

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**FACULTAD DE LAS CIENCIAS ECONÓMICAS**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE COSTA  
RICA POR MEDIO DEL PROYECTO DE LEY N.º 22.215, LEY  
PARA ATRAER TRABAJADORES Y PRESTADORES  
REMOTOS DE SERVICIOS DE CARÁCTER INTERNACIONAL,  
EN EL AÑO 2022**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**AUTOR:**

**MARÍA PAULA ROMERO MADRIGAL**

**SAN JOSÉ, ABRIL 2023**

## CONTENIDO

Capítulo I. Problema .....	14
Justificación.....	15
Objetivos .....	16
Objetivo general .....	16
Objetivos específicos.....	16
Antecedentes .....	17
Tesis internacionales .....	17
Tesis nacionales.....	22
Proyecciones .....	26
Capítulo II. Marco teórico.....	27
Trabajo .....	27
Tipos de trabajo .....	28
Trabajo presencial.....	29
Trabajo remoto.....	30
Modelo de trabajo híbrido. ....	32
Trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales.....	33
Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional	36
Trámite para aplicar por la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios.....	39

	3
Turismo .....	43
Sector turismo en Costa Rica .....	44
Competitividad turística.....	48
Importancia de la competitividad turística en el comercio internacional.....	51
Competitividad turística de Costa Rica. ....	53
Efectos de la pandemia por la COVID-19 en el sector turismo de la economía costarricense. ....	55
Reactivación económica por medio del turismo en la modalidad de nómadas digitales ....	57
Adaptaciones al turismo para recibir nómadas digitales. ....	57
Métodos de promoción de mercados exteriores para la atracción de turistas bajo la modalidad trabajadores y prestadores remotos de servicios de carácter internacional. .....	60
Capítulo III. Marco metodológico .....	62
Enfoque .....	62
Diseño cualitativo.....	63
Fenomenología empírica. ....	63
Población y muestra .....	63
Población. ....	63
Unidad de muestreo. ....	64
Muestra cualitativa. ....	64
Instrumento cualitativo.....	69

	4
Cuestionario.....	69
Entrevistas. ....	69
Proceso de recolección de datos.....	70
Fuentes de información .....	70
Fuentes primarias.....	70
Fuentes secundarias. ....	70
Capítulo IV. Análisis de los resultados.....	72
Unidad de análisis 1: Impacto.....	73
Categoría 1: Nómadas digitales.....	74
Descripción. ....	74
Análisis. ....	74
Categoría 2: Encadenamiento económico. ....	76
Descripción. ....	76
Análisis. ....	78
Categoría 3: Competitividad turística.....	80
Descripción. ....	80
Análisis. ....	81
Categoría 4: Reactivación económica e incremento en las exportaciones de servicios turísticos. ....	83
Descripción. ....	83

Análisis. ....	84
Categoría 3: Marca país. ....	85
Descripción. ....	85
Análisis. ....	87
Unidad de análisis 2: Normativa nacional. ....	89
Categoría 1: Requisitos migratorios. ....	89
Descripción. ....	89
Análisis. ....	91
Categoría 2: Beneficios. ....	92
Descripción. ....	92
Análisis. ....	93
Categoría 3: Generalidades de la subcategoría migratoria. ....	94
Descripción. ....	94
Análisis. ....	96
Categoría 4: Alianzas con organismos internacionales. ....	96
Descripción. ....	96
Análisis. ....	97
Categoría 5: Iniciativas de publicidad y mercadeo. ....	99
Descripción. ....	99
Análisis. ....	100

Categoría 6: Alianzas público-privadas.....	101
Descripción.....	101
Análisis.....	102
Unidad de análisis 3: Incentivos.....	103
Categoría 1: Países con propuestas similares.....	104
Descripción.....	104
Análisis.....	105
Categoría 2: Tratados internacionales para atraer nómadas digitales.....	107
Descripción.....	107
Análisis.....	108
Categoría 3: Elementos diferenciadores de Costa Rica.....	110
Descripción.....	110
Análisis.....	112
Categoría 4: Mejoras necesarias.....	113
Descripción.....	113
Análisis.....	114
Interpretación de los datos.....	116
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones.....	119
Conclusiones.....	119
Recomendaciones.....	121

Capítulo VI. Propuesta.....	125
Introducción .....	125
Objetivo general .....	126
Objetivos específicos .....	126
Propuesta .....	126
Factibilidad.....	127
Recursos.....	127
Cronograma de aplicación.....	127
Referencias.....	130
Anexos .....	137
Anexo I. Cuestionario .....	137

**CONTENIDO DE TABLAS**

Tabla 1 Desglose de la muestra .....	65
Tabla 2 Unidades de análisis.....	67
Tabla 3 Unidades y categorías de análisis .....	72

## CONTENIDO DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Turismo y otras fuentes generadoras de divisas 2003-2022.....	47
<b>Figura 2.</b> Índice de Competitividad Turística 2019 .....	50
<b>Figura 3.</b> Impacto en México, Centroamérica y el Caribe en el turismo por la crisis del Covid 19 .....	56
<b>Figura 4.</b> Clasificación de las principales ramas de actividad turísticas, según el tipo de encadenamiento.....	79
<b>Figura 5.</b> Lista de países con visado nómada digital .....	106
<b>Figura 6.</b> Cronograma de la propuesta.....	127

## **AGRADECIMIENTOS**

Llevar a cabo esta tesis no hubiera sido posible sin el apoyo de varias personas e instituciones a las que deseo mostrar agradecimiento.

Al profesor Mag. Alonso Navarro Álvarez, por su labor como tutor durante la que con su comprensión y empatía compartió su conocimiento al colaborar con la culminación del trabajo.

A la carrera de Comercio Internacional y en especial a su director M. Sc. Fernando Ramírez Cartagena por su apoyo y guía desde el inicio de la investigación.

A mis padres, por su apoyo incondicional de principio a fin en mi camino académico, con su paciencia, ejemplo, compañía y esfuerzo me han impulsado a cumplir mis objetivos.

A todos aquellos que durante este tiempo han ayudado a que esta tesis sea hoy una realidad, esto incluye a las personas docentes que acompañaron mi carrera académica, a mi familia y amigos por sus palabras de aliento.

Sobre todo, a Dios, por ser mi fortaleza y compañía en todo momento.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres, por su amor y apoyo incondicional, por motivarme para seguir en los momentos difíciles y estar para mí cuando más los he necesitado, los valores que me han enseñado me hacen ser quién soy hoy y mis logros son siempre suyos también. Además, a mis hermanos, por alegrar mis días y a mis sobrinos, por ser una bendición en mi vida.

## RESUMEN EJECUTIVO

Con la globalización, la apertura de fronteras, la existencia de conexiones aéreas, marítimas y terrestres entre cada rincón del planeta, el turismo ha sido parte de la naturaleza del ser humano desde hace más de un siglo por la búsqueda de espacios de ocio, disfrute, cultura y más necesidades que han motivado el desplazamiento de un lugar a otro por periodos no definitivos.

En la mayoría de los casos, para conseguir satisfacer estas necesidades por medio del turismo, es necesario contar con una fuente de ingresos con los cuales cubrir los costos que se relacionan. Por lo anterior, tradicionalmente, las personas tienen un trabajo en sus países de origen y utilizan sus tiempos de vacaciones para disfrutar de diferentes destinos turísticos.

Sin embargo, con la creación y proliferación de nuevas tecnologías y la diversificación de los empleos y puestos de trabajo se creó la posibilidad de combinar ambas áreas en la cotidianidad de las personas, ya que con el origen del trabajo remoto es posible que los trabajadores desempeñen sus funciones desde otros países en condición de turistas, lo que da paso a la creación del concepto de nómadas digitales.

Al tratarse de un nuevo segmento de mercado en el sector turismo, los países han tenido que adaptarse a sus necesidades para ofrecer los criterios que sean atractivos para los nómadas digitales, lo que constituye un impacto en las medidas de competitividad turística en el ámbito global. Por lo tanto, con la presente investigación se pretende responder el problema al evidenciar los aportes al aumento de la competitividad turística de Costa Rica y a las exportaciones de servicios turísticos derivados del Proyecto de Ley n.º 22.215, Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional, en el año 2022.

La metodología por aplicar para el alcance de los objetivos es el enfoque cualitativo, con el cual se busca desarrollar la investigación de forma paulatina a partir del problema descrito, acompañado de un diseño cualitativo denominado fenomenología empírica, caracterizado por la recolección de datos por medio de las experiencias de las muestras no probabilísticas de la población entrevistada a través de la aplicación de cuestionarios en entrevistas semiestructuradas.

Entre los principales hallazgos destaca la construcción del concepto de nómadas digitales como un tipo de turistas que deciden residir por largos periodos fuera de las fronteras de sus países de origen sin incurrir en el detenimiento de sus actividades laborales. Además, destaca la consolidación del análisis de la Ley n.º 10008 y de los elementos diferenciadores de Costa Rica como destino turístico para los nómadas digitales, los cuales se determinó que impactan positivamente a la competitividad turística de Costa Rica y a las exportaciones de servicios turísticos.

De las conclusiones surgen recomendaciones importantes donde resalta la dirigida al Instituto Costarricense de Turismo y a la Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica sobre realizar espacios con los cuales se puedan consolidar las distintas acciones de colaboración entre el sector público y el privado en temas de publicidad para la atracción de nómadas digitales.

## CAPÍTULO I. PROBLEMA

Costa Rica es una economía altamente abierta, en donde los servicios del turismo representan en promedio un 6.3 % del PIB y generan un alto porcentaje de los ingresos de la cuenta corriente de la balanza de pagos. Por otra parte, durante los últimos años, el progreso tecnológico brinda la oportunidad de realizar diversas formas de trabajo por medio de plataformas digitales, lo cual ha desligado a los trabajadores y sus servicios con respecto a un lugar o ubicación física, donde los servicios que se relacionan con la actividad turística no son la excepción.

Los comunicados de presidencia para el día 11 de agosto de 2021 giran en torno a los *nómadas digitales*, ya que en esta fecha el expresidente de la República Carlos Alvarado y el exministro de Turismo Gustavo Segura firmaron la Ley para atraer trabajadores y prestadores remotos de servicios con carácter internacional. Además, está fue rubricada por los exjefes de Hacienda y Gobernación, Elian Villegas y Michael Soto (Presidencia de la República de Costa Rica, 2021).

Con la llegada de la pandemia de la COVID-19 y las medidas de prevención impuestas por el gobierno, el turismo ha sido uno de los sectores económicos con mayor afectación en el país. Desde inicios del 2020 con la declaración de emergencia, la conexión de Costa Rica con el mundo se vio interrumpida por el cierre total de los puertos aéreos, marítimos y de las fronteras terrestres, lo que disminuye la competitividad turística del país y, como consecuencia, los ingresos económicos que el turismo otorga a la nación.

El Proyecto de Ley n.º 22.215 presentado desde septiembre de 2020 es parte de los esfuerzos del gobierno costarricense enfocados en la reactivación de la economía, trayendo esperanza al sector turismo por medio de los surgentes *nómadas digitales*. Estos se definen como personas que: “Utilizan la tecnología para trabajar y viajar al mismo tiempo, con total libertad geográfica para realizar actividades de rutina en cualquier parte del mundo” (França, 2021, s. p.).

Como se indica en el comunicado de Presidencia, con la vigencia de esta ley se proyecta que los *nómadas digitales* contribuyan con la recuperación turística en las diferentes regiones por medio de los servicios de alojamiento, alimentación, alquiler de vehículos, *tours*, servicios médicos, salones de belleza y hasta servicios educativos. Sin embargo, a la fecha no se encuentran publicados estudios sobre los resultados reales después de la entrada en vigor de la ley.

El propósito de la investigación es comprobar los aportes al sector turismo que se pueden atribuir a la aplicación de la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional por medio de comparaciones de los periodos antes, durante y después de la entrada en vigor de la ley e impulsar su promoción para abarcar mayores mercados internacionales. De esta forma, es posible incentivar a los trabajadores remotos para que escojan a Costa Rica como sede para ejecutar sus labores y como destino turístico.

Por lo tanto, se realiza la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los aportes al aumento de la competitividad turística de Costa Rica y a las exportaciones de servicios turísticos derivados del Proyecto de Ley n.º 22.215, Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional en el año 2022?

### **Justificación**

La investigación busca evidenciar mediante comparaciones y por medio de conceptos teóricos de comercio internacional los aportes a la competitividad turística de Costa Rica que el Proyecto de Ley n.º 22.215, Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional, ha producido durante el año 2022, con el objetivo de promover sus beneficios, tanto para los nómadas digitales como para la economía del país.

Según los datos de la Universidad Estatal a Distancia, antes de los estragos de la pandemia, el sector turístico representaba el 6.3 % del producto interno bruto y se le atribuye a este sector económico la creación de más de 512.609 puestos de trabajo, tanto de empleo directo como indirecto, representando el 21.4 % de la fuerza laboral del país (Ruiz Hidalgo, 2020). Estos datos se redujeron por el cierre al ingreso de extranjeros como medida contra la propagación del virus SARS-CoV-2, por lo que proyectos como el objeto de esta investigación plantean propuestas para conseguir la reactivación económica anhelada.

El presente estudio es trascendental para la sociedad, ya que al conocer los resultados de la aplicación de la ley y sus generalidades se puede crear consciencia sobre la importancia de este tipo de turismo para el país. Esto puede resultar en el surgimiento de pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a servicios de alojamiento, alimentación, alquiler de vehículos, *tours*, servicios médicos, salones de belleza y otras oportunidades de negocio.

Al tratarse de una ley reciente, aprobada en el año 2021, no existen en los diferentes medios de información estudios que se relacionen con sus resultados a la fecha. Llenar este vacío de conocimiento por medio de la presente investigación puede ser la base para nuevos estudios que colaboren con evidenciar los beneficios que se proyectaron en sus análisis antes de la firma por parte del expresidente de la República Carlos Alvarado.

Para diferentes instituciones como la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) y la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (Cinde) el Proyecto de Ley n.º 22.215 es importante, ya que contribuye con la promoción activa de la marca País Esencial Costa Rica. Además, se considera como una excelente oportunidad para potenciar la posición del país como un destino atractivo para los trabajadores remotos, atrayendo una relevante inversión extranjera directa (Madriz, La República, 2022).

Con los resultados se pretende exaltar los beneficios que la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional y la promoción de Costa Rica como país pionero en la recepción de nómadas digitales ha proporcionado. Además, promover la búsqueda de áreas de mejora en los reglamentos pertinentes que sean de provecho para las partes involucradas.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar el aumento de la competitividad turística de Costa Rica por medio del Proyecto de Ley n.º 22.215, Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional, en el año 2022.

### **Objetivos específicos**

1. Examinar el concepto de nómadas digitales y su impacto en la competitividad del turismo nacional y en las exportaciones de servicios turísticos.
2. Estudiar la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional y sus alcances.

3. Determinar el papel de la República de Costa Rica como uno de los países pioneros en el recibimiento e incentivo a los trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales.
4. Preparar un documento informativo dirigido a pequeños y medianos empresarios del sector turismo sobre los elementos que deben ser parte de una iniciativa de promoción y mercadeo del turismo en la modalidad de nómada digital que permita incrementar las exportaciones de servicios turísticos en Costa Rica.

### Antecedentes

**Tesis internacionales** La primera tesis internacional consultada es la de Ortiz Moran (2021) con el tema *Nómadas digitales temporales: teletrabajo, estilo de vida móvil y percepciones sobre la ciudad de Barcelona*, la realiza para la Universidad de Girona y opta por el grado académico de Máster. De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Definir un perfil de nómada digital que viaja a Barcelona para vivir y trabajar dada la suposición de que este colectivo va a seguir creciendo, surge la necesidad de conocerlo en mayor profundidad, y los siguientes objetivos específicos: servir de referencia para la Organización de Gestión de Destino —a partir de ahora OGD— de Turismo de Barcelona, ya que es un segmento con mucho potencial de futuro y desarrollar acciones más innovadoras en el ámbito de *marketing* para lograr un posicionamiento como ciudad líder para nómadas digitales.

La metodología que se emplea es la cualitativa. Mediante el uso de entrevistas semiestructuradas en profundidad se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que se ha considerado nómada digital a cualquier trabajador en remoto que tuviese una alta frecuencia de viajes y que se autoidentificase como tal, sintiéndose aún con este estilo de vida. Para lo anterior, se recomienda establecer clasificaciones más precisas acerca de las diversas tipologías existentes dentro del perfil de nómada digital para desarrollar acciones específicas en el ámbito de *marketing*.

La segunda tesis internacional consultada es la de Albújar (2017) con el tema *La era de los digital nomads. Aplicación al caso de Sevilla como destino nómada*, para la Universidad de Sevilla y opta por el grado académico de Máster.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar el fenómeno emergente de *digital nomad* así como la aplicación al caso de Sevilla como destino potencial para nómadas digitales, y los siguientes objetivos específicos: delimitar el término y perfil *digital nomad*, así como el origen, motivaciones y características que poseen, estudiar a Sevilla como potencial destino nómada y analizar la relación que tiene un destino turístico inteligente con un destino nómada para comprender mejor estos últimos.

La metodología que se emplea es la cualitativa, con la cual, mediante el uso de la entrevista, se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que un nómada digital tiene algunas peculiaridades en comparación con el turista común, ya que se trata de personas en continuo movimiento que, además de tener interés por el ocio o el turismo, tienen obligaciones laborales y estos condicionantes son también oportunidades para diseñar nuevos productos turísticos. Para lo anterior, se recomienda que Sevilla promueva la ciudad como destino para este microsegmento, pues tiene un alto potencial todavía no explorado ni explotado.

Esto es lo que se ha llevado a cabo en Las Palmas de Gran Canarias, ciudad pionera en promoción para este perfil profesional, mediante la elaboración de un plan de *marketing* turístico, donde han incluido a los nómadas digitales como nuevos perfiles de turistas emergentes.

La tercera tesis internacional consultada es la de Alonso, Neira, Bejarano y Quintero (2021) con el tema *Estrategias de reactivación económica post pandemia del sector turismo en la ciudad de Paipa para turistas de estratos 2, 3 y 4 de Bogotá*, realizada para la Universidad Escuela de Administración de Negocios (EAN) de Bogotá, optando por el grado académico de Especialización en gerencia de los proyectos.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: plantear estrategias de reactivación económica post pandemia del sector turismo en la ciudad de Paipa enfocada en la

construcción de experiencias de viaje para personas de estratos 2, 3 y 4 residentes en la ciudad de Bogotá, y los siguientes objetivos específicos: diagnosticar el impacto de la pandemia en el sector turismo de la ciudad de Paipa, determinar las variables económicas, culturales y personales de los turistas de estratos 2, 3 y 4 de la ciudad Bogotá que infieren en la planeación de sus experiencias recreativas y vacacionales, formular estrategias encaminadas a la potencialización de la reactivación económica en el sector turismo de la ciudad de Paipa que permitan la atracción de turistas residentes en Bogotá de estratos 2, 3 y 4 y validar la propuesta desarrollada con un experto en materia de turismo.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de encuestas, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que el sector turismo fue uno de los más afectados por la pandemia en el 2020 y 2021, principalmente los hoteles, con una disminución de más del 95 % en la densidad de huéspedes y pérdidas que ascienden a más de 140.000.000.000 en el ámbito nacional y sin ninguna ayuda significativa del gobierno.

Para lo anterior, se recomienda desarrollar estrategias enfocadas en la comunicación y visibilidad de la ciudad de Paipa como publicidad en los espacios turísticos de la ciudad, integración con otros hoteles, restaurantes y sitios de interés. Además, presencia en redes sociales, así como acompañamiento de las entidades gubernamentales para sensibilización y ampliación de oportunidades económicas en ruedas comerciales y ferias de emprendimiento.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Cabral (2018) con el tema *Modelo de Competitividad de Destino Turístico Inteligente*, realizada para la Universidad de Alicante, optando por el grado académico de doctorado.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: proponer un modelo para evaluar la competitividad de destinos turísticos inteligentes para ser utilizados como referencia para el desarrollo de políticas públicas y estrategias del turismo desde una ubicación, y los siguientes objetivos específicos: a) identifica los indicadores de evaluación de la competitividad de los

DTI, b) evaluar la propuesta de indicadores de evaluación de la competitividad de los DTI con especialistas en España y Brasil.

La metodología que se emplea es mixta, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: encuestas, recopilación de datos, técnica Delphi se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, cuando el autor indica que la propuesta de un modelo complejo y multidimensional como el modelo de competitividad de DTI propuesto al considerar contextos diferentes y requerir la participación de investigadores de varios países, busca atender todas las comparaciones entre países, regiones ciudades en relación con la demografía y características económicas, sociales y culturales.

Para lo anterior, se recomienda utilizar la tesis y el Modelo Sinérgico de Competitividad de DTI como contribución para otros estudios que pretendan desarrollar modelos por medio de metodologías más participativas combinadas con procedimientos más objetivos. Además, desde el punto de vista social, se recomienda tomar el modelo y sus resultados como referencia para validar, proponer y gestionar las políticas públicas en destinos turísticos para implementar o desarrollar los factores necesarios para aprovechar los beneficios esperados por los destinos turísticos inteligentes.

La quinta tesis internacional consultada es la de Gallardo (2021) con el tema *Aportación del turismo al crecimiento económico de España. Pros y contras de una economía basada en el sector servicios en la actualidad*, realizada para la Universidad de Alicante, optando por el grado académico de doble grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: establecer la importancia que ha tenido el desarrollo de la industria turística en el crecimiento económico español. De esta manera, se busca caracterizar la relación causa-efecto entre ambas variables para estudiar el impacto de esta nueva situación (pandemia) en la economía, y los siguientes objetivos específicos: examinar la fortaleza de la actividad turística española en el panorama internacional y estudiar su ventaja competitiva para conocer si existe la posibilidad de mantener este crecimiento a largo plazo.

La metodología que se emplea es la cualitativa descriptiva, la cual, mediante el uso de la recolección y análisis de datos estadísticos, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que, en definitiva, el turismo actúa como hilo conductor del tejido empresarial español, lo que puede resultar positivo en etapas expansivas. No obstante, esta dependencia económica del turismo puede resultar nociva en una situación excepcional como la que ha provocado la COVID-19, impidiendo que la actividad turística se desarrolle con normalidad.

Para lo anterior, se recomienda reconvertir el sector turístico dejando atrás el modelo del turismo de masas y renovar la oferta turística, teniendo en cuenta las nuevas necesidades como la distribución a lo largo del año de las vacaciones para evitar la masificación de los destinos, llevar a cabo planes de promoción turística en los que se incentiven los viajes de cercanía y el turismo interior. Asimismo, ofrecer paquetes turísticos que se adapten a esta nueva realidad y que permitan modificaciones ante la situación de la pandemia en destino y, sobre todo, apoyarse en la tecnología para establecer un protocolo de información de la actividad turística en tiempo real relacionada con el estado actualizado de la pandemia.

La sexta tesis internacional consultada es la de López Serrano (2019) con el tema *Turismo Residencial, Vivienda y Precios*, realizada para la Universidad de Alicante, optando por el grado académico en Turismo y Administración y Dirección de Empresas.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: dar una amplia definición del turismo residencial con base en las distintas disciplinas de las que se dispone actualmente para comprender qué es turismo residencial y qué implicaciones tiene este tipo de actividad en el territorio español, y los siguientes objetivos específicos: analizar la evolución que ha tenido el turismo residencial español con base en la oferta y en la demanda, distinguiendo en esta última la demanda nacional de la demanda extranjera, haciendo una división, a la vez, por comunidades autónomas y plantear el dilema que supone la plataforma y el sistema Airbnb para el turismo residencial en el territorio español.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de encuestas, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que el turismo residencial cuenta con numerosas acepciones y definiciones, según el ámbito en el que se trabaje el concepto (económico, social, político, etc.). La idea clave es que se trata de una actividad ligada al sector de la construcción que consiste en la construcción de viviendas, servicios y equipamientos asociados con estas, destinadas a la venta para su posterior utilización como segunda vivienda vacacional.

Para lo anterior, se recomienda a las administraciones públicas y las empresas privadas ver en el turismo residencial un nuevo modelo de negocio que proporciona riqueza y crecimiento económico elevados en un plazo muy reducido, ya que las viviendas de uso turístico son mucho más atractivas en el ámbito de inversión en contraste con los alquileres a largo plazo.

**Tesis nacionales.** La primera tesis nacional consultada es la de Borbón González *et al.* (2021) con el tema *Efectos Directos e Indirectos que la Crisis Provocada por la Pandemia de la COVID-19 ha Ocasionado en las Empresas del Sector Turismo en el Cantón de Osa y Distrito de Puerto Jiménez en el 2021*, realizada para la Universidad Nacional de Costa Rica, optando por el grado académico de Licenciatura en Administración con Énfasis en Finanzas.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: analizar los efectos directos e indirectos que la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector turismo en la Unidad de Planeamiento del Pacífico Sur, según el cantón de Osa y el distrito de Puerto Jiménez, en el 2021, y los siguientes objetivos específicos: identificar cuáles son las acciones tomadas por las compañías del sector turismo en el cantón de Osa y el distrito de puerto Jiménez para mantenerse y mitigar el impacto de la pandemia actual de la COVID-19 y analizar el impacto financiero que las empresas del sector turismo han tenido en el cantón de Osa y el distrito de Puerto Jiménez antes y durante la pandemia.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario, la entrevista dirigida y el análisis documental, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que un 64 % de las empresas de la zona de estudio indicó tener afectaciones financieras a raíz de la crisis de la COVID-19, debido a que el sector turístico obtiene la mayoría de sus

ingresos de la visitación de turistas, tanto nacionales como extranjeros. Esto fue afectado con la llegada de la pandemia y las restricciones impuestas en la mayoría de los países.

Para lo anterior, se recomienda estudiar en mayor profundidad las nuevas condiciones de mercado en las que actualmente se encuentra el país. Esto para saber las nuevas tendencias de la demanda, conocer sobre otras situaciones que pueden afectar a esta población, encaminar a una dirección correcta la estrategia de *marketing* y, por último, brindar el servicio que desea el turista, de acuerdo con las necesidades que este manifieste.

La segunda tesis nacional consultada es la de Flores (2021) con el tema *Estudio de la implantación de una plataforma tecnológica en un destino turístico: El caso de InteliTur en La Fortuna de San Carlos*, realizada para el Instituto Tecnológico de Costa Rica, optando por el grado académico de Bachillerato en Gestión del Turismo Rural Sostenible.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: analizar el proceso para la implantación de una plataforma tecnológica basado en el caso del proyecto InteliTur para la innovación del sector turístico en La Fortuna de San Carlos, y los siguientes objetivos específicos: identificar las características tecnológicas presentes para la integración de la plataforma tecnológica InteliTur en La Fortuna de San Carlos, reconocer los potenciales mecanismos de sostenibilidad para la integración de la plataforma tecnológica InteliTur en el destino en La Fortuna de San Carlos y definir las variables por considerar en la estrategia de implantación e integración de la plataforma tecnológica InteliTur para obtener una adecuada interoperabilidad en el destino turístico La Fortuna de San Carlos.

La metodología que se emplea es mixta, cuantitativa y cualitativa, la cual, mediante el uso de encuestas, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que los resultados evidenciaron que la capacidad en infraestructura del destino se limita a las herramientas tecnológicas básicas, por lo tanto, es compleja la implementación de equipos sofisticados términos de conexión a Internet y equipos como *beacons* o NFC. Debido a la necesidad de una infraestructura en estado óptimo y de acceso universal, esto es vital para alcanzar el desarrollo tecnológico.

Para lo anterior, se recomienda que el destino turístico La Fortuna integre sus esfuerzos, metas y objetivos y los canalice de manera funcional a través de un órgano neutral que gestione los intereses en común del sector turístico. Adicionalmente, se recomienda generar un programa de desarrollo tecnológico para el destino, con reuniones y talleres con objetivos definidos, con el fin de potenciar al sector empresarial.

La tercera tesis nacional consultada es la de Mendoza (2019) con el tema *Propuesta de planificación estratégica para el desarrollo de turismo en las áreas de influencia del Parque Nacional del agua Juan Castro Blanco: un enfoque desde las cinco fuerzas de Porter, periodo 2020-2023*, realizada para el Instituto Tecnológico de Costa Rica, optando por el grado académico de Bachillerato en Gestión del Turismo Rural Sostenible.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: identificar los factores competitivos para la propuesta de planificación estratégica para el desarrollo de turismo en las áreas de influencia del Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco, en el periodo 2020-2023, y los siguientes objetivos específicos: determinar los factores competitivos presentes en las áreas de influencia del Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco, clasificar los factores competitivos presentes en las áreas de influencia del Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco y elaborar la propuesta de planificación estratégica del turismo en las áreas de influencia del Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco.

La metodología que se emplea es cualitativa, la cual, mediante el uso de la revisión bibliográfica, trabajo de campo, observación y la elaboración de las matrices de análisis de cada una de las fuerzas de Porter, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que la planificación estratégica se enfoca en la organización del destino turístico y en el aprovechamiento de las fortalezas internas y oportunidades externas del entorno. La planificación turística estratégica permite orientar y definir aquellos distintos actores que inciden en el desarrollo del turismo, lo que promueve sinergias que aumenten la eficiencia y eficacia de los esfuerzos locales.

Para lo anterior, se recomienda que en busca de mejorar la competitividad y rentabilidad del sector es necesario que los emprendimientos busquen ayuda de instituciones y empresas que apoyen en procesos de inversión para infraestructura y mejoras tecnológicas a los emprendimientos de las áreas de influencia Bajos del Toro, San Vicente y San José de La Montaña.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Villalobos Román (2019) con el tema Economía Digital como mecanismo de mejora en la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del cantón de Escazú, realizada para la Universidad Nacional de Costa Rica, optando por el grado académico de Licenciatura en Economía.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: analizar el uso, acceso y dominio de la economía digital como mecanismo de mejora de la competitividad de las empresas del sector manufactura, comercio y sector servicios del cantón de Escazú, y los siguientes objetivos específicos: determinar el grado de aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación para el incremento de la competitividad de los sectores manufactura, comercio y servicios en el cantón de Escazú, evidenciar los retos y oportunidades que tienen las compañías de los sectores de manufactura, comercio y servicios del cantón de Escazú y elaborar una propuesta para implementar la economía digital como mecanismo de mejora de la competitividad de las empresas del sector manufactura, comercio y sector servicios del cantón de Escazú.

La metodología que se emplea es cualitativa, la cual, mediante el uso de la revisión de bibliografía especializada y elaboración del diseño de investigación, entrevistas a actores clave, recolección de datos y análisis, sistematización de información secundaria, análisis de varianzas e indicación de alcances y limitaciones, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio del proyecto, el autor indica que la adaptación que deben hacer las empresas en materia de TIC debido a las transformaciones sociales, económicas y culturales de la globalización no es una tarea fácil. Adecuarse a las nuevas formas de trabajo, nuevos modelos de negocio, nuevas tecnologías y los desafíos que estas implican es solo el primer paso, el verdadero reto es aprovechar el potencial que esta herramienta ofrece.

Para lo anterior, se recomienda promover la competencia interna de las empresas por medio de un programa de subvenciones o incentivos fiscales u otros tipos de asistencia financiera para organizaciones que usen y sean transparentes en los procesos de facturación digital y agilización de trámites. De forma tal que las compañías encuentren motivación en su capacidad de optimizar recursos de forma inteligente y, a la vez, haya una disminución importante en la cantidad de empresas informales.

Cada uno de los antecedentes consultados es de suma importancia para la presente investigación, ya que permiten recopilar diferentes perspectivas sobre el papel del turismo en los países y sus economías y cómo la pandemia y diferentes fuerzas externas como la evolución tecnológica y los nuevos estilos de vida de las personas son variantes para tomar en cuenta al medir la competitividad y sostenibilidad de este sector económico, proponiendo acciones que permitan adaptarse a los retos mencionados. Se evidencia que el tema de los nómadas digitales y el Proyecto de Ley n.º 22.215 es una situación reciente y no se ha abordado el tema de manera integral.

### **Proyecciones**

- Se consolida la teoría sobre el concepto de nómadas digitales y su impacto en la competitividad del turismo nacional como respuesta a la necesidad de investigación sobre el tema, ya que, como se evidencia en el apartado de antecedentes, no se han generado tesis que desarrollen el tema de manera integral. Esto se hace mediante la investigación en distintas fuentes informativas.
- Se realiza un aporte académico al estudiar la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional en Costa Rica, lo cual puede ser de utilidad para otras disciplinas y entes que contemplen la posible aplicación de la ley en distintos países, por medio del análisis de los beneficios esperados y de los requerimientos y limitantes para la aplicación ideal de la Ley n.º 10008.
- Se pretende exaltar el papel de la República de Costa Rica como pionera en el recibimiento e incentivo a los Trabajadores y Prestadores Remotos de servicios de Carácter Internacional a través de la recopilación de las prácticas aplicadas por el país y las ventajas competitivas que lo posicionan como líder en el sector.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### Trabajo

Para que una sociedad funcione correctamente es importante que sus miembros contribuyan desde sus conocimientos, aptitudes y experiencias. El trabajo es el motor de las sociedades funcionales y el impulso para el flujo circular de la economía, ya sea que el resultado sea la creación de un producto o el ofrecimiento de un servicio, el objetivo del trabajo es cubrir una necesidad siendo remunerado según corresponda.

Según el Equipo Editorial Etecé (2022), la definición histórica del trabajo es la siguiente:

El trabajo es la actividad física o intelectual que las personas realizan para alcanzar un objetivo o satisfacer una necesidad, mediante la producción de bienes y servicios. La palabra trabajo proviene del latín *tripalliare*, ‘torturar’, derivado a su vez de *tripallium*, nombre que se daba a un instrumento similar a un cepo, con el que se sujetaba a los caballos y bueyes para poder herrarlos adecuadamente. El mismo instrumento podía usarse para castigar a reos y a esclavos (párr. 1).

Afortunadamente, cada vez menos se hace referencia al trabajo como un método de tortura, gracias a los cientos de años de luchas por la obtención de derechos básicos para las personas trabajadoras. Actualmente, el trabajo forzoso no es parte de la cotidianidad, aunque se demuestra que todavía existen personas que son obligadas a trabajar bajo amenazas y actos de extrema violencia.

Esta evolución del concepto de trabajo es descrita por Pérez (2021) de la siguiente manera:

Los puestos de trabajo tienen sus comienzos en la Revolución Industrial, así como la creación de fábricas e industrias. Se puede entender como aquella actividad por la cual se es contratado y por la cual se va a obtener una remuneración, más conocida como sueldo. Dicho sueldo es establecido dependiendo del tipo de trabajo que vaya a desempeñar, la cantidad de horas necesarias para ello, los conocimientos necesarios, el peligro que suponga dicho trabajo, y demás aspectos a tener en cuenta.

Debido a la Revolución Industrial y los avances en las nuevas tecnologías que ayudaron en la producción de actividades primarias, se dio, por primera vez en la historia, una alta productividad laboral, dando lugar el traslado de las familias del campo a la ciudad, con el objetivo de cubrir la demanda de mano de obra en las fábricas. (p. 7)

La Revolución Industrial fue un evento histórico que cambió el rumbo del mundo, con las transformaciones que impulsó en las sociedades nació también una diferenciación entre el trabajo como actividad física sin remuneraciones justas y la idea de trabajo como una actividad con un objetivo en específico, con diferentes actores como lo son el empleador y el empleado, ligados mediante un contrato laboral donde se expresan y acuerdan los derechos y deberes de las partes así como información básica de horarios y sueldo y diferentes beneficios a recibir.

### **Tipos de trabajo**

Al tratarse de un término tan general y abierto a varios criterios existen diferentes maneras de clasificar el trabajo. Para el Equipo Editorial Etecé (2022) las clasificaciones son las siguientes:

Según el tipo de esfuerzo que requiere; trabajo manual o intelectual.

Según el grado de preparación que requiera; trabajo calificado o profesional, semicalificado y trabajo no calificado.

Según la escala de producción del trabajo; Trabajo artesanal o industrial.

Según la relación entre el trabajador y aquel que lo contrata; trabajo en relación de dependencia, trabajo independiente o trabajo eventual.

Según se ajuste o no a las normas legales; Trabajo formal o informal.

Según la cantidad de personas que intervienen; Individual o en equipo.

Según el lugar en el que se realice el trabajo; Trabajo presencial o remoto (párr. 3-18).

En línea con los objetivos de la investigación, seguidamente se detallan los tipos de trabajo siguiendo la última clasificación, según el lugar en el que se haga.

### ***Trabajo presencial.***

Esta clasificación es probablemente la idea que observa la mayoría de las personas al pensar en el concepto de trabajo, ya que se trata de la manera tradicional en la que un colaborador desempeña sus labores bajo la supervisión de sus superiores en un espacio físico perteneciente a la empresa con la que mantiene la relación laboral. El Equipo Editorial Etecé (2022) menciona:

Es el trabajo que se realiza en un lugar fijo de una empresa u organización, como una oficina o un comercio. En muchos casos, la presencia del trabajador en el lugar es inherente al trabajo que lleva a cabo. Así sucede con los obreros que sólo pueden desarrollar su actividad en una fábrica o un mecánico que debe trabajar en su taller automotriz (párr. 17).

Como se expresa, la presencialidad es inherente a las actividades que se llevan a cabo. En este caso se pueden mencionar empresas dedicadas a la producción, servicios médicos, servicios de construcción y otras labores que requieren un esfuerzo físico que no puede ejecutarse remotamente.

Otras personas acreditan la necesidad de trabajar presencialmente como herramienta de control y supervisión laboral, ya que, por aspectos como privacidad de los datos de la empresa y sensibilidad de las actividades se requiere la presencia de los trabajadores en las instalaciones de las empresas, entre otras razones para llevar a cabo el trabajo de manera presencial se deben mencionar las facilidades en términos de espacios y herramientas adecuadas para ejecutar las labores e incluso el hecho de que psicológicamente puede ser ventajoso contar con un espacio separado para la vida laboral y personal.

Con la llegada de nuevas formas de trabajo se ha posibilitado la comparación con la manera tradicional, permitiendo identificar las desventajas de esta, al respecto, Moreno (2022) resalta las siguientes contras del trabajo presencial:

Dificultad de conciliación. Mayoritariamente los horarios son rígidos y si a eso le sumas el tiempo invertido para llegar hasta el trabajo esto dificulta notoriamente que puedas conciliar tu vida profesional y personal.

Mayores costes. Inviertes mayor cantidad de dinero para desplazarte, para comer...

Algo que puede que no notes en un día pero que al pasar el mes lo verás reflejado en tu bolsillo.

Falta de productividad. El hecho de no tener tiempo, ir estresada todo el día porque no llegas a tiempo a los sitios y que todo te obliga a correr, te hace rendir menos en tus tareas o que al menos, no des tu mejor versión de ti misma porque has perdido gran parte de esa energía en todo lo demás. (párrs. 14-16).

En la mayoría de países existen graves problemas de congestión vehicular, principalmente en las zonas con alta densidad de edificaciones de empresas o fábricas que requieren la movilización de sus empleados, las horas destinadas al desplazamiento del hogar al trabajo y viceversa es de las principales desventajas de este modelo, como se menciona anteriormente, ya que desencadena las demás situaciones enlistadas, como su impacto en el balance entre la vida profesional y personal y su participación en los altos costos en los que los trabajadores deben incurrir.

Muchas empresas optan por beneficios que minimicen los efectos negativos de estas desventajas y aseguren la continuidad del negocio y una estable rotación de personal, con el objetivo de respetar y valorar a su activo más importante, el recurso humano. Al conocer sus implicaciones, las empresas deben analizar la necesidad de realizar sus operaciones de manera presencial ya que se ha demostrado que no necesariamente representa una mayor eficiencia y competitividad.

### ***Trabajo remoto.***

El trabajo remoto no es un término que haya surgido en los últimos años y, a pesar de que se haya extendido su uso de manera exponencial como método de prevención del contagio, no se creó con la pandemia generada por la COVID-19 como muchos pueden afirmar. Según Suárez (2018): “El término original se remonta a 1973, cuando un ingeniero de la NASA se plantea la posibilidad de trabajar en remoto para dar respuesta al exceso de tráfico y a los problemas de consumo de energía” (párr. 1).

El Equipo Editorial Etecé (2022) diferencia el trabajo remoto del presencial de la siguiente manera:

Se distingue del trabajo presencial en que se desempeña a distancia. Por lo general, en este tipo de trabajo se utilizan diferentes medios de comunicación para conectar

al trabajador con aquel que lo contrata. Algunos ejemplos son las asesorías profesionales o entrevistas periodísticas (párr. 18).

Nuevamente, cabe resaltar que el espacio físico donde los trabajadores desempeñan sus funciones depende de la naturaleza de las actividades. Por lo tanto, las personas que proveen servicios son elegibles para este tipo de trabajo, siempre y cuando cuenten con las herramientas necesarias.

Entre las principales ventajas del trabajo remoto, Bilbao (2021) describe:

1. Trabajas en dónde te sientas más cómodo. Esta es la principal ventaja que siempre escucharemos cuando se trata de trabajar de forma remota, debido a que no es necesario asistir a una oficina, se pueden realizar las actividades laborales desde casa, un café o desde cualquiera que sea tu lugar favorito y en el que sientas te puedes concentrar mejor.
2. Los empleados ganan más tiempo para sí mismos. Al tratarse de un trabajo vía remota, los colaboradores de las empresas podrán administrar su tiempo por ellos mismos. Lo que significa que lograrán conseguir mayor autonomía y crear un balance entre su vida profesional y personal.
3. Las empresas logran disminuir costos. Cuando la mayoría o la totalidad de los colaboradores de una empresa trabajan de forma remota, no es necesario contar con infraestructuras y grandes instalaciones (párrs. 7-10).

Sin embargo, cabe resaltar que el trabajo remoto no es una opción para todas las personas e implica un proceso de ajuste para aprovechar sus ventajas sin dejar de lado el cumplimiento de los objetivos organizacionales o como profesional independiente. Respecto a las desventajas de esta modalidad, Bilbao (2021) apunta:

1. Falta de concentración. Así como quienes trabajan en una oficina, los trabajadores remotos también presentan problemas para concentrarse en sus tareas. Estos pueden tener aún más posibilidades de distraerse por el simple hecho de estar en casa y no contar con un espacio adecuado para el trabajo.
2. No saber separar la vida profesional de la vida personal. Este suele ser un gran problema que deben superar los trabajadores remotos, ya que si no se establecen

las reglas adecuadas el trabajo y la vida sin un ambiente laboral puede mezclarse con el día a día. Sin saber diferenciar cuándo es el momento para atender a las obligaciones del hogar y cuándo dedicar tiempo al trabajo.

3. Sensación de aislamiento. En ocasiones, el trabajo remoto puede traer consigo una sensación de aislamiento y soledad, esto se debe a que al no estar físicamente con otros compañeros de trabajo no se desarrolla un sentido de pertenencia (párrs. 11-13).

Con el trabajo remoto es sumamente importante tener un excelente balance entre la vida profesional y la vida personal, ya que al no estar separadas espacialmente es muy sencillo dedicar más tiempo a una o la otra. Tanto las empresas como los empleados deben asegurarse de contar con las herramientas e incluso con la iluminación y mobiliario adecuados para garantizar el éxito en las operaciones.

### ***Modelo de trabajo híbrido.***

Muchas empresas evidenciaron con la pandemia por Covid-19 que era posible dar un salto de confianza hacia el trabajo remoto sin detener sus operaciones, sin embargo, por diferentes razones anteriormente mencionadas, el trabajo presencial es aún el modelo favorito por muchos líderes y empleadores, por lo que en una gran cantidad de organizaciones se ha optado por un modelo híbrido de trabajo donde se pueden obtener los beneficios del modelo remoto y presencial.

Gálvez (2021) aclara que existen diferentes variaciones de este modelo y las describe de la siguiente forma:

Remoto primero. Muchos líderes están optando por ir primero a distancia, lo que significa que sus operaciones reflejarán de cerca las de una empresa completamente remota, con algunas excepciones. En particular, la mayoría mantendrá sus oficinas como espacio para que los empleados trabajen. Algunos tampoco permitirán la misma flexibilidad para todos los empleados, lo que significa que pueden requerir que algunos empleados continúen viniendo a la oficina si su trabajo requiere su presencia física.

Oficina ocasional. El núcleo de este modelo es que la empresa no se está volviendo completamente remota, primero como en el primer ejemplo. En cambio, optan por mantener una oficina y requieren que los empleados pasen algún tiempo en ella. Algunos empleados pueden incluso querer pasar más tiempo del requerido allí. Independientemente, la fuerza laboral será principalmente local en lugar de distribuida porque los empleados tienen que venir a la oficina de vez en cuando.

Oficina primero – Remoto permitido. Otra opción es mantener tanto la oficina como el trabajo remoto, pero designar la oficina como el lugar principal para trabajar. Esta era una configuración común antes de COVID-19; las empresas tendrían un pequeño porcentaje de su fuerza laboral remota y el resto trabajaría desde un espacio de oficina principal. (párr. 4, 13, 15)

La elección del modelo a utilizarse en las empresas depende principalmente de la naturaleza de las actividades de las mismas y con un nivel similar de importancia de las necesidades de los empleados, al tener oportunidad de negociar o adecuar la locación física donde desarrollar las labores, los colaboradores pueden tener la oportunidad de trabajar remotamente por períodos en los cuales podrían acogerse al visado de nómada digital por temporadas.

### **Trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales**

La evolución del trabajo remoto ha sido influenciada por las tecnologías de la información, ya que estas permitieron romper barreras que limitaban las posibilidades de llevar a cabo las operaciones laborales desde otro lugar que no fuera la ubicación física de las distintas empresas. La llegada del Internet colaboró con que la lista de profesiones que pueden beneficiarse del teletrabajo aumentara, a tal punto que millones de profesionales en la actualidad tienen la oportunidad de realizar sus funciones desde el lugar que mejor les convenga, lo que da paso a los nombrados trabajadores y prestadores remotos de servicios de carácter internacional o nómadas digitales.

Según Wohlstein (2021):

Los nómadas digitales son aquellos trabajadores que por sus funciones laborales, puede realizar sus acciones desde cualquier lugar del mundo, haciendo uso de nuevas tecnologías como el internet, trabajo remoto, asistencia a distancia, ventas a

través de plataformas digitales, etc. (párrs. 1).

Las herramientas imprescindibles para este tipo de trabajadores son la conexión a Internet y distintos aparatos tecnológicos como celulares, computadoras o tabletas, además de un espacio adecuado para llevar a cabo sus funciones. Esto facilita su movimiento alrededor del mundo y representa una oportunidad para países que se dedican al turismo como Costa Rica.

Entre las profesiones más populares para los nómadas digitales destacan:

- Profesores.
- Diseñadores gráficos.
- Contadores.
- Analistas.
- Fotógrafos.
- Traductores.
- Mercadólogos.
- Inversores.

Lo que diferencia a los nómadas digitales del resto de inmigrantes es que son profesionales independientes o que pertenecen a empresas u organizaciones extranjeras (en el mayor de los casos de sus países de origen), por lo que no es necesario tramitar permisos de trabajo, lo cual constituye una ventaja más para esta nueva condición migratoria.

Los beneficios de la existencia de los nómadas digitales van en doble vía. Las personas que se identifican con este estilo de vida desempeñan sus profesiones y tienen la oportunidad de seguir generando ingresos desde cualquier sitio del mundo que cumpla con las características idóneas para tal objetivo. Además, los destinos elegidos por estos reciben una inyección de capital en diferentes sectores de la economía.

Dentro de las ventajas de ser un nómada digital, Vassev (2022) señala:

1. Libertad de ubicación. La mayoría de nosotros pasamos la mayor parte de nuestras vidas en una ubicación geográfica específica, y el mayor beneficio de ser un nómada es ir a donde quieres ir, cuando quieres ir allí. Poder hacer negocios en cualquier lugar es vivir la vida en sus propios términos y significa que puede escapar de los gélidos inviernos e ir a donde mejor lo traten. La libertad que conlleva este estilo de vida y la experiencia de vivir y trabajar en un lugar extranjero fuera de su país de origen no tiene precio.
2. Libertad de estilo de vida. Otro beneficio es la libertad de estilo de vida de poder priorizar su vida para hacer las cosas que ama. Como nómada digital, puede crear su trabajo en torno a su estilo de vida y no dejar que su trabajo se apodere de su vida. No tener que desplazarse, vestirse, adherirse a un horario convencional de 9 a 5 y evitar las distracciones que acompañan a una oficina convencional puede aumentar la productividad y el rendimiento.
3. Ahorros por costo de vida. Los nómadas digitales realmente pueden ahorrar dinero y vivir un mejor estilo de vida, dependiendo del país en el que se alojen. El arbitraje geográfico significa que puede ganar en una moneda fuerte y gastar en una moneda más débil. Aprovechar la estructura de bajo costo de una ubicación más barata, mientras sigue ganando como si viviera en una ubicación más cara, puede aumentar su calidad de vida y su nivel de vida, lo que le permite ahorrar más dinero. (párrs. 3-5).

Los beneficios de este estilo de vida pueden sonar bastante atractivos, no obstante, los nómadas digitales también deben asumir ciertos riesgos asociados con su estilo de vida, a pesar de no desempeñar sus funciones en un determinado espacio físico siguen existiendo obligaciones contractuales y laborales que deben cumplir. Por lo tanto, es mayor el compromiso que deben tener para alcanzar sus objetivos y tener un excelente balance entre el trabajo y el disfrute.

Rodríguez (2022) menciona dentro de las desventajas de ser un nómada digital:

No tener siempre un lugar adecuado para trabajar. El no tener siempre el mismo lugar para trabajar puede hacer que, en ocasiones, no tengamos un entorno

adecuado para poder desempeñar nuestro trabajo. Podría ser que algunos de los lugares a los que viajemos no tengan un buen escritorio, una buena conexión a internet o una buena silla. El no disponer de lo anterior puede hacer que tengamos niveles altos de estrés.

Aislamiento laboral o soledad. El no trabajar de manera presencial y no tener relaciones con otras personas puede desembocar en aislamiento. El aislamiento, como ya hemos visto en otras ocasiones, puede generar baja autoestima, depresión, ansiedad y, en general, malestar.

Sobrecarga de trabajo. El no tener un horario definido, al contrario de lo que piensan muchas personas, puede hacer que pasemos mucho tiempo trabajando. Al fin y al cabo, el no llevar un conteo de las horas que trabajamos puede producir que trabajemos mucho o que trabajemos poco. Cualquiera de las dos sería un problema. Además, en el caso de la sobrecarga también podría producir ansiedad, estrés, dejar de lado tareas de ocio, etc.

Estar conectado demasiado tiempo. Cuando los trabajos son digitales se corre el peligro de estar siempre conectados al trabajo. Por ejemplo, si estoy descansando y me entra un correo electrónico o una notificación sufriré lo que se considera una “sobre conexión”. (párrs. 8-11).

Resignificar estas desventajas y verlas como necesidades permite a las empresas del sector turismo estudiar las adecuaciones que deben realizar a sus ofertas para atraer a estos potenciales clientes, por ejemplo, proveer espacios y herramientas adecuadas para teletrabajo como zonas de *co-working* donde las personas no se sientan aisladas, además de una buena conexión a internet y diferentes comodidades que permitan disminuir el estrés que puede producirse en las jornadas laborales.

### **Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional**

Como iniciativa de reactivación económica y con el objetivo de entrar en la lista de competidores en el nuevo segmento de mercado del turismo creado con la proliferación de los nómadas

digitales, fue propuesto por diferentes representantes del Gobierno costarricense el proyecto 22.215, esperando como resultado un marco jurídico para el incentivo y recibimientos de trabajadores y prestadores remotos de servicios de carácter internacional, así como su respectivo reglamento.

La Ley n.º 10008, Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional (nómadas digitales), aprobada por la Asamblea Legislativa el día 11 de agosto del año 2021, establece como objetivo general:

Promover la atracción de personas trabajadoras y prestadoras de servicios que se llevan a cabo de forma remota, con el fin de fomentar la visitación de larga estancia en Costa Rica y aumentar el gasto de recursos de origen extranjero en el país (Ley n.º 10008, 2021).

Bajo la responsabilidad de la Dirección General de Migración y Extranjería, se discute una nueva condición migratoria para las personas extranjeras que cumplan con los requisitos mencionados en el art. 10 de la Ley n.º 10008:

Prueba a través de estados de cuenta bancarios de que percibe una remuneración mensual estable, rentas fijas o un ingreso mensual promedio, durante el último año, por un monto igual o superior a tres mil dólares o su equivalente.

Obtener una póliza de servicios médicos que cubra a la persona solicitante por toda la duración de su estancia en el país.

Realizar el pago, por una única vez, por el otorgamiento de visa de no residente, como Trabajador o Prestador Remoto de Servicios (Ley n.º 10008, 2021).

Como se planeó en el Proyecto de Ley n.º 22.215, los requisitos para aplicar a esta visa son mínimos como parte de los incentivos para que más extranjeros visiten el país por una mayor cantidad de tiempo. Con la disposición respecto a los ingresos se puede evitar que las personas que opten por esta condición terminen siendo parte de una población vulnerable económicamente y, de cierta forma, impulsa que parte de ese capital se reciba por diferentes agentes involucrados directa o indirectamente en el turismo.

Cabe mencionar que, de requerirse por el solicitante, la familia directa o cónyuge de este puede optar por ingresar al país en esta modalidad. Los requisitos se encuentran descritos en la Ley n.º 1008 y en el sitio web Trámite Ya, la principal diferencia es un mayor rango de ingresos.

Después de culminar el proceso descrito en el Reglamento a la Ley n.º 10008, las personas extranjeras que obtengan el estatus migratorio de nómada digital pueden disfrutar por 1 año, prorrogable por un único periodo de 1 año adicional, según el art. 15 de la Ley n.º 10008 (2021), de los beneficios descritos en el art. 16 y 17:

Los beneficiarios tendrán exención total sobre el impuesto sobre las utilidades [...] En ningún caso se considerará a los beneficiarios como residentes habituales del país para efectos tributarios, ni se considerará el ingreso que reciben del exterior como de fuente costarricense. Los beneficiarios estarán exonerados del pago de todos los impuestos a la importación de equipo personal básico de cómputo, informático, de telecomunicaciones o análogos, necesarios para cumplir con sus labores o la prestación de sus servicios, siempre y cuando cumplan con los criterios de proporcionalidad que serán dictados por parte de la Dirección Nacional de Aduanas del Ministerio de Hacienda.

Como se evidencia, los beneficios giran en torno a exenciones fiscales principalmente, constituyendo un incentivo importante para los beneficiarios ya que los costos en los que incurren para movilizarse de un país a otro, incluyendo desde los tiquetes aéreos hasta el pago de tasas relacionadas a los permisos migratorios ya son suficientemente altos. Al analizar su próximo destino, estos beneficios pueden constituir un elemento diferenciador importante para el país respecto a la competencia.

Entre las disposiciones de la ley se expresa también que los beneficiarios pueden utilizar la licencia de conducir de su país de origen para conducir en Costa Rica y que tienen abierta la posibilidad de abrir cuentas bancarias, reafirmando que la iniciativa de atraer nómadas digitales otorga a estas personas incentivos que permiten hacer de su estancia una experiencia positiva. Lo anterior genera una mejora en la reputación del turismo en el país y aumenta la cantidad de extranjeros que deseen optar por la visa.

### **Trámite para aplicar por la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios.**

El día 8 de julio de 2022 se publicó en el Diario Oficial La Gaceta el Reglamento a la Ley n.º 10008 (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022), el cual funge como suplemento a la Ley para facilitar el proceso para las personas extranjeras que opten por la subcategoría migratoria de estancia para nómadas digitales. En el documento se detallan los requisitos, trámites, beneficios y sanciones adyacentes a la aplicación de la ley.

En el artículo 1 del reglamento se describe el objeto y alcance del mismo:

El presente reglamento procura regular la actividad de aquellas personas extranjeras a quienes se les autorice el ingreso al país bajo la categoría migratoria de No Residente, subcategoría de Estancia, “Trabajador o Prestador Remoto de Servicios”, de conformidad con lo establecido en la Ley N°10008 de 11 de agosto de 2021 y sus reformas, cuyo fin es el de fomentar la visitación de larga estancia en Costa Rica y aumentar el gasto de recursos de origen extranjero en el país. (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022).

El documento puede considerarse una herramienta más para aquellas personas que deseen realizar el trámite y es además parte de los esfuerzos para aumentar el aporte que realiza el sector turismo al producto interno bruto del país, tomando en cuenta también la búsqueda de la reactivación del sector luego de la recesión causada por la pandemia, sin embargo, cabe resaltar que el mismo no sustituye a la Ley N° 10008.

El art. 3 del reglamento indica que “se pone a la disposición de los extranjeros que deseen obtener este estatus migratorio la plataforma digital: “Trámite Ya” habilitada por la Dirección General de Migración y Extranjería” (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022). En esta plataforma se encuentra información general sobre el trámite, así como los costos, tiempos de espera y requisitos y permite además iniciar el proceso sin necesidad de presentarse a las oficinas de la DGME. Adicionalmente informa que la competencia para el trámite está bajo la responsabilidad de Gestión de Extranjería y la Coordinación Regional Administrativa y sus dependencias, ambas de la Dirección General de Migración y Extranjería. (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022).

Para consideraciones de la Ley y el reglamento, se describe en el art. 4 del mismo el concepto de trabajador o prestador remoto de servicios como base para el análisis preliminar sobre quiénes pueden optar por la categoría migratoria en cuestión:

Podrá optar por la permanencia legal en el país bajo la categoría migratoria de No Residente, subcategoría migratoria de Estancia de acuerdo al artículo 88 inciso 5) de la Ley N° 8764, Ley General de Migración y Extranjería, la persona extranjera que presta servicios remunerados de forma remota, de manera subordinada o no, utilizando medios informáticos, de telecomunicaciones o análogos, en favor de una persona física o jurídica que se encuentra en el exterior, por lo cual recibe un pago o una remuneración proveniente del exterior por un monto mínimo de tres mil dólares estadounidenses mensuales (\$3 000,00) y en caso de solicitar la permanencia legal para sus dependientes de cuatro mil dólares mensuales (\$4 000,00) según el tipo de cambio oficial de venta que determine el Banco Central de Costa Rica. (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022).

La definición utilizada no dista del concepto entendido globalmente alrededor del término “nómadas digitales”, además, resalta que según Gallardo (2023), “Los ingresos mensuales medios de los nómadas digitales son de 4.500 dólares.” (párr.5), por lo que es evidente que los proponentes de la Ley N° 10008 tomaron en cuenta importantes estudios de mercado al definir los montos mínimos de remuneración con el que deben contar los turistas que opten por esta subcategoría migratoria.

Los requisitos para la categoría de trabajador o prestador remoto de servicios se encuentran descritos en el art. 5 del reglamento, entre ellos destacan:

- a) Formulario de Solicitud debidamente firmado por la persona interesada o su apoderado. Deberá ingresar a la plataforma digital disponible Trámite Ya, en la dirección electrónica <https://tramiteya.go.cr/dgme/> u otras plataformas digitales que a futuro esta Dirección General ponga a disposición de los usuarios.
- b) Comprobante de pago a favor del Gobierno por cien dólares (US\$100,00) o su equivalente en colones al tipo de cambio de referencia del Banco Central de Costa Rica, al tenor del artículo 256 de la Ley General de Migración y Extranjería.

- c) Imagen de la página del pasaporte vigente de la persona extranjera, en la que conste su fotografía e información biográfica y de la página en la que conste el sello de ingreso a Costa Rica si ya se encuentra dentro del territorio nacional.
- d) Los requisitos establecidos en el decreto ejecutivo n.º 36626-G denominado Reglamento para el otorgamiento de visas de ingreso a Costa Rica, según la nacionalidad del solicitante conforme a las disposiciones de las Directrices *Generales de Visas de Ingreso y Permanencia para no residentes*.
- e) Estados de cuenta bancarios que respalde el ingreso en los que se indique que la persona ha recibido durante el último año un pago o una remuneración proveniente del exterior por un monto mínimo de tres mil dólares estadounidenses mensuales (US\$3 000,00) y en caso de solicitar la permanencia legal para su grupo familiar este ingreso será de cuatro mil dólares mensuales (US\$4 000,00) según el tipo de cambio oficial de venta que determine el Banco Central de Costa Rica o Certificación emitida por contador público o notario público (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022).

Es importante mencionar que la Ley N° 10008 permite a los aplicantes a quienes se les autorice la permanencia legal bajo la subcategoría de Nómadas Digitales establecerse en el país con sus cónyuges o hijos menores de edad o hijos menores de 25 años o mayor con discapacidad, o bien con adultos mayores que dependan económicamente de los beneficiarios (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022), los requisitos para optar por esta facilidad están descritos en el art. 6 del reglamento:

- a) Certificación de matrimonio con fecha de haber sido expedida no mayor a seis meses.
- b) Documento que demuestre fehacientemente la declaración o reconocimiento de la unión de hecho con fecha de haber sido expedida no mayor a seis meses por autoridad competente.
- c) Copia del certificado o constancia de nacimiento en caso de personas menores de edad o personas solteras menores de 25 años.
- d) Si la persona dependiente es una persona con discapacidad, un dictamen médico que demuestre esa condición.

- e) Las personas adultas mayores deberán comprobar la existencia de vínculo o convivencia con la persona que tramita la categoría especial de Estancia con una certificación emitida por autoridad competente, o en su defecto a través de una declaración jurada que así lo acredite. (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022)

Tener la posibilidad de viajar con dependientes puede convertirse en un elemento diferenciador de Costa Rica como competidor en el mercado de nómadas digitales ya que para los turistas es común viajar en compañía, además, de esta forma las personas dependientes pueden beneficiarse de las exenciones fiscales y demás ventajas que ofrece este visado y una vez más se demuestra que los requisitos son accesibles y permiten una rápida solución a la solicitud migratoria.

Según el art. 7, una vez realizada la filiación en la plataforma digital y así se hayan completado los requisitos indicados:

La gestión de extranjería o la coordinación regional contará con quince días naturales para resolver la solicitud, en cinco días naturales el solicitante recibirá una prevención en caso existan requisitos omitidos o en caso sea necesario aclarar o subsanar la información, una vez entregados los requisitos nuevamente, se retoma el conteo del plazo para resolver la solicitud (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022).

Uno de los requisitos inherentes a la aplicación para la categoría migratoria es la obtención de una póliza de servicios médico internacional, según se describe en el art. 9 del reglamento a Ley n.º 10008 (Decreto Ejecutivo n.º 43619, 2022), esto es de suma importancia para los turistas ya que pueden cubrir sus emergencias médicas sin incurrir en gastos millonarios y de esta manera no se ven obligados a adquirir una obligación mensual con la Caja de Seguro Social, eximiéndolos de cotizaciones que no representan un beneficio a futuro para los mismos.

Con las disposiciones descritas en el reglamento se evidencia que el trámite se considera como preferencial por la Dirección General de Migración y Extranjería y se ha impulsado el uso de herramientas digitales que faciliten el proceso en ambas vías. Esto constituye otro incentivo para los turistas, ya que con pocos requisitos y en 15 días pueden obtener una respuesta sobre la solicitud y así disfrutar de su estancia de manera legal y con los beneficios que la Ley n.º 10008 (2021) les otorga.

## Turismo

Según el glosario de términos de turismo de la Organización Mundial del Turismo (s. f.) de las Naciones Unidas, la definición del concepto *turismo* es la siguiente:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (párr. 1).

Como se explica, puede haber varios motivos por los cuales las personas desarrollen la necesidad de salir de sus entornos habituales, ya sea local o internacionalmente, con sus actividades normales de consumo en su lugar de destino generan beneficios para el mismo y su economía, por lo que desde su creación se determinó como uno de los sectores con mayores encadenamientos productivos participación en el crecimiento de las naciones.

Respecto a sus orígenes, Coll (2020) menciona:

El turismo, tal y como lo conocemos en el siglo XXI, nace en el siglo XIX. La Revolución Industrial, en un contexto global, provocó un crecimiento exponencial de los viajes y los desplazamientos entre territorios. Con fines muy distintos, tales como las guerras, el ocio, el comercio, la conquista, así como otro tipo de fines, el turismo no ha dejado de crecer, en función que iban desarrollándose todas las infraestructuras y el transporte (párr. 7).

Con la globalización, una mayor apertura internacional, la creación de medios de transporte masivos y los diferentes contextos sociales, religiosos, culturales, comerciales y personales, el turismo ha evolucionado con el paso de los años. Esto genera, además del disfrute de los viajeros según su necesidad, la creación de empresas y profesionales dedicados a servicios turísticos. Esto dio paso a la diversificación de las actividades económicas de los países y al crecimiento y bienestar general de estos.

## **Sector turismo en Costa Rica**

En la actualidad, Costa Rica se conoce mundialmente como uno de los destinos vacacionales más apetecidos. Esta afirmación se respalda por las relaciones presentes con mercados como Estados Unidos y algunos países de Europa. Aunque el trabajo de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica y la marca que administran, Esencial Costa Rica, tienen mucho mérito en este logro, no ha sido un esfuerzo de la última década únicamente, sino que es parte de una trayectoria y diferentes ajustes realizados al sector durante los años.

Entre los antecedentes históricos de la actividad turística en Costa Rica. Bonilla (2007) destaca:

Con la construcción del ferrocarril eléctrico al Pacífico (1910) se diversifica el tránsito de las personas en el país; el cual es más visitado por extranjeros y con ello nacen nuevas opciones de alojamiento; como es el caso del Hotel Europa en 1918, el cual se ubica en diferentes inmuebles, hasta ocupar, en 1933 el sitio actualidad. Quien rompe los paradigmas de la hotelería nacional es el Gran Hotel Costa Rica (1930), ya que fue por muchos años el mejor hotel de este país y establece el punto de partida para el turismo organizado (p. 27).

Con estos dos antecedentes se evidencia la importancia de la infraestructura de transporte. El ferrocarril al Pacífico trajo a Costa Rica no solo mejores relaciones de comercio internacionales, sino también un aumento en el turismo local y de extranjeros, al igual que las infraestructuras del sector hotelero, que desde la época de 1890 ha obtenido los beneficios de la visitación de personas de distintas nacionalidades.

Bonilla (2007) continúa la historia del sector turismo en el país con los siguientes antecedentes:

Para 1930 se inaugura el aeropuerto de Lindora (Santa Ana), el cual sustituye en 1937 al de la Sabana y permitió el ingreso de compañías aéreas como Pan American, TACA y luego LACSA en 1945.

En 1931 el Sr. Presidente de la República, Cleto González Víquez, crea la Junta Nacional de Turismo e Inmigración. También en 1940 se fundó la Asociación

Costarricense de Hoteleros y Afines (ACHA) que vela por los intereses del gremio. En 1950 nace *Costa Rica Express* primera agencia de viajes del país y para 1955 durante la administración del Sr. José Figueres Ferrer se crea la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, mediante la ley 1917 (p. 28).

De estos importantes acontecimientos vale la pena analizar la importancia de las conexiones aéreas que ha generado el país con otros territorios con el paso de los años, al igual que las operaciones de las distintas aerolíneas como los mismos aeropuertos, ya que el transporte aéreo es el mayor facilitador para el turismo entre países con distancias considerables. La eficiencia de los aeropuertos es incluso parte de los índices que estudian los inversores internacionales al decidir colocar su capital en un país, pues puede generar grandes diferencias en los flujos turísticos y de comercio intencional de los países.

Con la creación de instituciones dedicadas exclusivamente al turismo el gobierno se asegura que el sector es administrado, controlado y evaluado de manera efectiva y que los presupuestos invertidos en este se usen de manera que generen estabilidad y mejoras a la actividad turística del país, los aportes del sector turismo al PIB del país son significativos. Por lo tanto, debe tener a los jerarcas ideales para un desempeño adecuado.

En la actualidad y desde el año 1955, el organismo responsable por el sector turismo de Costa Rica es el Instituto Costarricense de Turismo el cual presenta los siguientes objetivos en su sitio web (s.f):

1. Fortalecer las instancias, instrumentos y mecanismos de gestión, con el fin de ejercer la rectoría, la adecuación y articulación del crecimiento turístico en dirección del modelo de desarrollo sostenible del turismo.
2. Consolidar un sistema integrado de información estratégica y conocimiento para la toma de decisiones en el ámbito público y privado.
3. Mejorar el posicionamiento de Costa Rica como un destino diferenciado, mediante estrategias tanto en el mercado nacional e internacional, de conformidad con el modelo de desarrollo turístico sostenible.

4. Promover la competitividad de las empresas turísticas del país mediante la diferenciación del modelo turístico, la generación y transferencia de conocimiento, la responsabilidad social y sostenibilidad para mejorar el posicionamiento del país.
5. Promover el uso sostenible de los elementos del espacio y el patrimonio turístico mediante la planificación, la generación y transferencia de conocimiento y el desarrollo de capacidades locales para su integración en los productos turísticos que contribuyan al posicionamiento del destino.
6. Lograr una gestión administrativa financiera del ICT de manera productiva (eficiente, eficaz y efectiva) en función del modelo de desarrollo.
7. Desarrollar un modelo de cultura organizacional hacia la consecución de logros del modelo de Desarrollo Turístico Sostenible, en favor del bienestar de los costarricenses, las comunidades y el país. (párrs. 21 – 28)

La normativa jurídica en Costa Rica respecto a temas de turismo y migración es de alta calidad y brinda seguridad, tanto al turista como al país y sus intereses, por su peso en la economía del país. Las leyes dedicadas al sector están en constante análisis y evolución para permitir al país tener un espacio en el mercado y estar en un nivel competitivo contra el resto del mundo.

Bonilla (2007) concluye los antecedentes históricos del turismo en Costa Rica afirmando que: “Ya para los años 70's la oferta turística del país era muy diversa con sol, playa y ciudad, principalmente en el Pacífico medio y Guanacaste” (p. 28). Con lo que se puede afirmar que la imagen del país no cambió mucho desde esa época y se realizó un excelente esfuerzo para agregar mayor valor que las riquezas naturales con las que cuenta el país.

Cada uno de los avances del sector turismo ha llevado al recibimiento de importantes ingresos económicos al país, permitiendo una diversificación de las actividades económicas, con la siguiente figura se facilita la comparación respecto la generación de divisas en millones de dólares por medio de fuentes como el turismo, el café y el banano y su variación porcentual en los últimos años.

*Figura 1. Turismo y otras fuentes generadoras de divisas 2003-2022*

AÑO	FUENTE DE DIVISAS					
	TURISMO*	Variación %	Café	Variación %	Banano	Variación %
2003	1 416,0	-	193,6	-	553,1	-
2004	1 596,6	12,7	197,6	2,1	543,4	-1,8
2005	1 839,9	15,2	232,7	17,8	481,2	-11,4
2006	1 894,3	3,0	225,8	-3,0	620,3	28,9
2007	2 244,7	18,5	251,9	11,6	673,0	8,5
2008	2 549,0	13,6	305,0	21,1	689,7	2,5
2009	2 011,6	-21,1	232,2	-23,9	623,3	-9,6
2010	2 233,5	11,0	257,5	10,9	703,2	12,8
2011	2 409,2	7,9	374,9	45,6	752,6	7,0
2012	2 517,2	4,5	412,4	10,0	816,3	8,5
2013	2 919,4	16,0	302,5	-26,6	847,8	3,9
2014	2 986,7	2,3	275,9	-8,8	906,7	6,9
2015	3 258,9	9,1	305,9	10,9	833,7	-8,1
2016	3 640,4	11,7	307,9	0,6	996,5	19,5
2017	3 645,4	0,1	305,3	-0,9	1 042,2	4,6
2018	3 762,7	3,2	315,7	3,4	1 028,2	-1,3
2019	3 980,1	5,8	276,2	-12,5	997,6	-3,0
2020	1 324,6	-66,7	325,6	17,9	1 080,8	8,3
2021	1 716,6	29,6	314,7	-3,4	984,3	-8,9
2022	3 131,3	82,4	371,2	18,0	1 031,4	4,8

*Nota.* Tomado de Instituto Costarricense de Turismo (2022).

De la figura se puede inferir que, a pesar de ser un país reconocido mundialmente por la exportación de productos agrícolas como los mencionados, el turismo genera una cantidad superior de divisas, estas aportaciones son clave en las balanzas de comercio internacional de Costa Rica y conociendo esta información los jefes del país pueden enfocar mayores esfuerzos a esta actividad ya que sus réditos son evidentes. Por otra parte, cabe mencionar que el sector turismo, según datos del sitio web de Presidencia de Costa Rica (2016), genera 150 mil empleos directos y 450 mil indirectos, reafirmando su presencia como motor de la economía nacional.

## Competitividad turística

De acuerdo con Hassan (2000, citado por Socatelli, 2019), la competitividad de los destinos turísticos puede definirse como: “La capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (p. 2). El concepto se refiere al aprovechamiento de los distintos recursos turísticos de los destinos como ventaja competitiva frente al mercado y el aseguramiento de la satisfacción, tanto de los turistas como de los habitantes de la zona.

Respecto a los factores que deben considerarse al medir la competitividad turística, Socatelli (2019) menciona que:

Para adaptarse al entorno y aumentar la competitividad la Unión Europea identifica cinco grandes factores que se deben tener en cuenta: políticos, económicos, medioambientales, sociales, tecnológicos y de innovación. Resulta evidente que estos factores son diferentes en función de los grandes subsectores del turismo: transporte, alojamiento, atracciones turísticas, organizadores de viajes e intermediarios, etc. (p. 2).

Entre los aspectos mencionados existen situaciones que no pueden controlarse por los destinos turísticos por lo que estos deben enfocarse en aquellos que pueden medir, controlar y mejorar con el objetivo de aumentar su competitividad y atraer mayores cantidades de turistas, lo cual se traduce a mayor cantidad de exportaciones de servicios de turismo y mayor cantidad de ingresos para el sector. Es importante reconocer que existen diferentes tipos de turistas en la actualidad, en este caso identificar los factores perseguidos por los nómadas digitales al elegir un destino donde dirigirse es vital para convertirse en su destino ideal.

Una de las herramientas de mayor utilidad para medir la competitividad turística de los países es el índice de competitividad de viajes y turismo, el cual, según Pérez (2021):

Es una medición que hace el Foro Económico Mundial de forma bienal desde el 2006 para medir los factores y políticas que ayudan al desarrollo sostenible del turismo directa y estrechamente relacionado con la competitividad y desarrollo general de cada país (párr. 4).

Este tipo de estudios permite a los países incluidos tener un punto de partida para aplicar medidas correctivas que los lleve a alcanzar una calificación idónea en los pilares del índice. El reporte desarrollado por el Foro Económico Mundial no es solamente un resumen de las cifras, sino que contiene información de la actualidad en el ámbito global que contextualiza lo que se analiza en las categorías de este.

Además, facilita la posibilidad de replicar las acciones, políticas y mejores prácticas que han llevado a las naciones en el *top* del *ranking* a su posición y evidencia cómo un manejo sostenible del turismo y su desarrollo se relaciona directamente con la economía de los países. Esto se refleja en el hecho de que, como se muestra en la figura a continuación, entre los países con mejores calificaciones se encuentran grandes economías como Japón (5.2) y Estados Unidos (5.2).

**Figura 2. Índice de Competitividad Turística 2019**

Rank	Economy	Score <sup>2</sup>	Change since 2019 <sup>2</sup>		Diff. from TTDI Avg. (%)	Rank	Economy	Score <sup>2</sup>	Change since 2019 <sup>2</sup>		Diff. from TTDI Avg. (%)	Rank	Economy	Score <sup>2</sup>	Change since 2019 <sup>2</sup>		Diff. from TTDI Avg. (%)
			Rank	Score					Rank	Score					Rank	Score	
1	Japan	5.2	1	0.7%	31.8%	40	Mexico	4.3	-6	-1.2%	7.4%	79	Cambodia	3.6	3	1.1%	-9.2%
2	United States	5.2	-1	-1.0%	30.7%	41	Bulgaria	4.3	-2	-0.4%	7.3%	80	Tunisia	3.6	-3	-0.5%	-9.2%
3	Spain	5.2	2	0.0%	29.5%	42	Lithuania	4.3	3	0.6%	7.2%	81	Tanzania	3.6	5	2.6%	-10.2%
4	France	5.1	2	-0.2%	28.8%	43	Qatar	4.3	-2	-0.2%	7.0%	82	Cape Verde	3.6	1	1.4%	-10.2%
5	Germany	5.1	-1	-1.8%	27.3%	44	Georgia	4.3	3	1.4%	6.8%	83	Pakistan	3.6	6	2.9%	-10.2%
6	Switzerland	5.0	1	-2.1%	26.0%	45	Turkey	4.2	4	1.3%	6.4%	84	Mongolia	3.6	-8	-2.1%	-10.6%
7	Australia	5.0	1	-1.3%	25.6%	46	Croatia	4.2	-4	-0.6%	6.4%	85	Trinidad and Tobago	3.6	0	1.5%	-10.7%
8	United Kingdom	5.0	-5	-4.5%	24.8%	47	Israel	4.2	-7	-1.0%	6.2%	86	Kuwait	3.5	-7	-1.8%	-11.0%
9	Singapore	5.0	0	-1.4%	24.6%	48	Latvia	4.2	0	0.6%	5.9%	87	North Macedonia	3.5	-3	-0.3%	-12.1%
10	Italy	4.9	2	0.8%	23.9%	49	Brazil	4.2	3	2.3%	5.2%	88	Namibia	3.5	0	0.0%	-12.6%
11	Austria	4.9	0	0.4%	23.6%	50	Costa Rica	4.2	1	1.2%	4.5%	89	Rwanda	3.5	1	0.7%	-12.7%
12	China	4.9	3	2.3%	23.5%	51	Egypt	4.2	6	4.3%	4.4%	90	Kyrgyz Republic	3.4	3	1.9%	-13.9%
13	Canada	4.9	-3	-2.1%	22.9%	52	Vietnam	4.1	8	4.7%	4.1%	91	Bolivia	3.4	5	1.6%	-14.5%
14	Netherlands	4.9	0	0.2%	22.3%	53	Romania	4.1	-3	-0.7%	3.6%	92	Tajikistan	3.4	-1	-0.3%	-14.6%
15	Korea, Rep.	4.8	4	1.9%	21.4%	54	India	4.1	-8	-2.6%	3.6%	93	Lao PDR	3.4	1	0.7%	-15.0%
16	Portugal	4.8	-3	-2.1%	19.8%	55	Uruguay	4.1	6	3.6%	3.0%	94	Lebanon	3.4	-7	-3.1%	-15.1%
17	Denmark	4.7	-1	-1.5%	18.9%	56	Slovak Republic	4.1	-3	0.2%	2.9%	95	Bosnia and Herzegovina	3.4	-3	-0.7%	-15.2%
18	Finland	4.7	-1	-2.2%	17.3%	57	Bahrain	4.1	-2	1.0%	2.1%	96	El Salvador	3.3	2	1.7%	-16.1%
19	Hong Kong SAR	4.6	-1	-3.0%	16.3%	58	Colombia	4.0	4	2.3%	1.6%	97	Guatemala	3.3	-2	-0.6%	-16.1%
20	Sweden	4.6	1	-1.9%	16.0%	59	Argentina	4.0	-5	-1.2%	0.6%	98	Zambia	3.3	1	1.7%	-16.3%
21	Luxembourg	4.6	2	-0.5%	15.4%	60	Panama	4.0	-2	0.5%	0.3%	99	Paraguay	3.3	2	2.1%	-17.1%
22	Belgium	4.6	3	-0.6%	14.4%	61	Armenia	4.0	4	1.9%	-0.2%	100	Bangladesh	3.3	3	2.0%	-17.6%
23	Iceland	4.5	-1	-1.8%	14.2%	62	Mauritius	4.0	-6	-0.9%	-0.5%	101	Ghana	3.3	-1	0.9%	-17.6%
24	Ireland	4.5	-4	-3.9%	13.9%	63	Azerbaijan	4.0	-4	-0.3%	-0.6%	102	Nepal	3.3	0	1.8%	-17.8%
25	United Arab Emirates	4.5	1	0.7%	13.9%	64	Jordan	3.9	-1	-0.6%	-1.8%	103	Benin	3.2	3	4.0%	-18.7%
26	Czech Republic	4.5	1	0.3%	13.3%	65	Peru	3.9	4	2.1%	-2.1%	104	Nicaragua	3.2	-7	-2.0%	-19.1%
27	New Zealand	4.5	-3	-2.5%	12.6%	66	Kazakhstan	3.9	0	0.3%	-2.3%	105	Senegal	3.2	0	0.4%	-20.2%
28	Greece	4.5	0	0.2%	12.1%	67	Montenegro	3.9	-3	-0.7%	-2.6%	106	Honduras	3.1	-2	-2.1%	-21.5%
29	Estonia	4.4	2	-0.6%	10.7%	68	South Africa	3.8	0	-0.3%	-3.8%	107	Côte d'Ivoire	3.1	3	2.6%	-22.6%
30	Poland	4.4	3	0.8%	10.6%	69	Dominican Republic	3.8	3	2.6%	-3.9%	108	Venezuela	3.1	-1	-0.5%	-23.1%
31	Cyprus	4.4	-1	-0.8%	10.5%	70	Serbia	3.8	0	1.3%	-3.9%	109	Malawi	3.0	-1	0.2%	-24.0%
32	Indonesia	4.4	12	3.4%	10.3%	71	Morocco	3.8	-4	-2.1%	-4.8%	110	Nigeria	3.0	1	0.6%	-24.1%
33	Saudi Arabia	4.3	10	2.3%	9.3%	72	Albania	3.8	-1	1.0%	-5.0%	111	Lesotho	3.0	-2	-1.5%	-25.6%
34	Chile	4.3	4	0.9%	9.1%	73	Ecuador	3.8	1	1.0%	-5.7%	112	Cameroon	2.9	0	1.6%	-26.2%
35	Malta	4.3	-3	-1.9%	9.0%	74	Sri Lanka	3.7	1	1.4%	-6.0%	113	Angola	2.9	0	2.8%	-26.5%
36	Thailand	4.3	-1	0.2%	8.8%	75	Philippines	3.7	-2	0.1%	-6.3%	114	Sierra Leone	2.8	1	1.5%	-30.6%
37	Hungary	4.3	0	0.3%	8.7%	76	Botswana	3.7	2	3.0%	-6.6%	115	Mali	2.7	-1	-0.5%	-31.0%
38	Malaysia	4.3	-9	-3.0%	8.4%	77	Moldova	3.6	4	1.2%	-8.6%	116	Yemen	2.6	0	2.7%	-34.2%
39	Slovenia	4.3	-3	-0.7%	7.8%	78	Kenya	3.6	2	0.5%	-9.1%	117	Chad	2.5	0	1.3%	-37.5%

Nota. Tomado de Foro Económico Mundial (2021).

Para Escobedo (2022), a partir de la medición de la competitividad turística es posible conocer la evolución y crecimiento del desarrollo turístico de los destinos e indica:

Aunque en los últimos años ha habido un ajuste en el número de países que figuran en este *ranking*, en su última edición se contemplan un total de 117. Los cuales fueron sometidos a una evaluación de 17 pilares entre los que destacan: el ambiente de negocios, seguridad y protección, salud e higiene, recursos humanos y mercado laboral, preparación en las TIC, priorización de viajes y turismo, apertura internacional, competitividad de precios, sostenibilidad del medio ambiente, infraestructura de transporte aéreo, infraestructura portuario y terrestre, infraestructura de servicios turísticos, recursos naturales y recursos culturales y viaje de negocios (párr. 4).

Estos pilares ejemplifican la conexión entre el turismo y el comercio internacional, ya que son indicadores clave del estado general de un país, los cuales constituyen una base para tomar decisiones respecto a negocios internacionales y socios estratégicos. Los esfuerzos aplicados para asegurar una buena calificación en cada uno de estos pilares impactan de manera directa la reputación de los países con el resto del mundo.

### **Importancia de la competitividad turística en el comercio internacional**

Cifras de 5,9 billones de dólares en 2021 evidencian que, de forma general, la exportación de servicios desempeña un papel importante en la economía mundial y dinamiza el crecimiento global de las economías con subsectores como arquitectura, diseño e ingeniería, turismo, tecnología de información y comunicación, audiovisuales, animación, moda, transporte y finanzas. Las actividades de turismo contribuyen al total de exportación de servicios y según la Organización Mundial de Turismo este sector de la economía es clave para fomentar el comercio en los países menos desarrollados. Sobre el tema, la Cámara Nacional de Aerotransportes de México (Canaero, 2017) indica:

El turismo representa el 7% de todo el comercio internacional y es cada vez más relevante para la comunidad comercial. Es una industria que forma parte del comercio de servicios, que representa el 30% del comercio mundial de servicios. Esto es particularmente importante en el caso de los países menos desarrollados (PMA), donde representa el 7% de las exportaciones totales de bienes y servicios, cifra que se sitúa en el 10% para los exportadores de PMA no petroleros (párr. 2).

Para países como Costa Rica en donde la producción e industrias y las exportaciones derivadas de estas actividades no son fuertes contribuidores a la economía, la competitividad en el turismo asegura ingresos económicos que se dejan de percibir en estos sectores. Para la balanza comercial del país, contar con los servicios de turismo es importante para el objetivo de alcanzar un saldo positivo.

Los gráficos provistos por el Ministerio de Comercio Exterior (2022), en su reporte dedicado al análisis sobre la evolución del comercio exterior e inversión extranjera directa en Costa Rica en 2021, sobre las exportaciones de servicios y la participación relativa según el servicio muestran que el sector denominado *viajes* en 2014 representaba un 42.2 % del total, mientras que para 2021 disminuyó a un 18.4 %.

Según Comex (2022), después de la crisis provocada por la pandemia los sectores de exportación de servicios de viajes y transportes fueron los más afectados, impactando directamente la dinámica del comercio de servicios en el contexto mundial. Esta información y los eventos que resultaron de la propagación de la COVID-19 demuestran el impacto que puede generar al comercio internacional y a la economía global la disminución del turismo y las actividades subyacentes.

Los análisis de Comex (2022) resaltan que la participación de las exportaciones de servicios en las exportaciones totales (bienes más servicios) mundialmente: “Disminuyó al pasar de 43,1% a 38,3%, en estos mismos años, debido principalmente al impacto directo en las exportaciones de viajes (turismo, negocios, salud, educación) y de transporte” (p. 13). Por otra parte, es importante mencionar que el turismo tuvo una participación de 4.9 % en la atracción de inversión extranjera directa según datos de Comex (2022), porcentaje que se pretende aumentar con diferentes estrategias de promoción y con iniciativas como la ley de nómadas digitales descrita en la presente investigación.

Fuera de cifras, existen aportes importantes de la búsqueda de la competitividad turística en el comercio internacional entre las cuales se puede mencionar la mejora en las infraestructuras del país, al reforzar los puertos aéreos, terrestres y marítimos se facilita el movimiento de turistas al igual que el movimiento de bienes para transacciones de importación y exportación.

Además, las tareas dedicadas a un desarrollo sostenible del turismo han destacado a Costa Rica en el ámbito mundial como uno de los países con mayor interés en una gestión adecuada de los recursos naturales y de la protección del ambiente colocando al país en una posición de ventaja en aquellas negociaciones cuyos objetivos resuenen con el tema de sostenibilidad ambiental.

Entre otros temas se pueden mencionar los cientos de oportunidades que se pueden desprender del turismo en temas de negocios, tanto locales como internacionales, siempre existirán necesidades por cubrir y esto se traduce a nuevas empresas y generación de empleos. Con los nómadas digitales, por ejemplo, se pueden generar conexiones con las compañías extranjeras para realizar negocios en el territorio nacional o pueden surgir nuevas ideas de emprendimientos, lo que genera una movilización de la economía.

Estas dualidades entre el turismo y el comercio internacional son parte de los elementos que muchos negociadores internacionales estudian al decidir con cuáles países crear o fortalecer sus relaciones comerciales. Por lo tanto, se afirma la existencia de un impacto del turismo al comercio internacional desde aristas económico-numéricas hasta temas subjetivos de mejora y crecimiento del país de manera general y la promoción de la marca país.

### **Competitividad turística de Costa Rica.**

Según el reporte anual del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022) denominado *Costa Rica en cifras 2022*, el país recibió a un total de 1.347.055 turistas, provenientes principalmente de América del Norte (958.792), Europa (229.813) y América Central (78.425). Estas cifras respaldan los esfuerzos realizados por las entidades pertinentes en términos de mejoramiento de los servicios de turismo que se ofrecen en el país y del resto de factores que impactan al sector.

A pesar de que existe mucho espacio para mejoras, Costa Rica destaca en el turismo en el ámbito mundial. Según el índice de competitividad de viajes y turismo, para el año 2021 Costa Rica obtuvo el lugar 50 de 117 países, con una puntuación de 4.2, convirtiéndose en el único país centroamericano entre los países latinoamericanos con mejor puntuación, entre los cuales se encuentran Chile (4.3), México (4.3), Brasil (4.2) y Uruguay (4.1).

Entre las ventajas competitivas del país se puede mencionar la experiencia adquirida con los mercados de América del Norte y Europa que se han desarrollado durante años y el

robustecimiento de estas relaciones comerciales para incentivar el recibimiento de turistas provenientes de estos orígenes. La cantidad de conexiones aéreas con las que cuenta Costa Rica constituye otra de las grandes ventajas en el sector, según Pérez (2021):

Costa Rica conecta con vuelos aéreos directos con 35 ciudades alrededor del mundo, de acuerdo a datos brindados por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) a El Financiero. Los destinos que más se repiten entre las 23 aerolíneas que brindan servicio al país son: Los Ángeles, Orlando, Houston, Miami, Denver, New York, Toronto, Ciudad de México, Chicago, Bogotá, Ciudad de Guatemala, Lima, entre otros (párr. 1).

La apertura internacional en términos de transporte facilita a los turistas decidir su destino a visitar, por temas de horas de vuelo, costos y logística. El sistema de aerolíneas y aeropuertos del país se ha mejorado con el paso de los años, al incentivar el turismo internacional, para la competitividad turística es clave contar con los mejores medios de transporte para facilitar el ingreso de extranjeros.

Noticias divulgadas en el 2022 destacan que Costa Rica se encuentra en el cuarto puesto del Ranking de Marca País en América por encima de Brasil. Esto sustenta la búsqueda de la excelencia con la que funciona el país y sus actividades de promoción de mercados exteriores, lo cual impacta directamente a la competitividad turística nacional.

Un estudio de Bloom Consulting (citado por el Instituto Costarricense de Turismo 2022) señala que:

La Costa Rica de las maravillas de la vida silvestre mejoró tanto su desempeño en las redes sociales como en línea. La fuerte demanda digital de los turistas en Estados Unidos ha sido clave para lograr este éxito. Al apostar por la sostenibilidad como motor de su economía, Costa Rica se consolida como un ejemplo para otros países que optan por la misma estrategia.

Dentro de las ventajas más obvias del país y que valen la pena siempre exaltar se encuentran sus miles de bellezas naturales y actividades que se derivan de sus visitas, a pesar de contar con sólo 51.100km<sup>2</sup> de superficie terrestre y 589.000km<sup>2</sup> de

mar, Costa Rica es privilegiado en recursos naturales, buscados por extranjeros en sus destinos vacacionales o de estancia (s. p.).

Para el ICT (2022), la principal ventaja comparativa con que cuenta Costa Rica es:

Su sistema de Parques Nacionales y Áreas Protegidas, mismas que cubren alrededor de un 25% del territorio nacional, constituyendo porcentualmente la mayor del planeta, respecto al porcentaje del área, y que alberga una rica variedad de flora y fauna, estimada en un 5% de la biodiversidad del mundo (párr. 2).

Al conocer las fortalezas con las que cuenta el país y sus resultados en índices internacionales los siguientes pasos deben dedicarse al seguimiento de las buenas prácticas que se utilizan en la actualidad y a la búsqueda de nuevos mercados y tipos de turismo. Esto forma parte de las tareas del gobierno y de las entidades competentes, pero también es parte de lo que los costarricenses deben promover y fortalecer al interactuar con personas extranjeras visitando o interesadas en visitar el país.

***Efectos de la pandemia por la COVID-19 en el sector turismo de la economía costarricense.***

Por la naturaleza de la COVID-19 y sus formas de propagación, el confinamiento y el cierre de fronteras estuvieron entre las primeras medidas que tomaron los gobiernos e instituciones competentes para evitar el aumento en los contagios y sus consecuencias. Esto dio como resultado una grave afectación en el turismo nacional e internacional y las distintas cadenas productivas ligadas al sector, en la siguiente figura se puede observar el impacto a nivel monetario generado por la crisis en los principales países en materia turística de las regiones de Centroamérica y Caribe.

**Figura 3.** Impacto en México, Centroamérica y el Caribe en el turismo por la crisis del Covid 19

Países	PIB Turístico	Impacto/crisis (U\$A)	Población	Turistas Internacionales
México	8.7 %	102,800.000	129.163,028	41.447,000
Costa Rica	6.3 %	4,500.000	4.905,770	3.017,000
Panamá	11.0 %	7,500.000	4.098,059	1.779,000
República Dominicana	8.8 %	8,100.000	10.767,000	6.569,000
Cuba	7.0 %	*	11.484,064	4.684,000

*Nota.* Tomado de Deloitte S-Latam.S.C (2020).

De acuerdo con Jiménez (2021):

Uno de los efectos inmediatos al inicio de la pandemia fue la drástica caída en la entrada de turistas internacionales a Costa Rica. Entre febrero y abril del 2020, la cantidad de personas extranjeras que ingresan mensualmente al país pasó de 341.008 a 3.803 [...]. En el 2020, los servicios de comida y alojamiento sufrieron una contracción de su producción de un -45%, esta es una cifra histórica que se encuentra entre las caídas más fuertes de toda la economía nacional (párr. 4-5).

Estos datos traducidos a dinero demuestran la importancia del sector turismo para el país, principalmente para las zonas costeras y la necesidad existente de una reactivación económica adaptada a la nueva realidad y exigencias de las personas. Son muchas las familias que dependen de esta actividad, ya que participan decenas de profesiones, desde el chofer que moviliza a los turistas del aeropuerto a sus hoteles hasta los artesanos que ofrecen sus productos en las atracciones turísticas.

En términos de costos, también se generó una nueva afectación, ya que para asegurar la protección de los turistas en términos de salud se debe invertir en diferentes insumos de limpieza. En los restaurantes se debe contar con un sistema idóneo de suministros para evitar la contaminación de los cubiertos, platos y vasos. En los sistemas de transporte se aconseja utilizar métodos de barrera y en toda instalación se debe contar con acceso a agua potable para el lavado de manos y alcohol en gel.

Una disminución en el número de clientes y un aumento en los costos es la receta perfecta para que las pequeñas y medianas empresas desistan de sus actividades, ya que no existe rentabilidad y es un impacto que no se pudo prever. Con la eliminación de las restricciones sanitarias para ingresar al país se espera revertir estos efectos y volver al menos a los números en los que se encontraba el sector turismo antes de la pandemia y seguir implementando acciones que lleven al país a un mejor estado económico derivado de las exportaciones de servicios de turismo.

### **Reactivación económica por medio del turismo en la modalidad de nómadas digitales**

Con el cumplimiento del objetivo general de la Ley n.º 10008 (2021) se desprenden cientos de efectos colaterales como resultado de la puesta en marcha de esta medida de reactivación económica nacional. Son varios los actores principales que se benefician con la aplicación de la ley, empezando por las personas extranjeras, quienes cuentan con un nuevo estatus migratorio que les ofrece beneficios fiscales y mayor facilidad para contar con una estancia de mayor extensión en el país.

Los nómadas digitales contribuirán a la recuperación turística en las diferentes regiones turísticas del país al invertir parte de sus ingresos en servicios de alojamiento, alimentación, alquiler de vehículos, *tours*, servicios médicos, salones de belleza y hasta servicios educativos. Esto genera una verdadera activación integral de la cadena económica impulsada por el turismo.

Anteriormente, se ha mencionado la importancia para el comercio internacional y la economía en general del turismo, aunque no es el único pilar para asegurar ingresos monetarios al país, la contribución es sumamente apreciada. Este nuevo tipo de turismo no representa millones de colones de forma inmediata, sin embargo, genera valor suficiente como para seguir apostando por su oferta a los distintos mercados internacionales.

### ***Adaptaciones al turismo para recibir nómadas digitales.***

En la actualidad, Costa Rica cuenta con diversos tipos de turismo que atraen a diferentes mercados internacionales. Entre estos el sitio web Pura Vida University en colaboración con el ICT (2019) destaca:

- Sol y playa. Al considerar la variedad de ecosistemas acuáticos y playas con las que cuenta el país.
- Ecoturismo. Con actividades como paseos a caballo, senderismo, observación de aves y bosques, teleféricos, lagos y ríos.
- Aventura. Actividades donde se aprovechan recursos como volcanes, bosques húmedos, cataratas y ríos caudalosos
- Turismo rural. En relación con el patrimonio natural y elementos culturales.
- Wellness Pura Vida. Se destacan las aguas termales naturales que se utilizan en actividades de relajación.

De este listado se puede inferir que Costa Rica ha sabido obtener el máximo provecho de sus recursos naturales, de una manera sostenible para atraer a turistas internacionales, diversificando el tipo de actividades que se pueden realizar y ofreciendo lo que distintos grupos de turistas buscan satisfacer en sus viajes. Sin embargo, no se encuentra a la fecha entre las ofertas de turismo más populares del país el turismo dedicado a nómadas digitales, ya que, a pesar de que pueden aprovechar la cartera existente, contar con un apartado especial para estos turistas con planes dedicados a su estilo de vida puede ser de gran utilidad como incentivo a su ingreso, extensión de sus estadías y cómo herramienta de promoción de mercados emergentes.

Entre las actividades que se relacionan con el turismo de las que se espera una mejora para enfrentar turistas de larga estancia se encuentra el hospedaje, la gastronomía, el transporte y guía turísticos. El reto para las organizaciones de turismo y comercio es asegurar que la oferta de estos servicios sea lo suficientemente profesional, diversificada y tengan un fácil acceso en la totalidad de la extensión del país que se consideren regiones turísticas.

Los servicios de consultoría migratoria son un pilar importante en la implementación de la Ley n.º 10008 (2021), contar con expertos en el tema y ofrecer este servicio es vital para la facilitación del proceso. De este punto se deriva también la importancia de contar con profesionales con segundas lenguas, una comunicación clara puede ser un punto diferenciador en la atracción de turistas.

Costa Rica es un destino que se caracteriza por la paz, hospitalidad y bienestar. Sin embargo, en los últimos años, países como Estados Unidos han elevado la alerta a los viajeros por inseguridad en el país. Esto interviene negativamente en la decisión de los turistas de elegir este país centroamericano como base para ejecutar sus profesiones y visitar. CentralAmericaData (2020) resume la situación del país de la siguiente manera:

Si bien los delitos menores son la amenaza predominante para los turistas en Costa Rica, en el país se producen delitos violentos, incluidos robos a mano armada, homicidios y agresiones sexuales. El gobierno costarricense proporciona recursos de seguridad adicionales en áreas frecuentadas por turistas (párr. 4).

Muchos de los trabajadores y prestadores remotos de servicios de carácter internacional deciden viajar en esta modalidad con su grupo familiar, por ende, la seguridad es una de sus prioridades. Es obligatorio para el país y las instituciones de seguridad pública aumentar sus planes de protección a los turistas e informar sobre las zonas de riesgo, con el objetivo de resguardar sus bienes materiales y, aún más importante, su bienestar integral.

Como se mencionó en la investigación, la conectividad es vital para el desarrollo de las actividades profesionales de los nómadas digitales. Este es un objetivo claro para la Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel, 2023) y es un tema discutido en el foro Costa Rica Conectada donde expertos en telecomunicaciones y representantes de organizaciones que impulsan la competitividad y el desarrollo del turismo en Costa Rica deliberaron sobre los avances y desafíos que tiene el país para convertirse en un destino preferido para los prestadores remotos de servicios.

Sin embargo, ya se evidencian los esfuerzos de instituciones como la Sutel y diferentes oferentes de servicios de Internet, ya que el indicador de conectividad del país obtuvo resultados positivos en 2022. Según lo indica el sitio web Periódico Mensaje (2022):

Según el estudio, existen dos razones para que el indicador de conectividad destaque en los resultados finales: el aumento en el número de suscripciones a internet de banda ancha fija y la mejora en el desempeño de los servicios móviles de 3G, dada la cantidad de oferentes con los que cuenta el mercado costarricense (párr. 2).

Costa Rica cuenta en la actualidad, con un buen posicionamiento en el ámbito mundial en términos de turismo, son pocas las adaptaciones necesarias para incentivar el ingreso de nómadas digitales al país. No obstante, las mejoras son obligatorias para asegurar esta posición y reputación. Al tratarse de un tema moderno y en desarrollo es necesario evaluar el proceso y experiencia de los turistas con el objetivo de identificar fortalezas y áreas con oportunidades de mejora de este.

*Métodos de promoción de mercados exteriores para la atracción de turistas bajo la modalidad trabajadores y prestadores remotos de servicios de carácter internacional.* En sintonía con el objetivo de la Ley n.º 10008 de promover la atracción de las personas trabajadoras y prestadoras de servicios que se llevan a cabo de forma remota, el Instituto Costarricense de Turismo, en alianza con la Dirección General de Migración y Extranjería, han puesto en marcha diferentes métodos de promoción de mercados exteriores para incentivar el aumento de ingresos derivados de la exportación de servicios de turismo. Estos métodos se enfocan principalmente en el mercadeo digital en plataformas específicas, redes sociales y medios de interés para potenciales nómadas digitales, a partir de un micrositio informativo exclusivo para personas que se identifican con este estilo de vida. El ICT (2022) apunta que:

En esta página dedicada por completo a los nómadas digitales se podrá encontrar información acerca de los beneficios para estos modernos viajeros al llegar a Costa Rica, así como los requisitos que deben cumplir para obtener su estancia, los pasos para poder obtener la emisión de documento migratorio, datos sobre la póliza de servicios médicos que deben adquirir, unido a detalles para una futura renovación de su condición migratoria y otras especificaciones de interés (párr. 2).

Entre los aliados clave en el proceso de promoción destaca la marca país Esencial Costa Rica, cuya organización adoptó en sus temas de importancia los asuntos derivados de los trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales y, de una manera interactiva y llamativa, muestran en su sitio web información y enlaces de interés para este tipo de turistas que decidan instalarse en Costa Rica. Además, existen las reconocidas campañas de mercadeo que realizan alrededor del mundo en distintas ferias y congresos.

No existe más información a la fecha sobre campañas de promoción dedicadas al recibimiento de nómadas digitales, sin embargo, se estima también que con la publicidad de boca en

boca cada vez más personas decidirán optar por este estatus migratorio. No obstante, es necesario que los organismos interesados divulguen de una manera más intensiva la existencia de la Ley n.º 10008 y sus beneficios, tanto para el país como para los turistas.

### CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se pretende describir las prácticas y direcciones que se utilizan para construir el criterio necesario para resolver el problema de la investigación. El capítulo contiene las descripciones del enfoque que se utiliza para analizar el problema que se planteó, el diseño de la investigación con el que se busca llegar a conclusiones que sustenten su justificación y las especificaciones de la población y muestra que se seleccionó como fuente de información primaria y las herramientas que se utilizan en el proceso de recolección de datos que permitan el alcance de los objetivos establecidos.

#### **Enfoque**

A partir del problema de investigación, de los antecedentes consultados y la naturaleza del estudio, se decidió optar por el enfoque cualitativo para recolectar y analizar información que responda a las distintas interrogantes que surgen en el proceso investigativo. Para Hernández *et al.* (2018), la investigación cualitativa estudia:

Fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego *voltear* al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre (p. 7).

A lo citado, Hernández Sampieri y Mendoza (2018) agregan: “Se plantea un problema de investigación [...]. Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo al contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio” (p. 7).

De igual forma, Hernández Sampieri y Mendoza (2018) sostienen que:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien *circu- lar* en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio (pp. 7-8).

Según la ruta trazada por medio de los objetivos se identificó que el enfoque cualitativo es el ideal para responder a la incógnita de la investigación a través del análisis de los datos por recolectar y de los resultados de las acciones indagatorias, con el estudio de tesis previas sobre el fenómeno de nómadas digitales y su impacto en la competitividad turística de los países. a partir del problema de investigación y con el enfoque cualitativo como herramienta, se pretende construir conocimiento sobre el tema de manera paulatina, coincidiendo con lo descrito por Hernández Sampieri y Mendoza (2018).

## **Diseño cualitativo**

### **Fenomenología empírica.**

Este diseño se apega a los objetivos de la investigación, ya que como lo explican Hernández Sampieri y Mendoza (2018), a partir de las experiencias de las personas con las que se trabaja directamente, en este caso sobre el tema de nómadas digitales y la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional, se pretende expandir el conocimiento y llegar a conclusiones que puedan ser de utilidad en el análisis de su impacto y aplicación. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018), en la fenomenología empírica:

Su propósito es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias. Se obtiene la perspectiva de los participantes. Se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias ante determinado fenómeno: sentimientos, emociones, etc. El investigador trabaja directamente con los participantes y la esencia de la experiencia compartida (p. 551).

## **Población y muestra**

### **Población.**

Según Hernández Sampieri *et al.* (2014), la población es: “El conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”, e indican que “Las poblaciones deben situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo” (p. 174). Determinar la

población es clave en el proceso de la investigación, de acuerdo con lo que indican Hernández Sampieri y Mendoza (2018):

Para que sea viable la investigación, la población debe estar preparada para participar (apertura, motivación) y debe lograrse la unidad entre investigadores y comunidad. Es vital que identifiques fuentes de información (líderes, redes, grupos, organizaciones) e investigadores potenciales (socios), así como a las personas conflictivas y a quienes puedan entorpecer la investigación (p. 557).

La Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional tiene un alcance nacional. Por lo tanto, la población a la cual se dirige el presente estudio son los agentes que intervienen en el sector turismo del país y en iniciativas de reactivación económica, ya que se pretende obtener información desde las personas que son parte de la implementación de la que se mencionó de modalidad turística y los planes para incentivarla.

#### **Unidad de muestreo.**

El muestreo se realiza por conveniencia debido a la accesibilidad a las personas participantes.

#### **Muestra cualitativa.**

Hernández Sampieri *et al.* (2014) indican que:

Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población (p. 173).

Usando el método de muestreo no probabilístico, definido por Hernández Sampieri y Mendoza (2018) como muestras dirigidas, las cuales, suponen un procedimiento de selección informal y que se utilizan en muchas investigaciones para, a partir de ellas, hacer inferencias sobre la población, se seleccionaron las muestras al seguir un análisis de los criterios implícitos de los objetivos y del planteamiento del problema de la investigación. Se decidió realizar un muestreo no probabilístico, ya que Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018):

En las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios. Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende del planteamiento del problema, el esquema de investigación, la homogeneidad de las unidades estudiadas y la contribución que se piensa hacer con ella (p. 200).

Las muestras se seleccionaron intencionalmente y se llevaron a cabo usando instrumentos para recolección de datos, con el objetivo de profundizar en el análisis subjetivo de sus respuestas y obtener de esto un criterio concuerde con el propósito de la presente investigación. Lo anterior a partir del hecho de que se seleccionaron personas expertas en el tema cuyos aportes son de gran valor para el estudio.

**Tabla 1**

*Desglose de la muestra*

<b>N.º ENTREVISTADO</b>	<b>PUESTO</b>	<b>RAZÓN</b>
<b>Entrevistado 1</b>	Head of Commercial & Sales Central America para MOBILITY ADO   Vocal II Junta Directiva Cámara Costarricense Hoteles   Director en Comité Mixto de Mercadeo Instituto Costarricense de Turismo.	Experto en Dirección de Mercado, ICT

<b>Entrevistado 2</b>	Ejecutiva de turismo 3	Miembro del Departamento de Promoción, ICT
<b>Entrevistado 3</b>	Coordinador de la Unidad de Atracción de Inversiones, ICT.	Experto en atracción de inversiones, ICT
<b>Entrevistado 4</b>	Gerente del Departamento Migratorio en Outlier Legal Services.	Experto en procesos migratorios
<b>Entrevistado 5</b>	Exdiputado/exministro de Turismo	Firma principal de la Ley n.º 10008
<b>Entrevistado 6</b>	Ejecutivo de relaciones públicas y coordinador de Prensa Nacional del ICT.	Miembro del Departamento de Promoción, ICT
<b>Entrevistado 7</b>	Gerente de operaciones	Empresario hotelero con servicios para nómadas digitales
<b>Entrevistado 8</b>	Exdiputado	Coproponente de la Ley n.º 10008

**Tabla 2***Unidades de análisis*

<b>OBJETIVO</b>	<b>UNI-DAD</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>DEF. CONCEP-TUAL</b>	<b>INSTRU-MENTALI-ZACIÓN</b>
Examinar el concepto de nómadas digitales y su impacto en la competitividad del turismo nacional y en las exportaciones de servicios turísticos.	<b>Impacto en la competitividad</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nómadas digitales.</li> <li>2. Competitividad turística.</li> <li>3. Encadenamiento económico.</li> <li>4. Reactivación económica e incremento en las exportaciones de servicios turísticos.</li> <li>5. Marca país</li> </ol>	Para Alvarado (2021): “El nómada digital consume servicios, alimentación, hace compras, usa el transporte, contrata personas. Todo eso genera más empleo en el país y todo viene a generar crecimiento” (párr. 4)	De la pregunta n.º 1 a la 4.
Estudiar la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional y sus alcances.	<b>Normativa nacional</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requisitos migratorios.</li> <li>2. Beneficios tributarios.</li> <li>3. Generalidades de la subcategoría</li> </ol>	El art. 1 de la Ley n.º 1008 (2021) establece: “La presente ley tiene por objetivo promover la atracción de	De la pregunta n.º 5 a la 9.

		<p>migratoria.</p> <p>4. Alianzas con organismos internacionales.</p> <p>5. Iniciativas de publicidad y mercadeo.</p> <p>6. Alianzas público-privadas.</p>	<p>personas trabajadoras y prestadoras de servicios que se llevan a cabo de forma remota, con el fin de fomentar la visitación de larga estancia en Costa Rica y aumentar el gasto de recursos de origen extranjero en el país” (párr. 1)</p>	
<p>Determinar el papel de la República de Costa Rica como uno de los países pioneros en el recibimiento e incentivo a los trabajadores y prestadores remotos de servicios de carácter internacional.</p>	<p><b>Incentivos</b></p>	<p>1. Países con propuestas similares.</p> <p>2. Tratados internacionales para atraer nómadas digitales.</p> <p>3. Elementos diferenciadores de Costa Rica.</p> <p>4. Mejoras necesarias.</p>	<p>Según el Instituto Costarricense de Turismo (2021):</p> <p>“Costa Rica se ha convertido en un destino ideal para extranjeros que escogen trabajar remotamente. El país les ofrece un adecuado manejo de la pandemia y la posibilidad de combinar las labores de sus países de residencia con clases de surf, paseos a la montaña y el Pura</p>	<p>De la pregunta n.º 10 a la 15.</p>

			Vida” (párr. 1)	
--	--	--	-----------------	--

## **Instrumento cualitativo**

### **Cuestionario.**

Para alcanzar los objetivos de la investigación es necesario consultar fuentes primarias de información sobre el tema en desarrollo y construir, a partir de sus criterios y experiencias, una base de datos que responda al cuestionamiento que da origen al estudio. En línea con el diseño y enfoque de la investigación se seleccionó como instrumento de recolección de datos al cuestionario aplicado a través de entrevistas semiestructuradas.

En Hernández Sampieri y Mendoza (2018) mencionan que:

En ciencias sociales, tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Bourke *et al.* 2016). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013) (p. 250).

### **Entrevistas.**

En línea con el enfoque cualitativo que se utiliza en la presente investigación, se empleó la entrevista como herramienta de recolección de datos. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018): “Se define la entrevista como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra (entrevistador-entrevistado), por lo cual, se pretende dar respuesta a las incógnitas planteadas en el cuestionario en manera de conversación semiestructurada” (p. 403).

En sus recomendaciones, Hernández Sampieri *et al.* (2014) indican que: “El propósito de las entrevistas es obtener respuestas en el lenguaje y perspectiva del entrevistado (en sus propias palabras). El entrevistador debe escucharlo con atención e interesarse por el contenido y la narrativa de cada respuesta” (p. 405).

## **Proceso de recolección de datos**

A partir de los objetivos específicos que se plantearon en la investigación se establecen preguntas abiertas en un cuestionario para utilizar en una entrevista semiestructurada. Lo anterior con el fin de recopilar datos para consolidarlos y analizarlos. Se pretende obtener la información necesaria para responder al problema y diferentes incógnitas que surgen del estudio.

Los instrumentos y técnicas de recolección de datos son aplicados a diferentes entrevistados con la experiencia y conocimientos necesarios sobre la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional y las generalidades del tema. Esto con el fin de obtener la información desde la fuente.

Las preguntas formuladas en el cuestionario se crearon con la intención de identificar diferentes categorías de análisis que faciliten el cumplimiento de los objetivos de la investigación. La muestra que se seleccionó cuenta con el suficiente conocimiento sobre el tema para aportar criterios de valor que sustenten las conclusiones derivadas del estudio.

## **Fuentes de información**

### **Fuentes primarias.**

Hernández Sampieri y Mendoza (2018) definen a las fuentes primarias o directas como aquellas que no son interpretadas o al menos que no lo son en el sentido de que interesa al enfoque de la tesis, dentro de ellas se encuentran: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas y a estos materiales se les suma los datos resultantes de encuestas o entrevistas. Para la presente investigación se consultaron como fuentes primarias diferentes libros que se relacionan con el turismo, el comercio internacional y a la competitividad. Además, se revisaron diferentes tesis respecto a temas concernientes a los nómadas digitales y las recientes tendencias en el turismo.

### **Fuentes secundarias.**

Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018), las fuentes secundarias o indirectas son aquellas que incluyen un material que ya pasó por el análisis de otros expertos. Estos son hechos

conocidos o transmitidos por otros y las interpretaciones que se realizan de un tema, se mencionan las enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones como ejemplos de fuentes de secundarias.

En el caso de la presente investigación se utilizaron diferentes artículos de periódicos y sitios web que complementan la información otorgada por las fuentes primarias. Los criterios consultados proveen una visión más amplia de los temas estudiados, ya que ofrecen ideas adicionales a lo ya dispuesto.

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta el análisis de los resultados en las entrevistas con la muestra de investigación. El capítulo está organizado de la siguiente manera, primero se presenta una tabla que grafica las categorías que emergieron por cada unidad de análisis explorada. Las unidades que se exploraron corresponden a los contenidos de los tres objetivos específicos de la presente investigación.

Una segunda parte se encarga de describir y analizar cada categoría de análisis. Este análisis se hace confrontando lo expresado por las fuentes de información con la teoría que le da el sustento científico al presente estudio. Una vez descritas y analizadas cada una de las categorías se realiza un apartado de interpretación. Este apartado consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema planteado.

**Tabla 3**

*Unidades y categorías de análisis*

<b>Unidad</b>	<b>Categorías</b>
<b><i>Impacto</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nómadas digitales.</li> <li>2. Competitividad turística.</li> <li>3. Encadenamiento económico.</li> <li>4. Reactivación económica e incremento en las exportaciones de servicios turísticos.</li> <li>5. Marca país.</li> </ol>
<b><i>Normativa nacional</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requisitos migratorios.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Beneficios.</li> <li>3. Generalidades de la subcategoría migratoria.</li> <li>4. Alianzas con organismos internacionales.</li> <li>5. Iniciativas de publicidad y mercadeo.</li> <li>6. Alianzas público-privadas.</li> </ol>
<b><i>Incentivos</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Países con propuestas similares.</li> <li>2. Tratados internacionales para atraer nómadas digitales.</li> <li>3. Elementos diferenciadores de Costa Rica.</li> <li>4. Mejoras necesarias.</li> </ol>

### **Unidad de análisis 1: Impacto**

Esta primera unidad de análisis hace referencia al impacto de la atracción y recibimiento de nómadas digitales en la competitividad del turismo nacional y en las exportaciones de servicios turísticos. Después de la tabulación y análisis de las opiniones obtenidas de las personas entrevistadas se derivaron las siguientes categorías:

1. Nómadas digitales.
2. Competitividad turística.
3. Encadenamiento económico.
4. Reactivación económica e incremento en las exportaciones de servicios turísticos.
5. Exportaciones de servicios turísticos.
6. Marca país.

A continuación, cada categoría se describe con las frases expresadas por las personas de la muestra de la investigación, de esta manera, son ejemplificadas. El análisis se realiza confrontando a la luz de la teoría estas expresiones.

### **Categoría 1: Nómadas digitales.**

#### ***Descripción.***

Según lo que indican los expertos en temas migratorios, proponentes de la Ley n.º 10008 y colaboradores de distintas instituciones dedicadas al sector turismo, se conformó la categoría uno de la primera unidad, la cual hace referencia a la descripción del concepto Nómada digital como nueva subcategoría migratoria. Las personas participantes definen a los nómadas digitales utilizando las siguientes frases:

El nómada digital es un consumidor de larga estadía en el país, es decir, es un turista con connotaciones especiales que decide trasladarse por varios o muchos meses, solo, en pareja o en familia para disfrutar de Costa Rica como lo hace cualquier otro turista, pero con la posibilidad de desarrollar desde aquí, de forma remota por internet, las labores que tiene para subsistir en su país de origen (Entrevistado 5).

El tema de los nómadas digitales surge desde hace tiempo, pero se incrementa y fortalece con la época de pandemia donde las personas no podían hacer turismo de la manera tradicional entonces se empezó a promover el teletrabajo y se comenzó a ejecutar desde diferentes sitios turísticos (Entrevistado 6).

#### ***Análisis.***

Con base en las respuestas de las personas entrevistadas junto con la teoría expuesta en el Capítulo III de la presente investigación, se puede definir a los nómadas digitales como una nueva forma de turismo, en la cual se tiene un mayor balance entre trabajo y placer. Con herramientas básicas para desarrollar sus actividades profesionales (Internet, computadora, celular y distintos dispositivos digitales) estas personas tienen la posibilidad de permanecer por periodos largos en diferentes países, recibiendo ingresos desde su país de origen y disponiendo de estos en los países donde optan hospedarse.

Con el incremento de personas uniéndose a esta tendencia ha sido posible para investigadores recopilar ciertas cifras y estadísticas importantes para ampliar el conocimiento sobre los trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales. Al respecto, Gallardo (2023) enlista las principales estadísticas de los nómadas digitales como se muestra a continuación:

1. Los nómadas digitales son una mezcla de trabajadores a tiempo completo (71%) y a tiempo parcial (29%), y la mayoría (85%) están satisfechos o muy satisfechos con su trabajo.
2. Los ingresos mensuales medios de los nómadas digitales son de 4.500 dólares.
3. Para mantener el estilo de vida nómada, el 36% trabaja como autónomo para varias empresas, el 33% tiene su propio negocio y el 21% trabaja como empleado fijo para una sola empresa.
4. Los gastos principales de los nómadas digitales son el alojamiento (1.000 dólares), el transporte (211 dólares) y la comida (409 dólares).
5. Indonesia es uno de los principales destinos para los nómadas digitales, seguido de México y Tailandia.
6. La mayoría de los nómadas digitales prefieren alojarse en hoteles (51%). Otras opciones son la casa de amigos/familiares (41%), Airbnb (36%), coche/furgoneta/RV (21%) y albergues (16%).
7. Los nómadas digitales permanecen de media en 3-4 países en total.
8. Aproximadamente el 20% se convirtió en nómada digital durante 2020, probablemente como resultado de COVID-19.
9. Para el 88%, el nomadismo digital tuvo un gran impacto positivo en sus vidas.
10. 24 millones de estadounidenses planean convertirse en nómadas digitales en los próximos 2-3 años (párr. 5).

Estos datos y las distintas descripciones del perfil de un nómada digital permiten adaptar las ofertas de turismo a sus necesidades, de manera que la atracción de este mercado sea una ventaja competitiva para el país. Las cifras indican que cada vez más personas deciden vivir de esta forma, lo cual representa una oportunidad para incrementar las exportaciones de servicios globales y dinamizar la micro y macroeconomía.

Desde el marco de normativa migratoria costarricense es importante que los extranjeros realicen esta diferenciación entre ser considerados nómadas digitales o turistas tradicionales ya que estos primeros pueden aprovechar distintos beneficios dispuestos en la Ley de Nómadas Digitales, empezando por un período de estancia prolongado, el cual evita que tengan que salir del país cada noventa días para permanecer de forma legal.

De acuerdo con las respuestas obtenidas, se ha evidenciado que la pandemia por Covid19 incrementó la cantidad de nómadas digitales a nivel mundial debido al incremento de empresas que permitieron el teletrabajo como respuesta ante la propagación del virus, al respecto, Scarpetta (2021) menciona:

Si bien la pandemia de la Covid-19 incentivó una ola digital que consolidó el teletrabajo como una opción temporal para los colaboradores de las compañías, en la actualidad, la capacidad de poder escoger el lugar desde el cual trabajar, se posiciona como una de las principales motivaciones para las personas que buscan un empleo que no les condicione a estar de forma permanente en una misma área geográfica. (párr. 4)

En la actualidad los profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales inclusive procuran que las compañías ofrezcan opciones de teletrabajo o bien un método híbrido debido a las ventajas mencionadas anteriormente en la investigación por lo que se puede afirmar que dentro de las consecuencias de la pandemia se encuentra un eslabón más en la evolución del trabajo que a su vez conllevó a una nueva categoría turística.

## **Categoría 2: Encadenamiento económico.**

### ***Descripción.***

Según se expresó, los nómadas digitales invierten los ingresos recibidos desde sus países de origen en servicios de alojamiento, transporte y comida principalmente, inyectando capital en el país donde deciden residir como turistas de larga estancia. Respecto al impacto de los nómadas digitales en el turismo y las diferentes cadenas productivas del sector, las personas entrevistadas opinan que:

Hay que tener presente que muchos de estos Nómadas Digitales buscan integrarse a la comunidad de a donde se hospeden (Hotel, AirBNB, Hostal, Amigos) por lo que el encadenamiento que generan permea en diversas cadenas productivas; este nicho de mercado tiene un gasto anual cercano a los \$200 Billones USD según datos de la Organización Mundial de Turismo 2021 y del Global Hotel Market 2019 (Entrevistado 1).

Considero que el impacto más importante es que el nómada digital se convierte en un turista más por un tiempo más prolongado, pues debe adquirir los servicios terrestres, de alojamiento, alimentación y eventualmente tendrá oportunidad de disfrutar de las actividades de aventura y esparcimiento que le ofrece el país (Entrevistado 2).

La aplicación de la nueva Ley de atracción de nómadas digitales tiene un impacto positivo en el sector turismo y todas las diferentes cadenas productivas, dado que los turistas que se hospedan por lapsos más largos de tiempo redistribuyen más su dinero en las cadenas de valor generadas por el turismo, pues hacen más compras locales, rentan un auto por varias semanas o meses, utilizan servicios como el salón de belleza, el supermercado, el restaurante, la soda, la lavandería, la verdulería, los servicios médicos, educación, entre otros negocios de la comunidad (Entrevistado 3).

En lo personal considero que es un impacto bastante grande, siendo que las personas extranjeras que deseen gozar de esta nueva categoría migratoria van a contribuir dentro de la economía de manera directa, siendo que deben buscar alquiler de casas, compras mensuales de alimentos, escuelas para sus hijos entre otras cosas (Entrevistado 4).

El nómada digital es un turista que le deja al país muchas veces más de lo que le deja un turista ordinario o regular por cuanto la estadía es mucho más extensa, por tanto, si la estadía promedio para un turista regular es de 11 días y la de un nómada digital es de varios meses es evidente que el gasto que realiza en Costa Rica se multiplica varias veces (Entrevistado 5).

En algunas corporaciones y empresas transnacionales en donde trabajan los nómadas digitales les permiten movilizarse por diferentes partes del mundo buscando

naturaleza, una reconexión con ellos mismos, por lo que Costa Rica ha sido un lugar gustado entre los nómadas digitales quienes son trabajadores independientes que teletrabajan y se desplazan por el mundo y vienen acá, por este motivo surgió la ley, para permitir facilidades a los nómadas digitales, buscando un nuevo nicho de mercado en el turismo que permita incrementar los ingresos percibidos en este sector (Entrevistado 6).

El ingreso mensual que generaría en hospedaje, en alquileres de vehículos, servicios médicos, *tours* y otros negocios, siendo el sector inmobiliario el más beneficiado (Entrevistado 7).

El turismo en general es un sector que impacta en gran manera el movimiento de distintas cadenas productivas, al considerarse turistas de largas estancias, los nómadas digitales podrían representar un incremento en los ingresos para diferentes actividades económicas como para los empresarios dedicados a servicios de hospedaje, los transportistas e inclusive la recepción de impuestos para el país derivados del consumo (Entrevistado 8).

### ***Análisis.***

En una visión panorámica se observa el impacto directo del turismo en el encadenamiento productivo en tres grandes sectores económicos mencionados por las personas entrevistadas y por la teoría que respalda la presente investigación. Estos son el alojamiento, el transporte y la comida, sin embargo, estudiando la cuenta satélite del turismo y la matriz insumo producto (MIP) turística. Meneses Bucheli *et al.* (2019) resumen el encadenamiento derivado de la industria turística con la siguiente afirmación:

El resultado de la clasificación de las ramas de actividad según tipo de encadenamiento confirma que la industria turística tiene una dinámica altamente encadenada, el 75% del PIB está formado por sectores estratégicos (33%), claves (20%) o impulsores (25%), y una cuarta parte de su producción se elabora de forma aislada, es decir por sectores independientes (p. 22).

Para una visión más detallada del encadenamiento de la industria turística, Meneses Bucheli *et al.* (2019) agrupan las ramas de actividad derivado del tipo de encadenamiento, según se muestra

en la Figura 1, lo que permite una interpretación clara sobre la importancia del turismo en la macroeconomía del país y su impacto en distintas actividades económicas.

**Figura 4.** Clasificación de las principales ramas de actividad turísticas, según el tipo de encadenamiento

Clasificación de las principales ramas de actividad turísticas, según tipo de encadenamiento		
Tipo de Encadenamiento	Número de ramas de actividad	Ramas de actividad turísticas
<b>Clave</b>	18	Actividades de servicio de comida y bebidas; Publicidad y estudios de mercado; Actividades de telecomunicaciones; Actividades especializadas de la construcción; Cría de ganado vacuno; Actividades auxiliares de servicios financieros, seguros y fondos de pensiones; Elaboración y conservación de carne y embutidos de aves; Actividades jurídicas.
<b>Estratégico</b>	25	Transporte por vía marítima, aérea y de carga por carretera; Actividades inmobiliarias; Comercio; Actividades de alquiler y arrendamiento de activos tangibles e intangibles no financieros; Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado; Actividad de intermediación monetaria; Mantenimiento y reparación de vehículos automotores; Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas; Actividades de seguridad e investigación.
<b>Impulsores</b>	43	Actividades de alojamiento; Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas; Elaboración de bebidas malteadas, de malta, bebidas no alcohólicas, aguas minerales, y otras aguas embotelladas; Elaboración de comidas, platos preparados y otros productos alimenticios; Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal; Actividad de seguros, reaseguros y fondos de pensiones, excepto los planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Elaboración y conservación de carne y embutidos de ganado vacuno y porcino y otros tipos de carne.
<b>Independientes</b>	50	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas; Transporte terrestre de pasajeros excepto taxis; Transporte de pasajeros por taxi; Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social; Enseñanza; Otras industrias manufactureras; Fabricación de los productos de la refinación del petróleo y de coque; Suministro de agua potable y evacuación de aguas residuales; Actividades de impresión, edición y reproducción de grabaciones excepto de programas informáticos.

*Nota.* Tomado de Meneses Bucheli *et al.* (2019).

Con los requisitos descritos en la Ley n.º 10008 (2021), el país se asegura de que los aplicantes y posibles residentes nómadas digitales tienen un alto poder adquisitivo y con el beneficio

de una larga estancia se habilitan mayores escenarios donde estos turistas consuman servicios o productos derivados de las actividades citadas en la figura anterior. Esto impulsa de manera continua el flujo circular de la economía.

### **Categoría 3: Competitividad turística.**

#### ***Descripción.***

Esta categoría refleja cómo la mayoría de las fuentes de información indican que la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional impacta de manera positiva a la competitividad del turismo nacional y se evidencia con los siguientes comentarios:

De acuerdo con los análisis que han efectuado expertos, adicional al exdiputado Carlos Ricardo Benavides y a la creciente llegada de este segmento de turistas, atraídos por diversos factores en especial el posicionamiento de empresas hoteleras como el Ecosistema Selina, el impacto sería positivo teniendo presente que, según las estimaciones de Selina, para el año 2035, 1/3 de la población mundial (3 billones de personas) serán parte de este segmento de nómadas digital al estar trabajando de manera remota (Entrevistado 1).

Considero que es un tipo de turismo diferente, desde mi punto de vista, los nómadas digitales se parecen a los residentes en Costa Rica, pues por un tiempo específico se convierten en un residente más en nuestro país, por tanto, la afectación al turismo de placer no es tan representativa (Entrevistado 2).

Esta trae consigo un impacto positivo en materia de competitividad turística, posicionando al país como un destino apto para atraer turistas de diferentes segmentos de mercado, logrando abarcar la totalidad de la oferta turística del país (Entrevistado 3).

Tiene una afección directa, siendo que Costa Rica fue uno de los países que se retrasó respecto a la implementación de esta categoría en comparación con otros países. Una vez se decidió poner en marcha esta nueva ley, se ha denotado un interés superior en las personas extranjeras, principalmente jóvenes en realizar esta práctica muy solicitada en estos tiempos (Entrevistado 4).

Yo creo que nos da mejores condiciones que muchos otros países sin legislaciones modernas o que dependen de normas de rango inferior, es decir, países que han desarrollado el tema por medio de decretos o de disposiciones administrativas mientras que nosotros tenemos una disposición de orden legal que genera una mayor seguridad jurídica, por ejemplo los nómadas digitales tienen claro que no deben pagar impuesto de renta por sus ingresos generados fuera del país, la tentación de un doble cobro de impuestos existe en muchos países pero con la Ley estos turistas están cubiertos para que esto no ocurra, lo mismo que por ley se establece el pago del seguro por servicios médicos siendo una buena noticia ya que genera estabilidad en términos de salud y son exentos a apegarse al régimen de seguridad social, constituyendo un beneficio más y generando mayor seguridad para venir al país (Entrevistado 5).

Con los nómadas digitales existe más competitividad ya que las personas tienen la oportunidad de trabajar desde Costa Rica y tener todas las condiciones para esto, generando más competencia en el sector turístico, especialmente en la parte privada que se ven exigidos a mejorar su calidad para este mercado por ejemplo los espacios necesarios para trabajar en los hoteles, una excelente conexión y tener todas las facilidades para un segmento nuevo, para un turista distinto, con esta ley se fortalecen estos temas y también genera un reto importante para todo el sector turístico en las diferentes zonas del país (Entrevistado 6).

Al tener una Ley, los Nómadas se sienten más seguros en venir a nuestro país por el respaldo legal, esto es algo positivo para el país (Entrevistado 7).

Esta Ley funge como respaldo para que los nómadas digitales decidan ingresar al país e impulsa al sector turismo a mejorar la situación actual ya sea en el sector público, como por ejemplo en los procesos migratorios, como en el sector privado y las adecuaciones que se han venido llevando a cabo para recibirlos, por lo que en los estudios de competitividad se deben ver reflejadas estas ventajas (Entrevistado 8).

### ***Análisis.***

La teoría, índices internacionales y cifras que se relacionan con la competitividad turística de Costa Rica sustentan que este es un país altamente competitivo y con ventajas como los recursos naturales con los que cuenta y su manejo sostenible, estabilidad política, ser un ambiente de paz, diferentes atracciones de aventura y relajación y una robusta plataforma turística con todas las comodidades para el turista tradicional. Sin embargo, parte de las acciones que mejoran este rubro de la economía nacional estudiado altamente por inversores y negociantes extranjeros es la búsqueda de nuevos mercados según afirman los expertos entrevistados.

La cantidad de personas decidiendo tomar el estilo de vida de *nómadas digitales* crece cada día, según las estadísticas publicadas por Gallardo (2023): “El número de *nómadas digitales* con trabajos regulares creció de 6,3 millones en 2020 a 10,2 millones en” 2021” (párr. 38), lo cual consolida una gran oportunidad para ofrecer los servicios y facilidades que incentiven su llegada a los distintos destinos de interés. Costa Rica y los diferentes proponentes e impulsores de la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional, por otra parte, vieron en este proyecto una forma de asegurar al país un espacio en la competencia en el mercado surgente. Al respecto, Pura Vida University expone:

Con esta nueva legislación, el país ya cuenta con un marco normativo apto para atraer a los llamados *nómadas digitales*, lo cual refuerza nuestra competitividad turística y da seguridad jurídica e incentiva a los trabajadores remotos que escojan a Costa Rica como su sede de labores (párr. 3).

Los ajustes que se realizaron en la normativa nacional de migración con la Ley n.º 10008 y las distintas adaptaciones llevadas a cabo en el sector privado para garantizar ser una opción fuerte para los *nómadas digitales* constituyen, al mismo tiempo, un impulso importante a la competitividad turística y colocan al país por encima de aquellos que no cuentan con las condiciones aptas para este tipo de turista y sus necesidades. Los beneficios como conducir con la licencia de sus países de origen, abrir cuentas bancarias en entidades nacionales, contar con protección jurídica y exenciones tributarias son a la vez elementos que permiten que Costa Rica compita internacionalmente y se diferencie de los demás oferentes.

#### **Categoría 4: Reactivación económica e incremento en las exportaciones de servicios turísticos.**

##### ***Descripción.***

Además de las miles de lamentables muertes y estragos que se generaron por la COVID-19, el sector turismo fue el más afectado en las economías nacionales. Para países en desarrollo como Costa Rica donde el turismo tiene una importante participación en los ingresos y en las exportaciones una disminución del flujo de turistas representa pérdidas monetarias importantes.

Entre los objetivos principales detrás del Proyecto de Ley n.º 22.215 se encuentra la reactivación económica por medio de la atracción de este nuevo tipo de mercado en el turismo. Las fuentes de información se referían al respecto:

Según estimaciones del anterior Gobierno y en particular el exdiputado Carlos Ricardo Benavides, el país podría tener ingresos superiores a los 3 billones de dólares a través de este nicho de mercado (Entrevistado 1).

El principal aporte considero es brindar las herramientas necesarias para disponer de un turismo diferente, como también el que tenemos para personas con movilidad reducida, adultos mayores, etc. (Entrevistado 2).

El impacto en la competitividad turística desencadena beneficios para la economía del país, lo cual mejora su reputación global y con esto sus ingresos por mayores ventas de servicios de turismo (Entrevistado 3).

Para la reactivación económica como lo mencionaba anteriormente, es sobre los gastos que deben hacer estas personas al venirse a vivir al país por un plazo máximo de 2 años, en donde muchas familias se ven beneficiadas de esto (Entrevistado 4).

El Plan Nacional de Turismo impulsa los encadenamientos turísticos, desde las personas que cosechan las frutas y vegetales, los restaurantes, los guías, los hoteles, los turoperadores, artesanos... La idea es que el dólar turista se distribuya (Entrevistado 5).

Esta ley impulsa la economía de las regiones y también la competitividad de las

diferentes áreas del país principalmente porque se tiene a un tipo de turista distinto que tiene la posibilidad de dejar sus recursos, parte de su salario, en la economía nacional, generando desencadenamientos en servicios, mercados, *tours*, rentas de vehículos y demás, así que definitivamente contribuye a la reactivación económica (Entrevistado 6).

Al llegar al país y saber que se tiene por ley 2 años como plazo máximo de estancia y los beneficios que conlleva el trabajo remoto, da una ventaja ante otros países que no los puede ofrecer, lo que permite percibir ingresos derivados de estos turistas (Entrevistado 7).

Con los distintos incentivos de la Ley hacia los nómadas digitales se pretende un mayor flujo de turistas y, sobre todo, de turistas que se van a quedar y consumir en el país por períodos de hasta dos años, por lo que evidentemente la cantidad de ingresos por servicios turísticos van a aumentar beneficiando a muchas empresas y las familias que dependen de ellas (Entrevistado 8).

### ***Análisis.***

Según la información del Instituto Costarricense de Turismo (2022), con una representación de aproximadamente 5.3 % del PIB, 23.4 % de las exportaciones y una generación de alrededor de 150000 empleos directos y más de \$2,600,000,000 USD por concepto de divisas, es evidente que el turismo en Costa Rica tiene un papel protagónico y los jefes del país desde los años 30 han sabido aprovechar las ventajas competitivas de Costa Rica en relación con el turismo para promover la atracción de ingresos derivados de este rubro. Meneses Bucheli *et al.*, 2019, exponen que:

El aumento de turistas y un gasto promedio errático se traduce en una de las principales fuentes generadoras de divisas del país y posiciona a la industria turística como una importante fuente de estabilidad externa. Para el periodo 2012-2016 (que cuenta con los datos de la Cuenta Satélite del Turismo), las divisas que generan los visitantes al país (turistas y excursionistas) representaron aproximadamente casi la mitad de las exportaciones de servicios (42,9%), una tercera parte de las exportaciones de bienes (33,4%), están muy por encima de las divisas generadas por los principales productos de exportación, por ejemplo: el turismo genera 4 veces más

divisas que las exportaciones de piña, un valor similar si se compara con las ventas externas de banano y casi el doble de las exportaciones de productos médicos y afines (p. 17).

Al tratarse de una iniciativa reciente no se cuenta con datos que validen el aporte económico actual que realizan los trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales al establecerse en Costa Rica en un periodo considerable y convertirse en un consumidor más que genera ingresos al país, por medio de impuestos de venta, pago por servicios, adquisición de pólizas médicas, entre otros. Sin embargo, representan un incentivo importante para incrementar el flujo de turistas que ingresan al país, desencadenando un aumento en la representación del turismo en la economía nacional.

Adaptar sus servicios para recibir a este tipo de turistas significa para las familias que dependen del turismo una oportunidad para recuperar su estabilidad económica después de la recesión causada por la pandemia. En el ámbito general, el país ha empezado a alcanzar las cifras económicas existentes antes del periodo de pandemia y mucho de esto se debe a la reapertura del turismo internacional.

### **Categoría 3: Marca país.**

#### ***Descripción.***

El sitio web Esencial Costa Rica (s. f.) menciona que la marca País: “Es una estrategia para posicionar y capitalizar en el mercado internacional la imagen de un país. Busca incentivar la reputación positiva del país por medio del turismo, inversiones o la adquisición de productos a través de las exportaciones” (párr. 1). Las fuentes de información se referían sobre la afectación de la atracción de nómadas digitales y la oferta del sector turismo en el tema sobre la marca país:

Si se trabaja en estrategias en conjunto entre el sector público y privado, se potenciará el mercadeo de Costa Rica sin costos directos, además por más que hay una gran cantidad de la población mundial que efectúa Trabajo Remoto, Costa Rica no sufrirá de una llegada masiva y mantendrá su posicionamiento de un destino controlado de turismo y seguir siendo consistente con su estrategia de Ecoturismo, Turismo de Lujo, etc. (Entrevistado 1).

Las largas estadías de los nómadas digitales permiten complementar toda nuestra oferta turística y permite a los nómadas vivir nuestra marca país que refleja la esencia de lo que somos, un país pequeño, concentrado y con gente llena de talento, especialización, ingenio y calidez. Nuestra Marca País es la manera en la que Costa Rica se proyecta al mundo promoviendo integralmente el turismo, las inversiones y las exportaciones, de la mano de la cultura e idiosincrasia costarricense (Entrevistado 3).

Lo que realmente hace esta ley es ponernos al lado de países que ya contaban con esta subcategoría migratoria, ya en términos de escogencia, los extranjeros se basan más en temas sociales, económicos y políticos para tomar una decisión sobre a cuál país mudarse. Otro tema por resaltar es el tema de la naturaleza siendo que la mayoría de los extranjeros que desean realizar esta categoría, vienen de países muy desarrollados en donde no es tan común tener la naturaleza a 1 o 2 horas de su casa (Entrevistado 4).

Esencial Costa Rica es una de las marcas país más sólidas, tiene aproximadamente 10 años desde su lanzamiento y es reconocida internacionalmente, el tema de renovar con ese tipo de segmentos o leyes que atraigan a turistas de larga estancia contribuye efectivamente a la marca país y la refuerza y también Costa Rica se va posicionando de manera distinta, primero como un destino ecoturístico, un destino sostenible y ahora, por qué no, un destino de nómadas digitales, sin dejar de lado lo que nos ha hecho grandes como el tema de la aventura, la naturaleza y demás, pero también vemos que hay otros nichos de mercado que posicionan al país que, aún siendo pequeño, con distancias cortas, tiene las posibilidades de albergar turistas. Cabe mencionar que para el 2023 la meta es atraer hasta tres millones de turistas donde definitivamente se espera que parte de estos sean nómadas digitales (Entrevistado 6).

Las alianzas estratégicas respecto al tema entre el sector público y privado permiten respaldar el compromiso con el cumplimiento de los valores descritos en la marca Esencial Costa Rica (Entrevistado 7).

Costa Rica ya se ha posicionado en el mundo como un destino rico en Flora y Fauna, el país tiene que dar a conocer los alcances logrados en conectividad con el

resto del mundo (Entrevistado 8).

### *Análisis.*

La importancia de analizar la categoría *marca país* recae en el impacto que tiene esta estrategia en el comercio internacional y en el turismo. Las personas entrevistadas concuerdan en que la atracción de nómadas digitales por medio de la reciente normativa y las adaptaciones realizadas por el sector privado contribuyen y están alineadas con los valores que representa la marca Esencial Costa Rica.

Barrientos (2014) describe de manera general el término *marca país* como:

Un factor que puede apoyar la sostenibilidad en el comercio internacional es la *marca país*, la que se reconoce como parte de una estrategia de *marketing país*. Definimos la *marca país* como la suma de actividades, comerciales y no comerciales, que realiza un país de modo que el comprador (inversionista, visitante, residente) lo percibe como algo diferente a los demás países, que le otorga superioridad sobre los demás, permitiéndole de esta manera obtener una ventaja inicial al momento de realizar la oferta de su producción (p. 160).

La *marca Esencial Costa Rica* funge como instrumento para potenciar y mejorar la imagen del país, lo que genera un mayor interés en los distintos mercados internacionales de servicios y productos y colabora con aumentar la competitividad del país en los mismos. Esto sin dejar por fuera la sostenibilidad, excelencia e innovación que representan al país.

Entre las principales ventajas de contar con una *marca país* el sitio web *Diccionario de Marketing* (2021) enlista:

La confianza que transmite. La buena gestión de cualquier *marca* refuerza el posicionamiento y la percepción del país.

Ligar unos valores a un país fortalece la percepción y mejora la reputación.

Permite que el país tenga una identidad por sí sola y atraiga a distintos públicos a nivel internacional y por diferentes motivos, ya sea turismo o inversión (párr. 22).

Contar con una identidad competitiva facilita la diferenciación de los países en el gran mercado mundial, la percepción que se tiene de un país influye directamente en las decisiones de los inversores, turistas, consumidores y negociantes por lo que trabajar en un imagen que transmita confianza impulsa a estos actores de la economía a llevar a cabo acciones que impactan positivamente los balances comerciales y de resultados del país.

El sitio web Esencial Costa Rica (s.f) enlista los valores por los cuales se rige la marca y la competitividad que se busca alcanzar mediante la misma:

Sostenibilidad. Responsabilidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la seguridad de las generaciones posteriores. El equilibrio asegura una adecuada gestión ambiental, social y financiera.

Excelencia. Valor agregado que ofrece un producto o servicio que lo hacen especial y único. A partir de la excelencia se definen rasgos como la creatividad, talento y especialización del recurso humano.

Vinculación Ciudadana. El producto o servicio debe ser enteramente desarrollado en territorio nacional y por ende patentado y mejorado.

Innovación. Transformación continúa en pro de mejorar el servicio o recurso ofrecido a los clientes. En un mercado exigente y cambiante como el actual, la invención de nuevas soluciones no es suficiente, es necesaria la incorporación de valores agregados que garanticen la satisfacción de un vacío.

Progreso Social. Los colaboradores que trabajan en una empresa bajo el sello de marca país se aseguran crecimiento personal y profesional, garantizando que alcanzarán su máximo potencial y desarrollarán todas sus capacidades en función de evolucionar como empresa. (párrs. 4-7).

Al analizar estos valores se confirma nuevamente que la atracción de nómadas digitales y la oferta del sector turismo en el tema está alineada con la marca país y genera una mayor confianza y una percepción positiva sobre el país, la Ley de Nómadas Digitales cumple con lo esperado por Esencial Costa Rica y es por esta razón que el tema constituye parte importante de la marca,

añadiendo un pilar más sobre el cual el turismo del país y las inversiones en el sector se pueden sostener.

## **Unidad de análisis 2: Normativa nacional**

La segunda unidad de análisis obedece a identificar las principales características de la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional y sus alcances. Después de la tabulación de resultados, se conformaron seis categorías de análisis por las cuales se alcanza el segundo objetivo. Las categorías son:

1. Requisitos migratorios.
2. Beneficios.
3. Generalidades de la subcategoría migratoria.
4. Alianzas con organismos internacionales.
5. Iniciativas de publicidad y mercadeo.
6. Alianzas público-privadas.

### **Categoría 1: Requisitos migratorios.**

#### ***Descripción.***

En esta categoría se pretende analizar los requisitos migratorios para obtener la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios internacionales. Como se menciona en el marco teórico, estas son principalmente la prueba de que el aplicante percibe una remuneración mensual promedio de un monto igual o superior a tres mil dólares o su equivalente, la obtención de una póliza de servicios médicos que cubra a la persona solicitante por toda la duración de su estancia en el país y el pago por el otorgamiento de visa de no residente. Las fuentes de información compartieron expresiones como las siguientes:

Considero que los requisitos migratorios son sencillos teniendo presente que muchos de los turistas ya reúnen algunos de estos previamente a efectuar un viaje. El

mayor problema de este tema fue el tiempo perdido en la ejecución del Reglamento de la Ley por parte de la Dirección General de Migración y Extranjería, lo que pudo haber restado impacto en este nicho de mercado vs. otros destinos turísticos competencia directa de Costa Rica que sí fueron más agresivos y ágiles en prospectar a los nómadas digitales como por ejemplo México, Colombia, entre otros (Entrevistado 1).

Consideramos que los requisitos migratorios son los aptos para que la Dirección General de Migración pueda validar el estatus y las intenciones de la persona solicitante, realizando en tiempos prudentes y asemejando el trámite que aplican los países que ya cuenta con la aplicación de incentivos para la atracción de nómadas digitales (Entrevistado 3).

Los requisitos me parece que fueron hechos muy a la ligera y a pesar de que se entiende por qué fueron hechos de esta manera, se denota una falta al principio de legalidad, el cual va contrario a la Ley General de Migración y Extranjería y a la misma Ley General de la Administración Pública, dado a que permite aportar los documentos sin apostilla, el cual es la validación para que un documento emitido en el extranjero sea aceptado internacionalmente (Entrevistado 4).

Cada requisito tiene una razón de ser, en el caso del mínimo de ingresos mensual lo que se busca es asegurar que se trata de personas que finalmente van a gastar en Costa Rica una suma considerable y que en ningún sentido se conviertan en un pasivo para el Estado o quería minimizar el riesgo de que estas personas tengan la tentación de tratar de conseguir trabajo en CR ilegalmente o de venir a competir de manera desleal con los trabajadores costarricenses, por esto es que pusimos ese mínimo de ingreso que deben de demostrar para acceder a la categoría y así asegurarnos que son personas con un ingreso estable que van a continuar teniéndolo fuera del país y que van a poder disfrutarlo aquí haciendo las mismas cosas que hacían en su país de origen (Entrevistado 5).

Se establecen ciertos requisitos migratorios que más bien benefician a los aplicantes, ya que se pueden cumplir fácilmente, permitiendo todas las facilidades para que el nómada digital se decida por Costa Rica (Entrevistado 6).

Son trámites muy sencillos ya que la mayoría se deben de presentar al ingreso del

país como si se tratara de una visa turista, los adicionales son accesibles para las personas (Entrevistado 7).

A mí parecer los requisitos son los necesarios para asegurar que no se convierta en un proceso tedioso para los aplicantes (Entrevistado 8).

### *Análisis.*

Según las respuestas brindadas por las personas entrevistadas sobre los requisitos para aplicar por esta subcategoría migratoria la mayoría concuerda en que son requisitos mínimos y accesibles con intenciones de incentivar la llegada de nómadas digitales y, a la vez, asegurar que estos turistas de larga estancia no representen un riesgo para el país en temas de empleo, salud y economía. En comparación con países reconocidos como los mayores receptores de nómadas digitales, como Alemania y Brasil, Costa Rica cuenta con una cantidad significativamente menor de requisitos. En el caso de Alemania. Los requisitos generales para optar por la visa según el sitio web Servicio Legal (2023) son:

- Formato de solicitud debidamente diligenciado.
- Pasaporte válido.
- Certificado de contratación de seguro médico.
- Certificado de registro del domicilio alemán.
- Curriculum vitae.
- Plan presupuestario en el que se expresen los ingresos y gastos previstos.
- Certificado de idioma.
- Certificado de estudios universitarios y de posgrado.
- Demostración de actividad laboral realizada por el extranjero (párr. 5).

Las condiciones que se plantearon, al igual que las disposiciones generales de la Ley n.º 10008, se crearon después de estudios de países que ya habían implementado normas para el recibimiento de trabajadores y prestadores de servicios internacionales y con análisis de las condiciones que principalmente favorecieran a ambas partes. Esto tiene como resultado una lista que coloca a Costa Rica en ventaja ante los distintos países oferentes por la facilidad con la que los extranjeros pueden obtener la visa.

## **Categoría 2: Beneficios.**

### ***Descripción.***

En esta categoría se pretende analizar los beneficios ofrecidos a los nómadas digitales al acogerse a la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios internacionales que, como se menciona en el marco teórico, son además del permiso para permanecer en Costa Rica por 1 año, la exención total sobre el impuesto sobre las utilidades, la exoneración del pago de todos los impuestos a la importación de equipo personal necesario para cumplir con sus labores. Asimismo, existe la posibilidad de utilizar la licencia de conducir de su país de origen y la opción de abrir cuentas bancarias. Sobre estos beneficios las personas entrevistadas indicaron:

En relación con los beneficios/incentivos que otorga la Ley de Nómadas Digitales son los normalmente establecidos por otros países que salieron a la atracción de este nicho de mercado por lo que se encuentran en lo mínimo apto para ser un destino a tomar en cuenta por estos viajeros del mundo (Entrevistado 1).

Consideramos que los beneficios se adaptan a las necesidades de los nómadas digitales y son competitivos con otros mercados, prevaleciendo una larga estadía hasta por 12 meses con la opción de prorrogarla y que pueden entrar y salir durante ese periodo sin limitación alguna (Entrevistado 3).

Los beneficios, me parece que se adapta a lo que es la categoría en sí, el tener la libertad de poder abrir una cuenta bancaria o el poder utilizar la licencia extranjera, sin la necesidad de tener que realizar el proceso de homologación, son beneficios atractivos para el extranjero e invita al turista a considerar aplicar por esta subcategoría (Entrevistado 4).

Yo creo que es una cantidad de beneficios equilibrada, estos son el tipo de beneficios que Costa Rica puede otorgar, una visa segura, extensa, la garantía de que no se les va a cobrar un impuesto de renta, la garantía de que no se les va a sorprender con la seguridad social cuando están pagando por servicios médicos y creo que esos son los beneficios más importantes, estabilidad migratoria, seguridad tributaria y la posibilidad de conducir su auto con la licencia de su país de origen así como la

posibilidad de abrir cuentas bancarias para poder recibir su dinero desde su país de origen lo cual es de gran interés para nosotros para que lo puedan gastar en el país (Entrevistado 5).

Son incentivos para que ellos puedan venir y se establezcan en Costa Rica y trabajen acá ya que lo que se había detectado es que los turistas venían, trabajaban un tiempo y volvían a sus países de origen, por lo que se detectó que Costa Rica está en la mente de los turistas y quienes desearían trabajar como nómadas digitales y estos incentivos son bastante aptos para ellos, la Ley viene a impulsar todas las acciones del gobierno para llegar a las cifras del 2019 con turismo de larga estancia y con turistas que cuentan con un alto poder adquisitivo (Entrevistado 6).

Los beneficios que reciben son los necesarios para poder tener una estancia segura en el país tanto el trabajador como el familiar que lo acompañe, dando un impacto positivo para los ingresos del país (Entrevistado 7).

### *Análisis.*

De acuerdo con los comentarios de la muestra entrevistada y en comparación con lo que otros países ofrecen como incentivo para que los extranjeros decidan acogerse a la subcategoría migratoria de nómadas digitales, Costa Rica pone a la disposición de los aplicantes una serie de beneficios atractivos que les permite residir en el país de manera sostenible, cubiertos legislativamente para disfrutar de las bellezas del país y seguir con sus actividades laborales remuneradas desde el extranjero. Respecto a los beneficios en materia tributaria sobre no considerar a los nómadas digitales como residentes fiscales, la firma Deloitte (2023) explica:

La residencia fiscal se entiende como el lugar donde una persona o empresa desarrolla sus actividades económicas, y donde se considera su domicilio para efectos fiscales. El Reglamento del Impuesto sobre la Renta señala que una persona o empresa será considerada como residente fiscal, cuando permanezca de manera continua o discontinua por más de 183 días en Costa Rica.

No obstante, los nómadas digitales no serán considerados como residentes fiscales durante su permanencia en Costa Rica. Este beneficio puede otorgarse por un año (plazo ordinario) y puede extenderse por un año adicional (párrs. 10-11).

Más que un beneficio, las exenciones fiscales deben considerarse un derecho y su cumplimiento se asegura a los trabajadores y prestadores de servicios internacionales con la Ley n.º 10008, lo que constituye una ventaja sobre otros países, ya que muchos todavía no cuentan con fundamentos legales que puedan proteger, de esta forma, a los turistas de larga estancia.

Por otra parte, cabe resaltar que, según Deloitte (2023):

Para que los familiares de las personas que obtengan la visa de nómadas digitales en Costa Rica sean elegibles en las exenciones de pago de impuestos de renta y de importación del equipo necesario para desempeñar sus funciones, cada persona deberá cumplir con los requisitos migratorios de trabajador remoto (párr. 14).

### **Categoría 3: Generalidades de la subcategoría migratoria.**

#### ***Descripción.***

Esta categoría evidencia las principales diferencias de la subcategoría migratoria de estancia para Trabajador y prestador Remoto de servicios respecto a las otras subcategorías, colaborando con su descripción y la construcción de su concepto. La muestra entrevistada contestó lo siguiente:

Las diferencias recaen en los beneficios tributarios/fiscales en término de exoneración de impuestos por importación de activos/bienes de los aplicantes (Entrevistado 1).

La visa de turista permite estar en el país por un plazo de 90 días sin los beneficios antes citados (Entrevistado 3).

Sus principales diferencias son respecto al tiempo de procesamiento establecido en la ley, dado a que solo otorga 15 días naturales a Migración para emitir una resolución y otra de sus diferencias son los documentos requeridos para poder aplicar bajo esta subcategoría, dado a que exime de presentar algunos documentos (Entrevistado 4).

La mayor diferencia recae en el tiempo de estancia con el que pueden contar los turistas (Entrevistado 6).

La mayor diferencia es el tiempo de espera en las resoluciones de la aplicación, lo cual atrae a más turistas que se hospedan en el país por períodos considerablemente

largos (Entrevistado 7).

El proceso de aplicación se trata como preferencial por la Dirección General de Migración y Extranjería por lo que los tiempos de resolución son muy diferentes a otros procesos, además de los beneficios fiscales y demás (Entrevistado 8).

Se consultó también a los expertos seleccionados en la muestra para la investigación si consideran necesaria alguna mejora a la ley, después de 1 año de haber sido aprobada. A esto comentaron:

De momento no le haría ninguna modificación de mejora, porque esto generaría volver a ajustar el Reglamento de la Ley y por consiguiente podría afectar a aquellos que se quieran acoger a la Ley (Entrevistado 1).

En estos momentos apenas se está implementando la ley, así que hablar de mejoras no es posible hasta ver cómo se desarrolla (Entrevistado 2).

Al ser la Ley de reciente aplicación y mucha más reciente reglamentación, es preferible darle un espacio de tiempo para poder valorar las mejoras que podría requerir en el futuro (Entrevistado 3).

La revisión de los documentos requeridos para aplicar, principalmente los documentos vitales, el hecho de que deban estar apostillados y aunado a esto, el incluir el certificado de antecedentes penales apostillado es un requisito que no se solicita y que se debe realizar por la seguridad de la sociedad costarricense (Entrevistado 4).

Ha transcurrido muy poco tiempo, es necesario hacer un estudio y determinar las fallas de la Ley y que cosas podrían agregarse para sacar más provecho a la Ley (Entrevistado 5).

Esta ley y su reglamento fueron el primer esbozo de un reto país que se tiene que enfrentar ante una realidad que se volvió la normalidad después de la pandemia así que los incentivos pueden mejorar, se tiene que hacer una valoración por parte de las autoridades de migración y demás de cuántas personas están viniendo, qué se puede hacer para mejorar entre otros análisis (Entrevistado 6).

Me parece que la Ley es muy completa, en la marcha se recomendaría mejoras (Entrevistado 7).

### *Análisis.*

A partir de las respuestas de las personas entrevistadas se puede afirmar que los elementos que hacen que una persona extranjera decida optar por la nueva subcategoría migratoria y no conformarse con los permisos tradicionales de turismo son los beneficios fiscales que pueden obtener, la posibilidad de extender su estancia en el país de forma legal y la facilidad con la que el proceso se lleva a cabo en términos de requisitos y periodos de resolución. Según los datos de la Dirección General de Migración y Extranjería, publicados por Madriz (2022): “Costa Rica ya suma un total de 398 solicitudes de nómadas digitales que desean instalarse para trabajar de manera remota desde territorio nacional” (párr. 1). Estos son provenientes en su mayoría de Estados Unidos, Canadá y Alemania. Estos turistas han visto en la nueva subcategoría migratoria una opción beneficiosa que se ajusta a su estilo de vida y necesidades.

Se consultó a las personas entrevistadas sobre posibles mejoras por realizar a la Ley n.º 10008. Sin embargo, la mayoría coincide en que su entrada en vigor es reciente y no se ha recibido suficiente retroalimentación que implique cambios en la Ley o en las especificaciones de la subcategoría migratoria.

### **Categoría 4: Alianzas con organismos internacionales.**

#### *Descripción.*

La implementación del Proyecto de Ley n.º 22.215 constituye uno de los primeros pasos que realiza Costa Rica en la búsqueda de una mejor posición en la lista de competidores dentro del nuevo segmento de mercado en el turismo que conforman los nómadas digitales. entre los pasos siguientes puede encontrarse la generación de alianzas con organismos/instituciones/entidades internacionales con el objetivo de atraer una mayor cantidad de nómadas digitales. Los entrevistados indican sobre estas posibles alianzas:

Considero que alianzas del ICT con empresas que mueven volúmenes de Nómadas Digitales como por ejemplo Selina, WeWork, además de alianzas con empresas disruptivas como Volaris entre otras (Entrevistado 1).

La iniciativa se ha trabajado desde su creación de manera conjunta sector público-privado, con el apoyo del Gobierno de turno, Procomer, Cinde, ICT y Migración,

logrando un producto exitoso, así mismo ICT en sus labores de promoción y participación en diferentes organismos internacionales genera acciones de promoción del destino para nómadas digitales (Entrevistado 3).

Las principales opciones serían la Organización Mundial de Turismo, así como la Organización Internacional para las Migraciones (Entrevistado 4).

Parte de las acciones de mercadeo que se han realizado se han hecho alianzas y estrategias en el principal mercado que es Estados Unidos para la atracción de nómadas digitales, alianzas con grandes marcas relacionadas con el tema, se han hecho acciones estratégicas como campañas digitales en medios exclusivos o plataformas que utilizan frecuentemente los nómadas digitales, se realizaron alianzas con organizaciones como WeWork por parte del ICT (Entrevistado 6).

### *Análisis.*

Según las respuestas de los expertos entrevistados, el Instituto de Turismo Costarricense actualmente cuenta con programas de publicidad y alianzas de promoción con distintas organizaciones, tanto privadas como públicas, con las que se pretende llevar el nivel competitivo turístico de Costa Rica a altos puestos. Entre estos comentarios resaltan empresas como Selina y WeWork, las cuales son organizaciones enfocadas en el ofrecimiento de servicios y espacios físicos para trabajadores remotos.

Respecto a organizaciones internacionales con las que el gobierno costarricense puede fomentar alianzas de colaboración para aumentar su competitividad turística, destacan en los comentarios de las personas entrevistadas la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). En el sitio web de la Organización Mundial de Turismo (s. f.) se definen los principales objetivos de esta importante institución como:

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas (párr. 2).

Costa Rica fue admitido como miembro de la OMT desde el año 1995 y desde entonces ha sido parte de las iniciativas y lineamientos de la organización. Con esta alianza se puede obtener beneficios como una mejora en la competitividad turística, sobre esta prioridad en el sitio web de la entidad Mundial de Turismo (s. f.) se menciona:

Mejorar la competitividad turística de los Miembros de la OMT mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el desarrollo de los recursos humanos y la promoción de la excelencia en ámbitos tales como la planificación turística, las estadísticas y las tendencias del mercado, el desarrollo sostenible del turismo, el *marketing* y la promoción, el desarrollo de productos y la gestión de riesgos y de crisis (párr. 4).

Las alianzas con la Organización Internacional para las Migraciones (s. f.) son importantes desde la perspectiva de un manejo correcto de los procesos migratorios, ya que según su sitio web su labor consiste en:

Cerciorarse de una gestión ordenada y humana de la migración; promover la cooperación internacional sobre cuestiones migratorias; ayudar a encontrar soluciones prácticas a los problemas migratorios; y ofrecer asistencia humanitaria a los migrantes que lo necesitan, ya se trate de refugiados, de personas desplazadas o desarraigadas (párr. 3).

Es importante que Costa Rica y las entidades reguladoras del turismo fortalezcan las alianzas existentes y sigan los lineamientos establecidos por estas importantes organizaciones, ya que una falta de estos puede significar la pérdida de confianza de los turistas y distintos inversores extranjeros. Ser miembros activos de estas entidades aporta al país una reputación positiva y otorga la oportunidad de analizar prácticas aplicadas por otros miembros y la adopción de las que representen una mejora para el sector turismo costarricense.

## **Categoría 5: Iniciativas de publicidad y mercadeo.**

### ***Descripción.***

El Proyecto de Ley n.º 22.215 solo puede ser exitoso si su existencia se comunica al mercado meta, en esta categoría se evidencian las distintas iniciativas de publicidad y *marketing* existentes para atraer nómadas digitales al país que opten por la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios. Algunos comentarios de la muestra de investigación fueron:

Primero que nada, aquellas empresas del segmento de alojamiento han realizado sus propias estrategias a través de plataformas digitales, *marketing* digital, RRSS que son medios frecuentados por los Nómadas Digitales y no tanto a través del mercadeo tradicional, no obstante, hay que tener presente que dentro de esta gran población Nómada Digital, convergen varias generaciones, por lo que la mezcla de medios de comunicación permite poder llegarle a la mayor cantidad de clientes potenciales; desde la estrategia del ICT en mercadeo internacional, se han gestionado campañas, comunicación a través de *influencers* nómadas, comunicados de prensa, y participación en ferias internacionales (Entrevistado 1).

Esto estará alineado con la estrategia de promoción y publicidad para el 2023, será un segmento más de turismo que tendrá sus mensajes puntuales en los mercados prioritarios como Estados Unidos y Canadá principalmente (Entrevistado 2).

El ICT cuenta con una estrategia de promoción y mercadeo que desarrolla, enfocada en mercadeo digital en plataformas específicas, redes sociales y medios de alto interés para los potenciales teletrabajadores digitales, así como la promoción en ferias internacionales a las que participa Costa Rica. Cabe mencionar la creación del sitio *visitcostarica* donde se puede encontrar información relevante para las personas interesadas (Entrevistado 3).

Desde el nacimiento de la ley se creó un micrositio en la página web *visitcostarica.com*, se han realizado alianzas con empresas grandes relacionadas con teletrabajo como WeWork, se ha hecho pauta digital en plataformas, diferentes medios que siguen los nómadas digitales, se han hecho gestiones de prensa, se han invitado

a Costa Rica medios especializados en el tema para hablar de nómadas digitales, también ha sido uno de los temas principales que se han transmitido en distintas ferias internacionales y también la participación en eventos competentes. La promoción está en constante crecimiento y es parte de los enfoques con los que Costa Rica crezca en términos de turismo (Entrevistado 6).

Las comunicaciones llevadas a cabo por medio de instituciones como el ICT y Canatur, los medios de comunicación son las ventanas para el mundo del Nómada digital, al igual que las redes sociales (Entrevistado 7).

### ***Análisis.***

Al considerar las respuestas de las personas entrevistadas se puede determinar que con base en el perfil de los nómadas digitales y su estilo de vida, el país, las distintas organizaciones de turismo como el Instituto Costarricense de Turismo y la Dirección General de Migración y Extranjería y las entidades dedicadas a la promoción de Costa Rica en distintos mercados como la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica y la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo, en línea con los objetivos y esfuerzos de la marca Esencial Costa Rica, han optado por desarrollar iniciativas de mercadeo digital para atraer a este público meta. El mercadeo digital se define por Cardona (2022) como:

El *marketing* digital (también llamado *marketing online*) es un sistema que permite promocionar los productos o servicios de una marca a través de internet, utilizando canales y herramientas en línea de manera estratégica para contribuir a alcanzar los objetivos de negocio generales de la empresa (párr. 3).

El mercadeo digital se aplicó al crear el sitio web Visite Costa Rica, el cual, constituye una herramienta importante de comunicación y promoción dirigida a las personas extranjeras donde se resaltan las bellezas que el país tiene por ofrecer y cuenta con un apartado especial para nómadas digitales donde se compacta toda la información que los aplicantes pueden necesitar para decidirse por Costa Rica, al ser un sitio amigable con la persona usuaria y con excelentes elementos visuales cumple en gran manera su objetivo como espacio de publicidad.

Para la mayoría de las personas, las redes sociales forman parte de su cotidianidad y son fundamentales para que las empresas privadas y entidades nacionales transmitan mensajes publicitarios. Por la naturaleza de sus oficios, los nómadas digitales son todavía más susceptibles al uso de redes sociales, por lo que optar por este medio para divulgar la existencia de la ley, los beneficios que esta ofrece y los servicios ofrecidos por el sector privado son adecuados para este segmento de mercado. Al respecto, Cardona (2022) apunta:

En la actualidad, las redes sociales agrupan a miles de millones de usuarios, lo que las convierte en un canal fundamental para las marcas que quieran comunicarse con su público. Además, al poseer una gran cantidad de datos sobre los usuarios que las usan, las redes sociales permiten lanzar campañas de publicidad con un nivel muy alto de segmentación (párr. 24).

Como se menciona en algunas de las opiniones de las personas entrevistadas, el mercadeo digital debe estar acompañado de iniciativas de mercadeo tradicional con el objetivo de maximizar el alcance del mensaje a los turistas. La participación en ferias internacionales es importante para generar conexiones que faciliten la publicidad del turismo costarricense y fortalezcan la competitividad del sector.

### **Categoría 6: Alianzas público-privadas.**

#### ***Descripción.***

En esta categoría se evidencia la importancia de las alianzas público-privadas respecto a las iniciativas de publicidad y *marketing* para atraer nómadas digitales al país que opten por la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios y la necesidad de una sinergia entre ambos sectores para atraer esta clase de turistas y mejorar la competitividad de Costa Rica. Las siguientes expresiones lo evidencian:

Lo más importante de estas posibles alianzas es tener un mayor músculo en términos de presupuesto para posicionar la atracción y dar a conocer la ley y sus beneficios, sobre todo en momentos en los que el ICT no cuenta con los ingresos necesarios posterior a COVID (Entrevistado 1).

Es de suma importancia, el ICT tiene alianzas y convenios con Canatur, la

Asociación de Futuropa y Proimagen y CCH por ejemplo. El sector de la industria privada es el que desarrolla los diferentes productos e itinerarios (Entrevistado 2). Como se menciona en la pregunta anterior, la institución realiza acciones de publicidad y mercadeo, y todos los esfuerzos que se realizan y estrategias se trabajan en sinergia con el sector privado (Entrevistado 3).

Me parece que siempre es importante tener un canal abierto de comunicación respecto a las entidades públicas con las privadas, esto abre un camino interesante para que haya una reciprocidad en los beneficios que de esto se pueda obtener (Entrevistado 4).

En definitiva, son importantes porque igual el ICT tiene un presupuesto limitado por lo que el apoyo en conjunto con el sector privado y con las cámaras de turismo, deberían siempre establecer diálogos y alianzas en este sentido, al igual establecer alianzas con otras instituciones del gobierno para el mejoramiento de lo que necesitan los nómadas digitales para estar acá, obviamente la Dirección General de Migración y Extranjería es el principal actor en el tema y debe estar involucrado en estas iniciativas (Entrevistado 6).

Al unir los esfuerzos se puede llegar a alinear el mensaje que se quiere dar al mundo respecto al recibimiento de nómadas digitales en Costa Rica, la comunicación entre los sectores crea beneficios para ambos (Entrevistado 7).

### ***Análisis.***

La tabulación de las respuestas recolectadas y su análisis evidencia que la mayor oportunidad de colaboración entre el sector público y privado costarricense con el objetivo de mejorar la competitividad turística se enfoca en el área de presupuesto, ya que para las instituciones públicas invertir en temas como publicidad significa recortar gastos en otras partidas vitales para la ejecución de sus operaciones. Sobre los ingresos percibidos por el ICT (s. f.), por ejemplo, en el apartado de información presupuestaria disponible en su sitio web se expone que:

Los ingresos corrientes se encuentran compuestos por ingresos tributarios, provenientes de los impuestos sobre pasajes internacionales que se originan en Costa Rica y del impuesto por la entrada al país con un pasaje aéreo adquirido en el

exterior; y por ingresos no tributarios, producidos por la renta de activos financieros e intereses moratorios, así como cualquier otro ingreso no tributario. Además de la incorporación de recursos de vigencias anteriores (superávit libre y superávit específico) (párr. 1).

Según los presupuestos publicados, en el año 2022 el Instituto Costarricense de Turismo percibió una suma total de ingresos de 20.5 billones de colones derivados de las fuentes descritas. Sin embargo, solo en remuneraciones y servicios básicos necesarios para sus operaciones la institución tuvo un gasto de aproximadamente 19 billones de colones, lo cual evidencia que no es posible para el ICT invertir de forma significativa en iniciativas de promoción y mercadeo en el tema de recibimiento de nómadas digitales. Por lo tanto, las acciones llevadas a cabo por las empresas privadas para atraer a estos turistas son altamente apreciadas por el sector público.

La comunicación, diálogo y alianzas entre estos sectores permite que los esfuerzos se alineen y los beneficios se perciban por todos los actores del turismo nacional. La competitividad turística de Costa Rica aumenta gracias a estas colaboraciones y la retroalimentación que un sector puede tener para el otro y viceversa.

### **Unidad de análisis 3: Incentivos.**

La tercera unidad de análisis valora los principales incentivos con los que cuenta Costa Rica y su cartera de turismo para la atracción de nómadas digitales y los elementos diferenciadores que otorgan al país altos índices de competitividad turística. De la presente unidad se derivaron cuatro categorías de análisis que se desarrollan de manera independiente utilizando las palabras y expresiones exactas de las personas de la muestra participante en la entrevista, a las cuales se les aplicó el cuestionario. Posteriormente, se realiza un análisis fundamentado en la teoría del tema:

1. Países con propuestas similares.
2. Tratados internacionales para atraer nómadas digitales.
3. Elementos diferenciadores de Costa Rica.
4. Mejoras necesarias.

### **Categoría 1: Países con propuestas similares.**

#### ***Descripción.***

En la presente categoría se mencionan algunos de los países que cuentan con iniciativas similares a la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional aprobada en Costa Rica en 2021, con el objetivo de realizar comparaciones que permitan identificar mejoras necesarias en la reciente normativa y recibimiento de nómadas digitales. Algunas expresiones fueron:

Se pueden mencionar los siguientes: México, Colombia, República Dominicana, Argentina, Perú, Panamá en América y en el continental Europeo se puede mencionar Alemania, Croacia, Estonia, Grecia, Portugal, España entre otros (Entrevistado 1).

Actualmente muchos destinos ofrecen incentivos para nómadas digitales y promover la estadía en sus países, entre ellos podemos mencionar Aruba, Barbados, Bermuda, Colombia, Brasil, República Dominicana, Ecuador, México, Estados Unidos y otros países como Noruega, Portugal, España, Indonesia, Estonia, Georgia, Alemania quienes fueron pioneros en el tema de nómadas digitales. The Nomad List, que es una comunidad global de trabajadores remotos, destaca que el país se ubica por encima de Italia, Estados Unidos y Argentina (Entrevistado 3).

Países como Alemania, Brasil, México, Croacia, España, Colombia, Panamá, Tailandia entre otros (Entrevistado 4).

Muchos, los hay en Europa, en el Caribe, algunos países sudamericanos, Panamá tuvo una reglamentación sin embargo por inconvenientes en su aplicación decidieron tramitar una ley para poner el proceso en un mayor nivel, pero bueno, al presentar el proyecto de ley se revisó el derecho comparado y ya había países que lo impulsaban así, especialmente en la zona de las islas del Caribe y en Europa, además de EE. UU. donde varios estados estaban brindando facilidades a los ciudadanos si se trasladaban de una ciudad a otra para hacer trabajo remoto, digital y es algo que seguirá expandiéndose por el mundo ya que es una tendencia que tiene mucho sentido ya que los países ya cuentan con la infraestructura turística y civil y

lo único necesario es recibir personas que no vienen a competir laboralmente y vienen a consumir productos de todo tipo y a dejar dinero en el país así que es un muy buen negocio para los países receptores (Entrevistado 5).

Muchos países latinoamericanos y europeos están apostando por esta modalidad para tener la posibilidad de combinar el trabajo con experiencias turísticas (Entrevistado 6).

México, Colombia, España, Argentina entre otros (Entrevistado 7).

Tengo conocimiento de países como Colombia, España, México, República Dominicana, Panamá, entre otros que ya cuentan con este tipo de iniciativas y han tenido resultados exitosos (Entrevistado 8).

### *Análisis.*

Según los comentarios de las personas entrevistadas son muchos los países de todos los continentes que vieron en la regulación del recibimiento de turistas de clase nómadas digitales una oportunidad para asegurar que con sus largas estancias parte de los ingresos recibidos desde sus países de origen se quedaran en sus economías locales, mejorando su competitividad turística y aumenta los niveles de exportaciones de servicios turísticos. La globalización, los diferentes cambios en los estilos de vida derivados de la pandemia por la COVID-19, la mejora en las tecnologías de información y comunicación, el mejoramiento continuo de los procesos, la especialización y la apertura internacional con la que cuentan los turistas les permite dar el salto a convertirse en nómadas digitales. En la Figura 2 se enlistan 20 países que cuentan con este tipo de visado, entre los cuales destaca Costa Rica en la posición número diez.

*Figura 5. Lista de países con visado nómada digital*

41 / 195	Tendencia en	Validez en	Tasas a	Seguro obligatorio	Prueba de
PAÍSES	marzo 2023	meses	pagar	<a href="#">Ver Recomendado</a>	ingresos
Alemania	↑	36	100 \$	Si	Si
Anguila	↓	12	2000 \$	Si	Si
Antigua Barbuda	↓	24	1500 \$	Si	Si
Aruba	↔	3	75 \$	Si	No
Barbados	↔	12	2000 \$	Si	Si
Bermuda	↔	12	260 \$	Si	Si
<a href="#">Brasil</a> 🇧🇷	↑	<small>NEW</small>	<small>NEW</small>	Si	Si
Cabo Verde	↓	6	60 \$	Si	Si
Colombia	↑	<small>NEW</small>	<small>NEW</small>	Si	Si
<a href="#">Costa Rica</a> 🇨🇷	↔	24	550 \$	Si	Si
Croacia	↔	12	155 \$	Si	Si
Curaçao	↓	6	300 \$	Si	No
Chipre	↑	12	65 \$	Si	Si
Dominica	↓	18	900 \$	Si	Si
Ecuador	↑	24	450 \$	Si	Si
<a href="#">España</a> 🇪🇸	↑	<small>NEW</small>	<small>NEW</small>	Si	Si
Emiratos Árabes	↑	12	610 \$	Si	Si
Estonia	↑	12	100 \$	Si	Si
Georgia	↔	12	35 \$	Si	Si
Granada	↔	12	1500 \$	Si	Si

*Nota.* Tomado de França (2022).

Esta lista permite obtener varias observaciones, primero resalta que la tendencia es estable con lo que se puede evidenciar que al ser una ley de reciente aprobación y puesta en marcha no se tienen resultados que permitan determinar su éxito o fracaso. De la comparación de la validez de la visa en meses se infiere que Costa Rica está por encima de la moda, ya que, del listado, 9 países ofrecen una estadía de 12 meses y en este país es posible extender la estancia hasta por 24 meses.

En promedio, los aplicantes a las visas de nómadas digitales deben desembolsar \$627 USD referente a las tasas migratorias, a pesar de que Costa Rica se encuentra por debajo del promedio con un costo de \$550 USD. Esto puede representar una desventaja para el país en este mercado, ya que países como Alemania, que ofrece una estancia de 36 meses realiza un cobro de solamente \$100 USD.

En relación con los requisitos básicos se observa que, de la lista, solo dos países no solicitan una prueba de ingresos para optar por la subcategoría migratoria, entre los requerimientos presentes en otros países, França (2022) señala: certificados médicos, no tener antecedentes penales, documentos que comprueben la existencia de actividades laborales y prueba de contar con un lugar de alojamiento en el país de destino. Por lo tanto, una vez más se puede afirmar que las condiciones en Costa Rica son accesibles para los turistas y constituyen un incentivo más.

## **Categoría 2: Tratados internacionales para atraer nómadas digitales.**

### ***Descripción.***

La segunda categoría hace referencia a los países con los que pueden generarse tratados respecto a trabajadores y prestadores remotos de servicios con el objetivo de aprovechar y mejorar las relaciones existentes, abriendo oportunidades a un mayor flujo de turistas gracias a los acuerdos que pueden hacerse. Algunas de las ideas expresadas fueron:

Considero que podrían crearse alianzas cooperativas con mercados como México, Panamá, Colombia por conexiones aéreas y terrestres (Entrevistado 1).

No considero pertinente hacer tratados con países, en tanto no se reflejen resultados de la implementación de la nueva ley (Entrevistado 2).

Principalmente nuestros mercados más fuertes: Estados Unidos, Canadá, Alemania, España, Inglaterra, Francia, Suecia, Italia, Israel, Suiza y Países Bajos (Entrevistado 3).

En mi opinión con Panamá, su ley migratoria es mucho más atractiva para los extranjeros que la misma ley costarricense, dado a que en su sistema migratorio, todo es más expedito y fácil de realizar así como barato. Costa Rica, debería de realizar algo parecido a la ley panameña de Friendly Nations la cual otorga beneficios a

personas de ciertas nacionalidades, haciendo que algunos procesos sean más sencillos de realizar (Entrevistado 4).

Especialmente Estados Unidos ya que es el país con una mayor cantidad de nómadas digitales y con quienes ya tenemos una relación positiva (Entrevistado 6).

Estados Unidos ya que es el mercado más grande, y podría mencionar Panamá por la cercanía y la facilidad que tienen para ingresar al país (Entrevistado 7).

### *Análisis.*

En la actualidad, Costa Rica cuenta con convenios internacionales de cooperación en temas de turismo con países como Arabia Saudí. Sin embargo, los más recientes acuerdos se dirigen especialmente al turismo sostenible, fortaleciendo la imagen con la que cuenta el país en temas de protección del ambiente y como territorio de alto interés para los turistas. Sobre este convenio, Madriz (2022) detalla que:

El primer acuerdo prevé la cooperación entre ambos países para fortalecer el turismo sostenible, mientras el segundo hace a Costa Rica partícipe de la creación del Centro Global de Turismo Sostenible en Riad.

Este Centro promoverá el turismo sostenible como una solución para la emergencia climática, y proveerá una plataforma para intercambiar información con varias organizaciones para identificar retos en la sostenibilidad y para desarrollar soluciones turísticas innovadoras, dijo el ICT (párrs. 3-4).

Este constituye solo un ejemplo de las acciones concretas a las que se puede llegar al establecer convenios, tratados o acuerdos entre Costa Rica y otras naciones que compartan con el país un mismo objetivo y puedan intercambiar, desde buenas prácticas hasta tecnologías o instrumentos que respondan a una necesidad, mientras se fortalecen relaciones que pueden llegar a extenderse en otros ámbitos como el comercio internacional. En las respuestas de las personas a las que se les aplicó el cuestionario se mencionan países como Estados Unidos, Alemania, Canadá, España, México y Panamá, lo cual es muy acertado, ya que en el caso de los tres primeros se trata de los países de los cuales se han recibido la mayor cantidad de nómadas digitales y puede ser de interés nacional llevar a cabo acuerdos que promuevan un mayor flujo de estos turistas de larga estancia.

En el caso de España se puede negociar un memorando de entendimiento, los cuales se definen por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (s. f.) del país europeo de la siguiente manera:

El MOU no tiene ni la naturaleza ni los efectos jurídicos de un Convenio Internacional, sino los de un acuerdo entre dos órganos de las Administraciones Públicas de dos países. Por tanto, un MOU se puede firmar:

- Entre Ministerios (modalidad más habitual).
- Entre Secretarías de Estado u órganos asimilados.
- Entre Turespaña y un órgano similar de un tercer país (párr. 2-3).

Al no tratarse de convenios internacionales, su aprobación y aplicación se lleva a cabo, de una manera más rápida y con menos trámites. En el caso de Costa Rica se pueden crear memorandos de entendimiento mediante el Instituto Costarricense de Turismo como principal representante y las instituciones espejo de los países que cuentan con mayor experiencia e índices positivos en temas de nómadas digitales como Alemania y Brasil.

Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España (s. f.) usualmente los ámbitos de cooperación descritos en los memorandos de entendimiento son los siguientes:

- Capacitación y formación turística.
- Fortalecimiento de las relaciones entre ambas instituciones (intercambio de información, intercambio de expertos, buenas prácticas, etc.).
- Cooperación en el ámbito de Organismos internacionales (especialmente la Organización Mundial del Turismo).
- Apoyo a las inversiones de los empresarios turísticos en los respectivos países.
- Fomento de los flujos turísticos entre ambos países (párr. 6).

Dirigir estos ámbitos de cooperación al tema de turismo de nómadas digitales en acuerdos con los países mencionados por los expertos puede mejorar ciertamente la competitividad turística de Costa Rica e impulsar el recibimiento de turistas, lo cual representaría un aporte a la economía nacional y su reactivación.

### **Categoría 3: Elementos diferenciadores de Costa Rica.**

#### ***Descripción.***

La tercera categoría resalta los elementos que posicionan a Costa Rica en ventaja sobre otros países en temas de recibimiento de nómadas digitales. Los expertos entrevistados mencionan:

Según estadísticas que ha efectuado la Plataforma NomadList, este nicho de mercado toma en consideración los siguientes 4 elementos: Costo de Vida, Diversión, Seguridad Política-Social e Internet; este último ha sido un factor que le ha reducido a Costa Rica tener un mayor número de nómadas digitales debido a que no en todo el país cuenta con la infraestructura de conexión estable y de una alta velocidad de descarga/carga (Entrevistado 1).

Seguridad social y política, país democrático, servicio de transporte público aceptable que cubre a gran parte del territorio asfaltado; disfrute del trabajo en compañía de la naturaleza, actividades de aventura, esparcimiento, bienestar, clima agradable, alimentación con productos orgánicos, etc. (Entrevistado 2).

Costa Rica cuenta con una ubicación estratégica de conexión con múltiples destinos, en costo de alojamiento para largas estadías es bajo, el país cuenta con un clima ideal para disfrutar la estadía y realizar múltiples actividades, la política estable del país genera seguridad, zona horaria conveniente, alta conectividad de redes de fibra óptica, la calidades, hospitalidad y estilo de vida del costarricense se adapta a las necesidades de los nómadas digitales (Entrevistado 3).

Su mayor atractivo es la naturaleza y la sociedad en general. Teniendo contacto con varios clientes, lo que mencionan es que les gusta la vibra del costarricense y del pura vida (Entrevistado 4).

Costa Rica tiene ventajas que son las mismas para recibir turistas regulares y es el clima estable durante todo el año, aquí no hay cambios abruptos de temperatura, las diferencias climáticas no son extremas, así que aquí una persona puede permanecer todo el año sin tener que comprar vestido especial para sobrevivir un invierno como le sucede a países de otras latitudes, Costa Rica está en una franja horaria que lo beneficia ya que está muy cerca de los principales mercados, particularmente del

emisor más apetecido del mundo que es los Estados Unidos, tiene una conectividad aérea muy fuerte tanto con Estados Unidos, Canadá, México y Europa lo que hace que tenga acceso a todo el mercado Occidental, tiene una condición geopolítica relevante, se le considera un país vinculado comercial y políticamente con Estados Unidos lo que hace que haya una fuerte inversión de ese país y de países occidentales en Costa Rica lo que potencia el desarrollo de infraestructura turística en el país, tiene una gran estabilidad política, una gran seguridad jurídica y además tiene un clima de paz social (Entrevistado 5).

Costa Rica tiene características que lo hacen un país muy apetecido por los nómadas digitales, principalmente los que Costa Rica está tratando de atraer que son esencialmente de Estados Unidos y Costa Rica tiene muchas ventajas competitivas en este mercado, por ejemplo la gran conectividad aérea, casi todas las líneas aéreas estadounidenses vuelan a Costa Rica tanto a Liberia como a San José, también el contar con un huso horario similar al de Estados Unidos facilita a los trabajadores estar conectados o no tener amplias diferencias horarias a la hora de trabajar, además, el entorno costarricense, la posibilidad de tener una amplia plataforma turística a lo largo y ancho del país que permite al turista trabajar un tiempo en cada región del territorio nacional y el avance en la conexión a internet y también un sector turístico consciente de los nómadas digitales que ha hecho distintas adaptaciones para recibirlos, Costa Rica está posicionada a nivel internacional como un lugar idóneo para conectarse con uno mismo, para relajarse, para vivir y disfrutar un entorno de naturaleza sostenible el cual atrae a los nómadas digitales que de alguna forma tratan de salir de las selvas de concreto y tener una mejor calidad de vida, trabajando y disfrutando de Costa Rica. Todos estos temas se adicionan a las condiciones que ya conocemos sobre Costa Rica como el alto nivel de inglés con el que cuentan las personas que participan en el turismo, el modelo de desarrollo turístico sostenible y demás puntos que convierten a Costa Rica un país competitivo en el tema de nómadas digitales (Entrevistado 6).

Los servicios básicos como el transporte, la seguridad social y médica y por supuesto la variedad de flora y fauna (Entrevistado 7).

Partiendo de lo general puedo mencionar la democracia en la que vivimos, la

rapidez ofrecida en estos servicios migratorios, la facilidad para transportarse en el territorio nacional y las bellezas naturales del país (Entrevistado 8).

### *Análisis.*

Los elementos que mencionan las personas entrevistadas son evidencia de las ventajas competitivas que posee Costa Rica respecto al sector turismo internacionalmente. Estas se han resalado a lo largo de la presente investigación, específicamente en temas de nómadas digitales, Garza (2021) señala:

Por otra parte, Costa Rica ocupa el séptimo lugar del *ranking* de InsureMyTrip, publicado este año por Forbes, que seleccionó a los diez mejores lugares para los nómadas digitales.

El estudio nos dio buenas puntuaciones por las velocidades promedio de Internet, costo promedio de alquiler, aceptación de migrantes, costo promedio de permisos, duración de visa, felicidad y el promedio de horas para aprender el idioma local (párrs. 8-9).

Entre las respuestas de los expertos se menciona la seguridad y estabilidad política del país, lo cual es sumamente valioso para los turistas, ya que los riesgos de que existan conflictos políticos nacionales o internacionales son verdaderamente bajos. La democracia que caracteriza al país, no contar con un ejército y ser promotores internacionales de la paz provee a los extranjeros la tranquilidad de permanecer en territorio costarricense.

Desde la perspectiva de asegurar que los nómadas digitales puedan trabajar con las comodidades necesarias, como lo comentan las personas entrevistadas, Costa Rica cuenta con las herramientas idóneas como la conexión a Internet en la mayor parte del territorio nacional, una zona horaria ventajosa para los principales mercados y una adecuada infraestructura pública y privada como los espacios de *coworking*.

En lo turístico las bellezas naturales de Costa Rica representan por sí solas uno de los mayores elementos de atracción de turistas. Los cientos de ecosistemas de los cuales las personas pueden disfrutar, la cantidad de flora y fauna por apreciar, las actividades de aventura, recreación cultura

y relajación permiten a los nómadas digitales desconectarse de sus labores y sumergirse en este país, satisfaciendo lo que los motiva desde un principio a optar por esta subcategoría migratoria.

#### **Categoría 4: Mejoras necesarias.**

##### ***Descripción.***

La última categoría refleja los cambios que necesita el país y el sector turismo para tener una mayor ventaja sobre otros países en temas de recibimiento de nómadas digitales y cómo estos impulsan un crecimiento general del país. Al respecto, las personas entrevistadas indicaron lo siguiente:

Se debe mejorar la red vial, el transporte terrestre público/privado, internet y actualmente la seguridad civil (Entrevistado 1).

Considero que ya estamos dando los primeros pasos de este cambio con la nueva ley (Entrevistado 2).

Costa Rica se ha posicionado como uno de los destinos preferidos por los nómadas digitales, sin embargo, se debe seguir trabajando en generar mejores condiciones, proporcionando cada día mejor conectividad de internet, generar mayor conectividad aérea, reducción del costo de vida, que los hoteleros tradicionales vayan modificando sus servicios para este segmento de mercado, generar oferta turística enfocada en experiencias, mejorar la infraestructura vial, mejorar el sistema de transporte público y mayor seguridad (Entrevistado 3).

Su principal cambio debe realizarse dentro de la misma Dirección General de Migración y Extranjería, siendo que los procesos en general pueden durar el doble o el triple inclusive de lo que está establecido y permitido por ley (Entrevistado 4).

Costa Rica es un país que como cualquier otro nunca termina de estar completo, primero, en Costa Rica se necesita una mejor infraestructura en carreteras, mejorar la calidad, ya que en cantidad somos eficientes, se debe mejorar la infraestructura portuaria, especialmente en turismo, solo se cuenta con un muelle especializado en turismo que es el de Puntarenas, en Caldera, aunque se recibe una cantidad importante de cruceros, se trata de un muelle de carga, lo mismo que Golfito y Limón, en temas de aeropuertos todavía estamos con deficiencias importantes, por otra parte,

tenemos muchos retos en materia de seguridad y de parques nacionales, a pesar de tener parques nacionales bellísimos no se cuenta con una buena categoría en temas de atención a los turistas. Respecto a la conectividad a internet hay mucho por mejorar, especialmente en el paso a la tecnología 5G donde hay una deficiencia importante, sin embargo, las condiciones generales son aceptables para las condiciones básicas que necesitan los nómadas digitales (Entrevistado 5).

Definitivamente siempre existirán áreas de mejora, Costa Rica tiene que dar un salto a la tecnología 5G, a una conectividad a internet que abarque todo el país, tener conciencia a nivel país de que esta Ley existe y se está aplicando y que los nómadas digitales van a ser parte de nuestro entorno, en algunos casos se requiere inversiones, pero ya se cuentan con adaptaciones para este segmento de mercado (Entrevistado 6).

Estar a la altura de la demanda del sector turismo, capacitación para el sector privado y público en idioma y servicio al cliente (Entrevistado 7).

### *Análisis.*

De las respuestas de las personas entrevistadas resaltan la necesidad que tiene Costa Rica de mejorar su conectividad a Internet. Sin embargo, como respuesta a las necesidades que se generan por la pandemia de la COVID-19 donde las personas debieron acogerse al tipo de trabajo remoto y las personas estudiantes debían recibir sus clases por medio de videollamadas y a las tendencias globales donde el Internet es esencial para muchas profesiones, entretenimiento y aprendizaje, entre otras áreas cotidianas, diferentes iniciativas se llevan a cabo actualmente para optimizar este rubro.

La Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel, s. f.) propuso algunas acciones para utilizar los recursos del Fondo Nacional de Telecomunicaciones (Fonatel) que permitan mejorar la conectividad a Internet, de las cuales destaca:

Instalar 172 zonas de Internet Inalámbrico gratis adicionales, esta propuesta sería una ampliación del programa Espacios Públicos Conectados que actualmente tiene en funcionamiento 346 parques, plazas, bibliotecas y estaciones de tren; conectadas a una red de Internet Wi-Fi gratuita para la población. Este programa incluye 513

zonas de Internet Inalámbrico, con esta propuesta se ampliaría a un total de 685 zonas en todo el país (párr. 7).

Contar con estos espacios evita que los nómadas digitales deban permanecer en un mismo espacio físico para realizar sus labores y permite que se puedan desplazar por lo largo y ancho del país sabiendo que pueden encontrar uno de estos puntos. Sin embargo, el mayor reto para el país no es contar con estas zonas, el mayor reto es el salto a la tecnología 5G y superar los obstáculos presentes a la fecha en este proceso como la reciente devolución de las frecuencias del ICE, la mejora en la infraestructura, especialmente de fibra óptica y llevar a cabo las subastas para estas concesiones.

Los esfuerzos realizados para obtener mayor acceso a esta tecnología tienen efectos muy positivos en la competitividad turística del país. Sin embargo, no es el único sector que se ve beneficiado, según indica Tejada (2022):

Esta gestión de gobierno aspira a que el desarrollo de 5G en el país posibilite mejorar la conectividad como servicio básico, entre las que subrayan la implementación en aplicaciones industriales, profesionales y de entretenimiento; la evolución del mercado de las TICs, a partir de la creación de nuevos productos y servicios como *big data*, Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en Inglés), ciudades inteligentes, realidad virtual y aumentada, agricultura inteligente, entre otras. Además, del despliegue de aplicaciones industriales y de automatización -como puede ser el control inalámbrico de procesos industriales de fabricación o producción- la cirugía a distancia, la automatización de la distribución en una red eléctrica inteligente, la seguridad del transporte, entre otros (párr. 12).

Al tratarse de mejoras dirigidas a todo el país se puede afirmar que el turismo y el aseguramiento de altos niveles de competitividad en este ámbito llevan a los países a un mejor estado en general, lo cual promueve la reactivación económica y una mejor imagen ante el resto del mundo. Esto ocasiona el fortalecimiento o la generación de relaciones de comercio internacional y atrayendo inversores extranjeros.

## **Interpretación de los datos**

La globalización y el nacimiento o popularización de nuevas tendencias y estilos de vida llevan a las naciones a realizar adaptaciones necesarias para seguir el ritmo con el mundo y la sociedad se mueve y se transforma. Aunque no es un término que naciera con la pandemia de la COVID-19, esta fue una razón de peso para que miles de personas adoptaran esta modalidad, lo que genera, a la vez, nuevas necesidades y un nuevo mercado en el cual la mayoría de los países quieren participar, motivados por los beneficios económicos y el aumento en los niveles de bienestar general derivados de estos.

Con este estudio se consolidó la información necesaria para demostrar el impacto positivo que tiene el recibimiento de trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales en la competitividad del turismo nacional y en las exportaciones de servicios turísticos, explorando en primer lugar el concepto general de los nombrados nómadas digitales y cómo su estilo de vida genera un encadenamiento productivo y económico en los países donde deciden residir. Los ingresos percibidos con origen en el sector turismo y el aumento en las exportaciones de servicios son dos razones de peso que motivan al país y a las entidades de turismo y migración a tomar acciones correctivas, preventivas y de mejoramiento continuo con el objetivo de mejorar la competitividad turística para seguir obteniendo estos beneficios que el sector turismo tiene por ofrecer para un país en crecimiento como Costa Rica.

La marca país Esencial Costa Rica es parte de estas acciones que impactan la competitividad, no solamente turística, sino también en temas de comercio internacional como aumento de exportaciones, generación de alianzas internacionales y atracción de inversión extranjera. Con los datos que se obtienen se infiere que el papel de la República de Costa Rica como uno de los países pioneros en el recibimiento e incentivo a los nómadas digitales constituye una estrella más que resalta en esta herramienta de mercadeo nacional y no sustituye nada de lo que ya representa al país.

Al tratarse de una ley de reciente aprobación la necesidad de consolidar sus generalidades se cubrió con el presente estudio, resaltando la importancia de una selección correcta de la muestra de la investigación, ya que las personas entrevistadas demostraron tener amplio conocimiento sobre el proyecto y son las fuentes de información idóneas para compartir opiniones al respecto. Con

los análisis y comparaciones realizados se puede determinar que la ley se creó con un análisis minucioso, lo cual resultó en un incentivo más para la atracción de nómadas digitales, pues es jurídicamente superior a normas con las que cuentan otros países al respecto y se asemeja a lo aceptado globalmente.

Con la oportunidad que representa el nuevo segmento de mercado conformado por los nómadas digitales surgen oportunidades de colaboración que permiten mejorar la oferta actual, tanto de servicios de turismo como del resto de características que pueden distorsionar las opiniones externas sobre un país como la política, la oferta de servicios básicos, los costos de vida, la educación, la protección del ambiente, administración de temas migratorios, entre otras. La generación de alianzas con organismos internacionales puede resultar en lineamientos que colaboren con el aumento de la competitividad de Costa Rica.

En el apartado donde se identifica un menor nivel de conocimiento por parte de las personas entrevistadas es en el tema de iniciativas de publicidad y mercadeo que lleven a la actual aplicación de la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional y todo lo que Costa Rica tiene que ofrecer a este tipo de turistas al mercado meta. La actividad más comentada es la creación de sitios web dedicados a la presentación de las generalidades de la ley y de los beneficios del país y lo que tiene por ofrecer, sin embargo, no se mencionan actividades promocionales concretas.

Con la situación expuesta sobre iniciativas de publicidad y mercadeo se evidencia que el presupuesto de las instituciones públicas no es apto para invertir en esta actividad, de la forma óptima. Por lo tanto, se nota la importancia de las alianzas entre entidades públicas y privadas, con una comunicación efectiva y colaboración activa ambos sectores pueden unir sus esfuerzos para, finalmente, beneficiarse con un mayor recibimiento de nómadas digitales.

El Proyecto de Ley n.º 22.215 es un ejemplo más del compromiso de Costa Rica y las entidades competentes como el Instituto Costarricense de Turismo y la Dirección General de Migración y Extranjería con exaltar las ventajas competitivas del país y seguir apostando por el turismo como actividad económica clave para el país. Al estudiar sobre otros Estados con propuestas similares se puede determinar que los esfuerzos realizados colocan a esta nación entre las primeras opciones para el asentamiento de nómadas digitales.

Es importante la detección de los países con mejores resultados en este mercado para promover la creación de diferentes tratados y alianzas internacionales que permitan compartir en ambas vías las prácticas que han llevado a estos resultados, o bien que faciliten negociaciones orientadas al aumento en el flujo migratorio. Especialmente de aquellos países de los que se demuestra que hay relaciones muy positivas en este tema.

El estudio cumple también como repositorio de los elementos diferenciadores de Costa Rica como oferente en el mercado de turismo de nómadas digitales. Las personas entrevistadas concuerdan con que los paisajes y las actividades derivadas de la privilegiada naturaleza con la que cuenta el país son siempre la primera ventaja competitiva del país y, en temas específicos del recibimiento de trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales, destacan temas como la disponibilidad de infraestructuras adecuadas el compromiso de ser un país pacífico y contar con proveedores de servicios turísticos altamente calificados.

No obstante, se resaltan las mejoras que necesitan el sector turismo y el país para mantener y mejorar su reputación en el ámbito internacional y los diferentes indicadores. Muchos de los criterios constituyen retos que no se resuelven por una sola administración gubernamental como las mejoras en la infraestructura vial y portuaria y el salto a la tecnología 5G. Sin embargo, se ha evidenciado un avance en estos temas y se espera que los resultados sean presenciados en periodos cercanos.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Como respuesta al primer objetivo específico se concluye que los nómadas digitales son un tipo de turistas que deciden residir por largos periodos fuera de las fronteras de sus países de origen sin incurrir en el detenimiento de sus actividades laborales. Estas están ligadas usualmente a servicios que pueden desarrollarse de forma remota, ya sea como empleados de empresas ubicadas en sus países de origen, o bien como profesionales individuales.

Se evidencia que el turismo es un sector encadenado con distintas actividades económicas y el recibimiento de trabajadores y prestadores remotos de servicios con carácter internacional afianza los encadenamientos con las ramas de actividades turísticas clave y estratégicas como las actividades de servicio de comida y bebidas, los transportes, actividades de alquiler y arrendamiento, suministro de servicios públicos, entre otras, beneficiando el flujo económico del país.

Se determina que Costa Rica es un país altamente competitivo turísticamente. Los índices y la opinión de los expertos y las adecuaciones realizadas en la normativa migratoria para contar con la subcategoría de nómadas digitales sumados a los esfuerzos realizados por el sector privado en el turismo incrementan este importante indicador internacional.

Se deja claro que la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional es parte de las iniciativas orientadas a la reactivación económica e incremento en las exportaciones de servicios turísticos necesarias después de la disminución del flujo del turismo provocada por las restricciones contra la propagación de la COVID-19.

Se concuerda que la marca país Esencial Costa Rica cuenta con una gran aceptación en los mercados internacionales y cumple un papel de suma importancia como estrategia de mercadeo y la promoción de lo que el país tiene que ofrecer a los nómadas digitales alrededor del mundo. Robustece esta herramienta sin desmeritar el resto de las aristas contenidas en esta.

Respecto al segundo objetivo específico y sobre los requisitos migratorios, se concluye que son parte de las ventajas competitivas que posee Costa Rica en relación con el resto de los países

que ofrecen un visado para nómadas digitales, ya que son accesibles para los turistas y limitan los riesgos que pueden presentarse al aumentar la cantidad de residentes de larga estancia en el país.

Se evidencia que los beneficios ofrecidos por el gobierno costarricense a los turistas que decidan aplicar por la reciente subcategoría migratoria les permite disfrutar de su estancia sin el riesgo de tener que pagar impuestos que no le corresponden, con la facilidad de conducir vehículos sin tener que atravesar procesos engorrosos, al igual que utilizar cuentas en bancos locales. Todo esto constituye incentivos atractivos para los nómadas digitales.

Se determina que entre las generalidades de la subcategoría migratoria de nómadas digitales se encuentran los elementos que la diferencian de la visa de turista. Entre estos resaltan los beneficios fiscales, el plazo de estancia y la posibilidad de extenderlo, la prioridad con la que se procesan estas solicitudes y sus requisitos.

Se concuerda que al tratarse de una reglamentación reciente y al haber recibido aproximadamente 400 nómadas digitales en el año 2022 no se cuenta con la retroalimentación suficiente para decidir si la ley debe mejorarse o modificarse.

Se deja claro que las alianzas con diferentes organismos internacionales como la Organización Mundial de Turismo y la Organización Internacional para las Migraciones favorecen el aumento de la competitividad turística del país y seguir sus lineamientos o mejores prácticas que se relacionan con el recibimiento de nómadas digitales asegura el buen posicionamiento que tiene el país en este segmento de mercado.

Se concluye que entre las iniciativas de publicidad y mercadeo para atraer trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales destaca la creación de un micrositio dedicado a estos turistas en la página web [visitcostarica.com](http://visitcostarica.com), donde pueden encontrar la información necesaria para residir en Costa Rica.

Se evidencia que el área donde existe una gran oportunidad de colaboración entre las instituciones públicas y las privadas con el objetivo de mejorar la competitividad turística de Costa Rica son las acciones de publicidad y mercadeo, ya que el presupuesto público no permite ser más agresivos en este tema.

Se determina que a pesar de que son muchos los países con propuestas similares dedicadas a la atracción de nómadas digitales destacan países como Alemania, Brasil, Estados Unidos y España, los cuales son parte de los análisis comparativos realizados para la creación de la ley y para verificar su competitividad.

Se identificó a los países Estados Unidos, Alemania, Canadá, España, México y Panamá como potenciales contrapartes para llevar a cabo tratados internacionales que impulsen la atracción de nómadas digitales con diferentes herramientas como los memorandos de entendimiento.

Como respuesta al tercer objetivo específico se deja claro que, en términos generales, el principal elemento diferenciador de Costa Rica como destino turístico es su naturaleza y las actividades derivadas de ella. Sin embargo, específicamente para el segmento nómada, las ventajas competitivas son la conexión a Internet en la mayor parte del territorio nacional, una zona horaria ventajosa para los principales mercados y una adecuada infraestructura pública y privada como los espacios de *coworking*.

Se concuerda que el foco respecto a las mejoras necesarias para incrementar la competitividad turística del país desde el recibimiento de nómadas digitales está en la implementación de la tecnología 5G en todo el territorio nacional y que esta iniciativa está cada vez más cerca de ser una realidad.

Finalmente, respondiendo al planteamiento del problema de esta investigación, se concluye que los aportes al aumento de la competitividad turística de Costa Rica y a las exportaciones de servicios turísticos derivados del Proyecto de Ley n.º 22.215 (Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional) en el año 2022, hacen referencia a las adaptaciones que ha realizado el sector turismo, tanto público como privado desde diferentes análisis comparativos para entrar en esta nueva tendencia y colocarse como uno de los principales oferentes en el mercado internacional.

## **Recomendaciones**

Se recomienda a la Dirección General de Migración y Extranjería y al Instituto Costarricense de Turismo realizar iniciativas de información sobre los nómadas digitales y la nueva subcategoría

migratoria a través de charlas, foros, publicaciones en redes sociales a los distintos actores del sector turismo con el objetivo de promover los beneficios de recibirlos y las medidas necesarias.

Se sugiere al Banco Central de Costa Rica compartir la información referente a la estructura del PIB del sector turismo y sus encadenamientos productivos por medio de boletines gráficos para facilitar la identificación del aporte del sector en la economía costarricense.

Se insta al Instituto Costarricense de Turismo a analizar las falencias de Costa Rica en temas de competitividad turística por medio del estudio de los índices internacionales y sus resultados con el objetivo de asegurar una mejora continua.

Se recomienda al Gobierno de la República de Costa Rica actualizar el plan de acciones para la reactivación económica añadiendo las iniciativas llevadas a cabo y en proceso para la atracción de trabajadores y prestadores de servicios remotos internacionales para que estas reciban un mayor apoyo gubernamental.

Se sugiere a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica otorgar la marca Esencial Costa Rica a aquellas pymes exportadoras de servicios turísticos que cumplan con las condiciones necesarias para atraer nómadas digitales por medio de evaluaciones que incluyan los criterios básicos buscados por estos turistas. De esta forma, es posible contar con distintivos con los que los extranjeros sientan una mayor confianza para residir en Costa Rica.

Se recomienda a la Dirección General de Migración y Extranjería analizar los costos actuales del proceso para aplicar por el visado de nómadas digitales por medio de comparaciones contra el resto de los oferentes y el estudio de su presupuesto para disminuirlos y llegar a precios competitivos.

Se insta al Instituto Costarricense de Turismo, a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica y a la Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica a exaltar por medio de sus iniciativas de promoción y mercadeo los beneficios ofrecidos por el gobierno costarricense a los turistas que decidan aplicar por la reciente subcategoría migratoria para aumentar el flujo turístico del país.

Se sugiere a la Dirección General de Migración y Extranjería publicar por medio de redes sociales y en sus sitios web cuadros comparativos que reflejen las diferencias entre las visas

tradicionales de turistas contra el visado de nómadas digitales para incentivar a los extranjeros a optar por permisos de estancias con periodos más extensos.

Se recomienda a la Dirección General de Migración y Extranjería, por medio del Instituto Nacional de Estadística y Censos, realizar encuestas a las personas que actualmente cuentan con la visa de nómada digital para detectar fortalezas y oportunidades de mejora de la ley y reglamento actual.

Se pone a consideración del Instituto Costarricense de Turismo iniciar conversaciones con diferentes organismos internacionales como la Organización Mundial de Turismo y la Organización Internacional para las Migraciones, por medio de los canales de comunicación existentes, para crear acuerdos internacionales en pro del aumento de la competitividad turística.

Se recomienda al Instituto Costarricense de Turismo, por medio de agencias de publicidad, estudiar el segmento de mercado que representan los nómadas digitales para identificar y poner en práctica las iniciativas de publicidad más efectivas para su captación.

Se insta al Instituto Costarricense de Turismo y a la Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica a realizar espacios de diálogo en foros o convenciones con los cuales se puedan consolidar las distintas iniciativas de colaboración entre el sector público y el privado en temas de publicidad para la atracción de nómadas digitales.

Se sugiere a la Dirección General de Migración y Extranjería, al Instituto Costarricense de Turismo y a la Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica, estudiar las ofertas de los principales países destino de nómadas digitales con conversaciones con los promotores de este tipo de turismo, para adoptar aquellas prácticas que coincidan con las condiciones actuales y permitan mejorar la oferta nacional.

Se insta al Instituto Costarricense de Turismo, apoyado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica, a entrar en comunicaciones con países como Estados Unidos, Alemania, Canadá y España y sus organizaciones de turismo para llegar a acuerdos que faciliten la migración de nómadas digitales y otorguen beneficios preferenciales.

Se sugiere a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica garantizar la participación de Costa Rica en diferentes ferias internacionales y visitas a países estratégicos donde se permita resaltar los elementos diferenciadores del país en el segmento de mercado que se destina a los nómadas digitales para aclarar que parte de lo que define a la marca Esencial Costa Rica es la oferta de servicios dedicada a este sector.

Se recomienda al Gobierno de la República de Costa Rica por medio de la solicitud de rendición de cuentas a los organismos involucrados, como la Superintendencia de Telecomunicaciones, evaluar el progreso de la implementación de la tecnología 5G en todo el territorio nacional para determinar los obstáculos actuales del proceso y garantizar una rápida solución.

A los actuales y nuevos estudiantes de la carrera de comercio internacional o carreras afines, se les recomienda continuar con investigaciones asociadas con el tema expuesto, especialmente con el impacto de la competitividad turística en temas de nómadas digitales sobre el comercio internacional. Lo anterior con el fin de proveer a los interesados información relevante que permita evidenciar su importancia.

## CAPÍTULO VI. PROPUESTA

### Introducción

En un panorama de recuperación económica las iniciativas con potencial para impulsar este proceso deben ser apoyadas por todos los sectores de la economía de un país, ya que incluso si la idea no se relaciona directamente con una actividad en específico, los encadenamientos productivos generan bienestar general para la nación. La Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional surge como parte de las iniciativas orientadas a la búsqueda de la reactivación económica, además, las diferentes fuentes de información y los análisis comparativos determinan que Costa Rica cuenta con cientos de ventajas competitivas que le permiten ser una de las principales opciones de estadía para esta nueva clase de turistas.

Con el objetivo de llevar este mensaje a los extranjeros que están por decidir dónde es su próximo destino como nómadas digitales son necesarias distintas actividades de promoción y mercadeo. Al respecto, el art. 24 de la Ley n.º 10008 (2021) determina que:

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) podrá incluir en sus acciones de mercadeo y promoción este segmento de visitantes de larga estancia. Igualmente, podrá colaborar con la Dirección de Migración y Extranjería en la aportación de datos, estadísticas o análisis, así como otras acciones que esta requiera para la más eficiente consecución de los objetivos de la ley.

Asimismo, se autoriza al Instituto Costarricense de Turismo para que suscriba convenios, alianzas estratégicas, programas de incentivos y promociones con entidades nacionales e internacionales que promueven el ingreso al país de visitantes de larga estancia (párr. 61-62).

A partir de lo dispuesto por la ley sobre las responsabilidades del Instituto Costarricense de Turismo respecto a las actividades de promoción y mercadeo y de la evidente necesidad de la creación y mantenimiento de alianzas colaborativas entre el sector público y privado en el turismo, se pretende diseñar una herramienta que impulse a las pequeñas y medianas empresas para alinear los pasos y elementos necesarios para promover el ingreso de nómadas digitales.

## **Objetivo general**

Preparar un documento informativo para pequeñas y medianas empresas del sector turismo de Costa Rica sobre los elementos que deben ser parte de una iniciativa de promoción y mercadeo para la exportación de servicios turísticos en la modalidad de nómada digital.

## **Objetivos específicos**

1. Investigar el perfil de consumidor de los nómadas digitales.
2. Diseñar una guía para la promoción de servicios turísticos enfocados en el sector de mercado de nómadas digitales.

## **Propuesta**

Según respaldan los índices internacionales sobre competitividad turística y los diferentes balances económicos del país, Costa Rica tiene en este sector grandes ventajas respecto al resto del mundo. Todas estas se han sabido comunicar y promover por medio de instituciones como la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica y el Instituto Costarricense de Turismo con apoyo y presupuesto gubernamental.

Estas iniciativas de promoción son efectivas y se ha logrado infiltrar en los turistas la imagen de una Costa Rica verde y llena de aventuras. Sin embargo, con el objetivo de seguir las tendencias actuales y entrar en nuevos e importantes mercados, es obligatorio agregar a las virtudes del país las diferentes ofertas de servicios y comodidades con las que cuenta para el recibimiento de nómadas digitales, con el reto de no exceder los presupuestos públicos.

Con este objetivo en mente, se aboga a la colaboración del sector privado para maximizar las actividades de promoción y mercadeo que se utilizan para atraer trabajadores y prestadores remotos de servicios internacionales. Lo anterior por medio de la preparación de un documento informativo para pequeñas y medianas empresas del sector turismo de Costa Rica sobre los elementos que deben ser parte de estas iniciativas, para aumentar la exportación de servicios turísticos en la modalidad de nómada digital.

### Factibilidad.

Se determina que la propuesta es factible, ya que se cuenta con el respaldo legal que determina la posibilidad de colaboración entre el sector público y privado en iniciativas de promoción y mercadeo y la meta es diseñar un documento informativo, no se trata exactamente de un plan de mercadeo que implica una serie de investigaciones y tareas concernientes a expertos del tema. Además, se cuenta con los recursos necesarios para alcanzarla en los tiempos y formas planeadas.

### Recursos.

Entre los recursos necesarios para el alcance de los objetivos propuestos se encuentran los siguientes (obviando el tiempo y recurso humano):

- Fuentes de información (sitios web y encuestas).
- Software de procesamiento de texto Microsoft Word.
- Medios de divulgación de información (redes sociales y correos electrónicos).

### Cronograma de aplicación.

*Figura 6. Cronograma de la propuesta*

CRONOGRAMA					
	MESES	M1	M2	M3	M4
Actividad					
Diseño de la propuesta					
Estudio del perfil de consumidor de los nómadas digitales					
Análisis de iniciativas de promoción de la competencia a nivel internacional					
Determinación de los elementos clave a considerarse en iniciativas de promoción para el mercado descrito					
Evaluación de resultados					

En la Figura 3 se establece que la primera fase de la propuesta es su diseño, evidenciado en el presente texto. En este periodo se determinaron los objetivos y las metas que se pretenden alcanzar y los diferentes pasos para este cometido. Además, se establece el desarrollo de un análisis de factibilidad y de los recursos necesarios para realizar las acciones descritas.

El segundo espacio del cronograma se dedica a la investigación del perfil de consumidor de los nómadas digitales para llevarse a cabo por medio del análisis y consolidación de la información obtenida en medios de Internet y directamente de entrevistas aplicadas a una muestra de este tipo de turistas. De esta recolección se pretende obtener datos como:

- Tipos de alojamiento de preferencia.
- Tipos de transporte local de preferencia.
- Tipos de comidas de preferencia.
- Necesidades específicas de acceso a Internet.
- Cantidad de personas con las que viaja.
- Tiempo de estancia.
- Requerimientos específicos de infraestructura para trabajar.

Siguiendo con la tercera fase, se debe analizar la competencia en el ámbito internacional a partir de las pequeñas y medianas empresas del sector turismo de las principales naciones en el mercado de nómadas digitales como Alemania, España, Estados Unidos y Brasil. De esto se pretende obtener buenas prácticas aplicadas y que han demostrado ser efectivas en la promoción y mercadeo del tema en desarrollo.

Consecuentemente, al obtener los datos descritos en las fases dos y tres se procede con la elaboración del documento informativo dirigido a pequeñas y medianas empresas del sector turismo de Costa Rica sobre los elementos que deben ser parte de una iniciativa de promoción y mercadeo para la exportación de servicios turísticos en la modalidad de nómada digital.

Una vez que se divulgue y se ponga en práctica el documento informativo se debe realizar un análisis de la eficacia de las iniciativas de promoción y mercadeo para la exportación de servicios turísticos en la modalidad de nómada digital aplicadas por las pequeñas y medianas empresas del sector. Lo anterior se logra al seguir los elementos descritos en este, con el objetivo de detectar fortalezas y oportunidades de mejora.

## REFERENCIAS

- Albújar Cruz, I. (2017). *La era de los digital nomads: aplicación al caso de Sevilla como destino nómada*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla.
- Barrientos Felipa, P. (2014). *El desafío de la marca país y el comercio internacional de productos no tradicionales Pedro Barrientos Felipa*. Economía UNMSM. [https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch\\_doc/PBarrientosF/publ/Desafio\\_Marca\\_Pais.pdf](https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/PBarrientosF/publ/Desafio_Marca_Pais.pdf)
- Bilbao, D. (2021, 22 de octubre). *Trabajo remoto: Ventajas y desventajas de trabajar a distancia*. Truora Blog. <https://blog.truora.com/es/trabajo-remoto-ventajas-y-desventajas-de-trabajar-a-distancia>
- Bonilla, R. (2007). *Elementos del turismo para guiado de turistas*. [https://www.inapide.ac.cr/pluginfile.php/18057/mod\\_resource/content/2/1-%20ELEMENTOS%20TURISMO%20.pdf](https://www.inapide.ac.cr/pluginfile.php/18057/mod_resource/content/2/1-%20ELEMENTOS%20TURISMO%20.pdf)
- Borbón González, M.; Ortiz, C.; Hidalgo, L. y Ruiz, V. (2021). *Efectos directos e indirectos que la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector turismo en el Cantón de Osa y Distrito de Puerto Jiménez en el 2021*. Universidad Nacional. <http://hdl.handle.net/11056/21774>
- Canaero. (2017). *Según OMT, el turismo es clave para fomentar el comercio en los países menos desarrollados*. Cámara Nacional de Aerotransportes. <https://canaero.org.mx/de-acuerdo-con-omt-el-turismo-es-clave-para-fomentar-el-comercio-en-los-paises-menos-desarrollados/>
- Cardona, L. (2022, 27 de setiembre). *Marketing digital: qué es, cómo hacer y tipos*. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-digital-que-es-funcion-y-ventajas>
- CentralAmericaData. (2020). *Elevan alerta a viajeros por inseguridad en Costa Rica*. [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Elevan\\_alerta\\_a\\_viajeros\\_por\\_inseguridad\\_en\\_Costa\\_Rica](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Elevan_alerta_a_viajeros_por_inseguridad_en_Costa_Rica)

- Coll, F. (2020). *Historia del turismo*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/historia/historia-del-turismo.html>
- Decreto Ejecutivo n.º 43619. (2022). *Reglamento Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional*. [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=97374&nValor3=131405&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=97374&nValor3=131405&strTipM=TC)
- Deloitte. (2023). *Conozca los beneficios de trabajar como nómada digital en Costa Rica*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/cr/es/pages/legal/articles/conozca-los-beneficios-de-trabajar-como-nomada-digital-en-costa-rica.html>
- Diccionario de Marketing. (2021, 17 de junio). *Qué es una Marca País y los elementos que lo componen*. Dircomfidencial. <https://dircomfidencial.com/diccionario/que-es-una-marca-pais-y-como-construir-una-20210617-1056/>
- Equipo Editorial Etecé. (2022). *Concepto de Trabajo-Definición, significado, tipos, esclavitud*. Concepto.de. <https://concepto.de/trabajo/>
- Escobedo, A. (2022). *Los 10 países más competitivos en turismo del mundo en el 2022*. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/los-10-paises-mas-competitivos-en-turismo-del-mundo-en-el-2022>
- Esencial Costa Rica. (s. f.). *¿Qué es la Marca País?* <https://www.esencialcostarica.com/marca-pais/que-es-la-marca-pais/>
- Flores-Leitón, J. M. (2021). *Estudio de la implantación de una plataforma tecnológica en un destino turístico: El caso de InteliTur en La Fortuna de San Carlos, Costa Rica*. Tecnológico de Costa Rica. <https://hdl.handle.net/2238/13293>
- França, R. (2022). *Nómada Digital ¿Qué es y cómo convertirse en 2023?* <https://www.planet-nomad.com/es/nomada-digital>
- Gallardo, A. M. (2023). *Estadísticas y tendencias sobre nómadas digitales*. Passport Photo Online. <https://passport-photo.online/es-es/blog/estadisticas-nomadas-digitales/>

- Gallardo, M. (2021). *Aportación del turismo al crecimiento económico de España. Pros y contras de una economía basada en el sector servicios en la actualidad*. Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/116599>
- Garza, J. (2021, 20 de julio). *Costa Rica saca ventaja para la atracción de nómadas digitales*. La República. <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-saca-ventaja-para-la-atraccion-de-nomadas-digitales>
- Ghizoni de Sousa, T. C. (2018). *Modelo de competitividad de destino turístico inteligente*. Universidad de Alicante. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/77603>
- Guio, A.; Andrea, P.; Jimena, L. y Bejarano, R. (2021). *Estrategias de reactivación económica post pandemia del sector turismo en la ciudad de Paipa para turistas de estratos 2, 3 y 4 de Bogotá*. Universidad EAN. <http://hdl.handle.net/10882/11401>
- Hernández Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa y cualitativa y mixta*. McGraw-Hill. <https://www.amazon.com/-/es/Roberto-Hern%C3%A1ndez-Sampieri/dp/1456260960>
- Hernández Sampieri, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2022, 20 de julio). *Costa Rica se coloca en el cuarto puesto del ranking de marca país en América por encima de Brasil*. Instituto Costarricense de Turismo. <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/2074-costa-rica-se-coloca-en-el-cuarto-puesto-del-ranking-de-marca-pais-en-america-por-encima-de-brasil.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Anuarios Estadísticos*. INEC. <https://inec.cr/estadísticas-fuentes/anuarios-estadisticos>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Costa Rica en cifras 2022*. <https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-12/recostaricaencifras2022.pdf>
- Jiménez, P. (2021). *Turismo en tiempos de pandemia: nuevos desafíos para la política pública*.

- Programa Estado de la Nación. <https://estadonacion.or.cr/turismo-en-tiempos-de-pandemia-nuevos-desafios-para-la-politica-publica>
- Ley n.º 10008. (2021). *Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional*. [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=95085&nValor3=126839&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=95085&nValor3=126839&strTipM=TC)
- López Serrano, A. (2019). *Turismo residencial, vivienda y precios*. Universidad de Alicante. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/96468>
- Madriz, A. (2022, 2 de diciembre). *Costa Rica firma acuerdos con Arabia Saudita en temas de turismo sostenible*. La República. <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-firma-acuerdos-con-arabia-saudita-en-temas-de-turismo-sostenible>
- Madriz, A. (2022, 23 de diciembre). *Mayor cantidad de solicitudes de nómadas digitales provienen de Estados Unidos, Canadá y Alemania*. La República. <https://www.larepublica.net/noticia/estados-unidos-canada-y-alemania-son-los-paises-con-mayor-cantidad-de-solicitudes-de-nomadas-digitales>
- Mendoza-Ortiz, A. (2020). *Propuesta de planificación estratégica para el desarrollo de turismo en las áreas de influencia del Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco: un enfoque desde las cinco fuerzas de Porter, periodo 2020-2023*. Tecnológico de Costa Rica. <https://hdl.handle.net/2238/12465>
- Meneses Bucheli, K.; Córdova Montero, G. y Oleas Nieto, K. (2019). *Investigación de base-Aporte del sector turístico como eje estratégico de encadenamientos productivos*. Repositorio Conare. <https://repositorio.conare.ac.cr/bitstream/handle/20.500.12337/7809/Meneses.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (Comex). (2022). *Análisis sobre la evolución del Comercio Exterior e IED*. Ministerio de Comercio Exterior. <https://www.comex.go.cr/media/9382/analisis-sobre-la-evolucion-del-comercio-exterior-e-ied-en-costa-rica-2021.pdf>

- Ministerio de industria, Comercio y Turismo de España. (s. f.). *Ministerio de industria, Comercio y Turismo-Acuerdos de cooperación*. <https://turismo.gob.es/cooperacion/cooperacion-internacional/Paginas/acuerdos-cooperacion.aspx>
- Organización Internacional para las Migraciones. (OIM). (s. f.). *Quiénes somos*. <https://www.iom.int/es/quienes-somos>
- Organización Mundial de Turismo. (s. f.). *Sobre la OMT*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>
- Ortiz Moran, A. (2021). *Nómadas digitales temporales: teletrabajo, estilo de vida móvil y percepciones sobre la ciudad de Barcelona*. Universitat de Girona. <http://hdl.handle.net/10256/20152>
- Pérez, A. (2021). *¿Qué es el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo?* Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-indice-de-competitividad-de-viajes-y-turismo>
- Pérez, N. (2022, 20 de julio). *Estas son las 35 ciudades del mundo con vuelos directos a Costa Rica*. El Financiero. <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/costa-rica-conecta-con-vuelos-directos-a-estas-35/63UNJMNBXRA2FO6B75KQHPFYDY/story/>
- Periódico Mensaje. (2022). *Aumento de conexiones a Internet impulsa los niveles de competitividad en Costa Rica*. <https://www.periodicomensaje.com/otras/tecnologia/10022-aumento-de-conexiones-a-internet-impulsa-los-niveles-de-competitividad-en-costa-rica>
- Presidencia de la República de Costa Rica. (2021). *Nómadas digitales extranjeros con marco jurídico para usar a Costa Rica como su centro de trabajo*. <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/08/nomadas-digitales-extranjeros-con-marco-juridico-para-usar-a-costa-rica-como-su-centro-de-trabajo/&cd=2&hl=es&ct=clnk%E2%89%B7=cr>
- Pura Vida University. (2021, 13 de agosto). *Nómadas digitales extranjeros con marco jurídico para usar a Costa Rica como su centro de trabajo*. <https://www.puravidauniversity.eu/blog/nomadas-digitales-extranjeros-con-marco-juridico-para-usar-a-costa-rica-como-su-centro-de-trabajo/>

- Ruiz Hidalgo, H. (2020). *Costa Rica: Estado de situación de 5 meses de Covid-19*. UNED. <https://uned.cr/ocex/index.php/ocexinf/124-boletines-articulos/592-borrador-costa-rica-estado-de-situacion-de-5-meses-de-covid-19>
- Servicio Legal. (2023). *Visa nómada digital para Alemania*. <https://serviciolegal.com.co/visa-nomada-digital-para-alemania>
- Socatelli, M. (2015). *Mercadeo aplicado al turismo*. Euned.
- Suárez, C. (2018). *La evolución del empleo remoto*. <https://economiatic.com/la-evolucion-del-empleo-remoto>
- Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel). (2023, 2 de enero). *Sutel muestra avance de conectividad en foro Costa Rica Conectada*. <https://www.sutel.go.cr/noticias/comunicados-de-prensa/sutel-muestra-avance-de-conectividad-en-foro-costa-rica-conectada>
- Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel). (s. f.). *Propuestas para mejorar la conectividad frente al COVID-19*. <https://www.sutel.go.cr/noticias/comunicados-de-prensa/propuestas-para-mejorar-la-conectividad-frente-al-covid-19>
- Tejada, N. (2022). *Avanza 5G en Costa Rica con un doble logro: el Estado recuperó las frecuencias del ICE dos meses antes de lo pautado*. <https://www.telesemana.com/blog/2022/09/08/avanza-5g-en-costa-rica-con-un-doble-logro-el-estado-recupero-las-frecuencias-del-ice-dos-meses-antes-de-lo-pautado>
- Tellez, N. (2022, 8 de setiembre). *Avanza 5G en Costa Rica con un doble logro: el Estado recuperó las frecuencias del ICE dos meses antes de lo pautado*. TeleSemana.com. <https://www.telesemana.com/blog/2022/09/08/avanza-5g-en-costa-rica-con-un-doble-logro-el-estado-recupero-las-frecuencias-del-ice-dos-meses-antes-de-lo-pautado/>
- Villalobos Román, M. (2019). *Economía digital como mecanismo de mejora en la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del cantón de Escazú*. Universidad Nacional. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/16476>
- Wohlstein, R. (2021). *¿Qué es un nómada digital? Y por qué Costa Rica quiere atraerlos*.

GoCrein. <https://gocrein.com/que-es-un-nomada-digital-y-porque-costa-rica-quiere-atraerlos>

## ANEXOS

### Anexo I. Cuestionario

Universidad Internacional de las Américas.

Investigador: María Paula Romero Madrigal.

Introducción: El presente cuestionario tiene como finalidad la recolección de datos relevantes para la resolución del proyecto de investigación titulado “Aumento de la competitividad turística de Costa Rica por medio del Proyecto de Ley n.º 22.215-Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional en el año 2022”. Por lo tanto, se le agradece por su colaboración al realizar el siguiente cuestionario, además, cabe destacar que todos los datos que se brindan se utilizan de manera anónima y profesional, muchas gracias.

1. ¿Cuál es el impacto de los nómadas digitales en el turismo y las diferentes cadenas productivas del sector?
2. ¿Cómo afecta la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional a la competitividad del turismo nacional?
3. ¿Cuál es el aporte de la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional como herramienta de reactivación económica y cómo impulso a las exportaciones de servicios?
4. ¿Cómo afecta la atracción de nómadas digitales y la oferta del sector turismo en el tema a la marca país?
5. Describa su percepción sobre los requisitos migratorios para obtener la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios.
6. ¿Cuál es su opinión sobre los beneficios ofrecidos a los nómadas digitales al acogerse a la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios?

7. ¿Cuáles mejoras a la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional recomendaría?
8. ¿Cuáles son las principales diferencias de la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios respecto a las otras subcategorías?
9. ¿Con cuáles organismos/instituciones/entidades internacionales pueden generarse alianzas para atraer una mayor cantidad de nómadas digitales?
10. ¿Cuáles son las iniciativas de publicidad y *marketing* existentes para atraer nómadas digitales al país que opten por la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios?
11. ¿Cuál es la importancia de las alianzas público-privadas respecto a las iniciativas de publicidad y *marketing* para atraer nómadas digitales al país que opten por la subcategoría migratoria de estancia para trabajador y prestador remoto de servicios?
12. ¿Cuáles países cuentan con iniciativas similares a la Ley para Atraer Trabajadores y Prestadores Remotos de Servicios de Carácter Internacional?
13. ¿Con cuáles países pueden generarse tratados respecto a trabajadores y prestadores remotos de servicios con el objetivo de aprovechar y mejorar las relaciones existentes?
14. ¿Cuáles son los elementos que posicionan a Costa Rica en ventaja sobre otros países en temas de recibimiento de nómadas digitales?
15. ¿Cuáles cambios necesita el país y el sector turismo para tener una mayor ventaja sobre otros países en temas de recibimiento de nómadas digitales?