros, se puede indicar que va por buen camino, pero no se puede dar el lujo de estancarse, por ello la innovación es esencial en hospedaje, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes entre otros y en este caso el Gobierno a través del Instituto Nacional de Turismo con apoyo de la Comunidad Israelita de Costa Rica y las agencias de viajes que se especializan en traer este tipo de turismo, el unificar esfuerzos por atraer turismo judío en materia promocional directa para ellos en donde su página web tenga la opción de tener una pestaña con los avances del turismo religioso en nuestro país y los esfuerzos realizados para

fortalecer dicho aspecto, generarán mayores ganancias al país y si se ve de manera positiva mayor inversión y más personas empleadas, reduciendo así los problemas sociales que los problemas socioeconómicos acarrearán.

Costa Rica debe de investigar los patrones de comportamiento de este tipo de turistas y los beneficios cuantitativos y cualitativos que el país podrá obtener con ellos ante una mayor afluencia de turistas judíos y no solo de la manera religiosa si no por motivos de negocios, médicos, bienestar, entre otros.

Categoría 2. Infraestructura

Descripción

En esta categoría, los entrevistados indicaron sus puntos de vista con respecto de la infraestructura del país como facilidades para el turismo judío y, en general, entre las respuestas se encuentran:

- Los judíos en gran parte aman visitar lugares como el teatro, de hecho algo que rescato es que en estos días se dio la puesta en escena una niña llamada Ana donde estuvo involucrado el sector privado y Gobierno, por lo cual es de gran satisfacción ya que se extiende una historia de la vida real a niños y jóvenes con el objetivo de educar a las generaciones y sensibilizar a los seres humanos que la discriminación por religión o cualquiera que sea su motivo destruye vidas y nunca va a traer algo positivo para ningún país.

Ilustración 18: Afiche publicitario, una niña llamada Ana



Fuente: Teatro Nacional de Costa Rica, 2018

Así también, como la literatura y las puestas artísticas o arte, muchos les gusta visitar museos y por supuesto visitar las sinagogas de cada país que visitan, estos de nuestra parte son los servicios que más repuntamos en cuanto a la tendencia que busca el judío, claro está que necesitan servicio de hospedaje, sala de eventos y alimentación y si son religiosos deben de estar en un lugar que les ofrezca gastronomía Kosher. (Entrevistado 2)

- Para un mejor desarrollo es necesario eliminar tantas trabas burocráticas no solo para el comerciante judío sino para todos o al menos el tiempo de espera para los tramites reducirlo, porque eso desmotiva a muchos inversionistas y prefieren invertir en un país más eficiente y eficaz en cuanto a temas de inversión se trata, el judío ve potencial en este país, nosotros somos prueba de ellos, pero si fue difícil y de mucha paciencia para ver logrado lo nuestro cumplido. (Entrevistado 3)
- A mi opinión, investigar, reunirse con las empresas turísticas judías que están en el país, consultarles, tomarles un mayor interés y apoyo en diferentes temas como lo económico, presentarles el proyecto MIPYMES Turístico, para los que lo requieren y

ayudarles a invertir o bien expandir sus negocios, considero que siempre es muy bueno preguntar y buscar proyecciones de crecimiento en conjunto ya que al fin y al cabo es para el beneficio del país como por ejemplo un mayor producto interno bruto. (Entrevistado 4)

- Un control mayor gasto de los Gobiernos locales, el mantenimiento de cada uno de los parques, calles, aceras, mantener bien bonitos con jardines con espacios de juego para los niños, que la gente recogiera las defecaciones de sus mascotas, así como poner mano dura a la delincuencia ayudaría a que el país se volviera más atractivo para muchos y no solo judíos, para todos. (Entrevistado 6)
- Cómo nos puede el Gobierno apoyar ?, nosotros si nos parece importante que desde los hogares las familias enseñen a sus hijos a respetar a cada individuo que lo que busca es el bien individual y colectivo, para nosotros el respeto es básico, saber que no somos perseguidos en este hermoso país latinoamericano se vuelve muy atractivo, sin embargo es muy pequeñito y las posibilidades de trabajo son muy escasas y el turismo acá es muy fluctuante y para un inversionista judío puede acarrear en número rojos sus finanzas si coloca su negocio y tiene alta afluencia de turistas por 4 meses , pero los demás meses restantes no, entonces creo que en general Costa Rica debe de promocionarse muy bien, evitar a toda costa el irrespeto a las autoridades, evitar tanto vandalismo y violencia en carreteras porque eso lo hace menos atractivo, si pueden trabajar más duramente en ello, el país repuntaría a ser elite en cuanto el turismo judío, me parece a mí. (Entrevistado 7)

Análisis

Según el plan nacional de turismo sostenible 2010-2016 del Instituto Costarricense de Turismo brinda un resumen ejecutivo en el cual analiza las necesidades físicas de infraestructura y servicios que serán necesarios para avanzar hacia el futuro.

La meta propuesta se basa en factores esenciales en servicios básicos para implementar la capacidad física ante el ingreso del turismo a nuestro país.

1. Incrementar la capacidad de los aeropuertos para más ingresos de las compañías aéreas y movilidad de pasajeros requerida, incluyendo la capacidad de asientos actuales y futuros.
2. La capacidad de interconexión terrestre, marítima y aérea para la comercialización del producto turístico deseado.
3. La capacidad de personal para atender el volumen de turistas que se agregan de forma periódica a la población nacional.

Y para la capacidad turística se propone desarrollar estos 6 puntos.

1. La capacidad de instalaciones hoteleras para acomodar el crecimiento de la demanda.
2. Desarrollo de un Centro de Convenciones que ya está en su culminación.
3. La capacidad de empresa tour operadoras.
4. Marinas y atracaderos.
5. Desarrollo de la zona Marítimo Terrestre.
6. Desarrollo del turismo en Parques Nacionales

Para el 2010, se registran 2461 empresas de hospedaje y un total de 43,362 habitaciones, con un crecimiento en forma neta un 2.32% para el periodo 2002-2010. (ICT, 2010)

¿Cómo se lograrán estas metas?

Según el ICT, la consolidación del modelo y las estrategias seleccionadas, precisan para su implementación la redefinición de una serie de estrategias que permitan hacer más competitivo el destino, darle un mayor valor agregado al producto, e impulsar junto con el sector privado y los Gobiernos locales una serie de estrategias dirigidas a lograr una mayor

diversificación de productos, desde los más altos estándares de profesionalización, calidad de servicios y competitividad de cada zona.

Ante esta situación se plantea la serie de 11 programas estratégicos que establece el plan de desarrollo turístico del ICT:

1. Programa de planificación y ordenamiento.
2. Programa de desarrollo de destino y productos.
3. Programa de generación y administración de información turística.
4. Programa de infraestructura y servicios básicos.
5. Programa de fortalecimiento de Cámaras y Municipios.
6. Programa de sostenibilidad turística.
7. Programa de calidad turística.
8. Programa de atracción de inversiones.
9. Programa de capacitación y sensibilización.
10. Programa de mercadeo y comunicación.
11. Programa de seguridad y protección.

Sectores involucrados para el desarrollo de estos objetivos del plan nacional de desarrollo sostenible del ICT del periodo 2010-2016 indica cuáles son:

1. Organización funcional de actores

Se resalta aquí la capacidad de gestión, que se requiere para impulsar este plan y asegurar las características y tipo de producto turístico al que se quiere llegar. En la cadena de servicios se identifican tres factores esenciales para manejar el crecimiento hacia la meta propuesta: 1. el funcionamiento del ICT; 2. desarrollo de Cámaras empresariales y redes empresariales; 3. el desarrollo de capacidades locales municipales.

2. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

La estructura y organización actual del ICT permite concentrar los esfuerzos en las acciones estratégicas apuntadas en el Capítulo 6 de dicho programa, es decir, la estructura contiene los elementos funcionales necesarios para enfocar el trabajo siguiendo los lineamientos del presente plan, lo cual representa una ventaja considerable en términos de implementación. La creación y puesta en funcionamiento de las Oficinas Regionales para el ICT, ha mejorado la

capacidad institucional para implementar los procesos de dirección, apoyo y acompañamiento requeridos en el ámbito regional.

3. Capacidad empresarial

El objetivo del plan se centra en el fomento a la competitividad empresarial, sobre todo de las micro y pequeñas empresas que son las que podrían estar enfrentando los problemas más serios de productividad y las que carecen del “know how” para el desarrollo empresarial, el diseño y operación de producto, y el acceso a canales de comercialización.

Se plantea el desarrollo de una red empresarial con procesos de cooperación y sinergias entre empresarios para asegurar una visión compartida a futuro. Es un modelo de red en el que se puedan inscribir empresas específicas (con requisitos y compromisos preestablecidos) con las cuales se trabajará a lo largo del tiempo. Esto formaría un grupo de asociados que podría evolucionar en conjunto en la dirección de los objetivos del programa, mejorando la eficiencia y eficacia de las acciones por desarrollar.

4. Las municipalidades

Para este plan es esencial que la actuación pública se desarrolle en torno a una participación muy activa de la municipalidad como responsable directo de asegurar el funcionamiento del modelo de gestión considerando al menos el ordenamiento territorial y urbanístico, priorización y ejecución de obras de infraestructura, control de calidad ambiental, promoción de inversiones, generación de capacidades locales, información turística y gestión del riesgo.

5. Legislación turística

Desarrollar una permanente vigilancia de la normativa en materia de turismo, con el objeto de garantizar que ésta se encuentre actualizada y atienda las necesidades reales y actuales del sector. Para lo cual el ICT se ha dado a la tarea de elaborar y promover proyectos de Ley y Reglamentos para contar con instrumentos que en efecto contribuyan al desarrollo del turismo en el país.

6. Seguimiento a la implementación del Plan

Para efectos de monitoreo al Plan de Desarrollo, se realizará revisiones cada dos años que permitan efectuar los ajustes y mejoras que sean necesarias para alcanzar los objetivos y metas contemplados en éste.

Fuente: Plan Nacional de Desarrollo Sostenible 2010-2016 Instituto Costarricense de Turismo, 2010.

La exigente demanda turística, genera que el país oferte por nueva y mejorada infraestructura turística si el objetivo que se plantea en un bienestar en materia socio económica pero protegiendo sus recursos naturales, por lo cual cabe analizar que Costa Rica si se prepara para los cambios que corresponden a su época, quizás no con la velocidad que espera o los cambios que se enfrentan en el tiempo como el cambio climático o desastres naturales y para abarcar de manera sostenible con el medio ambiente los que los turistas y sus ciudadanos quieren obtener y brindar en Costa Rica.

Categoría 2. Seguridad Ciudadana

Descripción

En esta categoría, los entrevistados indicaron la importancia de abordar el tema de seguridad ciudadana en el país y cómo éste afecta al turismo nacional e internacional, desde un punto de vista del turismo judío, en las entrevistas se muestran las siguientes respuestas:

- Costa Rica ha tratado de trabajar muy duro en ser un país seguro y generador e intermediario de conflictos para llegar a la paz, se menciona que este país es un país seguro para la religión judía ya que no se presenta discriminación alguna al menos en este tema, eso hace que los turistas judíos confíen no solo en visitarnos por motivo de salud, bienestar, aventura, negocios entre otros, sino que también, muchos de ellos les parece bien residir permanentemente o por jubilación o porque desean invertir su capital en Costa Rica, eso ya lo hace sentir un país seguro para sus inversiones y calidad de vida, por eso rescato que el país es amigable con el judío y eso ayuda al interés por visitarnos año tras año. (Entrevistado 2)
- Urge las carreteras al menos las rutas principales ampliarlas y tenerlas bien de marcadas y señalizadas ya que eso ayuda al libre tránsito de una manera segura tomando en cuenta que muchas personas usan el servicio de renta de autos, que por sí solo la tecnología ayuda mucho a llegar al destino, pero por nuestro sistema climático,

como por ejemplo, la ruta 32 o del parque Nacional Braulio Carrillo, con nubosidad, lluvia y constantes derrumbes sin eso, sea turista judío o de cualquier nacionalidad no se va a querer arriesgar a visitar ciertos sitios, dejando de lado el ingreso percibido que pueden recibir los habitantes de esas poblaciones y eso urge y ni qué decir de la seguridad que pueda generar el país para proteger a los turistas de robos de cualquier índole, así como los servicios turísticos con el mantenimiento adecuado como el canopy o cualquier tour con sus pólizas y seguros, manteniendo siempre los estándares de calidad correspondientes a cada establecimiento turístico que proteja a nuestro turismo nacional como internacional.(Entrevistado 3)

- Como tema prioritario la seguridad, se nota un poco afectado este tema en los últimos años ya que muchos de nuestros clientes, o futuros prospectos nos cuestionan este tema, por el hecho de las noticias y cuánto ha subido la criminalidad y la muerte de varios extranjeros ya sea haciendo rafting o bien por motivos de homicidio, robo, drogas entre otros y nuestra responsabilidad es asesorarlos lamentablemente es un tema muy negativo y palpable y claramente los turistas sienten cierta inseguridad al venir o el hecho de que acá no pueden o no es conveniente andar solos menos en horas de la madrugada entre muchos consejos más que se deben de dar para evitar ser víctimas de una mala experiencia, si este tema el Gobierno de Costa Rica lo tomará con más seriedad claramente eso ayudaría muchísimo para que el turista judío se venga tranquilo al país, eso no solo le ayudaría al turista judío, a nosotros y al país por completo. (Entrevistado 5)
- Soy consciente de que Costa Rica hace un gran esfuerzo por atraer turismo en general, pero la situación socio política que atraviesa el país da miedo y nos mal informan por medios internacionales, así como los robos, homicidios y otros hechos de vandalismo que ahuyentan el turismo o la inversión extranjera, si se controla eso creo que Costa Rica mejoraría por mucho. (Entrevistado 8)

Análisis

Según la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada el 10 de diciembre de 1948, estableció un trípede de derechos sobre cuya base se deben materializar los demás. Se enfatiza que toda persona tiene derecho a la vida, a la libertad y la seguridad, “esta última se refiere precisando que la seguridad es el correlato de las dos anteriores, en el entendido de que las personas no deben estar sometidas a una serie de amenazas, agresiones físicas o psicológicas, amedrentamientos, coacciones, extorsiones y un abanico de acciones de violencia que pongan en riesgo la vida, integridad física, la tranquilidad, la propiedad y el derecho a vivir en paz que se merece todo ser humano”, escribe el ex Defensor del Pueblo, Waldo Albarracín, en sus fichas Constitucionales. (Pública, 2014)

En cuanto a materia de seguridad ciudadana se encuentra la seguridad al turista. Información del Instituto Costarricense de Turismo en su sitio web del ICT, brinda los siguientes rubros de apoyo para los mismos:

- Atención del turista nacional y extranjero a través de los centros de información turística, así como brindarle asistencia en casos de emergencia. Orientarlo y suministrarle material de apoyo, acorde con su solicitud.
- Brindar información y asistencia al turista por medios electrónicos.
- Coordina la elaboración y publicación de material informativo para el turista.
- Recibe y tramita quejas recibidas por los turistas por insatisfacción en servicios ofrecidos por empresas turísticas.
- • Coordina y da seguimiento a la señalización turística, tanto informativa -en el caso de carreteras- como preventiva -en playas y sitios de alto riesgo para los turistas-.
- Coordina temas de Seguridad que puedan afectar al turista durante su estadía en el país.
- Coordina los programas de seguridad turística con el Ministerio de Seguridad y el Organismo de Investigación Judicial.
- Coordina temas de Seguridad con las Embajadas radicadas en el país.
- Coordinar con la Cruz Roja el programa de Prevención y Rescate Acuático en las playas de mayor afluencia turística.

Coordinación Interinstitucional en Seguridad Preventiva por medio de la Comisión Nacional de Seguridad Turística (CONSETUR). Las oficinas de información turística habilitadas por el ICT son las siguientes: Oficina de Información de San José Centro.

Ubicación: Avenida Central, entre calles 1 y 3, frente a la Librería Lehmann, Edificio de las Academias del Ministerio de Cultura y Juventud.

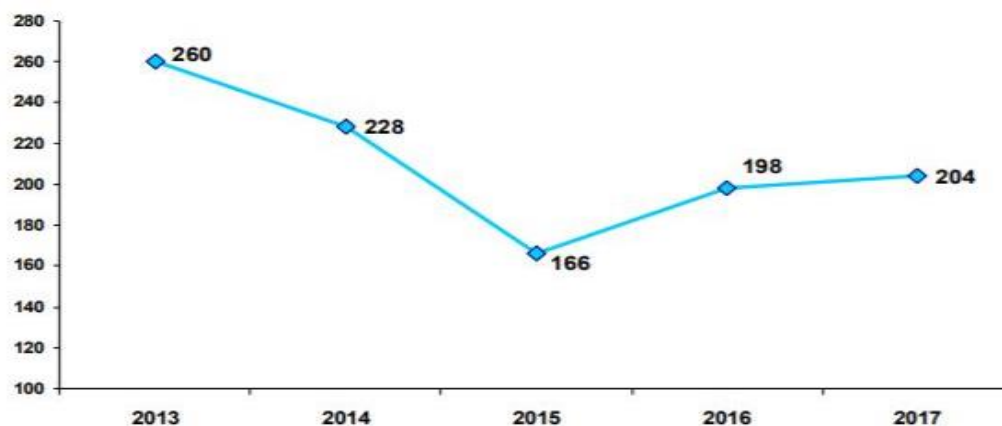
Tel. 2222-1090

Correo Electrónico: ictsanjosecentro@ice.co.cr

Sin embargo y pese a los esfuerzos país, según las estadísticas del Organismo de Poder Judicial durante los últimos 5 años va una vez más en aumento, según lo demuestra el siguiente gráfico.

Ilustración 19: Cantidad de casos de asaltos a turistas extranjeros por año a nivel nacional por los últimos cinco años.

**Cantidad de casos de asalto a turistas extranjeros, por año
A nivel nacional, periodo año 2013 al 2017**



Fuente: Unidad de Análisis Criminal de la Oficina de Planes y Operaciones del Organismo de Investigación Judicial (OIJ), 2017.

En el año 2015 fue el que menos cantidad de casos presentó, sin embargo, desde ese periodo se ha registrado una tendencia al alza”, señaló David Pérez analista criminal a.i. del OIJ.

La Policía Judicial señala que, en la mayoría de los casos, los más de mil asaltos reportados desde el 2013, se cometieron con arma de fuego, arrebatos o uso de arma blanca.

“Para la Fuerza Pública, un solo evento que se dé en cualquier modalidad es un tema que atender. Sean 200, 50 ó 10, es un tema de interés”, comentó Juan José Andrade, director de la Fuerza Pública. (Solano, 2018)

Es claro que Costa Rica debe de invertir en seguridad ciudadana, en la actualidad las malas noticias corren a la velocidad de la Internet por lo tanto se debe de tratar de fortalecer a la fuerza pública, educar a la población, tanto en materia vial, como los valores y el respeto por cada ciudadano, generar mayores fuentes de empleo para evitar los problemas sociales y luchar contra el narcotráfico, trabajar en construir o reconstruir la imagen que se tiene en el mundo, como un país seguro para disfrutar y llevarse buenos recuerdos y con ayuda del Instituto Costarricense de Turismo y cada establecimiento turístico en conjunto con la Fuerza Pública trabajar a diario para conservar y asesorar a todo turista que desee visitar el país, así como desde la niñez educar a todos en materia de respeto por su raza, sexo o religión.

Unidad de Análisis 3: Promoción

Según Jerome McCarthy (quien introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, “la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”. A esto añaden algo por tomar en cuenta: “La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto”. (William, 2010)

La promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y (según Kotler y Keller) los eventos y experiencias, para lograr sus objetivos (general y específicos). A continuación, se muestra una tabla que incluye los elementos que dispone cada una de estas herramientas:

Tabla 11. Elementos de la Promoción

Publicidad: Anuncios impresos, de radio y TV, empaque, insertos en el empaque, dibujos animados, folletos, carteles y volantes, directorios, reimpressiones de anuncios, anuncios espectaculares, letreros de exhibición, escaparates en puntos de venta, material audiovisual, símbolos y logotipos, videos.

Promoción de ventas: Concursos, juegos, sorteos, loterías, obsequios, muestras, ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones, cupones, devoluciones, financiamiento con tasa de interés baja, entretenimiento, programas de continuidad, acuerdos.

Eventos y experiencias: Eventos deportivos, entretenimiento, exposiciones artísticas, causas, visitas a las fábricas, museos de la empresa, actividades en la calle.

Relaciones Públicas: Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones, relaciones con la comunidad, cabildeo, medios de identidad, revista de la empresa.

Venta Personal: Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.

Marketing Directo: Catálogos, mensajes por correo, telemarketing, compras por Internet, venta por tv, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz.

Fuente: (Philip, 2006)

Manejar estos conceptos, permite identificar qué herramientas son más favorables para cada negocio y cuáles se ajustan a cada presupuesto, a su vez, el tipo de personal que se recluta para poder accionar la promoción del producto o servicio y lograr los objetivos de la Empresa.

En esta categoría se desarrollan tres conceptos para los entrevistados los cuales son:

1. Innovación
2. Inteligencia Comercial/ Esencial Costa Rica
3. Servicio

La pregunta para esta categoría es la siguiente:

☞ ¿Qué ventajas obtendrían los costarricenses al conocer más de la religión judía?

A continuación, el desarrollo de las respuestas de los entrevistados en la categoría número tres.

Categoría 3: Innovación

Descripción

En esta categoría, los entrevistados resaltan la innovación como factor determinante para el turismo judío y en general, entre las respuestas se encuentran:

- Los judíos con poder adquisitivo medio alto, tienen las posibilidades de viajar a cada evento que se les invite tanto dentro como fuera del país, como proyectos de beneficencia, ferias con motivos de emprendimiento o intelectuales , así como preparar sus eventos religiosos en Israel directamente o deciden realizarlo en el país, durante el año tienen muchas fechas festivas y esto hace que el turismo se mueva aún más tanto para que ellos salgan del país o bien sus amigos y familiares vengan hasta Costa Rica a celebrar sin dejar de lado que se quedan bastante tiempo casi siempre más de quince días para poder pasear y disfrutar lo que ofrece cada país que visitan , recordemos que una de las fechas festivas religiosas que más mueve el turismo judío alrededor del mundo son Rosh Hashaná que es el año nuevo judío entre setiembre y octubre, Pesaj o Pascua mes de abril aproximadamente y las bodas ya que muchas

mueven a invitados alrededor del mundo para vivir estos momentos que llenan de tal alegría al pueblo judío que es muy discreto, pero llenos de energía y muy activo en cuanto la enseñanza de su religión se refiere que es su forma de vivir , por lo que a los niños y jóvenes siempre se les busca adaptar la educación con elementos tecnológicos, campamentos dentro o fuera del país, para la enseñanza del hebreo y su educación religiosa en general para que las nuevas generaciones mantengan sus raíces judías por generaciones, es acá el desarrollo de docentes innovadores y muy respetuosos de la religión que sepan enseñar en esta época las raíces judías. (Entrevistado 2)

- He escuchado que los judíos comen muy saludable, con estándares de calidad muy altos y adoptar al menos un poco de ese estilo de vida hace la población más saludable, en especial en una época donde las comidas rápidas cada vez ganan más terreno, así como el sedentarismo, también que son personas que trabajan muy duro, son muy inteligentes en cuanto al hecho de hacer negocios y, sin duda alguna, ese modelo de educación financiera y administrativa de manejar su propios negocios individuales o familiares apoyándose entre ellos, los hace muy ventajoso y ayudan mucho al país no solo ayudando con las fuentes de empleo si no que muchos son parte de la fuerza de trabajo de este país ya que conozco médicos en importantes hospitales del país, personas que están en la política , arquitectos, emprendedores de hoteles donde el concepto, también, es de hotel para mascotas, me parece que ellos están moviéndose, viendo como crecer y expandirse aumentando su económica, tratan de vivir muy bien e innovando a diario, esa es mi perspectiva. (entrevistado 4)
- El judío costarricense que nosotros trabajamos es de clase media alta o alta, sus gustos van desde reservar las villas y el servicio culinario privado, se les lleva un chef, certificado con la Kashrut, así como los utensilios de cocina y la cocina como tal y normalmente realizan sus tours por sí solos, muchos de ellos también tienen sus casas propias muy cerca de la Empresa y reservan villas para amigos o visitantes de otros países o porque la familia es muy grande.
En su mayoría trabajamos con clientes de 35 años en adelante, pero en especial con adultos mayores o personas ya pensionadas o personas que vienen de alguna

recuperación de su salud, operación, cirugías estéticas entre otros, nuestro clientes se quedan en promedio una semana por lo que adaptarnos a facilitarle una mejor estadía a nuestros clientes es constante ya que los clientes son nuestra razón de ser, tener los espacios adaptados para el adulto mayor es tan importante que no solo las bellezas de lugares donde nuestras villas o residencias están ubicadas si no el tipo de cama, el tipo de sala, cocina todo debe de armonizar perfectamente, la piscina, las áreas verdes, los senderos, tratamos de apegarnos a las leyes de Costa Rica como deben de ser y aplicar la ley 7600 para generar la mayor comodidad y seguridad y tratar de abarcar cualquier necesidad que el turista judío requiera es parte de nuestro concepto y siempre conllevar innovación. (Entrevistado 5)

- Las culturas es algo tan enriquecedor , nos ayuda a tener identidad, para nosotros es alentador cuando un niño o joven quiere conocer más de nosotros, que es una kipá, que es la Mezuzah , que nos dicen por qué vestimos así, por qué hablamos aza, aclaro que nosotros no andamos convirtiendo a nadie, pero es importante a que la gente no discrimine por religión, como por ejemplo que fue nuestro caso y tratar de convivir en paz es parte de nuestros objetivos el enseñar a que nos respetemos los unos a los otros. (Entrevistado 6)

Análisis

Costa Rica y, en general, muchos países viven en un entorno competitivo, la innovación empresarial se ha convertido en el caballo de batalla de las organizaciones. Como expresa Enrique Dans, “el valor de la innovación no está en evitar que te copien, sino en conseguir que todos te quieran copiar”. Las compañías necesitan incorporar nuevos productos, servicios o procesos con los que mantener su posición en el mercado, cada país debe de ser consciente de lo que tiene y cómo debe ofrecerlo. Existen varios tipos de innovación, presentes a continuación:

Ilustración 20: Tipos de Innovación



Fuente: (Rodríguez J. M., 2018)

Para lograr el proceso de innovación se debe tomar en cuenta los siguientes datos, según Rodríguez en su artículo de Innovación Empresarial cita:

- **Según el Grado de la Innovación:**
 1. **Innovación Incrementa:** pequeños cambios dirigidos para aumentar la funcionalidad y prestación del producto o servicios, sin modificar de manera sustancial la utilidad de este.
 2. **Innovación Radical:** supone una ruptura con lo anterior establecido, siendo innovaciones que dan lugar a nuevos productos, diseños, tecnologías, usos o formas organizativas, que no son resultado de una evolución natural de los ya existentes.
- **Según la Naturaleza de la Innovación:**
 1. **Innovación Tecnológica:** cuando la propia tecnología sirve como medio para introducir un cambio en la empresa, mediante la aplicación industrial del conocimiento científico o tecnológico.

2. **Innovación Comercial:** variación de cualquiera de las variables del marketing que influyen en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
 3. **Innovación Organizativa:** cambios orientados hacia la organización desde la cual se desarrolla la actividad productiva y comercial de la empresa, posibilitando un mayor acceso al conocimiento y un mejor aprovechamiento de los recursos materiales y financieros.
- **Según la Aplicación de la Innovación:**
 1. **Innovación de Producto o Servicio:** nuevo bien o servicio o uno sensible mejorado respecto de sus características básicas, especificaciones técnicas y otros componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones.
 2. **Innovación en Proceso:** definición de los procesos productivos o en la aplicación de una tecnología de producción nueva o un poco mejorada, con el fin de aumentar el valor del producto final. El resultado debe ser significativo y podría afectar a la cadena de valor. (Rodríguez J. M., 2018)

La comunidad judía por su parte tiene tres conceptos muy marcados, su forma de vida por medio de la religión, la gastronomía y la cultura empresarial, por lo cual se analizará a profundidad a continuación:

La religión judía: recuérdese que la religión judía tiene sus bases en la Torá, es decir, los cinco primeros libros de la biblia escritos por Moisés (génesis, éxodo, levíticos, números y Deuteronomio), a su vez, que el nombre “judío” viene del nombre Judá, uno de los doce hijos de Jacob, y una de las doce tribus de Israel. En apariencia, el nombre “judío” se origina de sólo a aquellos que eran miembros de la tribu de Judá, pero cuando el reino fue dividido (Israel en el norte y Judá en el sur), después del reinado de Salomón (1 Reyes capítulo 12) se refiere a todos los que pertenecían al reino de Judá, el cual incluía a las tribus de Judá, Benjamín y Leví, a su vez, manejan un calendario con sus respectivas festividades de las cuales año con año las adaptan a las nuevas generaciones sin perder su esencia principal o poder proyectar de la manera correcta a grandes y pequeños, según el artículo la Santidad del Tiempo, escrito por el Rabino E. E. Dessle , indica que las festividades judías son llamadas moadim, una

palabra que puede traducirse de manera literaria como “encuentros”. Las festividades son encuentros en el tiempo.

Cada una de las festividades judías lleva en sí un regalo espiritual, uno que brinda inspiración a lo largo del año para el individuo y la comunidad, claramente las festividades llevan un proceso de organización y reúnen judíos de muchas partes del mundo, en ocasión son eventos más privados, sin embargo, sea cual sea el evento, estos requieren trabajo en equipo y personal capacitado para llevar a cabo las exigencias de las festividades judías donde el servicio de catering, el servicio de limpieza, la animación, el que prepara las invitaciones, recuerdos, el que lleva los juegos de inflables, entre otros no precisamente son de religión judía, pero han sido aceptados para brindar sus servicios a esta comunidad, generando mayores ingresos a cada una de las empresas involucradas ya sea pequeña, mediana empresa y mayor demanda de puestos laborales por lo que genera mayores beneficios a cada familia e individuo como tal.

La gastronomía: Según el artículo del diario Información del 2016 expresa:

La comida "Kosher", que cumple los preceptos judíos de alimentación, vive un boom en el mundo con el florecimiento de cientos de estos restaurantes en los últimos años, producto de un creciente turismo de los colectivos judíos más observantes.

En total, se calcula que, fuera de Israel, hay actualmente más de 4.000 restaurantes que cumplen con las estrictas normas de la alimentación judía, desde Guayaquil a Hong Kong, pasando por Tokio o la mismísima Alaska, entre distintos destinos en más de 35 países.

El fenómeno, según expertos del gremio, se debe por un lado a una mayor religiosidad en las comunidades judías de la diáspora y, también, a que son cada vez más los observantes que viajan, tanto por motivos de ocio como de trabajo y que su poder adquisitivo, sobre todo en Israel, ha crecido considerablemente.

Un restaurante Kosher es el que respeta la regla judía de manipulación, supervisión y cocinado de los alimentos, que prohíben, por ejemplo, el consumo de animales que no rumien y tengan la pezuña partida -como el cerdo- y que no hayan sido sacrificados por un "shojet" (matarife judío) cualificado.

Todo el proceso, hasta el consumo, debe estar supervisado, además por un "mashguíaj" (vigilante) autorizado por alguno de los Rabinatos reconocidos en el mundo.

Nueva York, la ciudad con más restaurantes:

Según la aplicación "Kosher near me", Nueva York es la ciudad con más restaurantes Kosher, unos 800 de los 2.593 que hay en EEUU, seguida de Francia con 334, casi la mitad de los 700 registrados en suelo europeo.

Pero la lista está lejos de ser completa y por ello la aplicación invita a los usuarios por registrar cualquier establecimiento de estas características que conozcan.

La concentración de estos restaurantes depende de dos factores: la presencia de una numerosa comunidad judía en el lugar y el hecho de que se trate de un destino turístico preferencial para judíos, por ejemplo, Tailandia.

También los hay en alejados poblados de Europa del Este en los que existen tumbas de grandes rabinos o veneradas sinagogas, y que son frecuentados por judíos ultra ortodoxos de todo el mundo.

"Hoy cualquier 'datí' (observante, religioso) puede viajar a muchos sitios sin comer todo el día bocadillos de atún con una ensalada, y hasta disfrutar de experiencias gastronómicas típicas del lugar que visita", señala Renaná Horowitz, de una agencia turística especializada en este colectivo.

Queda claro que los judíos lo que requieren de un país y que tengan a disposición servicios gastronómicos adaptados a lo que exige el Kashrut para que puedan tener mayor tiempo de estadía en los lugares seleccionados.

La Cultura empresarial judía: su base empresarial son el apoyo entre ellos mismos y se describe en detalle a continuación:

Comunidad: el judío es usual que solo se junte con judíos y confían solo en judíos para hacer negocios, hay judíos abogados, doctores, pasteleros, empresarios de hoteles y restaurantes, costureros, contadores entre otros, porque es normal que tengan un set de norma y conductas

que respetan. Han creado una comunidad mundial fuerte y poderosa que (con excepciones claro...) se apoya siempre para salir adelante... Crea tu comunidad, encuentra gente, encuentra comunidades que ya existan y únete, la unión y la organización trae la fuerza.

Otras prácticas que utilizan, según Jero Krohnengold en su artículo secretos judíos para el crecimiento ilimitado de tu negocio u organización del 26 de abril del 2017 muestra, nueve recomendaciones de prácticas judías para los negocios:

1. **Pensar en sistemas:** Esto es básico y fundamental, mientras la mayoría de las personas piensa de manera individual, los judíos tienen la tendencia a pensar en sistemas entero y si lo pensamos todo son sistemas organizados desde un átomo al sistema solar a nuestro cuerpo a una organización que produce \$100 millones de dólares anuales.

La mayoría de las personas funciona como un engranaje, cada quien es un engranaje que mueve otro engranaje a la vez, los judíos piensan en apalancamiento, mueven los engranajes, en vez de ver las cosas desde abajo e individual, ven los procesos completos que se dan y los recrean, mueven los engranajes y crean procesos para crear sistemas completos.

2. **Estrategias por encima de tácticas:** una táctica es algo que hacemos para alcanzar un determinado objetivo (vender, invertir, comprar, hacer publicidad, contratar gente, etc.) una estrategia es un conjunto de tácticas que se amplían al mismo tiempo para obtener un resultado en común. Como con los sistemas, ves todo desde arriba, dónde estás y a dónde quieres llegar y viendo los recursos que tienes a tu disposición los ordenas de tal manera que funcionen de forma conjunta para darte un resultado (o muchos).
3. **Desarrollar recursos:** Muchas veces sabemos que podemos hacer más, pero nos hacen falta recursos, por suerte contamos con un recurso que en inglés se llama "Resourcefulness" y en español es ingenio, es darte cuenta que si piensas puedes ingeniar una forma de adquirir y desarrollar los recursos que te faltan para alcanzar tus objetivos y va de la mano con el siguiente.
4. **Alianzas estratégicas:** Tú tienes algo que alguien más quiere y esa persona algo que tú puedes querer y seguro hay otras personas que tienen más cosas que compartir, si

partes de tener algo o nada, aquí entra en juego el pensamiento estratégico, ver cómo unir a personas externas para que ambos ganen y tú ganes también, siendo tú el centro de la colaboración o el engranaje más grande que mueve a todos los pequeños.

5. **Que el dinero trabaje para llegar a ti:** aunque este concepto fue desarrollado para el mercado por Robert Kiyosaki, los judíos lo hacen desde hace siglos, quiere decir que en vez de que tu trabajes dinero aprendas a mover gente, mover sistemas y hacer que la gente se esfuerce para que tú ganes dinero (naturalmente las otras personas también van a ganar). Cuando David vendía mármol y no encontraba clientes y aún no tenía dinero para contratar gente debajo de él, usó su ingenio, cada vez que se subía a un taxi o uber les decía lo siguiente - ¿Quieres ganar más dinero mientras trabajas en lo tuyo? Cada vez que veas una casa, oficina, plaza o cualquier tipo de construcción anota la dirección del lugar, yo voy a ir personalmente y ponerme en contacto con la persona que la está llevando a cabo y si se hace la venta te voy a dar una comisión-. Lo que logró fue en un periodo de 2 semanas tener a 20 personas trabajando para él y pagándoles sobre resultados. Ingenio.

6. **Re-inversión constante:** Piensa que eres un minero pobre, un día te pones a escarbar con las manos y encuentras una pepita de oro, tienes mucha hambre, pero en vez de gastar en comida, te compras una pala y sigues cavando hasta que encuentras varias pepitas, estás arto de irte caminando diariamente a dónde escavas y quieres comprar una bicicleta, pero en vez de esto comprar una excavadora. Continúas escavando y encuentras más y más pepitas y quieres comprarte una casa, pero en vez de esto las inviertes en un equipo de excavadores y equipo, entonces siguen escavando hasta que encuentran una mina de oro, entonces puedes comprar la comida, el coche, la casa y mucho más.

La mayoría de gente apenas tiene un poco de dinero extra lo gasta, el pensamiento judío es invertir lo poco hasta conseguir lo mucho.

7. **El conocimiento por encima del resultado:** Cuenta la historia que el Rey Salomón, conocido en la cultura hebrea como el hombre más sabio que ha existido, un día en la noche fue contactado por Dios que como recompensa por sus esfuerzos le ofreció un deseo –Pide lo que quieras, dinero, mujeres, poder y yo te lo concederé- pero el Rey Salomón no pidió nada de esto, sin embargo, lo que pidió fue el conocimiento

absoluto. Dios se lo concedió y al obtenerlo, obtuvo también todos los recursos para conseguir todo lo demás.

No se está diciendo que espere a que Dios le de conocimiento absoluto, si no, que invierta en tu educación. El americano promedio ve 6 horas diarias de televisión... no hay excusa para no leer o educarte por un mínimo de 20 minutos diarios.

8. **Recortar gastos estratégicamente:** Así de sencillo, ve en qué estás gastando que no sea fundamental y recórtalo.

9. **Vender a escalas masivas:** David puede venderte lo que sea, un coche, ropa, mármol, su persona o hasta la idea de que lo quieres llevar de un estado a otro a las 11 de la noche sin cobrarle gasolina (literalmente lo he visto hacer esto).
Si no sabes vender estás perdido ¿Te da pena? invierte tiempo en aprender a superarla. ¿No te gusta? Aprende a que te guste. ¿No lo quieres hacer? Hazlo o extínguete.

Sin duda alguna son recomendaciones de importancia a través de las prácticas económicas judías que se pueden practicar para nuestra aplicación.

Categoría 3: Inteligencia Comercial/ Esencial Costa Rica

Descripción

En esta categoría, los entrevistados describen los aportes o planes de Costa Rica para el desarrollo de las familias judías en el país y el turismo judío. Entre las respuestas se encuentran:

- Ninguno que yo conozca. (Entrevistado 1)

- Políticamente hablando se ha buscado en conjunto con el Gobierno de Costa Rica fomentar la cultura judía en el país y buscando la manera de hacer a los costarricenses participes de estos proyectos.

En materia cultural Se ha estado trabajando fuertemente donde, muchos han sido los espacios costarricenses de los cuales se ha logrado exponer la cultura israelí, como el Festival Internacional de las Artes, Feria Internacional del Libro, Ferias de Cultura, ahí se ha logrado ofrecer artistas de muy alto nivel, lo cual ha sido en colaboración con el Ministerio de Cultura y Juventud, el Ministerio de Migración y Extranjería y La Cámara Costarricense del Libro y se han logrado realizar exposiciones de esculturas, fotografías, danza, cine y conciertos, esto de la mano de organizaciones como el Centro Nacional de la Música, el Teatro Nacional, la Universidad de Costa Rica, entre otros. Así a su vez costarricenses se han presentado en Israel, desde grupos de danza, música, inclusive participando en grandes proyectos israelíes como la Orquesta de Cámara de Israel, quien ha tenido en varias ocasiones representación en suelo costarricense. (Entrevistado 2)

- Directamente judío religioso no conozco ninguno. (Entrevistado 3)
- Actualmente no nos enfocamos en el turismo religioso judío directamente, sino que lo que hacemos es de manera general nos enfocamos mayormente en América norte y Europa con más fuerza poder adquisitivo , somos un concepto de sostenibilidad ambiental y eso nos pone en boga y que nos son tan largas las distancias como para atraer turismo de Asia o Australia que ya es quizás menos atractivo por las distancias y buscamos promocionar al país de las principales maneras, algunos de los ejemplos de ello son:
 - Participación en ferias como FITUR en España o ITB de Alemania, eventos internacionales para fortalecer la imagen y posicionamiento del destino, así como efectuar negociaciones, con el fin de incorporar a Costa Rica en la cadena de comercialización.
 - Programa de expo ferias turísticas.
 - Programa de campañas cooperativas y relaciones con mayoristas y líneas aéreas.
 - Ejecución de acciones de relaciones públicas en el ámbito nacional e internacional, para la promoción y el manejo de imagen del destino.

- Atención de grupos de prensa internacional con giras alrededor del país, para lograr la exposición del producto turístico en medios de comunicación con publicidad no pagada.
- Atención de viajes de familiarización de mayoristas o agentes de viajes internacionales, en coordinación con tours operadores y asociaciones, mediante los cuales se logra exponer nuestro destino, los atractivos del país y brindar conocimiento de las facilidades para atención de grupos.
- Presentaciones promocionales del destino Costa Rica para agentes de viajes internacionales, con el fin de brindar las herramientas que necesitan para contribuir con la venta del destino y generar mayor visitación.
- Apoyo a socios comerciales, cámaras, asociaciones y empresas privadas en eventos nacionales relacionados con la promoción y actividades turísticas en las diferentes zonas.
- También contamos con un programa llamado MIPYMES Turística, donde evaluamos los proyectos turísticos donde a los elegidos se les da apoyo y asesoría entre otros. (Entrevistado 4)
- El ICT, nos ha brindado una plataforma comercial, con la participación de la feria Expotur, en cuanto a los Gobiernos locales en especial Manuel Antonio, Guanacaste y la Fortuna de San Carlos han hecho una labor eficiente ya que estos sitios han sido debidamente desarrollados, para nosotros no solamente ofrecer hospedaje y alimentación si no que los lugares son hermosos y van de la mano con el medio ambiente y eso al menos al turista judío le encanta, así como las actividades de aventura que el Gobierno lo reconozco han hecho esfuerzos muy grandes para promover a Costa Rica como un destino de aventura y su don de gente los han catapultado para traer turistas de todas partes del mundo.
También a través del ICT se han dirigidos bastantes campañas turísticas promoviendo Costa Rica al continente europeo donde muchos de nuestros clientes judíos provienen de ese sector, reconocemos que no hemos conocido ni una sola campaña que se dirija a esta población en específico, pero indirectamente se hace

una labor en conjunto, el Gobierno muestra lo que ofrece Costa Rica y nosotros nos encargamos de satisfacer la necesidad del judío turista como tal. (Entrevistado 5)

- Como le comenté en la pregunta anterior, en materia país si queremos ser competitivos, eviten tanto vandalismo eso ayuda a cualquier gremio, calles limpias, transito más fluido, buen manejo del inglés y ojalá hebreo, tratar de mantener los mares y ríos limpios, es decir si Costa Rica sigue trabajando para repeler cualquier tipo de contaminación y la sociedad es menos violenta cualquier país puede ser una potencia entre muchos, trabajar para ser un país de primer mundo. (Entrevistado 8)

Análisis

Queda claro que el ICT no tiene un plan dirigido a la promoción de captación de judíos para Costa Rica, sino que lo hace de manera general junto con el Gobierno, en cuanto a conservación de fauna y flora, parques nacionales, refugios de vida silvestre, manteniendo carreteras principales en buenos estados, recurso hídrico y eléctrico para las comunidades en la mayor parte del país, personal capacitado para ser guías turísticos, policías para mantener la seguridad entre otros, a su vez, se adhiere la Empresa privada y quienes se encargan de ser las agencias mayoristas, emisoras y receptoras que les brindan los servicios para el hospedaje, servicios gastronómicos, transportes aéreos, marítimos y terrestres, tours, entre otros para este tipo de turismo religioso.

Ilustración 21: Presentación de platillos judíos



Fuente: EFE, 2016

La presente ilustración es muestra de algunos alimentos especiales en la gastronomía judía como lo son los vegetales y Matzá.

Categoría 3: Servicio

Descripción

En esta categoría, los entrevistados comparten las tendencias de servicios turísticos judíos que aprecian tanto dentro como fuera del país en referencia a los judíos nacionales y extranjeros.

Entre las respuestas se encuentran:

- Eso no lo sé, yo no viajo con ellos. Yo sé que el judío costarricense viaja mucho fuera del país, como cualquier otro turista visita a sus familiares –en el caso costarricense– que habitan en EUA, Suramérica o Israel. Y por lo general, entiendo que tienen un poder adquisitivo alto. Algunos visitan Polonia, la tierra de sus abuelos, más que todo para darse una idea, pero no con la intención de regresar o de reclamar algún derecho perdido (casa, tierras, herencias). Lo hacen para recordar los horrores de la Shoah (Holocausto) y entender los padecimientos que vivieron sus antepasados hace unos 80 años.

La religión judía tiene cosas fascinantes y no estoy haciendo proselitismo hacia ese tipo de fe. Nosotros en el Museo nos hemos cuidado de no convertir este espacio cultural en algo político o religioso.

Como científico social puedo afirmar que todas o casi todas las culturas tienen elementos muy positivos y enriquecedores. El judaísmo tiene una perspectiva muy particular de la vida, los valores, la familia, saber vivir en sociedad, es más allá de un mero cumplimiento estricto de una serie de normas. Es un estilo de vida.

Puedo afirmar que el judaísmo enseña principios que, si la mayoría de costarricenses los practicáramos, tendríamos un país mucho mejor.

Conocer más del judaísmo contribuye a romper mitos y estereotipos que la gente posee, creo que por desconocimiento más que por una actitud de odio en sí. Ha habido gente que me ha dicho que la visita a este lugar le cambió por completo lo que siempre había creído respecto a los judíos y nos satisface en gran manera ofrecer este servicio, abrir las puertas del Centro Israelita para judíos y no judíos para conocer más de ellos, lo que fueron y son y la expectativa de su legado en el mundo. (Entrevistado 1)

- Ambas culturas se enriquecen en conocimiento mutuo, se podría realizar más labores en conjunto en especial el voluntariado, los judíos podríamos ofrecer o impartir más talleres, proyección de documentales entre otros no solo en San José si no en otras provincias, porque lo que se busca es la hermandad y la convivencia social constante, que persevere de generación en generación y sobre todo mostrándoles lo que somos y lo que podemos ofrecer buscamos crear un valor tan importante como es el conocimiento enriquecedor de ambas culturas. (Entrevistado 2)
- En nuestro caso manejamos un concepto que a los judíos les gusta mucho que es la conservación del medio ambiente y la gastronomía saludable a través de alimentos en apariencia de carne, pero son 100% productos veganos, nuestras habitaciones tienen un concepto artístico y nuestros tours de aventura son muy gustados, ofrecemos servicio de canopy, cabalgata entre otros en si tratamos de abarcar un vacío que se resiente en otras partes del país y que muchas localidades no cuentan con servicios Kasher, para satisfacer las necesidades de este tipo de visitante.

Nuestros servicios abarcan nacionales, extranjeros sean judíos o no judíos, nos enfocamos en una gastronomía que es lograr comer más sano, a nosotros nos interesa muchísimo porque es nuestro negocio que vengan a conocernos que disfruten de nuestros servicios, que realicen los tours que ofrecemos, que conversen con nosotros que nos pregunten, que les hablemos un poquito en hebreo que sepan que es un idioma de muchos años de antigüedad y detrás de la palabra judío, significan muchas cosas y una gran historia que contar y que deseamos que se mantenga por muchos años más o por siempre.

Es importante que las personas tengan en consideración una manera de consumir sus alimentos más saludables y realmente nuestra Empresa, une los elementos esenciales para que el huésped, se aventure en nuestras instalaciones, disfrute de variedad de tours a cómodos precios, se alimente bien y duerma bien.

A continuación, pueden ver un volante de los servicios que ofrecemos:

Ilustración 22: Volante de servicios del Hotel Tierras enamoradas.



Fuente: Hotel Lands in Love ,2017

Los esperamos en nuestras instalaciones para que vivan una experiencia que a nuestro parecer es agradable. (Entrevistado 3)

- En materia turística tenemos conocimiento de los servicios del Hotel tierras enamoradas que son de propietarios judíos, brindan comida vegetariana y productos Kosher y tienen un refugio de perros y son muy amigables con el medio ambiente. Tenemos varios conocidos judíos que sabemos que hacen sus eventos en Hoteles Marriot e Intercontinental porque poseen certificación Kosher y estas cadenas se adaptan a las solicitudes religiosas que exige esta población. (Entrevistado 4)

- Nosotros en general brindamos un servicio 100% para satisfacer las necesidades del judío en especial si son muy religiosos, nuestro negocio es brindar villas de lujo con cocina Kosher con chef privado, así como también preparar paquetes de tours en sectores estratégicos a través de alianzas comerciales con otros negocios judíos y de capital costarricense o de otras nacionalidades, esa es nuestra razón de ser. (Entrevistado 5)
- Dicen por ahí que el saber es poder y resalto que nuestra manera de comer es saludable y tratamos de que el animal que va hacer consumido nuestras técnicas son todo lo contrario al maltrato del animal y no deseamos que sufra y eso sería bueno para que otras carnicerías o mataderos tomen en cuenta y la carne sea suave y muy rica, a su vez somos conscientes que los productos que vendemos o servimos al estilo judío de comer es alto económicamente hablando, pero es saludable y eso sería bueno que en general sepan que deberían de considerar un estilo de vida en cuanto alimentación más saludable. (Entrevistado 7)
- En mi caso yo soy feliz ofreciendo mis servicios para eventos y eso es de lo que voy hablar, tener a la mano todos los productos, desde las flores hasta la comida y mucho más me ayuda a crear eventos únicos para mis clientes y les genera satisfacción a todos ellos, es lo que hago y son servicios esenciales para la comunidad judía porque gracias ellos muchos vienen hasta Costa Rica para presenciar como invitados o colaboradores del o los eventos. (Entrevistado 8)

Análisis

Según Julián Pérez Porto, servicio lo definen como con origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena).

Las Empresa turística pone a disposición una amplia gama de servicio de acuerdo con su categoría si son empresas de alojamiento, gastronomía, servicios de tours de un día, horas o varios días, servicios de suvenires, salones para eventos cualquiera que sea su tipo, entre otros,

con el fin de generar utilidades brindando su producto turístico de tal manera que sea comercializado eficaz y eficiente dentro del nicho de mercado elegido.

En el mundo existen los siguientes tipos de judíos, los principales son tres, según Pintor judeo-ruso de Vitebsk, Asknaziy (1856-1902) trabajó temáticas costumbristas y bíblicas.:

1. Askenazi es el nombre dado por Alemania a los judíos y asquenazí («alemán») es el nombre que recibían originalmente los judíos de Alemania.
2. Sefaradí es el nombre hebreo para lo que conocemos como España. Sefaradí quiere decir "español" en hebreo clásico y es la palabra para designar a los judíos de España y Portugal.
3. Mizrají o mizrajim es el nombre dado a las comunidades judías que inmigraron de los países del Medio Oriente, notable de Yemen, Irak, Persia o la Palestina Histórica.

Es claro que todos son seres humanos con gustos o preferencias parecidas, pero no del todo, por lo que en Costa Rica, nuestro producto turístico debe de ser llevado de la mano con la empresa privada que sí los conoce bien, que sabe qué y cómo ofrecerles lo que nosotros les vendemos, pero que no sabemos cómo pero que su propia comunidad judía sí, por lo tanto, es vital que Costa Rica mantenga una relación sana con los judíos, o bien, con la embajada de Israel, España entre otros ya que al cabo de los años podemos visualizar que traen beneficios al país y pocas veces lo contrario, que ellos si les interesa venir al experimentar lo que Costa Rica ofrece, pero que el servicio que ellos requieren es una necesidad y como tal debe de ser abordado por profesionales en la materia para de esta manera mantener a la comunidad judía comprando y promocionando los servicios que Costa Rica les ofrece y que es amigable con su modo de vivir.

Interpretación de los Datos

En el proceso de recolección de la información por medio de las entrevistas con la muestra establecida, se arrojó una serie de interpretaciones las cuales, a continuación, serán analizadas de una manera más amplia y con el fin de poder tener una mejor interpretación del tema.

Los entrevistados aseguraron que turismo sostenible es como se dice de manera popular nuestro “caballito de batalla”, reconocen que el esfuerzo al éxito de venderse como un país verde es por el trabajo del Gobierno a través del ICT, Instituciones educativas públicas y privadas para preparar mano de obra involucrada de manera directa o indirecta en ofrecer bienes y servicios turísticos, así como la empresa privada y los constantes esfuerzos de programas de voluntariado para mantener la zonas del país limpias y la protección de la vida silvestre a través de sus parques nacionales, refugios, áreas de conservación, entre otros.

Los entrevistados afirmaron la importancia tan elevada que tiene su estilo de alimentación, la gastronomía Kosher y todo el proceso que conlleva para el consumo de la religión judía; la confianza de dichos productos es la certificación con los sellos Kosher que representa la kashrut o lo aceptado por esta religión para el consumo como individuos y familia, los eventos o festividades son un arraigo fuerte durante todo el año y recalcan que los utensilios y los lugares que alquilan o reservar también debe de cumplir con sus estándares de calidad, desde los cubiertos, vajilla y todo utensilio religioso que se requiera.

Los entrevistados ratifican que su centro es la religión, debe de existir en cualquier plan de viaje al menos una parada a una sinagoga, se recalca la comunidad judía de Costa Rica, como un lugar que cuenta con su propio cementerio, centro de primaria y secundaria que es el Instituto Dr. Jaim Weizman, escuela judía con el 100% del alumnado judío, Hanoar Hatzioni (único movimiento juvenil), museo comunitario, Damas israelitas, institución de Hasbará, Bnai Brith, club deportivo y Corona de Oro que es un centro especializado en el adulto mayor.

Trabajan de la mano con la embajada de Israel en Costa Rica para las festividades religiosas y cualquier ayuda que requiera un turista judío.

No promueven su religión, en ellos no está el convertir personas al judaísmo, lo ven muy de ellos, pero sí buscan la manera de educar a los costarricenses en respetar los derechos

humanos y evitar el odio por religión, por lo tanto, realizan presentaciones al público, en general, como obras de teatro para la concientización de la problemática que acarrea el odio o promoverlo en cualquier sociedad.

Los entrevistados en materia de competitividad ven como un obstáculo los precios tan altos en servicios de transporte, algunos tours, alimentación, la inseguridad en los últimos años les preocupa ya que afecta la llegada de turistas al país y los turistas que deseen invertir en compra de casas, establecer sus empresas, entre otros, les genera preocupación el tema de seguridad ciudadana y la tramitología tan extensa para montar sus empresas al igual que el tema de impuestos, pago de seguros, servicios básicos, entre otros.

Se menciona la afectación en cuanto a sitios turísticos con poca inversión de servicios judíos por lo que zonas de importancia turística para la religión de ellos no aplica por lo que pueblos, lugares costeros entre otros el turista judío tiene poca o nula estancia, afectando el ingreso de dinero a los pobladores de cierta religión.

La infraestructura es otro tema que incomodó a la mayoría de los entrevistados, esto debido a que las carreteras, puentes, aceras poseen diseños muy deficientes, señalización nula o con poco mantenimiento, carreteras con huecos sin reparar por meses y las presas en varias partes de la ciudad les crea estrés, afectando itinerarios en vez de un servicio de transporte pronto y cumplido, por lo que Costa Rica es también referenciado como un país con mucho tráfico y por lo cual debe de abundar la paciencia.

A su vez, los entrevistados reiteran su preocupación por la seguridad ciudadana, en su mayoría exponen cómo este tema puede afectar de forma negativa el turismo en el país y cómo han tenido que reforzar a sus clientes las maneras para protegerse de estafas o robos, así como la lucha que viven para convencer a sus clientes que vengan al país ya que medios internacionales exponen al país indicando lo que ocurre aún más cuando un homicidio de un turista se presenta en territorio nacional.

Eso sí indican que el turista judío se siente a gusto en el país ya que no sufren de odio, persecución o racismo por el pueblo costarricense, todo lo contrario, agradecen la gentileza y el buen don de gente.

Para los entrevistados la innovación es la clave para el desarrollo del turismo judío en Costa Rica, el turista judío nacional o extranjero tiene: una Kehilá o comunidad muy activa en Costa Rica y alrededor del mundo, el judío es una persona que busca respaldo entre su misma religión, la idea central es que se quiere ver más judíos invirtiendo en turismo de ocio, negocios, ferias, turismo médico entre otros, se le brinden las facilidades como infraestructura innovadora, más áreas que cumplan con la ley 7600 que es la ley que busca la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad, precios accesibles en cuanto a turismo médico ya que existen hospitales privados con precios poco accesibles para los judíos que no son tan pudientes y clínicas privadas más accesibles no cuentan con personal capacitado para tratar a esta población como el idioma o alimentación que ellos requieren mientras están en recuperación, en cuanto a educación mencionan la importancia de mantener desde la familia el respeto por las personas que no le hacen ningún tipo de daño a otras, todo lo contrario el deseo de contribuir en un país de bienestar para todos.

La innovación, también, debe de resaltar en la producción ganadera y agrícola con base a sus estatutos que Costa Rica brinde esos servicios hace que los precios de importación disminuyan y, por lo tanto, los pueden encontrar a precios más económicos en los mercados.

La inteligencia comercial a través del ICT, los entrevistados, indican que de parte del ICT como una promoción directa para atraer turistas de religión judía al país no existe y no se ve que la realicen ni a corto o mediano plazo, lo que el ICT hace es promocionar a Costa Rica en general en países donde ven mayor potencial con base en sus estudios de mercado.

Lo que sí indican los entrevistados es que ellos mismos a través de sus redes sociales, sitios webs, la promoción boca a boca hacen para que sus clientes o potenciales clientes vengan al país e inviertan su dinero en sus negocios.

El servicio es una herramienta esencial para el marketing del producto o servicio que desean ofrecer, recuérdese que el judío es por naturaleza comerciante, es de producir y vender, abrir negocios y siempre busca la manera de no quedarse atrás en las tendencias propuestas de cada año en materia comercial o de negocios, los hijos de judíos nacidos o no en el país siempre buscan cómo innovar y se capacitan dentro o fuera de la región, se recalca que buscan innovar en todo lo que puedan sin perder sus valores religiosos, el hecho es la creatividad de los

servicios que ofrecen y el satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes es uno de sus mayores objetivos.

En general, el turista judío debe de tener en su estadía en el país, una sinagoga, centros gastronómicos como restaurantes o supermercados con productos de certificación Kosher, lugares, tanto pequeños como masivos con servicios básicos y con personal capacitado para atender eventos para judíos, así como infraestructura vial adecuada para el correcto traslado de los judíos de un lugar a otro.

En cuanto a Educación manejar el respeto y buen servicio al cliente sin discriminación, es para ellos un plus si habla yiddish o hebreo a parte del inglés que es el idioma universal.

Se recalca que el turista judío nacional o extranjero si le interesa el país, le gusta el concepto medio ambiente que se ha elaborado por años, pero le preocupa, en la actualidad, el problema de seguridad ciudadana.

Instan al país en trabajar por la mejora continua en general y el sector privado se encargará de recibir a los judíos y satisfacer sus necesidades e irse de sus establecimientos de la mejor manera posible.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones de la Investigación

En el presente capítulo se establecerán las conclusiones y recomendaciones arrojadas por la presente investigación. Primero, se mencionarán los resultados obtenidos, y luego, se establecerán las recomendaciones que se encontraron en la investigación.

La presente investigación estableció un proyecto que comprendía un planteamiento del problema, justificación, objetivos generales y objetivos específicos. También, la investigación como tal se presentó desde un esquema de tipo cualitativo, donde se realizó un cuestionario que sirvió de guía para las muestras de las entrevistas utilizadas en la investigación y usando tablas de diversas fuentes logramos obtener los resultados cualitativos. De dichas respuestas se extrajeron las categorías de análisis.

1. Se concluye que, aunque Israel es más pequeño en territorio que Costa Rica el individuo israelí posee un mayor ingreso per cápita que el costarricense, eso les da posibilidad a las familias israelíes en demandar más bienes y servicios.
2. También, un 13% lo destina a hospedaje, servicio de catering o eventos, ocio y recreación, con base en los datos de Procomer para el 2015 suponiendo que en las encuestas realizadas por el personal del aeropuerto internacional Juan Santa María los turistas de cualquier nacionalidad, sexo o religión, invierten en nuestro país un promedio de \$1,784,9 dólares para un aproximado de 12 noches de estadía y basados en el estudio que dio el periódico la República los turistas que visitaron el país en el 2015 gastaron el equivalente al 5,8% del PIB, es decir, unos \$3,4 mil millones (cifra que incluye el costo del tiquete).
3. Por lo tanto es concluyente que el turismo sigue siendo un sector de alta importancia para las habitaciones de Costa Rica al no solo tener variedad en fuentes de empleo directos 150 mil en a proximidad y 350 mil según el ministro de Turismo el señor Mauricio Ventura en un reportaje a la Prensa Libre en el 2015, si no que a su vez

generan satisfacción en los turistas que pueden llegar a visitarles más de una vez en sus vidas o durante el año por diferentes motivos de los cuales los principales para Costa Rica son, vacaciones, ocio , recreo o placer, según la encuesta proporcionada a los turistas por parte del personal del aeropuerto Internacional Juan Santa María.

4. Se indica, que Costa Rica en los últimos años ha adquirido popularidad, según la estadística realizada por el ICT el 2016 fue el año donde más turistas israelíes ingresaron al país con 17,186 individuos de esa región, datos de los entrevistados demuestra que la Nación se ha convertido en un atractivo importante por la innovación a través del desarrollo en conjunto con los residentes de religión judía de Costa Rica al incorporar servicios de todo tipo para satisfacer sus necesidades, donde destacan servicios de alimentación como el más importante, no solo por el contexto bíblico si no que, a su vez por los beneficios en la salud que indican ellos que esta forma de vida los hace más saludables, eso sí , reconocen que es más estricta y de forma económica los productos son más elevados y que la certificación Kosher es elemento esencial para que aprueben el consumo de productos en establecimientos que cuenten con dicho certificado, seguido de la sinagoga que es el principal lugar de congregación y personal capacitado para realizar los eventos religiosos y sus festividades judías dentro del país.
5. A sí mismo, que Costa Rica tiene a su favor el ingreso de más judíos provenientes de diferentes países que no solo por las buenas relaciones políticas y comerciales que menciona el personal de la embajada de Israel si no, que a su vez, el ser costarricense no discrimina o no se ven amenazados por su religión, así como el judío ha podido consolidar sus empresas en el país de la mano con conceptos de protección al medio ambiente, ecoturismo, hoteles de cadena de alto renombre que ofrecen servicios a los judíos entre otros; sin embargo, de parte del Gobierno de Costa Rica no se tiene intenciones por parte del ICT en preparar promoción directa para atraer al turista judío, sino que trabajan en promocionar otros países principalmente de Europa y Norteamérica como un todo con conceptos generales de Costa Rica, no directo para el turismo religioso.
6. También, que los motivos principales por los que Costa Rica no es el principal destino para los extranjeros judíos es debido a que requieren de locales comerciales que les aporten comida Kosher y servicios de sinagogas y no todos los destinos turísticos de

nuestro país los poseen, por lo tanto, las agencias que ofrecen servicios omiten lugares importantes de carácter turísticos por ser faltos de sinagogas o lugares con gastronomía Kosher, reduciendo así las posibilidades de dinero para familias o comercios de dicho sector.

7. Además que la comunidad judía en Costa Rica hace un gran esfuerzo por mantener sus costumbres y educar a los costarricenses a través de la importancia del respeto hacia los judíos y viceversa sin ninguna intención de convertirlos al judaísmo, es mediante educación y concientización por medio del Museo del Centro Israelita, obras de teatro, charlas en centros educativos y ayudar a otros a través de las contrataciones de personal para sus empresas que son muy variadas según la tabla 1 de esta investigación además, presentación en la feria del Museo, feria del libro y otros eventos que permiten abrirse a los costarricenses y extranjeros en general sobre el conocimiento de la religión judía, lo que han hecho alrededor del mundo, su cultura, eventos sociales y religiosos, gastronomía, forma de realizar turismo entre otras formas de vida de la comunidad judía que se relacionan en el ámbito del turismo .
8. A la vez, que del periodo 2012 al 2017, la comunidad judía en Costa Rica ha crecido y a nivel turismo, dígase hoteles, restaurantes, agencias de viajes, centros de recreo, salones de eventos y organizadores de eventos, entre otros, el sector privado ha desarrollado locaciones para tratar de abarcar todas las necesidades de este sector con ayuda del Gobierno de Costa Rica, acrecentando de manera unilateral las relaciones díganse buenas con Israel, para generar seguridad ciudadana, seguridad vial, respeto por los derechos de los judíos de cualquier nacionalidad en su libre tránsito y libertad de expresión, protección medio ambiental, relaciones comerciales entre otros.

Recomendaciones

En el presente apartado se establecerá una serie de recomendaciones a los protagonistas de la investigación, éstas derivadas de la información recolectada y de los comentarios por parte de los entrevistados.

Se recomienda al Instituto Costarricense de Turismo

- Crear planes de promoción para el turismo religioso judío como un lugar confiable, seguro, respetuoso de sus derechos para el libre desarrollo de la estadía en el país, esto en conjunto con las agencias de viajes que tienen como objetivos este nicho de mercado.
- Promocionarse en Ferias turísticas en Israel al menos una vez al año, o bien, hacer convenios con Empresas de turismo judíos que puedan realizar desde la promoción, compra del stand y tener el personal adecuado que hable hebreo, español e inglés para generar un incremento en las visitas del turista judío.
- Ser estrictos e incentivar y orientar a las empresas a manejar código de conducta para la protección de niñas, niños y adolescentes contra la explotación sexual, comercial asociada a viajes y turismo en Costa Rica de la manera más pronta y cumplida así como motivar a las empresas turísticas a que no permitan estas prácticas negativas en sus establecimientos manteniendo la buena conciencia en cuanto a los derechos y protección de los niños y adolescentes con el objetivo de erradicar estas prácticas y generando mayores comentarios positivos nacionales e internacionales que abran paso a la tranquilidad de las familias judías o turistas, en general a la hora de tomar en cuenta si desean venir a visitar el país.

Se le recomienda al Centro Israelita de Costa Rica

- Tomar en consideración ampliar las instalaciones del Museo de la comunidad judía y renovar salas de exhibición, esto tomando en cuenta la tabla número 3 donde las visitas de judíos y no judíos cada vez se está incrementando más llegando al año 2017 en su

pico más alto con un 21,64% en promedio de llegada de visitantes registrados y sabiendo que los esfuerzos de esta investigación son los alcances no solo económicos si no que el incremento de judíos a nuestro país depende de los servicios y a mayor escala de visitantes se requiere instalaciones más amplias .

- En el sitio web es de gran apoyo para los socios de la comunidad judía que se realice un apartado con las empresas para consumidores judíos, desde supermercados, hoteles, restaurantes, centros recreativos entre otros con el logo de la empresa y el link para acceder de manera directa a esas empresas, esto como ayuda no solo para los judíos que tienen sus empresas y son socios del CIS si no, que, a su vez, orienta al turista judío para encontrar lo que requiere de una manera más fácil.
- Crear una feria abierta al público al menos una vez al año promocionando a los empresarios judíos con sus productos y servicios para los costarricenses y no costarricenses para que compren, todo como siempre desde un marco de orden y seguridad ciudadana, recibiendo charlas, visitas por el museo y la sinagoga y haciéndolo interactivo para el conocimiento de turistas nacionales y extranjeros, de adultos y niños, las tradiciones judías y su forma de vida en cuanto alimentación, festividades judías, lenguaje, entre otros .

Se le recomienda a la Embajada de Israel en Costa Rica

- En su apartado de cultura informan las actividades realizadas en conjunto con el Gobierno de Costa Rica, de alto interés, pero no es innovadora o dinámica, por lo que se les recomienda que adaptados a el periodo de forma de visualizar los temas en Costa Rica se coloquen fotografías y videos de las actividades realizadas, esto genera que vaya directo al interés de los costarricenses como método de visualización más favorable para llevar la información de lo que se está realizando.
- La parte de galería maneja muy pocas fotografías y video de igual forma renovar este apartado poner un poco más de lo que es la vida del israelí o bien las familias y generar de más alta calidad en esta producción los elementos tan esenciales para entender desde otro país o al menos tener una idea aun mayor del país en estudio.

Referencias Bibliográficas

- Adelfang, J. (2017). *www.larepublica.net*. Obtenido de <https://www.larepublica.net/noticia/turismo-representa-un-5-8-del-pib-el-segundo-mas-alto-de-latinoamerica>
- Adin, S. (2000). Introducción al Talmud. En S. Adin. Zaragoza, España: Riopiedras Ediciones.
- Aish. (s.f). Obtenido de <http://www.aishlatino.com/h/su/>
- Aish. (s.f). Obtenido de <http://www.aishlatino.com/h/15sh/>
- Aish. (s.f). *www.aishlatino.com*. Obtenido de <http://www.aishlatino.com/h/j/>
- Becker, U. (2006). *http://mercaba.org*. Obtenido de http://mercaba.org/Enciclopedia/E/estrella_david.htm
- Ben, A. (2015). *http://www.aishlatino.com/*. Obtenido de <http://www.aishlatino.com/>
- Camí, T. (2017). *http://www.euroaula.com*. Obtenido de <http://www.euroaula.com/es/tendencias-turismo-2018>
- Castro, R. Q. (2006). *Los elementos del Turismo*. San José: EUNED.
- Della, S. (2012). *The American Jewish Year Book, Dordrecht: Springer*. USA.
- diarioinformacion.com. (2016). *diarioinformacion.com*. Obtenido de <https://ocio.diarioinformacion.com/gastronomia/noticias/nws-519320-la-gastronomia-kosher-auge-todo-mundo.html>
- Embajada de Israel en Costa Rica. (s.f.). *Embajada de Israel en Costa Rica*. Obtenido de <http://embassies.gov.il>
- Feldman, D. J. (15 de 04 de 2006). *http://lakehile.com*. Obtenido de <http://lakehile.com/-ques-el-judaismo-.html>

- Feterman, A. S. (2017). *Tierra de Esperanza 1937-2017*. San José: Centro Israelita Sionista de Costa Rica.
- Fleming, J. (15 de 03 de 2012). <http://www.estudiosmaranatha.com>. Obtenido de <http://www.estudiosmaranatha.com/faq/faq282.html>
- Ginzburgh, R. I. (14 de 07 de 2000). <http://www.tora.org.ar>. Obtenido de <http://www.tora.org.ar/el-arbol-y-sus-hojas-tu-bishvat/>
- Gudmundson, L. (2015). *Central America; Afro-Latin America; coffee and rural history*. San José: Editorial de la Universidad Estatal A Distancia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Hidalgo, M. C. (2015). <http://esefarad.com>. Obtenido de <http://esefarad.com/?p=61428>
- ICT. (01 de noviembre de 2010). *Plan Nacional de Turismo Nacional, resumen ejecutivo 2010-2016*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/resumen-plan-nacional-de-turismo-sostenible-2010-2016/35-resumen-plan-nacional-de-turismo-sostenible-2010-2016/file.html>
- Iton Gadol. (s.f.). <http://itongadol.com>.
- Kazen, R. Y. (2014). <http://www.fcje.org>. Obtenido de <http://www.fcje.org/que-es-la-kashrut/>
- Korin, M. (s.f). www.delacole.com. Obtenido de www.delacole.com/fiestas/roshkipur.shtml
- La Kehile. (s.f.). *La Kehile*. Obtenido de lakehile.com
- Leyva, E. R. (2017). Gastronomía Kosher. *apetito en línea* , 36-37.
- Londoño, G. A. (1997). <http://enciclopedia.banrepcultural.org>. Obtenido de http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Ingreso_per_c%C3%A1pita
- Melzer, J. (2014). <http://www.lakehile.com>. Obtenido de <http://www.lakehile.com/tradiciones-y-rituales.html>

- Moré, Y. R. (2015). *https://israelnoticias.com*. Obtenido de <https://israelnoticias.com/judaismo/talit-quienes-lo-utilizan>
- Philip, K. (2006). Dirección de Marketing. En (pág. 537). Estados Unidos: Pearson Education.
- Porto, J. P. (2009). *https://definición.de*. Obtenido de <https://definición.de/estado-de-derecho/>
- Pública, L. (2014). *https://lapublica.org.bo*. Obtenido de <https://lapublica.org.bo/especiales/articulos-seguridad-ciudadana/item/234-1-que-es-seguridad-ciudadana>
- Rebic, A. (1999). *Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000*. Barcelona: Neum.
- Robledo, B. H. (2014). *http://www.revistasculturales.com*. Obtenido de <http://www.revistasculturales.com/xrevistas/PDF/127/1106.pdf>
- Rodríguez, J. M. (2018). *Innovación Empresarial*. Obtenido de <http://innovacionempresarial040494.blogspot.com/>
- Rojas, D. C. (2015). *Las raices judio-sefarditas del pueblo de Costa Rica*. Obtenido de <https://espanol.free-ebooks.net/ebook/Las-Raices-Judio-Sefarditas-del-Pueblo-de-Costa-Rica>
- Rudelman, D. (2009). *http://www.lakehile.com*. Obtenido de <http://www.lakehile.com/tradiciones-y-rituales.html>
- Salgado, J. R. (2001). *www.ub.edu*. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-316.htm>
- Solano, J. (2018). *www.crhoy.com*. Obtenido de <https://www.crhoy.com/nacionales/mas-de-mil-turistas-han-sido-victimas-de-asalto-en-los-ultimos-anos/>
- Sosa, O. M. (2002). *https://www.jw.org*. Obtenido de <https://www.jw.org/es/ense%C3%B1anzas-b%C3%ADblicas/preguntas/torapentateuco/>
- Stone, S. (1976). *La Dinastía de los conquistadores*. San José: Educa.

Taitelbaum, S. B. (2016). *Sefarditas y Askenazitas en Costa Rica*. San José: Chiado Editorial, 2016.

Umaña., C. (14 de 02 de 2015). *esefarad.com*. Obtenido de <https://esefarad.com/?p=61428>

William, J. y. (2010). *www.marketingintensivo.com*. Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>

Zdenek, P. M. (2014). *https://www.definicionabc.com*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/antisemitismo.php>)

Páginas Webs

Apetitoenlinea.com. (2007). Recuperado de <http://www.apetitoenlinea.com/fuerte-competencia-para-los-restaurantes-se-arm-el-equipo-en-el-inter/>

Delacole.com. (2007). Recuperado de <https://www.delacole.com/comunidad/index.shtml>

Es.turismojudaico.com.(2011) .Recuperado de <http://es.turismojudaico.com/contenidos/Para-Comer>

[Embassies.gov.il](http://embassies.gov.il). (2014). Recuperado de <http://embassies.gov.il/san-jose/Relaciones%20Israel-Costa%20Rica/Pages/Relations.aspx>

<https://www.biospheretourism.com>. (2017). Recuperado de <https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94>

<http://www.centroisraelita.com>.(2015).Recuperado de http://www.centroisraelita.com/app/cms/www/index.php?id_menu=30

<https://lasorquideasjaco.com/es/>. (2016). Recuperado de <https://lasorquideasjaco.com/es/synagoga>

<https://www.procomer.com>. (2016). Recuperado de [/D:/TESIS%20UIA/PROCOMER%20DATOS%20DE%20ISRAEL.pdf](#)

<http://embassies.gov.il>. (2016). Recuperado de <http://embassies.gov.il/san-jose/Pages/default.aspx>

Kosherxtours.com (2014). Recuperado de <http://www.kosherxtours.com/costa-rica-student-expedition>

[koshercasas.com](http://www.koshercasas.com) (2016). Recuperado de <http://www.koshercasas.com/destination/costa-rica/1>

Lakehile.com. “perfil del rabino Itzjak Prober”. Recuperado de <http://lakehile.com/rab-itzik-prober>

Landsinlove.com. (2009). Recuperado de <https://landsinlove.com/the-tico-times/>

Marriott.com. (2011). Recuperado de
[/hotelwebsites/us/w/wawpl/wawpl_pdf/Kosher_Buffet_Offer_ENG_2014.pdf](#)

Rodríguez, M. (2011). Metodologías de la Investigación. Recuperado de
http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/PE/AM/08/Metodologia.pdf

Todovegano.com. (2010). Recuperado de <http://www.todovegano.com/item/super-kosher-costa-rica/>

www.springerscr.com. (2017). Recuperado de <https://www.springerscr.com/el-israelita/>

www.centroisraelita.com.(2017).Recuperado de
http://www.centroisraelita.com/app/cms/www/index.php?pk_articulo=414

www.akal.com. (2011). El judaísmo. Recuperado de https://www.akal.com/libro/el-judaismo_34742/

Apéndice 1

Apéndice 1: Cuestionario aplicado en la entrevista para la investigación.

Cuestionario aplicado en la investigación

1. A su opinión, ¿Qué planes de desarrollo ha incentivado el Gobierno de Costa Rica para el Turismo religioso judío?

2. ¿Cuáles tendencias de servicios turísticos judíos conoce usted?

3. A su conocimiento, ¿Explicar las limitaciones generales por lo que Costa Rica no es el principal destino para los extranjeros judíos?

4. ¿Qué aspectos debería mejorar Costa Rica, para apoyar el desarrollo del turismo judío en Costa Rica?

5. ¿Qué ventajas obtendrían los costarricenses al conocer más de la religión judía?
