

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ECONOMÍA

**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE SUFRIERON
LOS COMERCIANTES DEL SECTOR GASTRONÓMICO
UBICADOS EN SAN IGNACIO DE ACOSTA, COMO
SECUELA DE LA PANDEMIA POR COVID-19, DURANTE
EL 2021**

**MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR AL GRADO DE BACHILLERATO EN
ECONOMÍA**

**SUSTENTANTE:
HILARY VALERIA DÍAZ SÁNCHEZ**

**TUTORA:
SILVIA ELENA ROJAS MARCHENA**

**SAN JOSÉ, COSTA RICA
2022**

Índice general

Tribunal examinador.....	II
Declaración Jurada	III
Agradecimientos.....	IV
Dedicatoria	V
Índice general	VI
Índice de tablas	IX
Índice de figuras	X
CAPITULO I: PROBLEMA	1
Objetivos.....	1
Objetivo General	2
Objetivos Específicos	2
Justificación de la Investigación.....	2
Antecedentes.....	4
Antecedentes Internacionales	5
Antecedentes Nacionales.....	8
Proyecciones.....	12
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	13
Contextualización del cantón de Acosta.....	13
Ubicación geográfica.....	13
Municipalidad de Acosta.....	14
Población	15
Población económicamente activa	16
Desempleo	17
Servicios que posee la comunidad.....	18
Sector gastronómico	19
Economía.....	22
Microeconomía.....	23
Impacto económico	24
Enfermedad de la COVID-19.....	27
Estabilidad Económica	28

Reactivación económica.....	30
Contracción económica	32
Acciones implementadas referentes al impacto económico	33
Mercadeo	34
Estrategias de mercadeo en el sector gastronómico	36
Innovación	37
Ventas y promoción mediante redes sociales	38
Lineamientos y restricciones del Ministerio de Salud.....	39
Reducción de aforo.....	40
Restricción vehicular	41
Lineamientos de seguridad en trabajadores.....	43
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	45
Enfoque.....	45
Diseño de investigación.....	47
Población	49
Muestra	49
Criterios de inclusión y exclusión	50
Criterios de Inclusión	50
Criterios de exclusión	51
Fuentes de Información	51
Fuentes Primaria.....	51
Fuentes Secundaria.....	51
Cuadro de Variables	52
Descripción y Validación del Instrumento	54
Tratamiento de la Información	55
CAPITULO IV. ANÁLISIS DE DATOS	56
Aspecto 1: Datos Generales.....	57
Aspecto 2: Impacto Económico.....	61
Aspecto 3: Acciones de reactivación económica emprendidas.....	70
Aspecto 4: Mecanismos implementados por la municipalidad y el comercio alimenticio para generar estabilidad económica en los trabajadores del sector.	76

Aspecto 5: Lineamientos y restricciones impuestas por el Ministerio de Salud	83
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
Conclusiones.....	86
Objetivo General:	86
Objetivos Específicos:	87
Recomendaciones	92
REFERENCIAS	95
ANEXOS	103
Anexo 1. Instrumento aplicado a la población de estudio.....	103

Índice de tablas

Tabla 1: Salarios mínimos de trabajadores en restaurantes, MTSS	26
Tabla 2: Pregunta 1.1	57
Tabla 3: Pregunta 1.2.....	58
Tabla 4: Pregunta 1.3.....	59
Tabla 5: Pregunta 1.4.....	60
Tabla 6: Pregunta 2.1	61
Tabla 7: Pregunta 2.2.....	62
Tabla 8: Pregunta 2.3.....	63
Tabla 9: Pregunta 2.4.....	64
Tabla 10: Pregunta 2.5.....	65
Tabla 11: Pregunta 2.6.....	66
Tabla 12: Pregunta 2.7.....	67
Tabla 13: Pregunta 2.8.....	68
Tabla 14: Pregunta 2.9.....	69
Tabla 15: Pregunta 3.1	70
Tabla 16: Pregunta 3.2.....	71
Tabla 17: Pregunta 3.3.....	72
Tabla 18: Pregunta 3.4.....	73
Tabla 19: Pregunta 3.5.....	74
Tabla 20: Pregunta 3.6.....	75
Tabla 21: Pregunta 4.1	76
Tabla 22: Pregunta 4.2.....	77
Tabla 23: Pregunta 4.3.....	78
Tabla 24: Pregunta 4.4.....	79
Tabla 25: Pregunta 4.5.....	80
Tabla 26: Pregunta 4.6.....	81
Tabla 27: Pregunta 4.7.....	82
Tabla 28: Pregunta 5.1	83
Tabla 29: Pregunta 5.2.....	84

Índice de figuras

Figura 1: Pregunta 1.1	57
Figura 2: Pregunta 1.2	58
Figura 3: Pregunta 1.3	59
Figura 4: Pregunta 1.4	60
Figura 5: Pregunta 2.1	61
Figura 6: Pregunta 2.2	62
Figura 7: Pregunta 2.3	63
Figura 8: Pregunta 2.4	64
Figura 9: Pregunta 2.5	65
Figura 10: Pregunta 2.6	66
Figura 11: Pregunta 2.7	67
Figura 12: Pregunta 2.8	68
Figura 13: Pregunta 2.9	69
Figura 14: Pregunta 3.1	70
Figura 15: Pregunta 3.2	71
Figura 16: Pregunta 3.3	72
Figura 17: Pregunta 3.4	73
Figura 18: Pregunta 3.5	74
Figura 19: Pregunta 3.6	75
Figura 20: Pregunta 4.1	76
Figura 21: Pregunta 4.2	77
Figura 22: Pregunta 4.3	78
Figura 23: Pregunta 4.4	79
Figura 24: Pregunta 4.5	80
Figura 25: Pregunta 4.6	81
Figura 26: Pregunta 4.7	82
Figura 27: Pregunta 5.1	83
Figura 28: Pregunta 5.2	84

CAPITULO I: PROBLEMA

El planteamiento del problema es sumamente relevante para este estudio, ya que uno de los propósitos principales de este apartado es determinar las causas y efectos del tema a estudiar. Según Hernández y Mendoza se define como:

“En términos generales, plantear el problema significa afinar, precisar y estructurar la idea de investigación, lo que implica mayor formalización y delimitación en el caso del enfoque cuantitativo.” (Hernández, Mendoza, 2018, p. 40)

Una vez comprendida la definición a continuación se muestra el problema planteado:

¿Cuál es el impacto económico que sufrieron los comerciantes del sector gastronómico ubicados en San Ignacio de Acosta, como secuela de la pandemia por COVID-19, durante el 2021?

Objetivos

“Es necesario establecer qué se pretende en lo particular con la investigación, es decir, cuáles son sus objetivos. Los objetivos deben expresarse con claridad y ser concretos, medibles, apropiados y realistas —es decir, susceptibles de alcanzarse (Bwisa, 2008 y Tucker, 2004)—. Son las guías para estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo.” (Hernández, Mendoza, 2018, p. 42)

Por lo descrito, y con el fin de tener una mejor comprensión de este apartado, se subdividirá en objetivo general y objetivos específicos.

Objetivo General

Analizar el impacto económico que sufrieron los comerciantes del sector gastronómico ubicados en San Ignacio de Acosta, como secuela de la pandemia por COVID-19, durante el 2021.

Objetivos Específicos

- Describir el impacto económico que ha generado la pandemia de COVID-19 sobre el sector gastronómico, ubicados en San Ignacio de Acosta.
- Explicar 5 acciones de reactivación económica emprendidas por los comerciantes del sector gastronómico con el fin de seguir manteniéndose en el mercado.
- Establecer los mecanismos implementados por la municipalidad, y por el mismo comercio, con el propósito de generar estabilidad económica de aquellas familias que trabajan en el sector gastronómico.

Justificación de la Investigación

“Adicionalmente, es necesario que justifiquemos el estudio que pretendemos realizar, basándonos en los objetivos y las preguntas de investigación, lo que implica exponer las razones por las cuales es importante o necesario llevarlo a cabo (el para qué del estudio) y los beneficios que se derivarán de él.” (Hernández, Mendoza, 2018, p. 44)

En el presente punto del estudio se explicará la importancia de la investigación y el por qué se realiza. También, tiene el fin de demostrar porque el estudio es necesario para la población.

Con la llegada de la pandemia del coronavirus, la que aún se vive actualmente, en poco tiempo se ha generado un cambio radical en los comercios de Costa Rica y en la zona de

San Ignacio de Acosta no es la excepción. Los comercios gastronómicos se han visto en la obligación de tomar decisiones importantes, para soportar y adaptarse a la pandemia y las restricciones implementadas por el Gobierno, las que han causado grandes impactos en los distintos comercios.

No sólo los comercios gastronómicos han asumido el cambio, sino también los trabajadores y las personas en busca de empleo, que han tenido que aceptar la gran transformación que ha provocado la COVID-19, ya que actualmente en los distintos restaurantes y sodas uno de los requisitos para trabajar es completar el esquema de vacunas para combatir la COVID-19 y trabajar con mascarilla el tiempo completo. Esto con el fin de brindar seguridad a los clientes y generar confianza.

Por otra parte, la importancia de este proyecto radica en que el comercio del sector gastronómico, el gobierno local, así como los habitantes de la zona de San Ignacio de Acosta, se encuentren al tanto de lo que ocurrió con en este sector durante el año anterior 2021 y reconozca el impacto económico del mismo. De igual forma se conocerán las causas provocadas por las distintas medidas sanitarias, ya que éstas afectaron en gran medida a los comercios gastronómicos de San Ignacio de Acosta y Costa Rica en General.

Así, de esta forma esta forma, con los resultados del presente trabajo investigativo, se logra identificar falencias y suministrar recomendaciones para que los comerciantes tomen las medidas para implementar las estratégicas necesarias tendientes a la reactivación económica. Con las cuales los mayores beneficiados serán los comerciantes del sector gastronómico.

También un punto significativo que se dará a conocer con el instrumento a utilizar son los efectos, tanto positivos como negativos, causados por la pandemia de la COVID-19 en el sector comercial de la zona geográfica donde se desarrolla este trabajo.

El futuro de los comercios se encuentra sumamente relacionado a la persistencia, adaptación y capacidades de cambio con las que cuentan. Por eso, es ideal que los

comercios pertenecientes a la gastronomía en San Ignacio de Acosta tomen como referencia el presente trabajo investigativo, para que sean capaces de crear sus propias estrategias de mercado, con el propósito de la consolidación del comercio y la estabilidad económica. Para adaptarlas a la realidad según sus necesidades, con el fin de que logren resistir por el tiempo que perdure la pandemia y sus ventas no se vean aún más afectadas.

Antecedentes

Se basan en un conjunto de estudios realizados previamente y relacionados con el presente tema en estudio, por consiguiente, en el apartado se encontrarán trabajos de investigación tanto a nivel internacional como nacional. Es decir, los antecedentes son una síntesis de diferentes trabajos realizados anteriormente los que ayudan a realizar la tesina desde una perspectiva original.

“Por su parte, Stanford University (2017) y Betkerur (2008) señalan que la revisión de la literatura permite a los lectores familiarizarse con el problema que se estudiará, describe el trabajo que hicieron algunos colegas tanto a nivel local como internacional en torno al planteamiento del problema y otros planteamientos similares, y ayuda en el papel de investigador a comprender las dificultades que enfrentaron estos colegas para poder anticiparlas” (Hernández, Mendoza, 2018, p. 685)

A partir de la definición anterior, obtenida en el Libro Metodología de la investigación, se reconoce la importante función que desempeñan los antecedentes. De esta manera, se ayuda a crear una idea de lo que es el tema en estudio, ya que la revisión literaria aporta elementos para ubicar las diferencias y similitudes del presente estudio y crear, así, una visión en conjunto.

De acuerdo con lo descrito se procede a mencionar tanto los trabajos de investigación internacionales como los nacionales consultados que presentan relación con el tema en estudio.

Antecedentes Internacionales

En 2021 se crea un artículo investigativo con el tema “Impacto de la COVID-19 en la producción, empleo y digitalización de empresas en Guanajuato: una primera aproximación” realizada por Martínez para la Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Superiores, León.

El estudio al que se hace referencia tiene como objetivo: “Analizar el impacto de la emergencia sanitaria en el empleo, la producción y las estrategias de digitalización adoptadas por las empresas localizadas en el estado de Guanajuato, con la finalidad de realizar una primera aproximación hacia el estudio de este fenómeno”

El método investigativo que se aplicó fue una investigación cuantitativa, realizada por etapas.

En la primera etapa seleccionaron y realizaron un análisis de información estadística en el periodo de enero 2019 a octubre 2020.

La información recolectada tenía énfasis en la producción y el empleo en México. Para la segunda fase de la encuesta se llevó a cabo un diseño y aplicación en empresas localizadas en Guanajuato, la encuesta sobre el impacto en la Actividad Empresarial de la COVID-19 se realizó de forma digital y con un muestreo por conveniencia.

En cuanto a los resultados que obtuvieron de México, en conclusión, Martínez en su artículo menciona como resultado, que efectivamente se presenció una caída significativa, tanto en la producción como en el empleo. Estos resultados coinciden con los obtenidos de las encuestas realizadas a distintas empresas, que éstas presenciaron una disminución considerablemente importante en los ingresos, así como en los empleados con excepción de las actividades de los sectores considerados como esenciales.

En el artículo se afirma que en los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas, se puede observar que 80.77 % de las empresas encuestadas vieron mermados sus ingresos de manera significativa, en 56.67 %. También se ha presentado una disminución de los puestos de trabajo.

Por otra parte, con la implementación de la indagación, Martínez también identificó cuales son las estrategias digitales que más han puesto en práctica las empresas. Entre ellas se encuentran: el home office y la comercialización, así como la venta de productos o servicios por medio de plataformas de Marketplace.

Un segundo artículo de investigación consultado fue realizado por Reyes, et al., 2021 con el tema “Países de la Alianza del Pacífico 2000-2021: efectos del COVID-19 en el crecimiento y la reactivación económica” y se llevó a cabo para Pregrados de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.

El objetivo principal de la investigación es: “Analizar uno de los efectos esenciales de la pandemia del COVID-19 en la economía de los países de la Alianza del Pacífico: Chile, Colombia, México y Perú.” En lo que respecta a la metodología implementada en el artículo investigativo, la primera etapa fue conformada por una base de datos maestra para el estudio. En la que se utilizaron publicaciones de organizaciones muy importantes, como lo son el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Comisión Económica para la América Latina y el Caribe (CEPAL). Como segunda etapa establecieron una proyección del impacto de la COVID-19 en cada uno de los países pertenecientes a la Alianza del Pacífico.

La metodología implementada se basa en el hecho de que la Alianza del Pacífico está conformada por una economía grande de América Latina que es México, y las tres economías restantes consideradas como medianas pertenecen a los países de Colombia, Perú y Chile.

La conclusión del artículo de investigación es la siguiente: “La reactivación de las economías de los países miembros de la Alianza del Pacífico (AP) dependerá de las políticas que establezcan los respectivos gobiernos de cada uno de estos países en beneficio de los sectores más afectados por la pandemia”.

En la investigación observaron que muchas de las políticas implementadas por los gobiernos se han enfocado en agilizar el acceso al financiamiento por medio de reducciones de las tasas de interés, no obstante, los países pertenecientes a la AP poseen altos porcentajes de informalidad laboral por eso la medida no tiene la afectividad deseada.

También se menciona, como una conclusión, que las oportunidades que presentan los gobiernos para que las empresas se mantengan a flote, serán realmente aprovechadas por pocos, por lo que se espera que los índices Gini de los cuatro países para el 2020 y 2021, e incluso durante más tiempo, demuestren un incremento de la desigualdad en la distribución de la riqueza.

La tercera tesis internacional consultada tiene como tema de investigación “Reactivación Económica de las Microempresas del Sector Textil de Gamarra; en el marco del COVID-19-2020”. La investigación fue realizada por Pizarro y Wilmer para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública en la Universidad Cesar Vallejo, ubicada en Perú.

El estudio examinado tiene como objetivo general: “Identificar la situación actual sobre la reactivación económica en el marco del COVID-19 de las microempresas del sector textil de Gamarra”. En lo que son los Objetivos Específicos: (i) Determinar la situación actual del factor económico financiero en el marco del COVID-19 de las microempresas del sector textil de Gamarra. (ii) Determinar la situación actual del factor social en el marco del COVID-19 de las microempresas del sector textil de Gamarra. Y por último (iii) Determinar la situación actual del factor salud en el marco del COVID-19 de las microempresas del sector textil de Gamarra.

Para llevar a cabo la investigación implementaron una metodología cualitativa en la cual se basaron en una forma básica- descriptiva. Con el fin de conseguir y elaborar datos que de forma eficaz y eficiente con los cuales podrían ayudar a la reactivación de las microempresas del sector textil.

Concluyó, dando respuesta al objeto de estudio, que se observó que sí existe una reactivación económica, ya que se aprecia un adecuado desarrollo en la misma en las microempresas del ramo textil en la zona de Gamarra en lo referente a la COVID-19. Lo mismo observaron en la reactivación financiera económica ya que, según lo que mencionan, hay un índice de encuestados que manifiestan que se pudo apreciar un desarrollo adecuado la economía financiera y en ella resaltan indicadores como: la evaluación de la actividad económica financiera, la rentabilidad económica y financiera, el producto, el gasto, la inversión financiera y económica, ingresos, servicios, la productividad así también la situación financiera.

De forma general por medio de la encuesta, lograron determinar que si hubo desarrollo significativo en las diversas variables puestas en estudio de modo que cada una de ella logró una recuperación y una reactivación.

Antecedentes Nacionales

Además de ser objeto de investigaciones internacionales, han sido abordados en estudios nacionales, entre los cuales aparecen:

En cuanto a la primera tesis nacional consultada fue realizada por Flores, et al., (2021), para la Universidad Nacional en la sede regional Brunca, el tema abarcado por los estudiantes fue “Efectos de la crisis originada por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector agroindustrial de la Región Brunca durante el 2021”. Para optar por el grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera.

Consta de los subsiguientes objetivos: Objetivo General: Analizar los efectos que la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector agroindustrial de la Región Brunca durante el 2021. Y presenta como Objetivos

Específicos: (i) Determinar el impacto en las actividades financieras y estratégicas que ha ocasionado la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector agroindustrial de la Región Brunca. (ii) Determinar la afectación en el empleo y la producción que la pandemia del COVID19 ha ocasionado en las empresas del sector agroindustrial de la Región Brunca. (iii) Analizar las acciones de comercialización implementadas por las empresas del sector agroindustrial de la Región Brunca, para afrontar la crisis por la COVID-19 (iiii) Analizar la percepción que tienen los empresarios del sector agroindustrial de la Región Brunca, sobre las acciones de reactivación que ha implementado el Gobierno para poder mitigar los efectos ocasionados por la crisis del COVID-19.

La tesis consultada muestra una metodología mixta en la cual se mezclan tanto la parte cuantitativa como cualitativa.

En las conclusiones de la indagación consultada se determinó lo siguiente: (i) Las empresas agroindustriales presenciaron una reducción en los ingresos y esto los llevó a optar por un crédito y arreglos de pago. No obstante, no tienen como posibilidad el cierre de las operaciones y esperan mantenerlas y mejorarlas con ayuda de financiamiento e implementación de nuevas estrategias. (ii) La mayor cantidad de las empresas estudiadas mantuvieron la producción y el porcentaje que si vio una disminución de la producción fue por causa de la pandemia. (iii) Las empresas optaron por implementar nuevas estrategias de comercialización con los proveedores y clientes, haciendo uso de las redes sociales para mantener la comunicación y facilitar el intercambio de productos sin poner en riesgo la salud. (iii) Los empresarios encuestados poseen una percepción desfavorable hacia las medidas impuestas por el gobierno ya que estas no se cumplieron a cabalidad y provoca que la reactivación económica sea más lenta.

La segunda investigación nacional citada, se realizó en el 2020, como un informe del Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible 2020. Con el tema: “Efectos de la pandemia COVID-19 en las MiPymes de Costa Rica”. Los autores e investigadores de la indagación es: León, et al.

El estudio se realizó con el objetivo general de indagar los “efectos provocados por la pandemia causada por COVID-19 en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)”. Y se mencionan como objetivos específicos: (i) Determinar los principales efectos que la pandemia por COVID-19 provoca en las MiPymes de Costa Rica. (ii) Identificar los tamaños de empresa y sectores económicos en los cuales las MiPymes enfrentan un mayor grado de afectación por la pandemia. (iii) Identificar las medidas estatales y estrategias propias que las MiPymes han aplicado para enfrentar los efectos de la pandemia. (iv) Proponer acciones que desde el ámbito público y privado y en forma conjunta, puedan impulsarse con el propósito de apoyar a las MiPymes que enfrentan mayor afectación por la pandemia.

La estrategia metodológica implementada en el estudio se basa en una realización de encuestas a las distintas empresas que se encontraban activas en el Sistema de Información Empresarial Costarricense, por sus siglas SIEC, en el primer mes de afectación de la pandemia del COVID-19. La encuesta se aplicó por medio de un cuestionario estructurado que permitió desempeñar los objetivos la investigación. Esta encuesta fue conformada por 2718 MiPymes

Se concluyó en que los gobiernos al comenzar a realizar y emitir los lineamientos para evitar contagios del nuevo virus y salvaguardar la vida de la población, afectaron de forma negativa la economía de los países, por causa del confinamiento de las personas en sus hogares para prevenir el contagio. Lo que provocó una disminución en su desplazamiento, que generó consecuencias en la economía tal como ha ocurrido en Costa Rica.

También los resultados obtenidos permiten verificar efectos considerables en factores básicos tales como la reducción en las ventas y la consecuente disminución en la planilla, que afectan en mayor grado a las MiPymes clasificadas como micros y pequeñas empresas; analizándolo el que sector económico con más intensidad en el sector turismo.

El tercer estudio consultado es llevado a cabo por Morales en el 2021, fue realizado como proyecto de graduación para optar por el grado de Bachillerato en Administración de empresas en el prestigioso Instituto Tecnológico de Costa Rica. El tema para tratar fue: "Impacto organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica de marzo a octubre del 2020."

Este trabajo tiene como objetivo general: Determinar cuál ha sido el impacto organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera ubicada dentro del territorio nacional de marzo a octubre del 2020. Se subdivide a través de los objetivos específicos: (i) Conocer los principales cambios organizacionales que se han dado en la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica para hacer frente a la pandemia. (ii) Establecer oportunidades a nivel organizacional para la industria gastronómica y hotelera del territorio nacional durante y postpandemia. (iii) Determinar el tipo de transformación estratégica a la cual se están enfrentando los diferentes restaurantes y hoteles por la pandemia COVID-19. (iv) Detallar una propuesta para que sea utilizada por la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica durante y después de la pandemia.

El enfoque o metodología de la investigación fue cualitativo, el cual consiste en realizar una recolección de datos como descripciones, observaciones u opiniones. La conclusión de la investigación es la siguiente: El 100% de los restaurantes y hoteles participantes afirmaron haber tenido un impacto organizacional debido a la pandemia de la COVID-19.

Con la crisis sanitaria de la COVID-19, la mayor parte de los establecimientos presentan una cultura de innovación y toma de riesgos. Esto se debe al cambio en la forma de operar y las restricciones sanitarias que, en su momento, el gobierno tomó para hacerle frente a la crisis. Con esto, los negocios tuvieron que buscar formas para seguir operando y acatar las medidas sanitarias.

Proyecciones

“La viabilidad o factibilidad de la investigación; para lo que, debemos tomar en cuenta si tenemos los conocimientos y competencias necesarias, es la disponibilidad de tiempo, recursos financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación.” (Hernández, Mendoza, 2018, p. 46)

El estudio se realiza específicamente en San Ignacio de Acosta en el 2021, tomando en cuenta las implicaciones económicas que ocasionó la COVID-19 en el sector gastronómico.

La intención de este trabajo investigativo es: dar a conocer el impacto que ocasionó en dicho periodo la COVID-19 sobre el sector comercial descrito y a la vez destacar las estrategias implementadas para lograr mantenerse en funcionamiento.

Por lo que se espera, que las experiencias descritas en esta investigación puedan ser útiles para los comercios gastronómicos, con sus debidas modificaciones en otras regiones de Costa Rica con características similares a las de San Ignacio de Acosta.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

Contextualización del cantón de Acosta

Ubicación geográfica

El cantón de Acosta es un lugar rural, es el número 12 de la provincia de San José, se encuentra ubicado aproximadamente a 30 kilómetros al sur de la ciudad del país. Posee una extensión geográfica de alrededor de 342 Km² lo que lo hace el cuarto cantón con más extensión superficial de la provincia de San José.

Está conformado por 5 distritos los cuales se dividen en: Palmichal, San Ignacio, Cangrejal y Guaitil. Siendo San Ignacio el distrito central de Acosta. El cantón limita al norte con los cantones de Escazú, Alajuelita y Mora, al oeste con Mora y Puriscal, al este con Aserri y por el lado sur con Parrita.

Por otra parte, es el cantón topográficamente más quebrado del país, donde prevalecen los paisajes montañosos, y una enorme cantidad de ríos y nacientes de agua. Es caracterizado por ser un cantón dedicado principalmente a las actividades agrícolas.

Una vez comprendida la información sobre el cantón de Acosta, también es importante conocer sobre el lugar en específico donde se llevará a cabo la investigación, que, como se mencionó, es el distrito de San Ignacio de Acosta.

El distrito de San Ignacio posee una extensión geográfica de 23,19 Km² siendo el distrito con menor área territorial. Esta fragmentado por los subsiguientes barrios: Abarca, Corral, Ortiga, Pozos, San Luis, Turrupal y Vereda. Y por Poblados como: Agua Blanca, Alto Escalera, Chirracá, Esperanza, potreros, Resbalón y Tablazo.

Rojas (2007), mencionada en el documento de Información general sobre el cantón de Acosta, indica que:

“Existen contrastes típicos de la condición de ruralidad/urbanidad. En San Ignacio se encuentra bastante desarrollado el comercio, hay ventas de repuestos, tiendas, sodas, sucursales de oficinas, abastecedores, supermercados, consultorios médicos, abogados, entre otros servicios, dificultades de transporte, precariedad económica, etc. y las características propias de una zona no desarrollada.” (p. 16)

Municipalidad de Acosta.

Por lo descrito en la página web de la Municipalidad de Cartago (2022), sección “Nuestra Municipalidad y funciones” la que abarca de una forma general el concepto menciona que:

Las municipalidades son el gobierno local de cada cantón. La organización administrativa básica de las corporaciones municipales está integrada por el Concejo Municipal. El alcalde y las dependencias encargadas de los servicios y apoyo administrativo. Las municipalidades se distinguen en nuestro medio por ser entidades públicas descentralizadas por territorio. (par. 1)

Según lo indicado se puede decir que el cantón posee un pequeño municipio que se encarga de velar por el buen estado y funcionamiento de Acosta. Tiene diferentes servicios que asumen funciones esenciales y que en conjunto realizan el objetivo del gobierno local. Entre estos servicios como se menciona en la página web oficial de la municipalidad se encuentran:

Cobros: Tiene como misión cuidar que todos los ciudadanos del cantón cumplan con sus debidos pagos, para así suplir las necesidades monetarias a las que se destinan estos fondos recolectados.

Gestión Ambiental: Se encarga meramente de lo relacionado a la limpieza del cantón y mantener un entorno atractivo y amigable con la naturaleza, por ejemplo, recolección de reciclaje, recolección de residuos ordinales y zonas protectoras.

Gestión vial: Vigila que las vías cantonales y su demarcación se halle en óptimas condiciones.

Otro servicio que ofrece son las denuncias: Consiste en que los pobladores realicen dichas acusaciones si observan irregularidades en lugares, un ejemplo de ello son las denuncias realizadas por falta de permisos de construcción o comercios que no cuentan con el debido permiso de funcionamiento.

Por otra parte, en el municipio cuentan con una Oficina de la Mujer (OFIM) la que tiene como propósito crear progreso integral y mejorar la calidad de vida de las acosteñas. Ofrece información y asesora a las mujeres y familias para que tengan conocimiento sobre los derechos y programas institucionales.

También rige el mercado municipal ubicado en San Ignacio de Acosta, en donde hay tiendas de ropa, sodas, carnicerías, foto estudio y bazares, entre otros comercios.

Población

Según los datos del último censo realizado por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), para el año 2011 el cantón de Acosta cuenta con alrededor de 20 209 habitantes, de los cuales 17 685 vivían en zona rural y 2 524 personas pertenecen a territorio considerado urbano en los distritos de San Ignacio y Palmichal.

El cantón posee una densidad poblacional de 59 personas por Km². Por otra parte, el índice de alfabetización de los acosteños es de un 99,1%, lo que muestra que un porcentaje importante de la población sabe al menos leer y escribir.

Alrededor de 9 000 personas habitaban en el distrito de central, San Ignacio de Acosta, 1 377 pertenecen a la población urbana y 7 639 a la zona rural. Este dato lo ubica como el distrito más poblado del cantón y en último lugar se encuentra Cangrejal con una población aproximada de 1 800 habitantes.

En general la población es muy tranquila y amigable con los visitantes y personas del lugar, lo que lo hace un lugar ameno para vivir y visitar a pesar de sus condiciones de lejanía del Gran Área Metropolitana.

Población económicamente activa

Según Fleitas, Román (2010) La Población Económicamente Activa (PEA) se define como “El conjunto de personas en edad de trabajar que trabajan o buscan trabajo activamente.” (p.41)

La población en edad de trabajar en Costa Rica abarca desde los 15 años hasta los 64 años, ya que a la edad de 64 años se estima que las personas se encuentran jubiladas. Ya comprendido el termino de población económicamente activa se procede a la realización del énfasis en los habitantes de Acosta.

Como se menciona en el documento de información general sobre el cantón, Acosta (2017):

Acosta es un cantón dedicado principalmente a las actividades agropecuarias... los pobladores de Acosta se dedican a actividades agrícolas, y en menor escala a la ganadería, sin embargo, otro porcentaje importante de la población trabaja en el Gran Área Metropolitana, en labores de oficina, servicios, profesionales y técnicos. (p. 11)

Ya que este cantón no es lo suficientemente desarrollado para brindarle empleo a todos sus pobladores, con o sin carreras profesionales, muchos se ven en la obligación de salir a la ciudad en busca de oportunidades laborales y en ocasiones se quedan habitando dentro o cerca del Gran Área Metropolitana por cuestiones de comodidad.

En el sector agrícola, entre los cultivos más sobresalientes de la zona, se destacan el café, cítricos, hortalizas, jocotes y plantas medicinales. Y en lo que se refiere a la posesión de propiedades predominan las de estructuras con pequeñas cantidades de m² y los pequeños productores.

Cabe destacar que el distrito de San Ignacio es el que concentra más urbanización y comercios del cantón de Acosta por ser un lugar céntrico de la zona. Por ende, es muy común que sus pobladores se dediquen a la actividad comercial y al emprendedurismo.

De acuerdo con el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en 2011, la población ocupada por sectores económicos se subdivide en: un 30,4% se dedica al sector primario, es decir, a las actividades agropecuarias, un 10,6% de la población trabaja en el sector secundario el cual hace referencia al comercio y por último el restante 59% trabaja para el sector terciario o de servicio.

Desempleo

En relación con el desempleo en la zona de Acosta, este cantón también sufrió de un fuerte impacto producto de la COVID-19. El gobierno local cuenta con una Oficina de la Mujer (OFIM) la que se encarga de recibir hojas de vida de las ciudadanas interesadas en conseguir trabajo con el fin de propiciar ayuda y lograr mejorar la vida de las familias con personas en busca de empleo. La OFIM posee relaciones con diferentes empresas de Costa Rica.

En un documento facilitado por esta Oficina, y realizado mediante un Trabajo Comunal Universitario de la Universidad de Costa Rica (UCR) denominado “Diagnostico de desempleo en el cantón de Acosta 2021”, los estudiantes realizaron un amplio estudio elaborando una lista de carreras profesionales presentes en el archivo de hojas de vida recibidas por dicha oficina.

Sobresalen las personas con carreras universitarias de: Administración, arquitectura, contaduría pública, derecho, educación, ingeniería civil, psicología y trabajo social, es decir, los acosteños con dichas carreras profesionales han sido los que más han recurrido a la ayuda de la OFIM.

Por otra parte, haciendo referencia al último censo elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2011, se indica que el cantón de Acosta cuenta con una población fuera de la fuerza de trabajo la que se divide en porcentajes de la siguiente manera:

Existe un 9,7% de la población que se encuentra pensionada, es decir ya han cumplido con sus años laborales y gozan de una jubilación, un 33,6% solo se dedica a los estudios, un 44,9% a oficios domésticos, un 0,1% es rentista, es decir, vive de los ingresos que genera con las posesiones, y un 11% se dedica a otras labores.

“El desempleo es uno de los indicadores más resaltantes a nivel mundial, llevando consigo una afectación directa al entorno familiar.” (Lozano, et al., 2020, p.187)

Servicios que posee la comunidad.

La comunidad del cantón de Acosta posee diferentes servicios de banca, por ejemplo, el Banco Nacional, Banco de Costa Rica y una cooperativa de ahorro y crédito Coopealianza. Servicios educativos como escuelas y colegios públicos, pertenecientes al Ministerio de Educación Pública, que se encuentran distribuidos por todo el cantón.

Servicios de transporte público a cargo de la empresa Transportes San Gabriel (TSG) con rutas de San Ignacio- San José y viceversa, con un amplio horario.

Diferentes centros de salud, conformados tanto por el sector privado como el sector público. La Caja Costarricense del Seguro Social cuenta con varios Ebais, encargados de velar por la salud de las personas distribuidos en los distintos distritos.

Oficinas del Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), Acueductos y Alcantarillados (AyA), entre otras. El cantón también posee servicios de internet, cable y telefonía de distintas compañías como lo son Kolbi, ICE y Coopesantos R.L que es una cooperativa de electricidad de la Zona de los Santos.

También se cuenta con los servicios esenciales dedicado a atender las emergencias; como la Estación de Bomberos, Cruz Roja y Fuerza Pública los que se encargan de los sucesos que ocurren en todo el territorio del cantón de Acosta.

Cabe agregar que la mayor cantidad de estos servicios se encuentran ubicados en el distrito de cabecera, San Ignacio de Acosta.

Sector gastronómico

El sector gastronómico está conformado por restaurantes, cafeterías, bares, y sodas. Actualmente lo que las personas buscan en estos comercios es disfrutar de un tiempo agradables para así disfrutar y crear experiencias tanto solos, como con su familia o amigos. Según Salazar, Burbano (2017) dicho sector es descrito de la siguiente forma:

El sector de alimentos y bebidas es considerado una de las principales actividades que favorece a la generación de turismo en un sector geográfico. Por lo tanto, las diversas estrategias comerciales que se estructuran de forma planificada, continua y sistematizada al cliente, cubren sus necesidades, deseos y expectativas culinarias las cuales contribuyen en la generación de ingresos económicos para la empresa. (párr. 1)

Ya comprendida la información anterior y la relevancia de los restaurantes y demás, pertenecientes al sector gastronómico, se hace énfasis a las afectaciones por la COVID-19 que sufrieron dichos comercios del sector alimenticio y de bebidas del cual dependen muchas familias costarricenses tanto de forma emprendedora como empleados.

“Los negocios gastronómicos que tuvieron que cerrar sus puertas para la atención al público se vieron presionados a reinventarse para sobrevivir, aunque muchos cerraron operaciones.” (Sedo, 2020, p. 110)

Al igual que lo menciona la autora indicada, los comerciantes de restaurantes y sodas de Acosta también se vieron afectados fuertemente por las restricciones sanitarias implementadas por el Gobierno de la República y el Ministerio de Salud para mitigar el contagio de la COVID-19, la que, en ocasiones, los obligó a cerrar las puertas de sus negocios por meses, causando grandes afectaciones económicas. Debido a esto el sector gastronómico se vio en la necesidad y en la obligación de aplicar medidas para lograr sobrellevar el impacto causado por la pandemia generada por el nuevo coronavirus.

Sin embargo, el 2021 fue un año más alentador para esta industria gastronómica en general, ya que las restricciones implementadas por el gobierno no fueron tan estrictas como cuando dio inicio la pandemia. Lo que permitió un mayor aforo en los restaurantes, una ampliación del horario de las restricciones vehiculares y que las personas volvieran a tener confianza y seguridad para salir de sus casas después de varios meses de permanecer en un confinamiento y con importantes restricciones.

Algunas implicaciones que sufrió este sector fue el reforzamiento en la seguridad de la manipulación de alimentos, así como las buenas prácticas de higiene tanto por parte de los empleados como de los consumidores. La pandemia de la COVID-19 y la crisis causada en el comercio incentivó la urgencia de innovación para lograr comercializar los alimentos y permanecer en el mercado, lo que los llevó también, a idear formas de distribución para poder llegar hasta los clientes.

Los negocios gastronómicos en ocasiones han sido creados por familias emprendedoras y como lo menciona Becerra (2018):

Durante años, el negocio de la gastronomía ha sido una de las principales fuentes de ingreso de emprendedores alrededor del mundo que han visto a la alimentación como esa necesidad fisiológica que se puede explotar para lograr beneficios económicos que implican ofrecer bienes y servicios de calidad en un establecimiento denominado restaurante. (p. 24)

Asimismo, es importante mencionar que, en San Ignacio de Acosta, lugar donde se realiza el estudio, antes de la pandemia en 2019 había un aproximado 21 de negocios gastronómicos entre restaurantes, sodas, cafeterías y bares registrados ante el gobierno local, es decir con su debida patente y permiso de funcionamiento. También, en este sector, por efectos de la pandemia alrededor de tres de estos comercios cerraron sus operaciones por dificultades, mientras que otros 4 comercios alimenticios iniciaron sus operaciones en este periodo. Es decir, actualmente en este distrito hay 22 comercios de gastronomía.

Es relevante hacer referencia a la representación económica que este sector tiene en el cantón. Según la información suministrada por el departamento de patentes de la Municipalidad de Acosta, dicho municipio percibió el año anterior un monto de alrededor de los 14 631 595 colones por licencias relacionadas al sector alimentario. Es importante mencionar que este monto abarca los comercios gastronómicos de todo el cantón de Acosta, que es como lo realiza gobierno local.

Antes de la pandemia en 2019, el departamento de patentes del gobierno local registró un monto de ingresos referente a las patentes por un aproximado de 12 479 889 colones, es decir, entre el lapso del 2019 al 2021 la municipalidad aumentó sus ingresos por licencias de comercio gastronómico en alrededor de 2 151 706. Lo que indica que ocurrió un incremento en este tipo de comercio, la encargada del área de patentes Guiselle Monge en el registro de licencias del sector gastronómico tiene registrado que en el año 2019 en todo el cantón de Acosta se encontraban 29 restaurantes en funcionamiento y para el año 2021 hubo un total de 33 servicios gastronómicos registrados ante el municipio local.

Más de la mitad de los restaurantes del cantón se encuentran en San Ignacio, porque son los que más aportan a la economía local. Si se realiza un análisis se observa que en el 2019 los 21 comercios en promedio pagaron cerca de 430 341 colones cada uno, para un total de 9 037 160 colones lo que representa un 72% de aporte que recibe el municipio por licencias de funcionamiento. Para el 2021 como se mencionó había un total de 22 comercios alimenticios los que representaron un 66% de los ingresos por patentes, ya que cada uno realizó pagos por alrededor de 443 381 colones, para aportar a la economía local 9 754 382 colones. El aumento que percibió el gobierno local con respecto del año 2019 al 2021 fue de 717 222 colones.

También es importante mencionar las principales características del sector gastronómico en San Ignacio de Acosta:

- Gran cantidad de los restaurantes y sodas del distrito de San Ignacio son administrados por núcleos familiares.

- Existen restaurantes que ofrecen diversos tipos de menú, por ejemplo: comida tradicional, mexicana, comida rápida, cafeterías.
- En la mayoría de los casos son microempresas familiares.
- Los propietarios generalmente son residentes del cantón de Acosta, que por arraigo han heredado el arte culinario y hasta han heredado restaurantes que el pasado eran conocidas como sodas.
- Los locales están construidos en terrenos de pocos metros cuadrados.

Economía

La economía es aquella ciencia que estudia cómo las personas y las sociedades toman las decisiones que les permiten obtener el máximo beneficio a partir de sus recursos limitados. Y eso, tenlo siempre muy en cuenta, es válido en todos los ámbitos: países, empresas y personas. (Abadía, 2016, p. 29)

Como lo indica el autor, la economía es una ciencia social que se encarga de satisfacer las distintas necesidades de las personas o naciones, con el fin otorgar un mayor bienestar y calidad de vida a estos. Por otra parte, la economía puede llegar tanto a beneficiar como a afectar los ingresos de las personas, empresas y naciones según como sean utilizados para satisfacer las necesidades.

La economía se divide en dos grandes secciones: La microeconomía, que es la rama que hace referencia a la economía de las familias y empresas pequeñas y la macroeconomía, que, por lo contrario, crea énfasis en la actividad económica de las familias, empresas y sector público. Es decir, la macroeconomía hace referencia a los indicadores que tiene que ver con lo que se conoce como el Producto Interno Bruto (PIB) de un país.

También es importante mencionar que las personas en ocasiones hablan de economía sin darse cuenta de que cuando hablan sobre dinero y como satisfacer las necesidades, se está hablando sobre esta ciencia social.

Un buen ejemplo de esto es cuando se menciona que el salario ha sido aumentado o disminuido, ya que con incremento en el salario las personas logran satisfacer más necesidades lo que les genera una mejor condición de vida.

No obstante, el presente estudio se encuentra enfocado en la microeconomía ya que el distrito de San Ignacio de Acosta, donde se realiza dicho estudio posee una economía pequeña. Cuenta con microempresas, por lo cual es importante conocer la definición de dicha rama tan significativa para este distrito rural. Por consiguiente, se procede a explicar detalladamente en el siguiente tema.

Microeconomía

Es una rama de la economía que se encarga de estudiar, analizar y velar por el comportamiento de los consumidores, empresas, trabajadores, inversores y mercados. La microeconomía es un instrumento necesario para los comercios ya que les permite idear las estrategias que necesitan implementar para mejorar la economía del negocio, al igual esta rama también les permite a los consumidores tomar mejores decisiones el momento de gastar o invertir su dinero.

Abadía (2016) define la microeconomía de la siguiente forma:

La microeconomía, en cambio, se concentra en las personas, en las empresas (sean grandes o pequeñas y medianas, las llamadas pymes) y en los negocios individuales. Explica su comportamiento cuando se enfrentan a decisiones sobre cómo gastar o invertir el dinero, o sea, cómo se comportan las empresas para intentar conseguir los máximos beneficios. (p. 75)

El campo de estudio de la microeconomía se basa en términos como: la satisfacción de las diferentes necesidades propias, comportamiento de los agentes económicos (familias,

empresas y gobierno) con relación a la demanda y oferta. Asimismo, estudia los precios, producción, salarios y la maximización de beneficios.

Este instrumento posee varios objetivos con el fin de analizar diferentes comportamientos y variables que ayudan a las personas, empresas y hasta al sector gubernamental a realizar la toma de decisiones. Seguidamente, se hace referencia a los principales objetivos de la microeconomía mencionados por Quiroz (2016):

- Analizar el comportamiento de las unidades económicas, con respecto a la demanda, la oferta y su interacción con los mercados de bienes y servicios y de factores.
- Analizar los costos de producción y los precios de mercado.
- Analizar la evolución de los ingresos de los consumidores y la demanda.
- Investigar el comportamiento de los mercados para la toma de decisiones empresariales y también gubernamental. (p.11)

Impacto económico

El impacto económico hace referencia al resultado que una medida o acción genera en la economía de un país, región o comunidad. Es decir, un impacto económico son las consecuencias tanto positivas como negativas que ocurre en la economía con respecto a los fenómenos o acciones presentes. Este concepto también se encuentra relacionado con el impacto social, ya que repercute directamente en la sociedad en forma de afectación o beneficio.

Un ejemplo de impacto económico negativo se da cuando un grupo de personas decide invertir en abrir un restaurante y, debido a la pandemia de la COVID-19, no logran crear las estrategias necesarias para un buen posicionamiento en este sector lo que les llega a causar pérdidas económicas y hasta caer en quiebra. Los trabajadores del restaurante se ven afectados por causa de despidos.

El caso opuesto ocurre cuando los inversionistas de un restaurante desarrollan las estrategias de forma correcta lo que les permite brindar un buen servicio a los clientes,

atraerlos y crear planes de innovación para permanecer en el mercado. Lo que impacta de manera positiva en la población, ya que se crean fuentes de empleo y de igual forma un incremento en los ingresos.

Cabe agregar que, desde antes de la llegada de la presente pandemia en América Latina, ya se presentaba este impacto, que según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), se catalogó un crecimiento muy bajo en 2019 para esta región con un 0,1%. Esto no fue excepción en Costa Rica, por lo que la pandemia causó un efecto mayor en la economía del país.

De igual manera, haciendo énfasis en San Ignacio de Acosta, desde antes de la llegada de la enfermedad, los comercios gastronómicos presentaban problemas debido a un cambio en la demarcación de las carreteras del distrito, lo que no permite a los clientes parquear sus vehículos al frente de los restaurantes. El distrito carece de parqueos públicos, por lo que dicha problemática causó dificultades para los comerciantes del sector y con la llegada de la COVID-19 se vieron sumamente afectados.

Ríos, (2020) describe que: “Hasta ahora, a nivel mundial, los sectores más afectados han sido el automotriz, los servicios comerciales y profesionales, los hoteles y el juego, la industria del entretenimiento, las ventas al detalle, la energía...” (parr.8)

En ocasiones se escucha hablar sobre la incertidumbre y el temor de lo que va a pasar después de que la pandemia llegue a su fin ya que se espera que haya una nueva normalidad. En donde se tardará en redimir el impacto económico y sanitario causada por dicha pandemia.

“Se ha convertido en un lugar común afirmar que el mundo no volverá a ser el mismo después de esta pandemia, tanto por los impactos sanitarios y económicos, como por las políticas públicas sin precedentes que se están diseñando e implementando a nivel mundial para mitigar los efectos del COVID-19.” (Ríos, 2020, párr. 3)

El impacto económico ocasionado en el sector gastronómico del distrito de San Ignacio de Acosta, principalmente se dio por las medidas sanitarias impuestas por el Ministerio de salud las que sólo permitían cierta cantidad de personas en el establecimiento y esto dependía de los metros cuadrados o espacio que tiene el lugar, por lo que las mesas para atender a los clientes eran limitadas y no se atendía a la cantidad de gente como antes de la pandemia por eso los ingresos se vieron disminuidos.

También se dio el cierre de alrededor de 3 restaurantes de la zona. Algunos de ellos no contaban con mucho tiempo de haber iniciado, mientras que otros que tenían años de existir en el distrito de San Ignacio.

No obstante, según lo argumentado por la encargada del área de patentes de la Municipalidad de Acosta, al momento en que los dueños de los restaurantes se presentaban a suspender las licencias mencionaban que el motivo era la falta de clientes y dificultades de posicionamiento en el mercado provocadas por la pandemia y se vieron en la necesidad de cerrar los comercios, causando desempleo en las personas y afectación en sus ingresos.

Los restaurantes ubicados en San Ignacio de Acosta cuentan con un promedio de 4 empleados, tomando en cuenta que hubo un cierre de 3 establecimientos, 12 personas quedaron desempleadas por causa del impacto de la pandemia en los restaurantes. Según el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) los salarios mínimos por mes de los trabajadores de un restaurante son los siguientes:

Tabla 1: Salarios mínimos de trabajadores en restaurantes, MTSS

	Jefe de salón	Saloneros	Cocinero	Ayudante de cocina
Salarios Mínimos 2021 por mes (MTSS)	¢ 333 936	¢ 255 648	¢ 284 256	¢ 278 016

Elaborado por: Díaz, 2022.

Con el cierre de los tres establecimientos, si se realiza un análisis en promedio de los ingresos de dichas personas, se deduce que entre todos los empleados con las funciones antes mencionadas dejaron de percibir un aproximado de 1 151 856 colones por mes, por cada restaurante fuera de servicio. Tomando en cuenta que los restaurantes contaran con un jefe de salón, un salonero, un cocinero y un ayudante de cocina.

Sin embargo, el impacto económico en el sector gastronómico no fue del todo malo ya que en el lapso del 2019- 2021, como se mencionó anteriormente, hubo una recuperación en este sector y en este período se abrieron 4 restaurantes, por lo que, de cierta forma, el desempleo se restableció. Las personas emprendedoras observaron las oportunidades en este mercado y han aprovechado la situación para innovar.

Enfermedad de la COVID-19

Según la OPS/OMS (2020), mencionado por el Ministerio de Salud en el documento LS-VS-001. Lineamientos Nacionales para la Vigilancia de la enfermedad COVID-19. Se define como:

La enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto recientemente se transmite por contacto con otra persona que esté infectada por el virus. La enfermedad puede propagarse de persona a persona a través de las gotículas y aerosoles procedentes de la nariz o la boca que salen despedidas cuando una persona infectada habla, tose o estornuda, también si estas gotas caen sobre los objetos y superficies, de modo que otras personas pueden tocar estos objetos o superficies y luego se tocan los ojos, la nariz o la boca. (2021, p. 6)

Entre los síntomas del coronavirus se puede presenciar secreción nasal, dolor de garganta, tos, dolor de cabeza, fiebre, problemas digestivos y pérdida del olfato y gusto.

Para detectar el contagio de esta enfermedad es necesario realizar una prueba viral.

Esta enfermedad fue descubierta por primera en diciembre del 2019 en China, específicamente, en Wuhan. Para este momento la enfermedad era desconocida. Días después de identificar el virus en la zona de Wuhan se realiza un confinamiento el que

incluye un cierre temporal de aeropuertos y ferrocarriles, con el fin de evitar la propagación del virus a otros países o ciudades.

No obstante, en meses posteriores, los contagios aumentaron de forma expansiva y el virus ya encontraba en muchos países, lo que obligó a la Organización Mundial de la Salud a declarar este nuevo coronavirus como una emergencia internacional de salud pública.

El nuevo virus llegó a Costa Rica el 6 de marzo del 2020, con la aparición del primer caso de contagio en el cantón de Alajuela. Al cantón de Acosta llegó el 17 de junio del mismo año. Al igual que en otros países, en Costa Rica, debido al surgimiento del gran brote por COVID-19 provocó que se implementaran medidas sanitarias como cierres de fronteras, tanto aéreas como terrestres, así como cierre de comercios. Sólo tenían permiso de funcionamiento los que pertenecían a un servicio esencial como supermercados y farmacias.

Estas restricciones han causado afectaciones, tanto en la economía nacional como la internacional, ya que muchas de estas economías y familias dependen del comercio y el turismo, los que han sido más amenazados con las diversas medidas impuestas.

Estabilidad Económica

Se manifiesta cuando las economías no poseen grandes variaciones en los principales y más importantes índices, ya sea macroeconómicos o microeconómicos, entre los que sobresalen el Producto Interno Bruto, la inflación y el desempleo. Y para las microeconomías el ingreso, costo y beneficio.

Ya que estos indicadores son los más representativos y generan más confianza en un país o zona, si se logra tener una estabilidad económica el riesgo disminuye. En la Revista de la CEPAL N° 131 se menciona que:

...se puede esquematizar en tres dimensiones. Una primera dimensión, la nominal, se refiere a la estabilidad de precios: cuando esta se pierde, sobreviene la inflación excesiva o, peor aún, la hiperinflación y, en unos pocos casos, la deflación. Una

segunda dimensión es la estabilidad real, que se refiere a la estabilidad de la actividad económica y el empleo; su pérdida genera volatilidad del ciclo económico y, en el extremo, crisis recesivas. La tercera dimensión es la estabilidad externa, que representa la sustentabilidad de las cuentas de balanza de pagos. (Le Fort Varela, Gallardo & Bustamante, 2020, p.120)

Costa Rica, desde antes de la pandemia, ya presentaba problemas con la estabilidad económica, ya que índices como el del desempleo permanecían aumentando y este problema se agudizó aún más con la llegada de la COVID-19, la que provocó la aparición de miles de personas desempleadas. No obstante, para el 2021 la estabilidad se fue recuperado gracias a diversas medidas tomadas por el Banco Central de Costa Rica y el gobierno de la república.

Uno de los comunicados de prensa realizado por la presidencia de la república en 2021, titulado como “Medidas económicas han impulsado estabilidad y recuperación económica” en el que Rodrigo Cubero, presidente del BCCR, expone lo siguiente:

... la política fiscal se ha orientado, por un lado, a asegurar los recursos para atender la emergencia sanitaria, mitigar su impacto en los hogares y las empresas, y proteger el empleo... la política monetaria y financiera se ha enfocado en impulsar la recuperación económica mediante bajas tasas de interés y condiciones crediticias más favorables, en conjunto con la promoción de la estabilidad financiera y el normal funcionamiento de los mercados.

En conjunto, estas políticas han permitido suavizar el impacto de la pandemia sobre el flujo de caja de las familias y el sector productivo, afianzar la estabilidad macroeconómica. (párr. 4-6)

En cuanto a las colaboraciones realizadas por el gobierno de Costa Rica para crear estabilidad económica, se presentó una propuesta de negociación al Fondo Monetario Internacional, con éste se espera enfrentar los problemas financieros que se incrementaron debido a la pandemia. Según los comunicados publicados por la presidencia de la república,

el presidente Carlos Alvarado, en un mensaje que hizo a la población y diversas jefaturas expresó que:

Necesitamos mantener la estabilidad económica y activar el empleo, para mejorar la situación del país generada por el COVID-19. Si no actuamos, el riesgo está en altas tasas de interés, en devaluación, en más desempleo privado y público y en pobreza, lo que afectaría a todos y con particular gravedad a los más pobres. Por eso hay que actuar y hay que hacerlo con rapidez: la demora en esto nos saldría muy cara. (2020, párr. 3)

Los comercios gastronómicos antes de la pandemia en el distrito contaban con una estabilidad económica que les permitía permanecer en el mercado sin grandes dificultades y ser competitivos. Con ingresos y utilidades buenas, y esto les permitía cumplir con sus obligaciones y hasta pagar alquiler del local. No obstante, según la encargada de patentes Guiselle Monge, los motivos de la cancelación de dichas licencias se dio debido a que durante la pandemia los restaurantes que cerraron sus operaciones tenían que pagar dicho alquiler y por falta de consumidores, dificultades para ofrecer sus servicios y falta de innovación, se les dificultó mantener su funcionamiento.

Reactivación económica

La reactivación económica es un proceso que se realiza a través de diversas acciones o métodos estratégicos en una economía determinada y cuando esta lo necesite. La reactivación tiene como fin provocar un crecimiento económico y una mejora en variables como el empleo y la utilidad. Es decir, este es el período en el que la economía comienza a recuperarse después de resistir una crisis e inicia a recobrar variables que forman parte del crecimiento económico.

Por otra parte, la recuperación económica depende de la capacidad con la que cuentan las empresas para lograr remediar la demanda y satisfacer las necesidades actuales provocadas por la “nueva normalidad” de la pandemia de la COVID-19, como son la seguridad y medidas sanitarias en los diversos comercios. Ya que al satisfacer las nuevas necesidades se crea confianza en los consumidores, haciéndolos sentir seguros.

Una vez que se comprende de lo que se trata la reactivación económica, es necesario considerar la información sobre dicha recuperación en el ámbito de Costa Rica, ya que según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos y por sus siglas en inglés (OECD) en el informe sobre el Panorama económico de Costa Rica (2021) menciona que:

La fuerte demanda externa impulsará el crecimiento, con una recuperación más gradual del sector turístico. El consumo se fortalecerá de forma más paulatina, respaldado por una mejora progresiva del mercado laboral y la aceleración de la campaña de vacunación. La inversión privada repuntará con fuerza, animada por una mejora en las perspectivas económicas. La inflación subirá gradualmente, pero se mantendrá probablemente por debajo de la tasa objetivo del 3%, ya que los recursos productivos ociosos siguen siendo elevados. (párr. 1)

Lo que se refiere a la reactivación económica del sector gastronómico, se encuentra ligado al turismo, ya que cuando las personas visitan un lugar generalmente desayunan, almuerzan o cenan en comercios de comida locales. Este sector se ha recuperado económicamente por la ampliación del horario de restricción vehicular y la eliminación de la restricción los fines de semana, ya que las personas tienen más posibilidades para visitar lugares lejanos. De igual forma la cantidad de personas en el país que posee el esquema de vacunación completo genera confianza y seguridad en los turistas.

También es importante hacer referencia a la reactivación económica en la zona geográfica de San Ignacio de Acosta, ya que según el informe sobre la Rendición de Cuentas 2020 realizado por el gobierno local del cantón que indica lo siguiente:

El cantón debe estimular la producción considerando sus particularidades territoriales, que permitan mejorar las condiciones de capacitación, asesoría y gestión para el comercio, pequeñas y medianas empresas (PYMES), microempresas familiares y las personas con ideas de emprendedurismo, que permita mejorar la calidad de vida. (p. 3)

En el distrito de San Ignacio de Acosta son frecuentes las ferias coordinadas en conjunto por la Municipalidad y el grupo de artesanos del cantón. Lo que pretenden es dar a conocer los emprendimientos de la zona e incentivar el turismo en el cantón lo cual crea beneficios y reactiva el sector gastronómico. Pero en el 2020, debido a la emergencia sanitaria por la COVID-19, no se lograron realizar, por lo que se creó una iniciativa para motivar a las personas de diferentes zonas de Costa Rica y a los mismos habitantes del cantón a adquirir los bienes y servicios en el comercio de la comunidad en línea. Se creó la campaña “Yo compro en Acosta”, la que se realiza por medio de las redes sociales.

Dicha campaña aún se encuentra vigente y se está promocionando por medio de las redes sociales según lo informado por la Municipalidad de Acosta. Los resultados que se han obtenido con esta campaña se mantienen a nivel privado, por lo que sólo son conocidos por la municipalidad y comerciantes de la zona. No obstante, la encargada del departamento de patentes mencionó que los resultados han sido satisfactorios y que cuando finalicen la campaña los darán a conocer para las personas en general.

Contracción económica

En el campo económico, la contracción se refiere al “...proceso económico en el que la producción per cápita y el empleo disminuyen” (RAE, 2022).

La contracción económica se da cuando ocurre una disminución en la producción de los bienes y servicios en un mercado, sector o país determinado. Esta contracción se produce por diferentes elementos, tanto internos como externos. Actualmente se puede identificar que la contracción económica que está sufriendo Costa Rica es producto de un factor externo como es el virus de la COVID-19, que ha afectado importantes sectores como el gastronómico, que se encuentra golpeado también por las medidas puestas en práctica por el Ministerio de Salud con el fin de mitigar el contagio de la COVID-19.

El informe sobre el Panorama Fiscal 2021 realizado por la CEPAL (2021) establece lo siguiente:

En 2020, en los países de América Latina y el Caribe se tomaron importantes medidas fiscales para contrarrestar el impacto social, productivo y económico de la pandemia de COVID-19. La fuerte contracción de la actividad económica socavó los ingresos públicos. La caída de la recaudación tributaria limitó los recursos disponibles para responder a la crisis. (p.14)

Una de las variables que también sufrió el impacto de la contracción económica es el desempleo, que alcanzó porcentajes históricos en Costa Rica llegando a un 20% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC.) Actualmente la tasa de desempleo se encuentra alrededor de 14,4% lo que indica que continúa disminuyendo y que la reactivación económica ha presentado buenos resultados.

Acciones implementadas referentes al impacto económico

Para que las acciones a implementar funcionen de forma correcta debe controlar la crisis y los casos sanitarios, ya que, si estos vuelven a tener un repunte, el impacto económico será aún peor y las acciones a implementar deben ser mayores. Por lo cual la CEPAL mediante el informe sobre el Panorama Social de América Latina 2020 recomienda lo subsiguiente:

“Urge explicitar estrategias de recuperación transformadora con énfasis en inversión con igualdad y sostenibilidad, pero no habrá recuperación económica ni social si no se controla la crisis sanitaria” (p.3)

Una de las principales acciones implementadas por el Ministerio de Salud y el Gobierno de Costa Rica que ha beneficiado a los diversos sectores fue la vacunación para prevenir la COVID-19 ya que esto ha ayudado a que los contagios no se den de forma exponencial y que en caso de contagio los efectos no sean tan graves. Por lo que los comercios son los más favorecidos, ya que debido a esto las instituciones mencionadas, flexibilizaron las restricciones sanitarias, lo que les permite poseer un mayor aforo de personas en sus locales y extender el horario laboral. Esto les ayuda a mitigar el impacto económico causado por la pandemia.

También una medida de ayuda que implementó el gobierno, en conjunto con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), al inicio de la pandemia en el 2020, fue la colocación de bonos Proteger con el fin de brindar alivio económico y ayudar a las personas desempleadas o con reducción de su horario laboral, que vieron afectados sus ingresos por la llegada de la pandemia de la COVID-19.

La Municipalidad de Acosta también se vio en la obligación de implementar medidas para mitigar el impacto económica en los distintos comercios del cantón y crear un alivio económico en este sector. Algunas de estas medidas efectuadas fueron los arreglos de pago con comercios y personas que presentaban problemas de morosidad con los impuestos correspondientes. Por lo que se les amplió el plazo de pagos y en algunos casos se le facilitó un monto más accesible para pagar. También se creó una extensión en el plazo de pago para las diversas patentes comerciales.

Y en cuanto a los comercios del sector gastronómico, se propusieron estrategias de innovación para lograr seguir brindando los servicios a los clientes, entre estos se encuentra la implementación de servicio exprés, publicidad y ventas por medio de redes sociales, entre otras.

Mercadeo

El mercadeo es una función esencial dentro de un negocio, emprendimiento o empresa ya que cumple la función de identificar las necesidades y los como los deseos de los consumidores y clientes, así como diseñar productos y servicios que generen beneficios y rentabilidad al negocio. Por lo que Solano (2015) comenta que:

Es una actividad humana cuyo objetivo principal es lograr el intercambio, es decir las personas entregan algo a cambio para recibir algo que prefieren tener. Esto satisface las necesidades y los deseos de los consumidores. Las organizaciones, a través del mercadeo, son las que promueven la necesidad de compra. El mercadeo busca “enamorar” al consumidor para lograr la venta y así se consigue el intercambio (p. 4).

También cabe recalcar puntos importantes que deben estar presentes siempre en lo que es mercadeo y su implementación. En los cuales sobresalen los siguientes, según Solano (2015):

- El mercado está en cambio constante.
- La competencia nunca duerme.
- Los consumidores olvidan rápido.
- El mercadeo es vital para el crecimiento y supervivencia de las empresas.
- El mercadeo es básico para atender a los clientes (p. 4)

En contraste con lo mencionado, es necesario realizar un enfoque específico al mercadeo gastronómico que es el sector para tratar en el estudio. El mercadeo indicado busca identificar estrategias y métodos determinados para el sector gastronómico. Al encontrar las estrategias necesarias e implementarlas se obtiene como resultado un negocio alimenticio encaminado al éxito y gran reconocimiento por parte de los consumidores y adquirir nuevos clientes.

Además, existen una serie de elementos del mercadeo que son esenciales y se deben tomar en cuenta para llevar a cabo una buena comercialización, tanto del negocio, como de sus productos y servicios brindado. Entre estos elementos sobresalen:

- **Diferenciación:** En el país y en San Ignacio de Acosta existe una cantidad importante de ofertas gastronómicas por lo que cada uno de estos establecimientos deben hallar un elemento o característica que los haga sobresalir de los demás y por el que los clientes prefieran el restaurante.
- **Innovación:** Este elemento es de suma importancia ya que, como se ha indicado, el mercadeo se encuentra en constante cambio. Por eso es necesario realizar análisis del entorno para crear métodos de innovación que permitan aprovechar las oportunidades.
- **Servicio al cliente:** un excelente servicio a los consumidores es esencial ya que este crea una buena imagen para el restaurante y con este punto también se logra tener a los

clientes felices y satisfechos. Si son tratados de mala manera estos no volverán, aunque el menú sea el mejor.

El mercadeo en el sector gastronómico tiene como fin atraer a los clientes ya que se necesita llamar la atención, para que se fijen y muestren curiosidad por el restaurante. Por lo que es necesaria una implementación ideal de las estrategias de mercadeo. También sirve para impedir la espontaneidad, con lo que se logran mejores procesos y una gestión correcta del negocio gastronómico.

Estrategias de mercadeo en el sector gastronómico

Las estrategias de mercadeo consisten en una creación de acciones que son trascendentales para un buen funcionamiento de un negocio, y que los ayudarán a llevar a cabo los objetivos planteados, incrementar las ventas y obtener un posicionamiento competitivo en el mercado. Este tipo de estrategias abarcan desde las realizadas a corto plazo como a largo plazo.

Es importante hacer referencia al desarrollo de las estrategias de mercadeo, ya que este proceso es relevante para la implementación de estas. Se debe de realizar un análisis. Según lo que comenta Ramos (2021):

El proceso de desarrollo de una estrategia de mercadeo inicia con el análisis del entorno de negocios, tanto interna como externamente. Se busca con esto entender los diferentes aspectos del ambiente que rodea a un negocio, incluyendo la tecnología, economía, cultura, política y leyes. (par. 4)

Una vez realizado el análisis el negocio o comercio, ya se cuenta con el conocimiento y hallazgos, lo que les permite implementar las estrategias de acuerdo con sus necesidades y resultados obtenidos, de la misma forma logran aprovechar las oportunidades del entorno y minimizar los retos o afectaciones que podrían sufrir en un corto o largo plazo.

Es fundamental que los comercios del sector gastronómico de San Ignacio de Acosta implementen un análisis del entorno, tanto interno como externo, para llevar a cabo una

reactivación económica después de la afectación provocada por el nuevo virus de la COVID-19. Las estrategias deben de estar en constante cambio y actualmente es relevante realizar análisis cada cierto tiempo ya que en la actualidad existe la incertidumbre sobre lo que va a pasar con la pandemia.

Los negocios gastronómicos del distrito de Acosta requieren planes de innovación y estrategias que los beneficie y les permita mantenerse en el mercado, ya que alrededor de 3 restaurantes han tenido que cerrar sus puertas por el impacto económico de la pandemia.

Innovación

El proceso de innovación ha estado presente a lo largo de los años en la sociedad, y en este tiempo les ha permitido a las personas lograr e innovar en un sinnúmero de situaciones. Por lo que Galindo et al., (2012) afirma que:

La innovación no es un proceso nuevo, sino que ha ido acompañando al ser humano a lo largo de su evolución, desde sus inicios hasta nuestros días. La historia de la humanidad se ha caracterizado por la aparición de innovaciones que han facilitado y cambiado los métodos de producción, la forma de llevar a cabo el trabajo, las comunicaciones, el transporte, etc. (p. 52)

La acción de innovar consiste en crear y modificar elementos que impacten de forma positiva, ya sea en una empresa, institución o país. Esto con el fin de lograr los diferentes objetivos y metas que tienen, para así establecer y mejorar opciones que satisfagan las necesidades de los consumidores o personas.

En la actualidad los mercados son muy cambiantes, por lo que las estrategias de innovación deben de estar en constante cambio según le convenga al negocio, empresa o institución, con el fin de aprovechar los beneficios que otorga el proceso de innovación, por ello Robayo (2016) explica que:

Los procesos de innovación de las organizaciones deben ofrecer una respuesta tanto a la impredecibilidad de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad. El mundo ha cambiado, ya no es el mismo que hace unos años, donde

todo era mucho más estable y predecible. Existen ahora una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de una forma diferente, de una forma mucho más abierta. (par. 4)

“Desde el punto de vista económico, los teóricos le han concedido una gran relevancia, ya que la consideraban como un elemento esencial dentro del proceso de progreso económico.” (Galindo et al., 2012, p. 52)

Tomando en cuenta lo indicado por Galindo en su enfoque de innovación con un punto de vista económico, gracias a las estrategias de invención, modificación y creación de productos, le permite a la empresa o negocio ser aún más competitivos y lograr un mejor posicionamiento en el mercado. De esta forma la economía del negocio, en el presente estudio negocios gastronómicos, se beneficiará con las acciones implementadas para llevar a cabo el proceso de innovación.

Ventas y promoción mediante redes sociales

Las aplicaciones como Facebook, WhatsApp e Instagram, en un principio, fueron utilizadas como un medio para realizar publicidad en el sector gastronómico y así lograr que más población tuviera conocimiento sobre los diversos restaurante y ofertas gastronómicas. Por esta razón, el uso de estas plataformas digitales tuvo un auge como producto de la pandemia ganando, así, popularidad.

En un documento sobre las Tecnologías digitales y la pandemia de COVID-19 realizado por la organización Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), y la ONU-Hábitat (2020) se mencionan que:

Las tecnologías digitales pueden verse como una puerta de entrada para resolver muchos de los problemas derivados de la crisis...Para aprovechar el potencial de la tecnología a fin de responder eficazmente a la crisis, es esencial priorizar el uso de la tecnología a través de una lente de derechos humanos dirigida a proteger a los ciudadanos, mantener los servicios esenciales, comunicar información que salve

vidas y fomentar interacciones socioeconómicas que conlleven el beneficio de todo (p.3).

Sin duda, como lo mencionaron las dos organizaciones indicadas en el documento, el uso de la tecnología y en este caso de las redes sociales, establece grandes ventajas para los establecimientos de comida, ya que, con ayuda de estas aplicaciones, pueden lograr un alcance mayor en sus clientes y personas en general. Debido a que, prácticamente todas las personas poseen acceso a las plataformas como WhatsApp, Facebook e Instagram cuando lo deseen, tendrán la información de estos establecimientos a la mano.

Como se comentó, las aplicaciones antes mencionadas indicadas antes eran utilizadas sólo para publicidad y dar a conocer el establecimiento. No obstante, con la actual pandemia de la COVID-19, estos negocios se vieron en la obligación de innovar en sus redes sociales, por lo actualmente, no solo las utilizan como medio para efectuar mercadeo, sino que también para realizar ventas sin la necesidad de que los clientes tengan que movilizarse al restaurante. Esto para salvaguardar la integridad de las personas por la pandemia.

Ya que las ventas realizadas de esta forma también cuentan con el servicio de entrega a domicilio, es decir, que mediante un servicio privado del establecimiento envían el pedido hasta la casa o a donde sea requerido.

Esta iniciativa se creó por la necesidad de vender más, ya que como producto de las restricciones vehiculares y por aforo restringido en el sector gastronómico las ventas presenciaron un gran impacto que causó una afectación en la economía en los establecimientos gastronómicos.

Lineamientos y restricciones del Ministerio de Salud

Tomando como referencia el documento realizado por el Ministerio de Salud en conjunto con otras organizaciones y empresas, el cual lleva como nombre “LS-CS-008. Lineamientos generales para servicios de alimentación al público debido a la alerta sanitaria

por Coronavirus (COVID-19)”, elaborado el 06-2020 y con fecha de actualización de 12-2021 tiene como objetivo brindar una guía de procedimientos a dicho sector:

El objetivo de este lineamiento es que los establecimientos de servicios de alimentación al público que son Establecimiento o local público o privado, con instalaciones permanentes donde se elaboran, manipulan, envasan, almacenan, suministran, sirven, venden o proveen comidas preparadas, para el consumo humano en el mismo local, para llevar o servicio a domicilio (catering o servicio exprés comerciales) y de servicios con permiso sanitario de funcionamiento vigentes brinden sus servicios de forma segura en la alerta por COVID-19. (p. 4)

Con los lineamientos establecidos por el Ministerio de Salud en conjunto con otras organizaciones y empresas del sector gastronómico tiene el fin de ofrecer una pauta que ayude al sector a tener un buen funcionamiento, a pesar de las implicaciones que contrajo la enfermedad de la COVID-19 y así evitar contagios. Por eso es necesario la aplicación correcta de los lineamientos.

Reducción de aforo

Al iniciar la pandemia en 2020 las medidas implementadas eran un poco drásticas por el temor y prevención de contagios, lo que impactó en fuerte medida el sector gastronómico. Muchos de estos negocios permanecieron cerrados por días. Sin embargo, en el 2021 se dio una reapertura de forma gradual para ayudar y reactivar la economía de los centros de alimentación.

Gracias a esta reapertura gradual el aforo permitido para febrero del 2021 en los restaurantes y negocios relacionados era de un 50% respetando el distanciamiento recomendado por el Ministerio de Salud. Luego en octubre 2021 el aforo permitido se aumentó a un 75% lo que benefició de gran manera a los comercios gastronómicos, ya que la reactivación económica se presenció de una mejor forma. No obstante, para final de año en diciembre del 2021 el gobierno, en conjunto con otros ministerios, pretendió implementar obligatoriamente la verificación de vacunación por medio del uso de código QR para el ingreso a dichos negocios.

Esto, con el fin de brindar una mayor seguridad y del mismo modo incentivar a la población a vacunarse, ya que sin este código no podrían ingresar a establecimientos de comidas. Pero esto no fue posible porque personas y organizaciones comenzaron a quejarse sobre el tema y la medida planteada, por lo que se vio en la necesidad de interrumpir la medida. Sin embargo, el uso de código QR fue implementado de forma voluntaria por los administradores de las instalaciones, ya que este les permitió incrementar el aforo hasta un 100%.

Es decir, volver a la normalidad de aforo. Siempre y cuando, mantuvieran las medidas sanitarias correspondiente como lo son el lavado de manos, uso de mascarillas, dispensadores de alcohol y demás medidas dentro de las instalaciones. Las que ayudaban a evitar propagaciones de la COVID-19.

Adicionalmente a lo anterior, en el archivo elaborado en el 2021 por el Ministerio de Salud, Cámara costarricense de restaurantes y afines (CACORE) el cual trata sobre “LS-CS-008. Lineamientos generales para servicios de alimentación al público debido a la alerta sanitaria por Coronavirus (COVID-19)”, se indica que:

Aquellos establecimientos que voluntariamente soliciten verificación de vacunación a través del código QR podrán ampliar su aforo (dependiendo del tipo de actividad) hasta el 100%, sin distanciamiento. Los administradores podrán implementar otras indicaciones más estrictas, siempre y cuando se cumpla con lo indicado por el Ministerio de Salud (p. 6).

Restricción vehicular

La página web de la presidencia, actualizada en enero del 2022 posee una sección de alertas COVID-19 y en esta existe una sección de preguntas frecuentes donde se responde el por qué hubo restricción vehicular y según lo indicado se menciona que:

“La movilización de las personas a distintos sitios aumenta las posibilidades de transmisión del COVID-19, y por ese motivo hay una restricción vehicular para mitigar el contagio.” (párr. 3)

La restricción vehicular fue una de las principales causas del fuerte impacto económico que sufrió el sector gastronómico, porque una parte significativa de los consumidores se movilizan por medio de vehículos propios. En ocasiones estos se encontraban con restricción para circular. Lo que no les permitía salir de los hogares a consumir en restaurantes, sodas, cafeterías, entre otros. Al igual que la reducción de aforo esta medida se implementó desde que inició la enfermedad de la COVID-19.

Al inicio de la pandemia en 2020 la limitación vehicular también fue dura para este sector, ya que por varias semanas el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT) ordenó una restricción de 5:00 a.m. hasta las 5:00 p.m. y con distribución de placas. También una importante cantidad de los establecimientos cerrados, lo que provocó un gran impacto en el sector gastronómico. Pero en el 2021 esto cambió, se dio una ampliación en el horario de la restricción vehicular y una flexibilización en la distribución de placas.

Para febrero del 2021 la restricción tuvo un horario de 10:00 p.m. a 5:00 a.m. y según las terminaciones de las placas de los vehículos por día no circulaban dos comenzando por las placas terminadas en 1 y 2. A excepción de los fines de semana que un día circulaban automóviles con placas pares (0,2,4,6 y 8) y otro día los terminados en placas impares (1,3,5,7 y 9) esto permitió un aumento en el consumo en los establecimientos alimenticios, de igual forma por la ampliación del horario de la restricción también se extendió el permiso de funcionamiento de establecimientos hasta las 10:00 p.m.

“El buen trabajo desarrollado a lo largo del país nos permite flexibilizar los horarios de la restricción vehicular sanitaria y de establecimientos durante el fin de semana, lo cual beneficiará las actividades comerciales de miles de costarricenses” (Solís, 2021, parr. 7)

En el transcurso del 2021 las medidas de restricción sanitaria se flexibilizaron según el comportamiento de los contagios producto de la pandemia del coronavirus. En diciembre del mismo año, al ser la temporada alta para los diferentes comercios y establecimientos, los comerciantes expresaron los múltiples desacuerdos con la restricción vehicular y

solicitaron la eliminación de esta medida, sin embargo, el gobierno no aceptó la eliminación.

Pero sí aprobó una ampliación en el horario el cual pasó a ser de 5:00 a.m. a 12:00 m.n. con excepción de las fechas festivas de fin de año ya que los días 25 y 31 no aplicaron dicha prohibición. Asimismo, los establecimientos tenían permitido funcionar en igual horario que la restricción vehicular y con un servicio a domicilio las 24 horas.

Lineamientos de seguridad en trabajadores.

Estos lineamientos son llevados a cabo con el fin de brindar seguridad, tanto a los empleados como a los consumidores, que asistan al restaurante, porque en estos lugares de comidas hay aún más posibilidad de contagio. No obstante, con el uso y la implementación correcta de los lineamientos brindados por el Ministerio de Salud, los clientes se sienten más seguros y en confianza para asistir a los establecimientos de comidas.

En el documento “LS-CS-008. Lineamientos generales para servicios de alimentación al público debido la alerta sanitaria por Coronavirus (COVID-19)” del Ministerio de Salud con actualización en diciembre 2021 en el apartado de lineamientos para empleados sobresalen los siguiente:

- Al ingresar y abandonar el lugar de trabajo, se debe cumplir con el protocolo de saludo y lavado o desinfección de manos con alcohol gel con una composición entre de 60° y 70°.
- Los empleados que atienden al público deben utilizar mascarillas y velar por el uso correcto entre cada colaborador.
- Las personas encargadas de la limpieza deberán protegerse con guantes mientras realizan las labores de limpieza e higiene del servicio de alimentación. Tras efectuar la limpieza se deberán de desechar correctamente los residuos y realizar el lavado de manos.
- Ninguna persona, especialmente si es manipulador de alimentos, con síntomas respiratorios leves puede ingresar a un servicio de alimentación al público, si

presenta tos, fiebre y síntomas respiratorios. A la persona que presente los síntomas anteriores. (p. 7)

Con estos lineamientos se pretendió generar una reactivación económica segura para el sector gastronómico y así brindar la protección necesaria para evitar contagios dentro de los locales.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

Como se ha observado a lo largo del estudio, éste se lleva a cabo en el cantón de Acosta que actualmente es el cantón número 12 de la provincia de San José, cuya cabecera es la ciudad de San Ignacio de Acosta un distrito pequeño, pero es el que posee más comercios del cantón.

En el sector alimenticio hay un aproximado de 22 de estos comercios, tomando en cuenta bares, restaurantes, sodas, cafeterías y demás. A lo largo de la historia estos negocios han sido administrados por familias donde sus empleados pertenecían a la misma, no obstante, actualmente esto ha cambiado, ya que existe presencia de trabajadores sin parentesco con los administradores. También en los últimos años han llegado al distrito cadenas alimenticias o negocios que no son propios de la zona de Acosta.

Enfoque

“La definición fundamental de investigación: conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema con el resultado (o el objetivo) de ampliar su conocimiento. Esta concepción se aplica por igual a los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto.” (Hernández *et. al*, 2018, p. 4)

Para realizar una investigación existen tres rumbos primordiales que son los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto; todos con diferentes características. Según lo argumentado por Hernández *et. al* (2018) se determina lo siguiente:

Por sí misma, ninguna ruta es mejor que otra, sino solo más apropiada para llegar al lugar que quieres (el que pretendes indagar, el problema de investigación) y todas requieren de diferentes herramientas (que son los métodos de investigación) y un mapa (el diseño de investigación). (p.4)

El estudio presenta un enfoque cuantitativo ya que se considera que este es el más apropiado para llevar a cabo la investigación, esto con el fin de obtener datos que sean cuantificables y así estimar la magnitud del fenómeno presente.

Niglas (2010) mencionado por Hernández y Mendoza (2018) comentan que los métodos cuantitativos están conformados por: “(...) conteos numéricos y métodos matemáticos.” (p. 5)

A lo citado Hernández *et. al* (2018) agregan: “(...) representa un conjunto de procesos organizado de forma secuencial para comprobar ciertas suposiciones. Cada fase precede a la siguiente, y no podemos eludir pasos, el orden, es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna etapa.” (p. 6)

De igual forma los autores Hernández *et. al* (2018) enfatizan en la necesidad de contar con: “(...) con un lugar preciso al cual arribar (planteamiento especificado y delimitado) y un mapa preciso o GPS (diseño acotado). Nuestro equipaje incluye análisis estadístico pues lidiaremos con números.” (p. 7)

Según lo citado por Hernández *et. al*, el tipo de investigación cuantitativa permite una recolección de datos para así evaluar aspectos que se consideran importante en el estudio y también da a conocer una realidad del campo en estudio. Del mismo modo con la presente investigación sobre el impacto económico que sufrieron los comerciantes del sector gastronómico ubicados en San Ignacio de Acosta como secuela de la pandemia por COVID-19, al implementar el método cuantitativo y con una correcta recolección de los datos que permite analizar de una forma más amplia las causas presenciadas en el sector gastronómico por consecuencia de la pandemia del coronavirus.

Diseño de investigación

La investigación se centra en lo no experimental, tiene como propósito responder a las interrogantes del estudio. Para llevar este a cabo se debe planear la estrategia para obtener la información pertinente con el fin de responder al planteamiento del problema.

Según Hernández *et. al* (2018) en un estudio no experimental solo se observan fenómenos que ya han ocurrido y no es posible la manipulación de las variables, por lo cual se resalta que:

En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la indagación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p. 174)

Hernández *et. al* (2018) definen una investigación no experimental como: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.” (p. 175)

El estudio presenta una indagación no experimental, ya que, como lo mencionan Hernández y Mendoza, el fenómeno a tratar ya ocurrió por lo que lo indicado es analizar los efectos ocurridos en su ambiente natural, como lo es el impacto económico que sufrieron los comerciantes del sector gastronómico ubicados en San Ignacio de Acosta, como secuela de la pandemia por COVID-19, durante el 2021. Una indagación no experimental permite conocer las causas económicas que sufrió dicho sector con exactitud y las medidas implementadas para con el fin de mantenerse en el mercado.

Por otra parte, la investigación no experimental se subdivide en dos criterios transeccional o transversal y longitudinal. Es importante mencionar, que el estudio es clasificado como

transeccional o transversal, ya que la recolección de los datos se llevará a cabo en un solo momento y posee características propias de dicho diseño.

Hernández, Mendoza (2018) define el diseño transversal como: “Recolección de los datos es un solo momento.” (p. 176)

Asimismo, Hernández, Mendoza (2018) afirman que los diseños transeccionales o transversales presentan una serie de propósitos en los cuales se destacan los siguientes:

- Describir variables en un grupo de casos (muestra o población), o bien, determinar cuál es el nivel o modalidad de las variables en un momento dado.
- Evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo.
- Analizar la incidencia de determinadas variables, así como su interrelación en un momento, lapso o periodo. (p. 176)

“Estos diseños pueden tener un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo; y abarcar uno o más grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores; así como diferentes comunidades, situaciones o eventos.” (Hernández *et. al*, 2018, p. 177)

El diseño de la investigación tendrá un alcance transversal descriptivo, con el fin de estimar el impacto económico en el sector gastronómico ubicado en San Ignacio de Acosta, asimismo este alcance consiste en la recolección de datos sin manipular datos o entorno.

Como lo expresa Hernández *et. al* (2018) los diseños transversales descriptivos “Indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población; son estudios puramente descriptivos.” (p. 178)

Por consiguiente, Hernández *et. al* (2018) también menciona sobre dicho alcance que: “(...) pretende realizar descripciones comparativas entre grupos o subgrupos de personas u otros seres vivos, casos, objetos, comunidades o indicadores...” (p. 178)

Población

(Chaudhuri, 2018 y Lepkowski, 2008) mencionada por Hernández et.al (2018) argumenta que: “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.” (p. 198)

Hernández et. al (2018) también señala que: “(...) el interés se centra sobre “qué” o “quiénes” se recolectarán los datos (personas u otros seres vivos, objetos, sucesos, colectividades de estudio), lo cual depende del planteamiento del problema, los alcances de la investigación, las hipótesis formuladas y el diseño de investigación.” (p. 197)

Tomando como referencia la definición sobre población mencionada por Hernández y Mendoza, se concluye que la presente investigación se encuentra enfocada a todo el sector de comercio gastronómico que está compuesto por restaurantes, bar restaurantes, sodas y cafeterías. Ya que es manejable en su totalidad. La que hace reseña a los 22 administradores o encargados que trabajan en los 22 comercios del sector alimenticio ubicado en el distrito de San Ignacio de Acosta y que se encuentra conformado por: 5 Bares y Restaurantes, 10 restaurantes, 5 sodas y 2 cafeterías

Entre las principales características de la población, se encuentra que: los establecimientos gastronómicos en su mayoría son administrados y trabajados por personas con algún tipo de consanguinidad, también son catalogados como microempresas ya que poseen entre uno y cinco trabajadores y han sido creados como un emprendimiento. Asimismo, los propietarios de locales alimenticios generalmente son residentes del distrito de San Ignacio de Acosta

Muestra

Para la muestra de la investigación Hernández, et. al (2018) en su libro indica que: “Toda investigación debe ser transparente, así como estar sujeta a crítica y réplica, y este ejercicio solamente es posible si el investigador delimita con claridad la población estudiada y hace explícito el proceso de selección de su muestra.” (p.171).

La muestra del presente estudio será la misma que la población, dado a que es de un tamaño accesible para aplicar el instrumento de estudio, cuestionario, a los administradores o encargados de todos los 22 locales de comercios gastronómicos ubicados en San Ignacio de Acosta, que como se mencionó anteriormente está dividido de la siguiente manera: 5 Bares y Restaurantes, 10 restaurantes, 5 sodas y 2 cafeterías. Por lo cual este tipo de muestra permite tener un conocimiento más exacto del objetivo principal del estudio, ya que abarca a la población en su totalidad.

El muestreo utilizado para la investigación se define como no probabilístico, ya que la elección de la muestra no depende de la probabilidad y no es basado en formulas sino en los objetivos específicos y planteamiento del problema. Por ello según Hernández et. al (2018) definen el muestreo no probabilístico como:

“Muestra no probabilística o dirigida Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación”.
(p.176)

El presente estudio, no requiere de la utilización de fórmulas ya que la muestra es elegida por el investigador y es basada en características de provecho, así como los objetivos y planteamiento del problema. A pesar de ello se toman en cuenta criterios de inclusión y exclusión para llevar a cabo el instrumento de estudio.

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión

- Todos los establecimientos gastronómicos ubicados en San Ignacio de Acosta.
- Administradores y encargados que trabajen para los Bar restaurantes, restaurantes, cafeterías, sodas.

Criterios de exclusión

- Establecimientos gastronómicos que tengan menos de 2 años de estar en funcionamiento.
- Otros establecimientos no pertenecientes al área gastronómica.

Fuentes de Información

Fuentes Primaria

Bernal (2010) citado por Flores et. al (2021) define las fuentes primarias como “son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información.” (p. 76)

En el presente estudio se basa en fuentes primarias como: 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. Además de la información recolectada por medio de las encuestas

Fuentes Secundaria

Bernal (2010) mencionado por Flores et. al (2021) argumenta que las fuentes secundarias “son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a estudiar, pero que no son la fuente original de los hechos.” (p. 77)

Para este caso de las fuentes secundarias se utilizaron enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones.

Cuadro de Variables

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	DEF. CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	INSTRUMENTALIZACIÓN
Describir el impacto económico que ha generado la COVID-19 sobre el sector gastronómico, ubicados en San Ignacio de Acosta.	Impacto Económico	Contracción Económica	Según Pérez, Gardey (2021) “Alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.” (par.2)	Consecuencias sufridas en el comercio alimenticio.	Cuestionario de la pregunta 2.1 hasta la 2.9.
Explicar 5 acciones de reactivación económica emprendidas por los comerciantes del sector gastronómico con el fin de seguir manteniéndose en el mercado.	Reactivación económica	Estrategias de mercadeo en el sector gastronómico	Moreno, et. al (2021) indica que: “Se denomina reactivación económica al proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población.” (pág. 24)	Mejorar la economía de los comercios gastronómicos.	Cuestionario de la pregunta 3.1 hasta la 3.6.

<p>Establecer los mecanismos implementados por la municipalidad y el mismo comercio con el propósito de generar estabilidad económica de aquellas familias que trabajan en el sector gastronómico.</p>	<p>Estabilidad económica.</p>	<p>Acciones implementadas referentes al impacto económico.</p>	<p>Zunzunegui (2019) menciona que: “En la ciencia económica se considera que una empresa es estable cuando armoniza sus objetivos de solvencia, liquidez y rentabilidad.” (pag.14)</p>	<p>Mejorar el comercio gastronómico y generar empleo.</p>	<p>Cuestionario de la pregunta 4.1 hasta la 4.7.</p>
--	-------------------------------	--	--	---	--

Descripción y Validación del Instrumento

La indagación se realiza por medio de un cuestionario que se aplicará solamente a administradores o encargados de los comercios gastronómicos, este instrumento tiene una cantidad de 28 preguntas relacionadas a los objetivos específicos, así como al planteamiento del problema. La recolección de datos ofrecerá la información necesaria para realizar las conclusiones y recomendaciones de la presente tesina.

Bourke, Kirby y Doran (2016) citado por Hernández *et. al* (2018) menciona 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.” (p. 250)

Para cuestionario de la presente investigación se considerarán solo de preguntas cerradas, con el fin de obtener respuestas exactas y delimitadas. Las cuales son definidas por Hernández *et. al* (2018) se la siguiente forma:

“Las preguntas cerradas contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas. Es decir, se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes deben acotarse a estas. Pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta.” (p. 251)

Para la validación del instrumento, en este caso del cuestionario, fue enviado 2 profesores de la Universidad Internacional de las Américas (UIA) los que lo aprobaron de manera satisfactoria para la respectiva ejecución en los administradores o encargados del sector gastronómico en San Ignacio de Acosta. También, cabe resaltar que estos profesores poseen un grado académico igual o superior a la licenciatura, el instrumento fue aprobado por la profesora y tutora Licda. Silvia Elena Rojas Marchena y el profesor y director de carrera de comercio internacional MBA. Fernando Ramírez Cartagena.

Tratamiento de la Información

Se utilizó el software de procesamiento de textos Microsoft Word, para la ejecución del documento escrito. Así como los formularios de Google con los cuales fue creado y realizado el cuestionario de la investigación. A pesar de ser un cuestionario que se puede aplicar de forma virtual se tomó la decisión de realizarlo de forma presencial visitando cada uno de los establecimientos para comprobar que cada encargado o administrador lo respondiera. De igual forma se realizó en línea, también se les dio la opción de realizarlo por medio del celular de la investigadora.

CAPITULO IV. ANÁLISIS DE DATOS

En el presente capítulo se realiza el análisis del cuestionario aplicado a los administradores o encargados de los comercios gastronómicos ubicados en San Ignacio de Acosta. Ya que la forma de percepción sobre el impacto económico, como secuela de la COVID-19, por parte de estos comerciantes, es esencial para la investigación. Este instrumento permite conocer la opinión y el efecto que sufrió dicho sector durante el 2021.

El cuestionario consta de veintiocho preguntas cerradas, y está conformado por cinco partes o variables. La primera consiste en aspectos generales sobre el entrevistado y comercio alimenticio; en la segunda parte las preguntas hacen referencia al impacto económico que sufrieron los negocios gastronómicos por la COVID-19; la tercera parte tiene preguntas sobre las acciones de reactivación económica emprendidas por los comercios; para la cuarta parte las preguntas tratan temas acerca de los mecanismos implementados por parte del Municipalidad y el comercio alimenticio, para generar estabilidad económica en los trabajadores. Y la última parte, número cinco, es sobre lineamientos y restricciones impuestas por el Ministerio de Salud.

Los datos se analizarán por medio de gráficos y tablas con el fin de que los resultados obtenidos del cuestionario, se muestran de forma detallada y que sean de fácil comprensión para los lectores. Asimismo, permite efectuar las conclusiones y recomendaciones que respondan a los objetivos planteados para la investigación.

Aspecto 1: Datos Generales

Para la investigación es esencial conocer aspectos generales de los negocios, así como de los entrevistados, ya que estos forman parte importante de los comercios gastronómico y son las personas que poseen más conocimiento sobre la situación planteada.

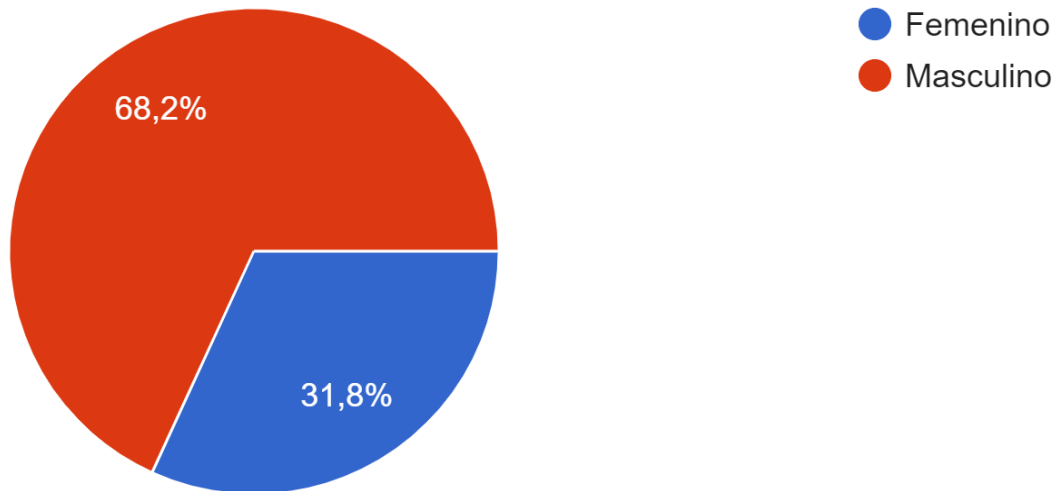
Pregunta 1.1. Sexo de la persona encargada de la administración del negocio.

Tabla 2: Pregunta 1.1

	Femenino	Masculino	Total
Respuestas	7	15	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 1: Pregunta 1.1



Elaborado por: Díaz, 2022.

La tabla y el gráfico anterior hacen referencia a la pregunta planteada sobre el sexo de la persona encargada de administrar el negocio gastronómico. Se obtuvo como resultado, que 15 de estos establecimientos son administrados por un hombre, lo que representa un 68,2% de la población a la que se le realizó el cuestionario, mientras que 7 de dichos negocios están a cargo de una mujer, lo que representa en porcentaje un 31,8%.

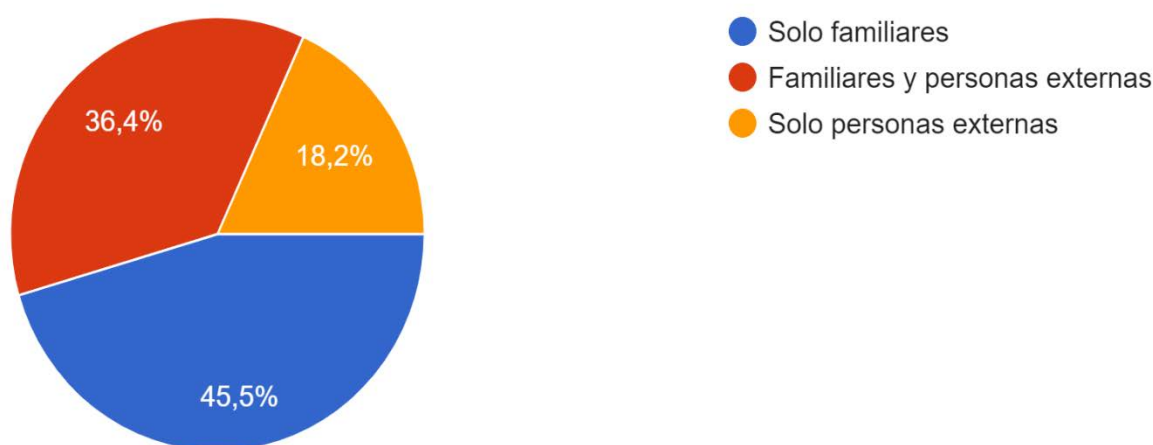
Pregunta 1.2: El negocio es administrado y trabajado por:

Tabla 3: Pregunta 1.2

	Solo familiares	Familiares y personas externas	Solo personas externas	Total
Respuestas	10	8	4	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 2: Pregunta 1.2



Elaborado por: Díaz, 2022.

La pregunta 1.2 hace referencia a quien administra y trabaja en el negocio, se observa en la figura y tabla, que poco menos de la mitad de los entrevistados respondió que al negocio lo trabajan y administran sólo personas con algún tipo de grado de parentesco sanguíneo, es decir, sólo por familiares, lo que representa un 45,5%, para un total de 10 respuestas. En el caso de la administración por familiares y personas externas representa un total de 8 respuestas, para un porcentaje de 36,4% y mientras que la administración por solo personas externas, que no son familia, determina que solamente 4 negocios gastronómicos son administrados de esta manera, lo cual significa un 18,2%.

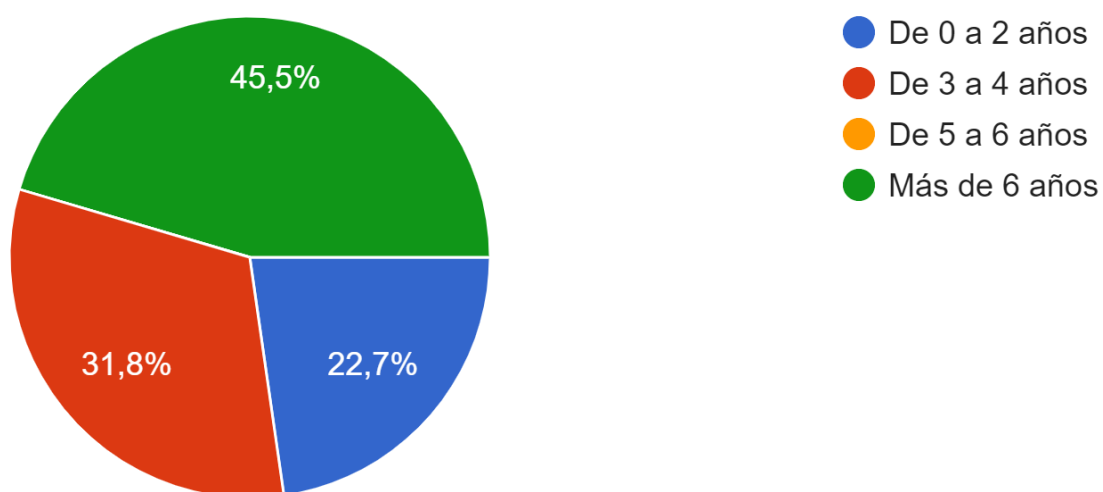
Pregunta 1.3: ¿Cuántos años posee de existencia el negocio?

Tabla 4: Pregunta 1.3

	De 0 a 2 años	De 3 a 4 años	De 5 a 6 años	Más de 6 años	Total
Respuestas	5	7	0	10	22

Elaborado por. Díaz, 2022.

Figura 3: Pregunta 1.3



Elaborado por: Díaz, 2022.

La tabla 4 y figura 3 muestran los resultados sobre el tiempo que tiene de existir cada negocio gastronómico, y se obtuvieron los siguientes resultados: un 45,5%, representa a 10 negocios alimenticios que tiene más de 6 años de permanecer en el mercado, un 31,8% de los entrevistados lo que representa a 7 encargados respondieron que su negocio posee una existencia de 3 a 4 años. Mientras que la parte restante, 22,7%, mencionó que el comercio gastronómico tiene de 0 a 2 años de existir, y 0% respondió que el negocio tiene de 5 a 6 años de estar en funcionamiento.

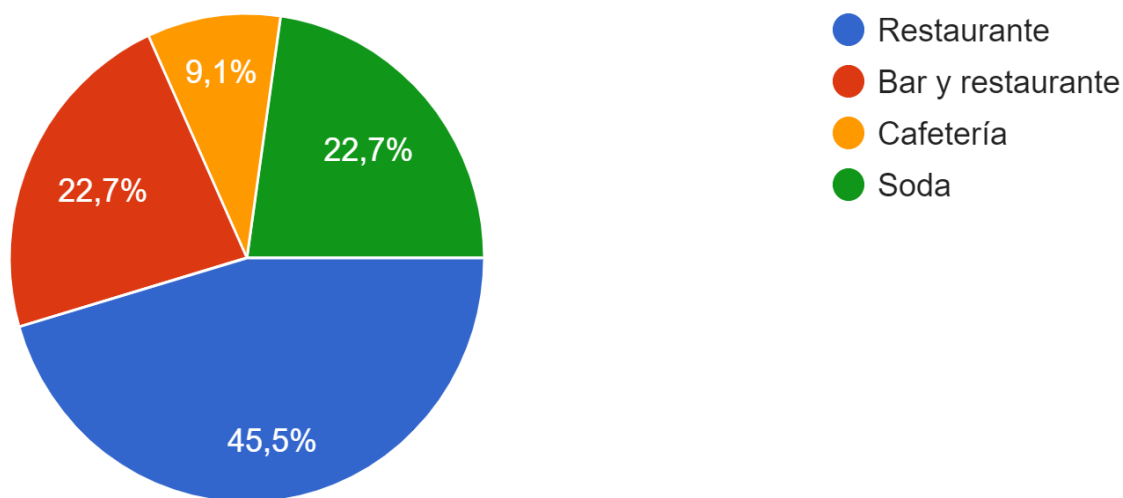
Pregunta 1.4: ¿Qué tipo de establecimiento es?

Tabla 5: Pregunta 1.4

	Restaurante	Bar y restaurante	Cafetería	Soda	Total
Respuestas	10	5	2	5	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 4: Pregunta 1.4



Elaborado por: Díaz, 2022.

La pregunta anterior hace énfasis en los tipos de establecimientos pertenecientes al sector gastronómico. Por lo que en la figura y tabla anterior se muestran los resultados obtenidos, donde poco menos de la mitad, un 45,5%, de los que respondieron el cuestionario mencionaron que el negocio es de tipo restaurante, lo que representa a 10 personas o establecimientos. Por otra parte, 5 de los entrevistados mencionó que su establecimiento es catalogado como bar y restaurante, lo que significa un 22,7%, igualmente respondieron los pertenecientes a negocios de sodas, ya que existen 7, y éstos representan a un porcentaje del 22,7%. Por último se encuentran las cafeterías ya que sólo hay 2 y representan un 9,1% de los entrevistados.

Aspecto 2: Impacto Económico

Es fundamental conocer la percepción del impacto económico que sufrieron los comerciantes del sector gastronómico ubicados en San Ignacio de Acosta, por lo que se procedió a realizar una serie de 9 preguntas referentes al tema, con el fin de conocer la opinión que tienen sobre el mismo.

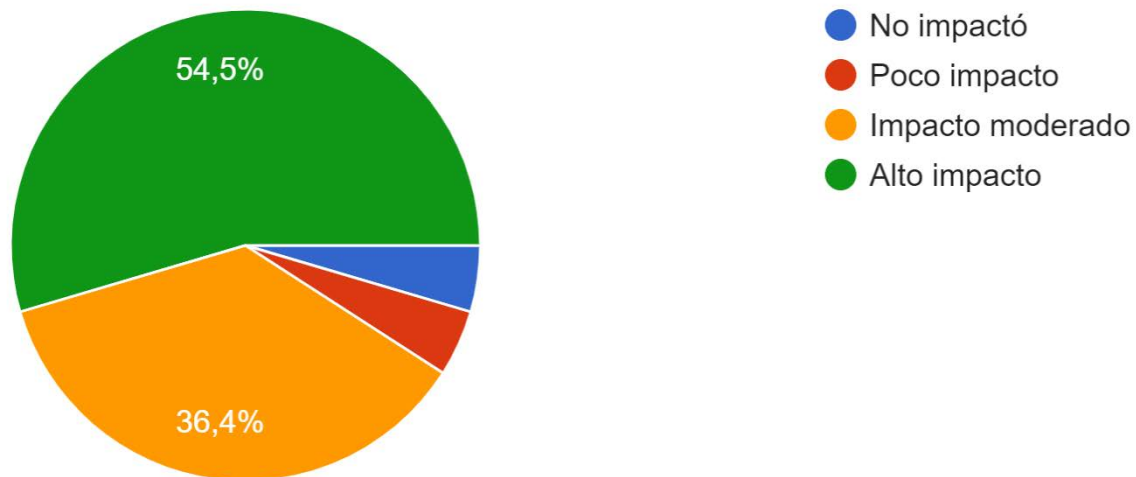
Pregunta 2.1: ¿Por causa de la pandemia de la COVID-19 su negocio se vio afectado en el nivel de ingresos?

Tabla 6: Pregunta 2.1

	No impactó	Poco impacto	Impacto moderado	Alto impacto	Total
Respuestas	1	1	8	12	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 5: Pregunta 2.1



Elaborado por: Díaz, 2022.

Para la primera pregunta sobre el impacto económico, la que trata de la afectación del nivel de ingresos del negocio por causa de la COVID-19, se obtuvieron los siguientes resultados: En un 54,5% , lo que representa a 12 establecimientos, sus administradores respondieron

que presenciaron un alto impacto, un 36,4% ,que hace referencia a 8 administradores, la respuesta fue que tuvieron un impacto moderado. Mientras que un solo un encargado de un comercio gastronómico mencionó que la afectación fue de poco impacto, lo que representa un 4,5%; al igual que solo una persona respondió que su negocio no se vio afectada en los ingresos y representa también un 4,5%.

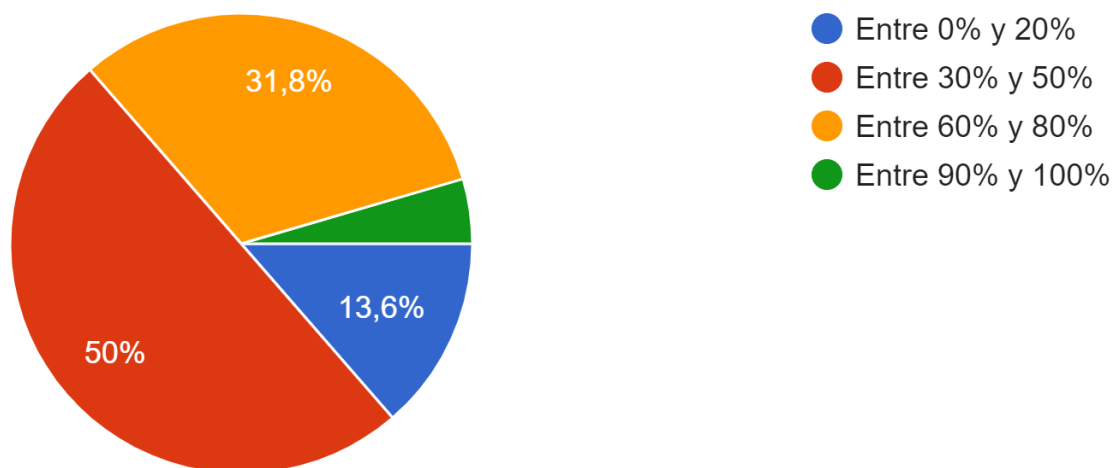
Pregunta 2.2: Para 2021, como producto de la crisis por COVID-19, ¿Qué porcentaje de reducción presenciaron los ingresos del negocio?

Tabla 7: Pregunta 2.2

	Entre 0% y 20%	Entre 30% y 50%	Entre 60% y 80%	Entre 90% y 100%	Total
Respuesta	3	11	7	1	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 6. Pregunta 2.2



Elaborado por: Díaz, 2022.

En la tabla y figura anterior se muestra el porcentaje de reducción de los ingresos que percibieron los comerciantes de los negocios gastronómicos durante el 2021. Para lo que 11 de los anteriormente mencionados, respondieron que tuvieron una reducción entre 30% y 50%, lo que simboliza un 50%, 7 de los comerciantes encuestados respondió que en el

comercio disminuyeron los ingresos entre un 60% y 80% lo que representa un 31,8%, otros 3 comerciantes indicaron que la disminución de los ingresos fue de entre un 0% y 20% y esto simboliza un 13,6%; y por último solamente uno mencionó que la baja fue entre un 90% y 100% por lo que representa un 4,5%.

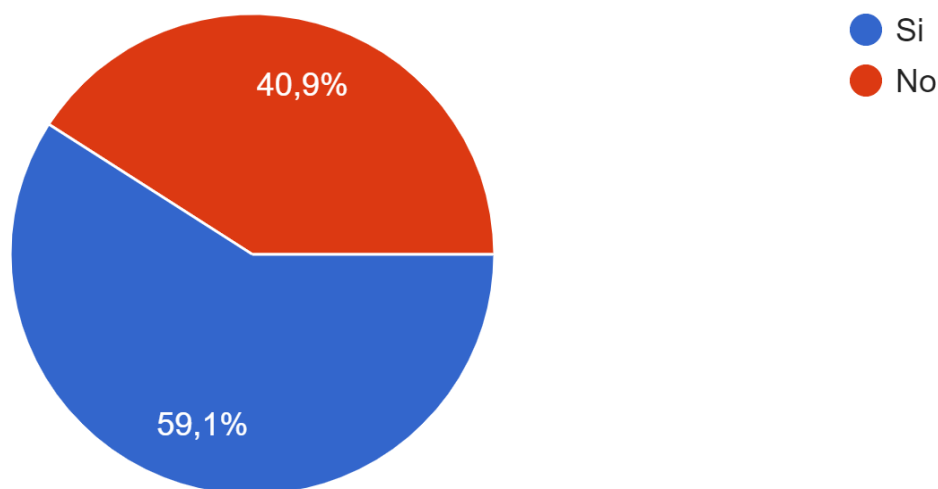
Pregunta 2.3: ¿Debido a la pandemia tuvo problemas de pagos con proveedores, entidades financieras y municipalidad?

Tabla 8: Pregunta 2.3

	Si	No	Total
Respuesta	13	9	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 7: Pregunta 2.3



Elaborado por: Díaz, 2022.

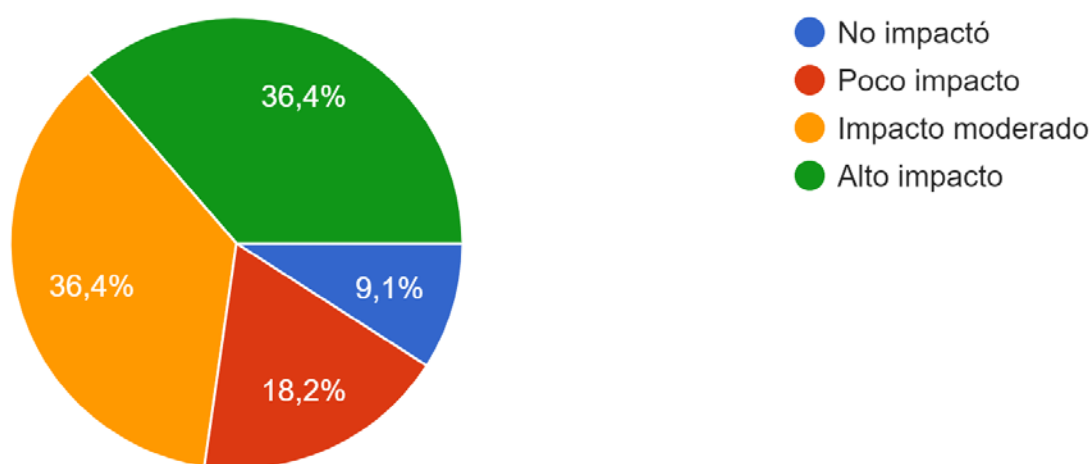
Para la pregunta 2.3, referente a los problemas de pago con proveedores, entidades financieras y municipalidad. Más de la mitad, 59,1% de los encuestados, respondió que sí tuvo problemas de pago, lo que representa a 13 personas. Mientras que el porcentaje restante, 40,9%, indicó que no presentaron problemas de pago con los antes mencionados. Este porcentaje simboliza a 9 personas.

Pregunta 2.4: ¿En el 2021 tuvo problemas de faltante de efectivo para mantener las operaciones y personal?

Tabla 9: Pregunta 2.4

	No impactó	Poco impacto	Impacto moderado	Alto impacto	Total
Respuestas	2	4	8	8	22

Figura 8: Pregunta 2.4



Elaborado por: Díaz, 2022.

La tabla y figura anterior representa los resultados obtenidos por la pregunta planteada, sobre los problemas de faltante de efectivo, para mantener las operaciones y personal durante el 2021. Los resultados que se consiguieron obtener son los siguientes: Un 36,4% respondió que el problema de faltante de efectivo fue con un impacto moderado, y este porcentaje representa a 8 personas, otros 8 encargados de los establecimientos mencionaron que el impacto fue considerado como alto, y esto representa a un 36,4%; un 18,2% respondió que el impacto fue considerado como poco, y representa a 4 administradores y, por último, 2 personas respondieron que no hubo impacto en el faltante de efectivo, lo que hace referencia a un 9,1%.

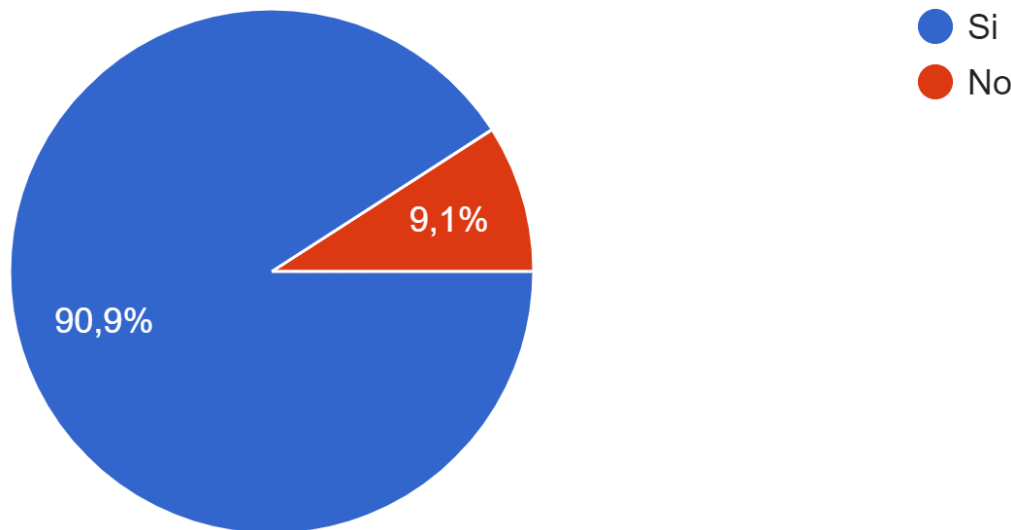
Pregunta 2.5: ¿Considera que su negocio tuvo problemas financieros causados por las restricciones sanitarias impuestas por el Ministerio de Salud?

Tabla 10: Pregunta 2.5

	Si	No	Total
Respuestas	20	2	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 9: Pregunta 2.5



Elaborado por: Díaz, 2022.

La tabla y figura anterior hacen referencia a la pregunta 2.5 , que trata sobre los problemas financieros en el negocio causados por las restricciones sanitarias impuestas por el Ministerio de Salud.

Hubo un total de 20 respuestas que sí muestran que hubo afectación financiera por este motivo, y estas representan a un 90,9% de las personas encuestadas. Por otra parte, solamente 2 respondieron que no tuvieron este tipo de problemas en el negocio y en porcentaje simboliza un 9,1%.

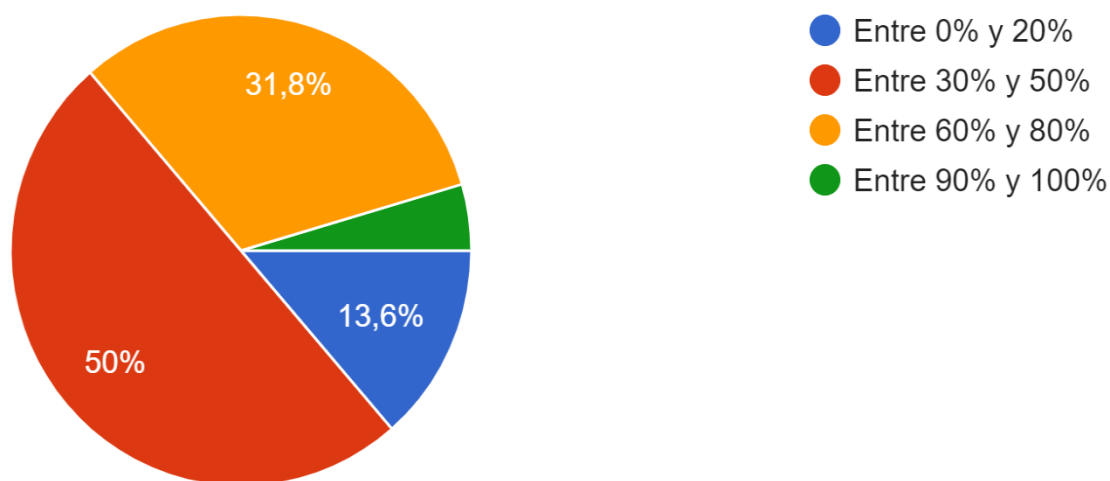
Pregunta 2.6: Si en la pregunta anterior marcó que sí. ¿Cuál fue el porcentaje de pérdidas económicas que le generó dicha situación?

Tabla 11: Pregunta 2.6

	Entre 0% y 20%	Entre 30% y 50%	Entre 60% y 80%	Entre 90% y 100%	Total
Respuestas	3	11	7	1	22

Elaborado por: Díaz 2022.

Figura 10: Pregunta 2.6



Elaborado por: Díaz, 2022.

La pregunta 2.6 se encuentra relacionada a la pregunta 2.5, ya que esta última, hace referencia a que si el negocio presentó algún tipo de problemas financieros por causa de las restricciones sanitarias impuestas por el Ministerio de Salud.

La pregunta 2.6 inquiriere sobre cuál fue el porcentaje de pérdidas que generó esta situación en el negocio. La mitad de los entrevistados, 11 administradores de estos locales, respondieron que tuvieron una afectación entre el 30% y 50%, lo que representa a un 50% de las respuestas obtenidas. Un 31,8% indicaron que el porcentaje de pérdidas por dicha

situación se situaba entre el 60% y 80% y hace referencia a 7 personas, un 13,6% de los encuestados respondieron que la afectación fue de entre un 0% y 20% lo que representa a 3 encargados. Y la parte restante, 4,5%, respondió que la afectación fue entre un 90% y 100%.

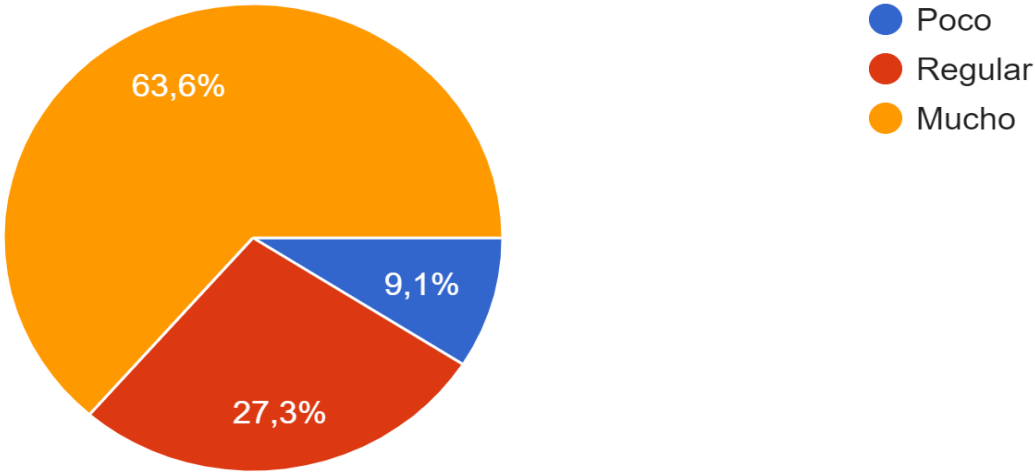
Pregunta 2.7: ¿De qué manera se vio afectada la estabilidad económica de su comercio gastronómico como consecuencia de la COVID-19?

Tabla 12: Pregunta 2.7

	Poco	Regular	Mucho	Total
Respuestas	2	6	14	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 11: Pregunta 2.7



Elaborado por: Díaz, 2022.

La figura anterior muestra los resultados de la interrogante acerca de la afectación que sufrió la estabilidad económica de los negocios gastronómicos por la COVID-19. Un 63,6%, que representa a 14 administradores de estos negocios, indicó que la afectación fue mucha; un 27,3%, que representa a 6 encargados de comercios, mencionó que el impacto

en la estabilidad económica fue regular y por último un 9,1% ,que representa a 2 personas, expresó que afectación fue poca.

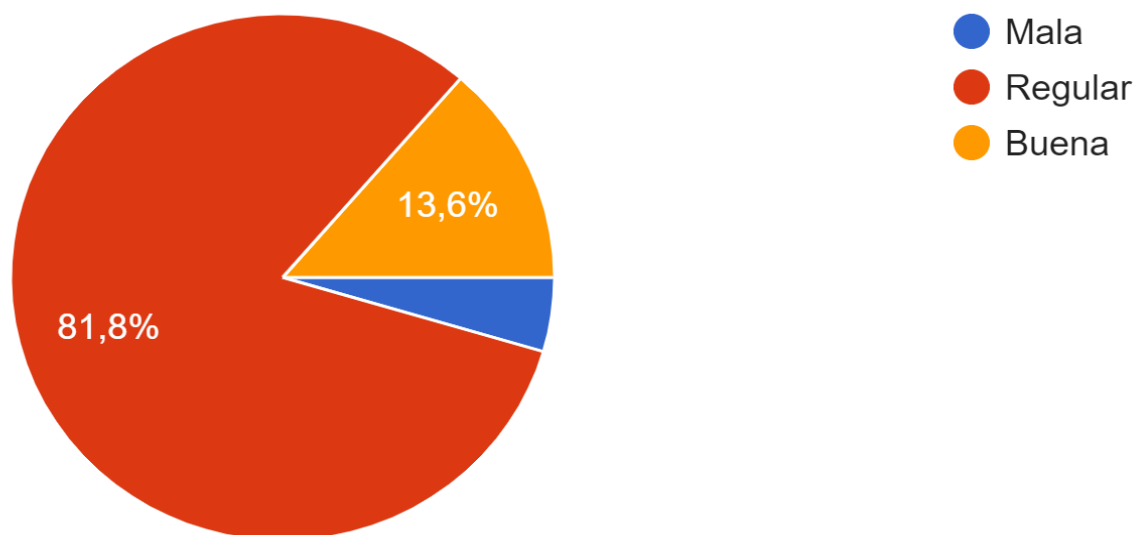
Pregunta 2.8: ¿Como considera que fue la reactivación económica de su negocio en el 2021?

Tabla 13: Pregunta 2.8

	Mala	Regular	Buena	Total
Respuestas	1	18	3	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 12: Pregunta 2.8



Elaborado por: Díaz, 2022.

El 81,1% de los interrogados considera que la reactivación económica del negocio gastronómico durante el 2021 fue regular, y este porcentaje simboliza a 18 de los encuestados. Un 13,6% respondió que percibieron una buena reactivación económica y representa a 3 administradores y un 4,5% mencionó que el estímulo económico fue malo y hace referencia a una sola persona

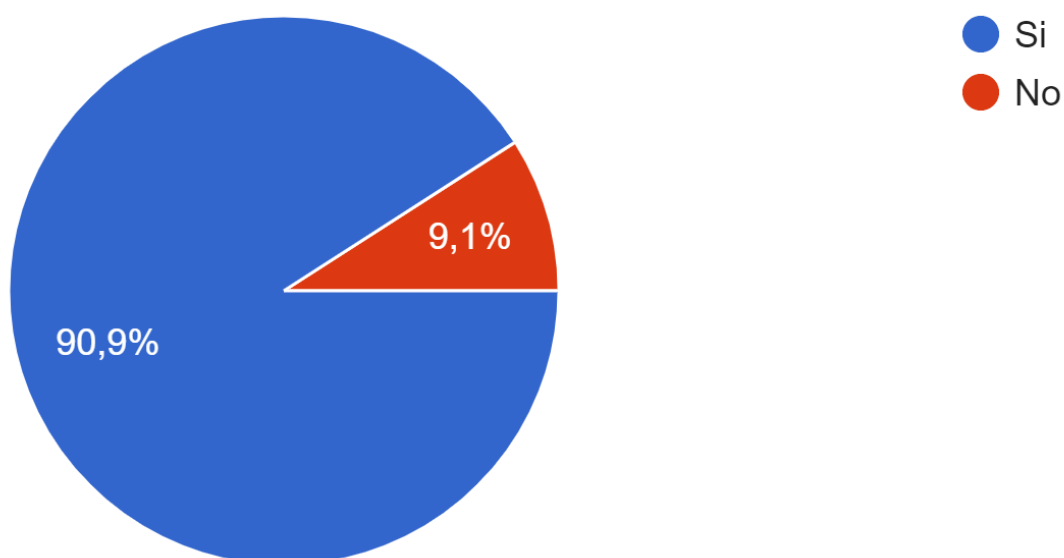
Pregunta 2.9: ¿El negocio sufrió de contracción económica?

Tabla 14: Pregunta 2.9

	Si	No	Total
Respuestas	20	2	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 13: Pregunta 2.9



Elaborado por: Díaz, 2022.

La interrogación 2.9 pregunta sobre si el negocio gastronómico percibió una contracción económica y las respuestas obtenidas, como se muestra en la tabla y gráfico; son las siguientes: 20 administradores de dichos comercios respondieron que sí, lo cual en porcentaje simboliza un 90,9%. Mientras que la fracción restante del 9,1%, respondió que en sus negocios no hubo contracción económica y este porcentaje representa a 2 personas interrogadas.

Aspecto 3: Acciones de reactivación económica emprendidas.

La investigación tiene como objetivo hacer referencia a las acciones de reactivación económica emprendidas por los comerciantes de los establecimientos alimenticios, con el propósito de mantenerse en el mercado.

Por ello, es importante que se realice una serie de interrogaciones a los administradores de los negocios sobre el nivel de implementación de diversas medidas, ya que es información de suma relevancia para la presente tesina. Cabe mencionar que, este aspecto 3 consta de 6 preguntas referentes al tema mencionado.

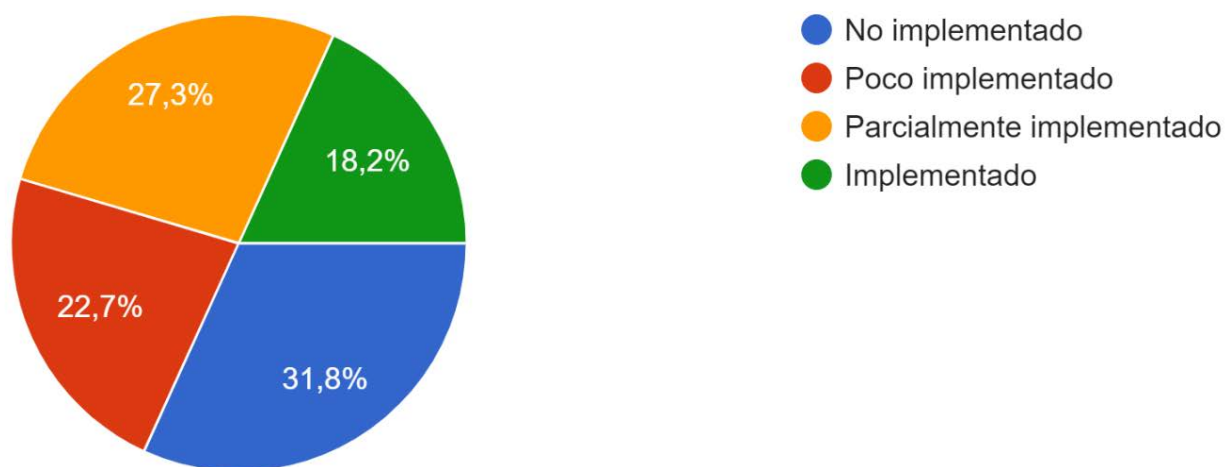
Pregunta 3.1: Descuentos y reducciones de precios.

Tabla 15: Pregunta 3.1

	No implementado	Poco implementado	Parcialmente implementado	Implementado	Total
Total	7	5	6	4	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 14: Pregunta 3.1



Elaborado por: Díaz, 2022.

El gráfico y tabla antes presentados hacen reseña al nivel de implementación de la reducción de precios y la realización de descuentos en los menús de los establecimientos. Donde se obtuvieron los resultados; Un 31,8% mencionó que no realizaron esta medida lo cual significa 7 personas interrogadas, un 27,3% de los administradores indicaron que lo implementaron parcialmente y este representa a 6 encuestados, un 22,7% que simboliza a 5 personas respondieron que la reducción de precios y descuentos fue poco implementado, y por último un 18,4% que representa a 4 administradores manifestó que si efectuaron dicha medida.

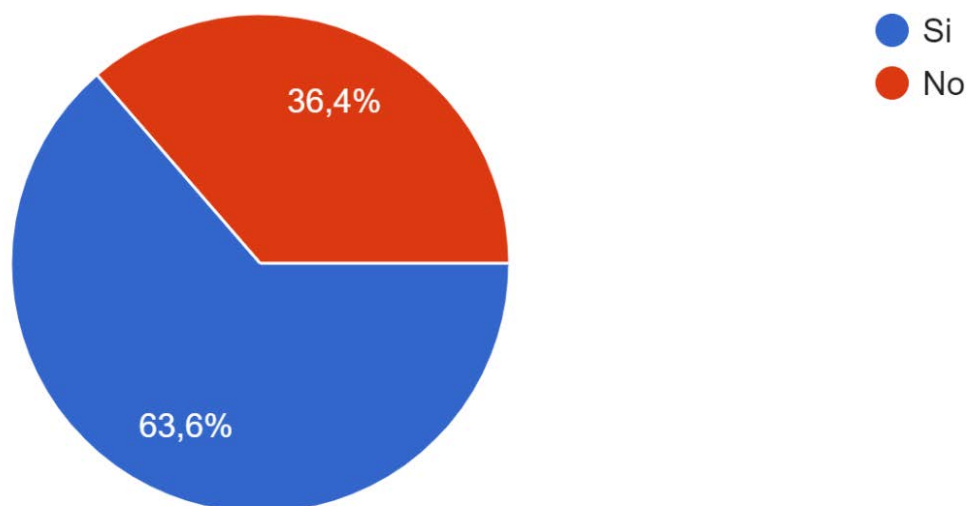
Pregunta 3.2: Implementó alguna medida de innovación durante el 2021.

Tabla 16: Pregunta 3.2

	Si	No	Total
Respuestas	14	8	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 15: Pregunta 3.2



Elaborado por: Díaz, 2022.

El 63,6% de la muestra tomada para la investigación, que representa a 14 encargados de comercios alimenticios, respondió que si tomaron alguna medida de innovación en el establecimiento. Por otra parte, el 36,4% restante de la muestra, indicó que no se realizó ningún tipo de medida de innovación, esta fracción de la muestra representa a 8 administradores interrogados.

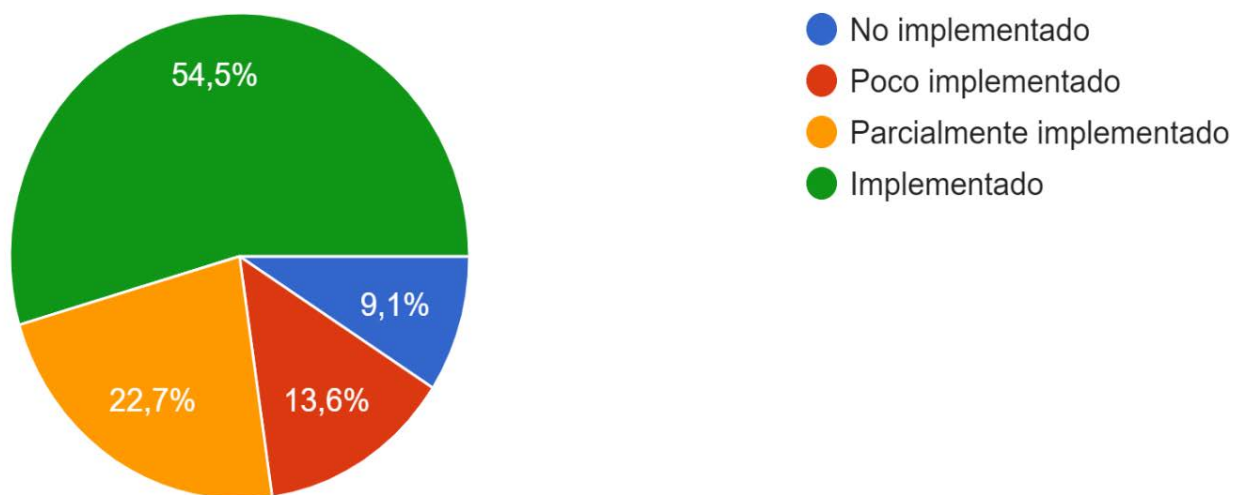
Pregunta 3.3: Promoción del negocio y menú en redes sociales.

Tabla 17: Pregunta 3.3

	No implementado	Poco implementado	Parcialmente implementado	Implementado	Total
Respuestas	2	3	5	12	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 16: Pregunta 3.3



Elaborado por: Díaz, 2022.

Para la pregunta sobre el nivel de implementación de la promoción del negocio y menú en redes sociales, se recolectaron las siguientes respuestas: como se observa en la figura 16, un 54,5% respondió que sí implementaron la medida, lo que representa a 12 administradores, el 22,7% de la muestra indicó que efectuaron la medida de forma parcial y simboliza a 5

respuestas. Un 13,6%, es decir, 3 personas, respondieron que fue poco implementado y el porcentaje restante 9,1% de la muestra manifestó que no lo implementaron y representa a 2 respuestas.

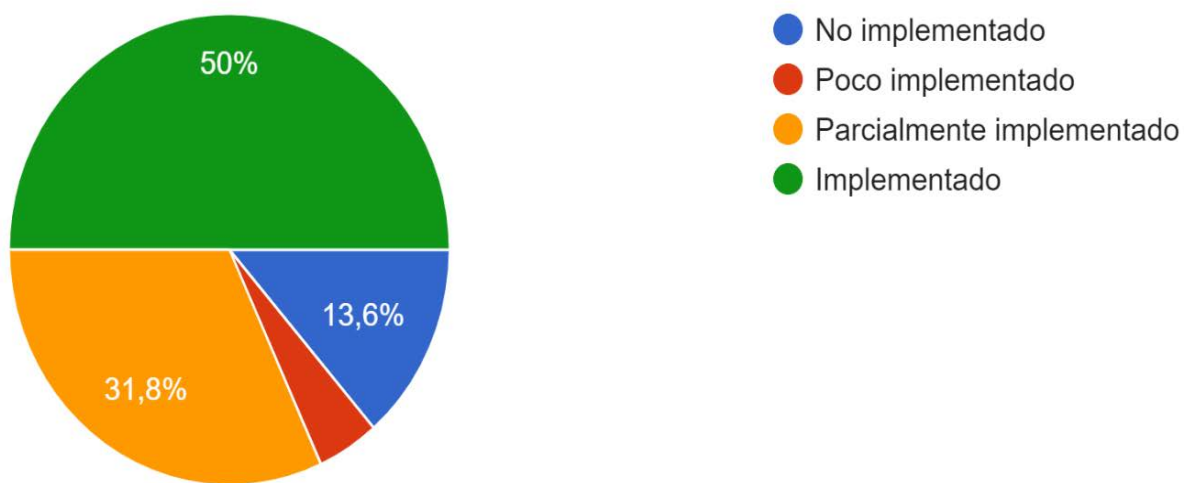
Pregunta 3.4: Implementación de ventas por medio de las redes sociales.

Tabla 18: Pregunta 3.4

	No implementado	Poco implementado	Parcialmente implementado	Implementado	Total
Respuestas	3	1	7	11	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 17: Pregunta 3.4



Elaborado por: Díaz, 2022.

En la tabla mostrada anteriormente se observan las respuestas recolectadas sobre la interrogante de implementación de las ventas por medio de redes sociales. La mitad de la muestra, un 50%, respondió que sí ejecutaron la medida de realizar ventas por aplicaciones. Esto representa a 11 encuestados, un 31,8% de las personas interrogadas respondió que el nivel de implementación fue parcial y simboliza a 7 respuestas. Por lo contrario, un 13,6%,

es decir, solo 3, respondieron que no ejecutaron la medida para la reactivación económica, asimismo, un 4,5% respondió que no la implementaron, esto significa 1 administrador.

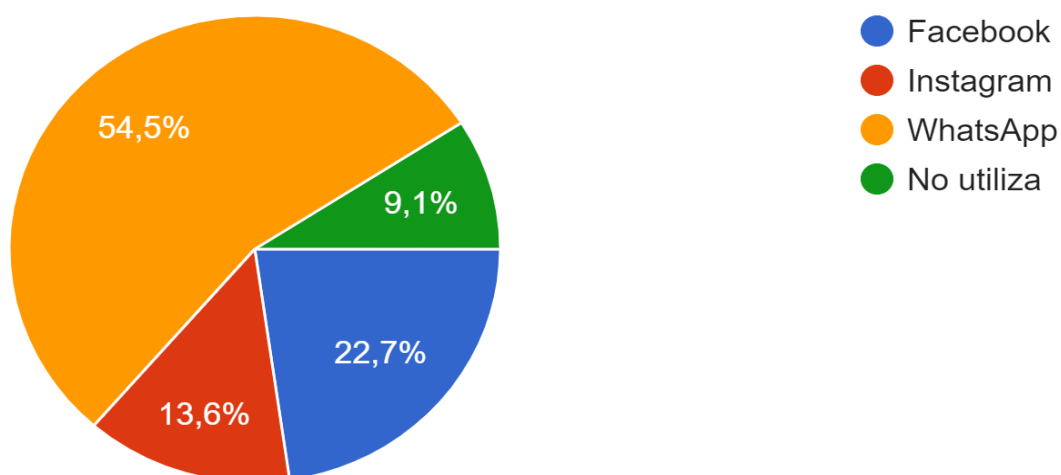
Pregunta 3.5: ¿Cuál red social es la más utilizada en su negocio?

Tabla 19: Pregunta 3.5

	Facebook	Instagram	WhatsApp	No utiliza	Total
Respuestas	5	3	12	2	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 18: Pregunta 3.5



Elaborado por: Díaz, 2022.

Las redes sociales, después de que inició la pandemia de la COVID-19, han sido una herramienta esencial para los negocios alimenticios. Ya que, a través de ellas, se logra que estos sean conocidos y reconocidos por más personas. Por ello es importante conocer cuales son las redes sociales más utilizadas por los establecimientos gastronómicos de San Ignacio. En primer lugar, como lo muestra la figura anterior, se encuentra la aplicación de WhatsApp, que es usada en 12 negocios y representan un 54,5% de la muestra, posteriormente se ubica la aplicación de Facebook que es utilizada en 5 establecimientos y representa un 22,7%. Luego se encuentran la aplicación de Instagram que es usada en 5

comercios y simboliza un 13,6%, mientras que en los 2 negocios restantes no utilizan ninguna de las aplicaciones y representan un 9,1% de la muestra.

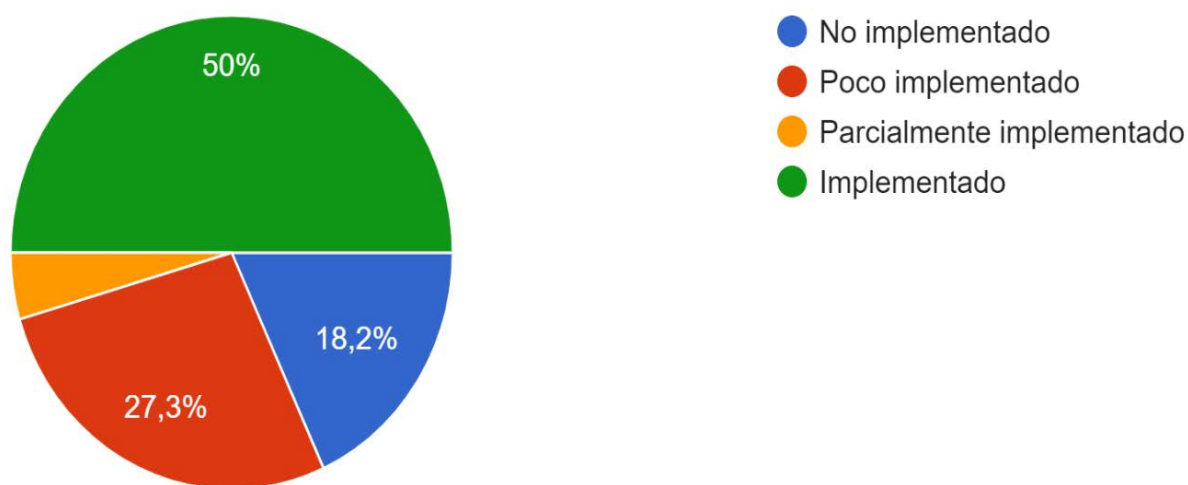
Pregunta 3.6: ¿Utilizó el servicio expés en su negocio?

Tabla 20: Pregunta 3.6

	No implementado	Poco implementado	Parcialmente implementado	Implementado	Total
Respuestas	4	6	1	11	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 19: Pregunta 3.6



Elaborad por: Díaz, 2022.

El servicio express también fue utilizado por una parte importante de la muestra tomada, ya que se ejecutó en el 50% de los comercios, lo que representa de forma numérica, a 11 encuestados. Un 27,3% expresaron que la implementación de este servicio fue poca, lo cual representa a 6 de los administradores encuestados, y un 18,2% respondieron que del todo no implementaron la medida y hace referencia a las respuestas de 4 personas y , por último, solamente un 4,5% indicó que lo efectuaron de forma parcial y representa a 1 administrador.

Aspecto 4: Mecanismos implementados por la municipalidad y el comercio alimenticio para generar estabilidad económica en los trabajadores del sector.

Tener conocimiento sobre los mecanismos implementados por la municipalidad y los comerciantes gastronómicos para generar estabilidad económica en sus empleados, es de vital importancia para la investigación, ya que con esta variable, se puede identificar el impacto causado sobre los mismos, y además, identificar la ayuda que proporcionó el gobierno local a este sector gastronómico ubicado en San Ignacio de Acosta. Para la variable se realizaron 7 preguntas las cuales abarcan desde la 4.1 a la 4.7.

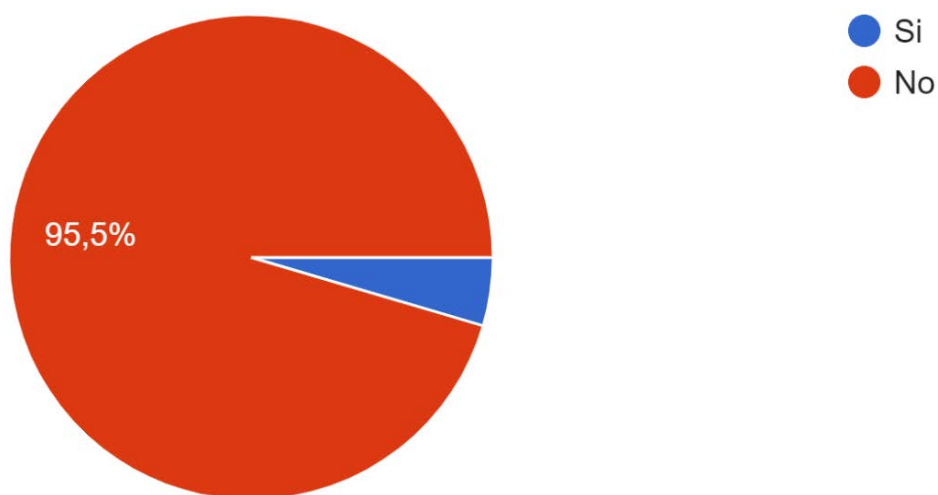
Pregunta 4.1: ¿Ha recibido algún tipo de ayuda o capacitación por parte del Municipio?

Tabla 21: Pregunta 4.1

	Si	No	Total
Respuestas	1	21	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 20: Pregunta 4.1



Elaborado por: Díaz, 2022.

En la pregunta sobre si recibieron algún tipo de ayuda o capacitación por parte de la Municipalidad de Acosta, el 95,5% de los comerciantes interrogados respondió que no les

proporcionaron ninguna de las antes mencionadas y el porcentaje representa a 21 de los comerciantes encuestados. Sin embargo, un 4,5% que representa a una persona, respondió que sí recibió ayuda por parte del gobierno local.

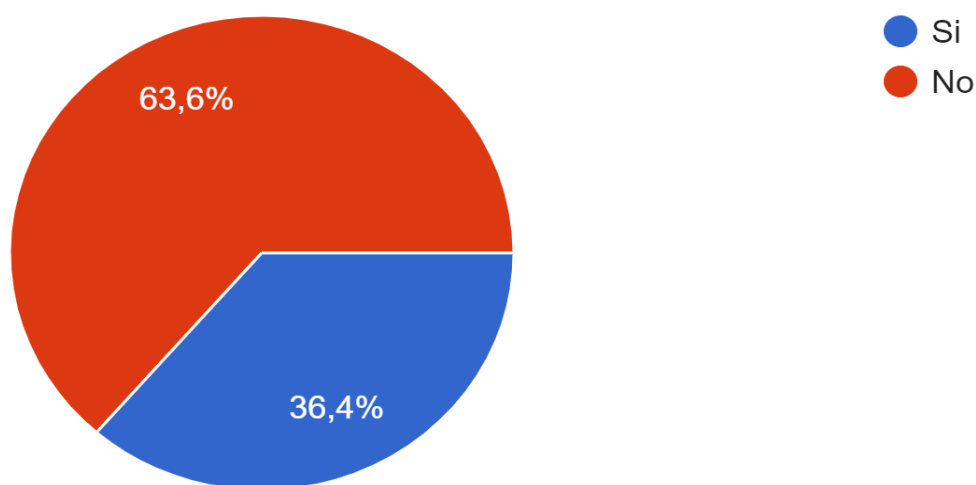
Pregunta 4.2: ¿Debido a la afectación económica del negocio, ha tenido que recurrir a realizar arreglos de pago con el gobierno local?

Tabla 22: Pregunta 4.2

	Si	No	Total
Respuestas	8	14	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 21: Pregunta 4.2



Elaborado por: Díaz, 2022.

Por la afectación económica causada por la pandemia de la COVID-19, 14 administradores de restaurantes no necesitaron realizar ningún tipo de arreglo de pago con la municipalidad y representa un 63,6%. No obstante, el 36,4% de la muestra tomada, se vio en la obligación de recurrir a realizar arreglos de pago con dicha institución y simboliza a 8 personas.

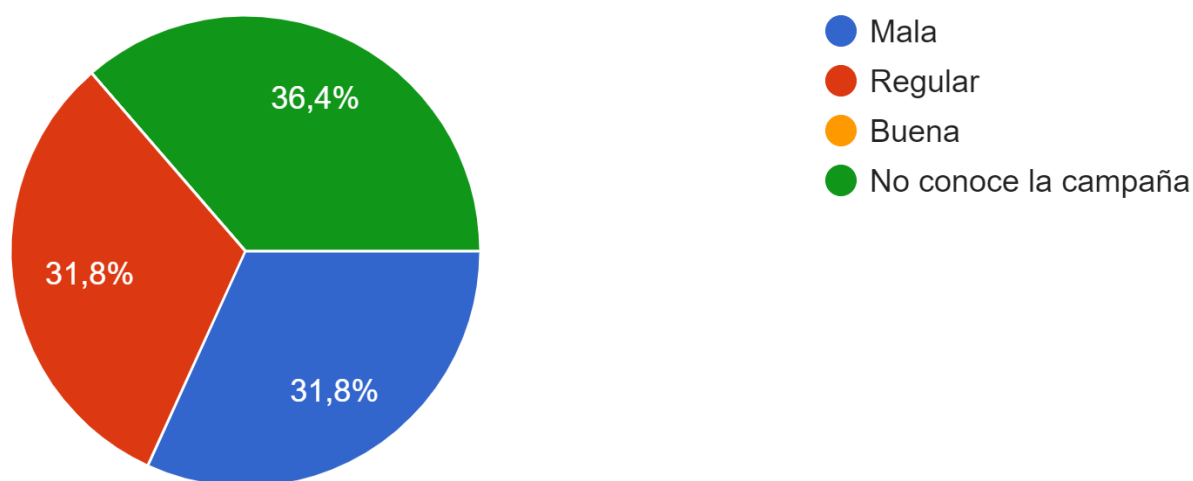
Pregunta 4.3: ¿Cómo considera que ha sido la campaña “Yo compro en Acosta” que realiza la municipalidad por medio de Facebook?

Tabla 23: Pregunta 4.3

	Mala	Regular	Buena	No conoce la campaña	Total
Respuestas	7	7	0	8	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 22: Pregunta 4.3



Elaborado por: Díaz, 2022.

La Municipalidad de Acosta creó una campaña por medio de las redes sociales con el nombre “Yo compro en Acosta”, con el fin de incentivar a las personas a comprar en el cantón.

Pero el 36,4% de los comerciantes interrogados para la presente investigación, respondió que no conoce la campaña y este porcentaje representa a 8 personas. No obstante, un 31,8% mencionó que consideran que la campaña ha sido mala, lo cual simboliza la respuesta de 7 comerciantes. El otro 31,8% respondió que la campaña les ha parecido regular y este también representa a 7 personas. 0% respondió que la campaña ha sido buena.

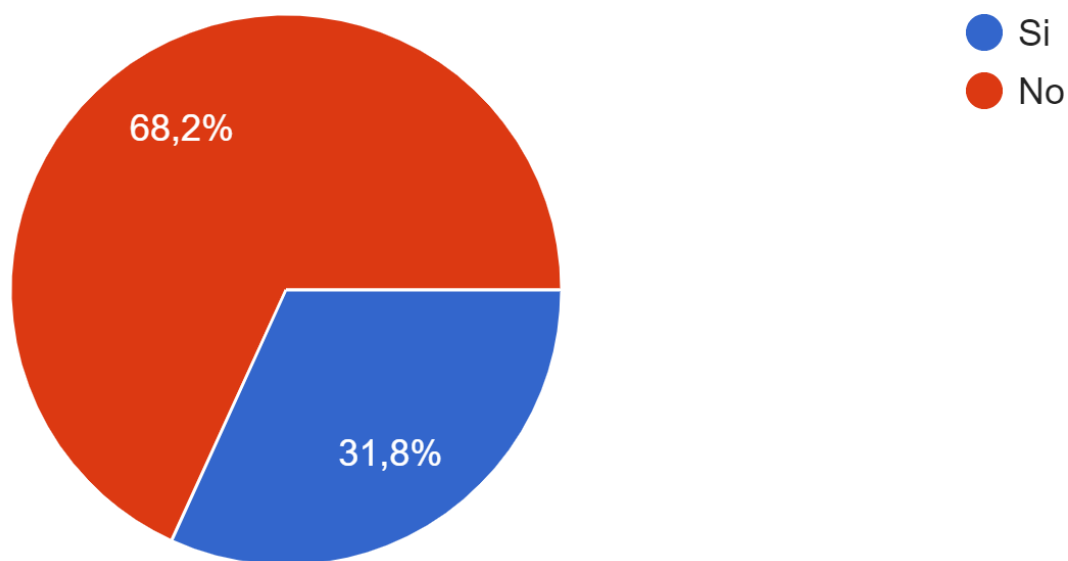
Pregunta 4.4: ¿Ha tenido que disminuir el personal que trabaja en el negocio?

Tabla 24: Pregunta 4.4

	Si	No	Total
Respuestas	7	15	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 23: Pregunta 4.4



Elaborado por: Díaz, 2022.

La tabla y figura anteriores muestran las respuestas de los datos recolectados referentes al despido de personal del negocio. Donde 15 administradores de los negocios alimenticios expresaron que no tuvieron que implementar dicha medida, o sea, un 68,2%. Y el 31,8% restante respondió que sí necesitaron realizar una reducción del personal, lo cual simboliza 7 respuestas.

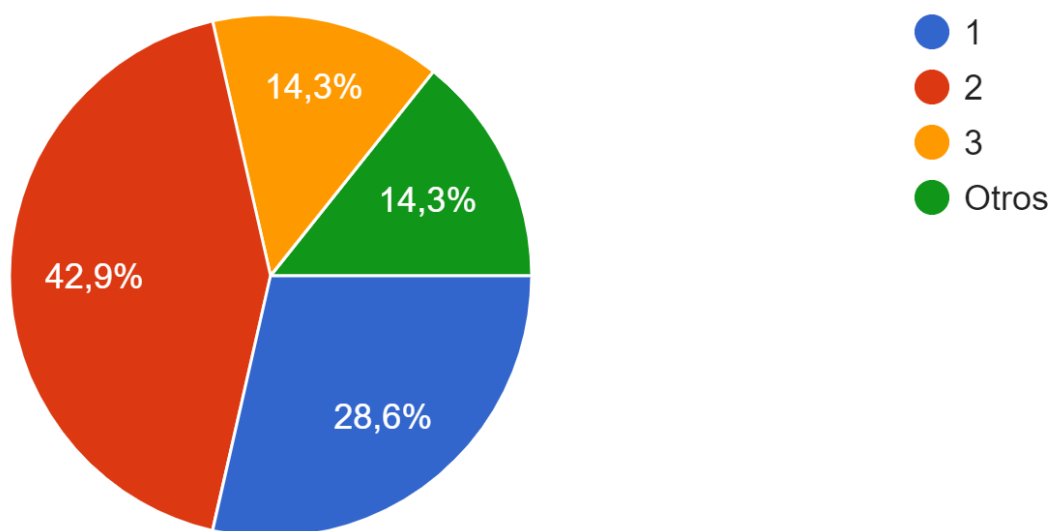
Pregunta 4.5: Si respondió que si en la pregunta anterior ¿A cuántas personas tuvo que despedir?

Tabla 25: Pregunta 4.5

	1	2	3	Otros	Total
Respuestas	2	3	1	1	7

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 24: Pregunta 4.5



Elaborado por: Díaz, 2022.

La pregunta 4.5 solo fue respondida por 7 personas, ya que se encuentra relacionada con la pregunta anterior 4.4, la que hace referencia a que sí hubo una disminución de los empleados. Por ello, la presente interrogación fue contestada solamente por los administradores que despidieron a los trabajadores.

Un 42,9% de la muestra respondió que despidió a 2 trabajadores del comercio, lo que representa 3 respuestas; un 28,6% respondió que solamente despidieron a una persona y este simboliza 2 respuestas. Mientras que solamente un administrador contestó que tuvo que despedir a 3 de sus empleados y esta respuesta representa un porcentaje de 14,3. De

igual forma solamente un encargado de establecimiento contestó que despidió a otros, es decir, a más de tres empleados, lo que representa un 14,3% de la muestra.

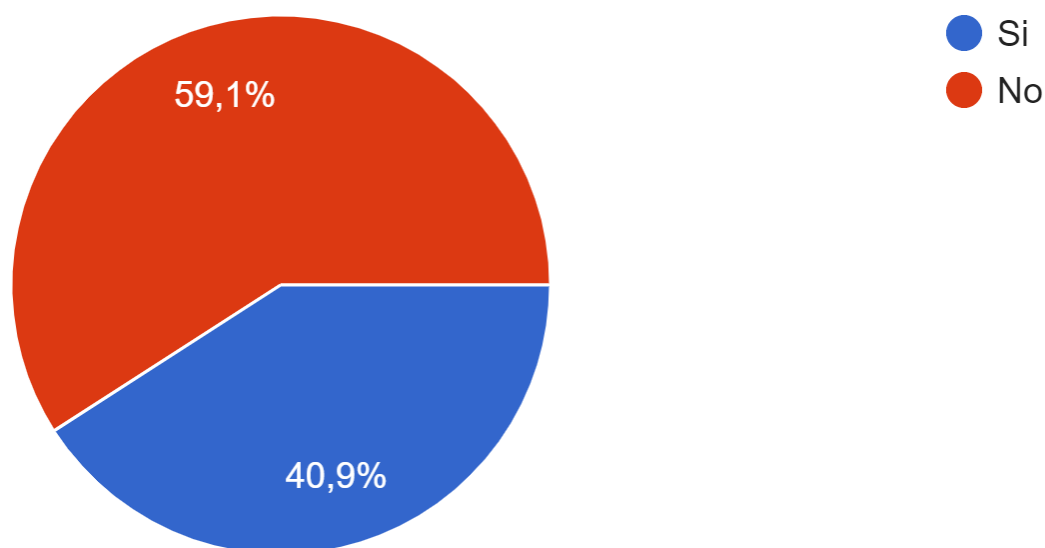
Pregunta 4.6: ¿Ha disminuido los salarios de los trabajadores con el fin de no despedirlos?

Tabla 26: Pregunta 4.6

	Si	No	Total
Respuestas	9	13	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 25: Pregunta 4.6



Elaborado por: Díaz, 2022.

Con base en los datos recopilados sobre la pregunta 4.6, se obtuvieron los siguientes resultados; Un 59,1%, es decir, 13 administradores, respondieron que no aplicaron una disminución en los salarios de los trabajadores, mientras que la respuesta de un 40,9% de los interrogados fue que si disminuyeron los salarios de los empleados, con el fin de no despedirlos, el porcentaje anterior representa a 9 personas encuestadas.

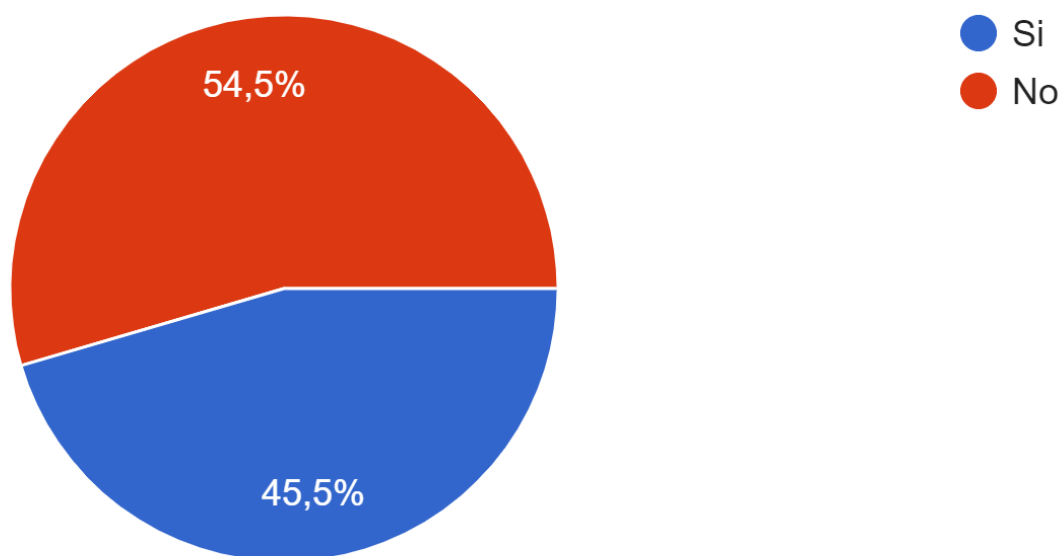
Pregunta 4.7: ¿Ha reducido las jornadas laborales de sus empleados o negocio?

Tabla 27: Pregunta 4.7

	Si	No	Total
Repuestas	10	12	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 26: Pregunta 4.7



Elaborado por: Díaz, 2022.

Con los datos recogidos por medio del cuestionario, se observa que: un 54,5% de los administradores interrogados contestó que no implementó la reducción de jornadas laborales, tanto de empleados como del negocio, y representa a 12 respuestas. Por lo contrario, un 45,5% ,lo cual simboliza a 10 encargados de negocios, respondió que sí tuvieron que ejecutar la reducción de jornadas laborales y horarios del negocio.

Aspecto 5: Lineamientos y restricciones impuestas por el Ministerio de Salud

Se busca identificar qué tipo de afectación o impacto tuvieron los comerciantes de los establecimientos gastronómicos ubicados en San Ignacio de Acosta como consecuencia de los lineamientos y restricciones implementadas por el Ministerio de Salud, con el fin de evitar un contagio masivo del virus de la COVID-19. Para este aspecto se realizaron solamente dos preguntas.

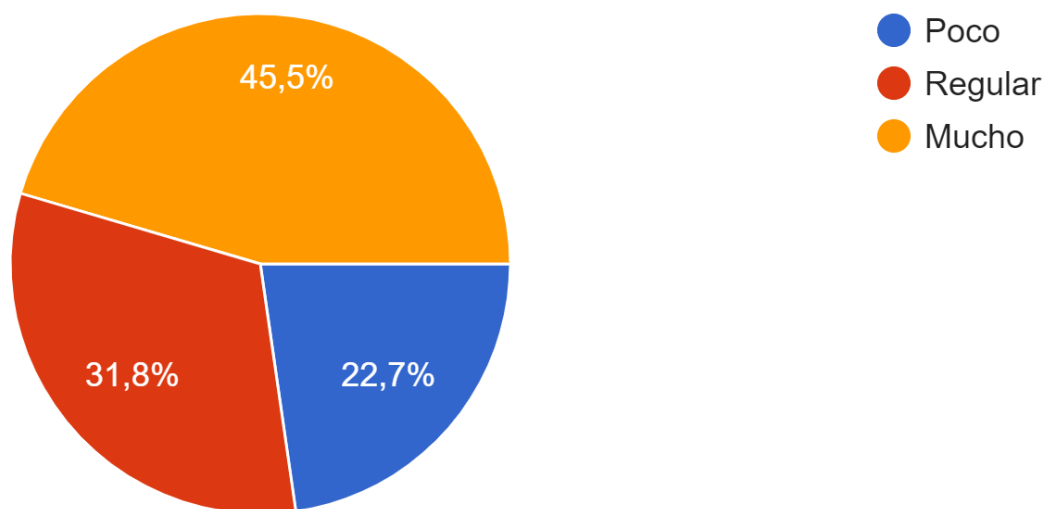
Pregunta 5.1: ¿La reducción del aforo permitido le afectó las ventas?

Tabla 28: Pregunta 5.1

	Poco	Regular	Mucho	Total
Respuestas	5	7	10	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 27. Pregunta 5.1



Elaborado por: Díaz, 2022.

Con respecto a las reducciones del aforo permitido en los establecimientos de ventas de comida, según un 45,5% de los administradores, la medida les perjudicó mucho en las

ventas y simboliza 10 respuestas, un 31,8% de las personas interrogadas, es decir 7 administradores, contestó que la afectación en las ventas fue regular y el porcentaje restante ,un 22,7%, que hace referencia a 5 personas interrogadas respondió que fue poco el efecto que tuvo dicha restricción sobre las ventas.

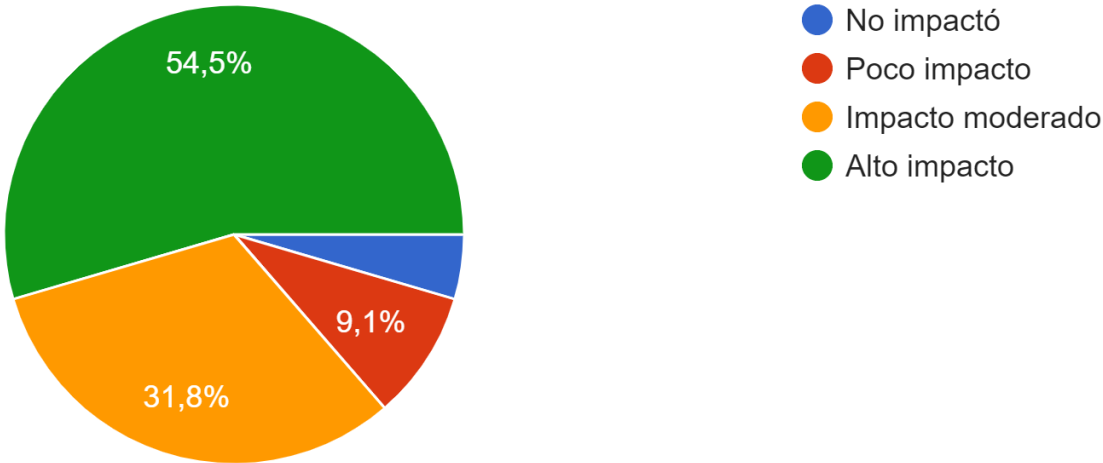
Pregunta 5.2: ¿La restricción vehicular afectó las ventas del negocio?

Tabla 29: Pregunta 5.2

	No impactó	Poco impacto	Impacto moderado	Alto impacto	Total
Respuestas	1	2	7	12	22

Elaborado por: Díaz, 2022.

Figura 28: Pregunta 5.2



Elaborado por: Díaz, 2022.

Para la pregunta 5.2 ,como se muestra en la tabla y figura, se recopilaron las siguientes respuestas; un 54,4% de los encuestados respondió que en su establecimiento alimenticio la afectación en las ventas por la restricción vehicular sufrió un alto impacto y hace referencia a 12 de las respuestas. Un 31,8% contestó que la restricción tuvo un impacto moderado en las ventas del negocio, y simboliza a 7 administradores, mientras que un 9,1%, ,es decir 2

personas interrogadas, expresaron que el impacto fue poco; y el administrador restante, que representa un 4,5%, respondió que en su negocio no hubo impacto por la restricción vehicular.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Objetivo General:

Analizar el impacto económico que sufrieron los comerciantes del sector gastronómico ubicados en San Ignacio de Acosta, como secuela de la pandemia por COVID-19, durante el 2021.

- Se concluye que, el impacto económico ocasionado por la pandemia de la COVID-19 en el sector gastronómico ubicado en San Ignacio de Acosta durante el 2021, determinó fuertes consecuencias por parte de la problemática causada por el nuevo coronavirus. Ya que poco más de la mitad de los administradores de los establecimientos encuestados respondió que los ingresos del negocio tuvieron un alto impacto con respecto a la recaudación de ingresos antes de la pandemia, es decir, en 2019. Debido al impacto económico que percibieron en los ingresos del negocio, tuvieron dificultades para realizar los pagos a instituciones bancarias, gobierno local y proveedores.
- De igual forma también se vieron en problemas por falta de efectivo para mantener las operaciones del establecimiento y personal. Al realizar la encuesta en establecimientos administrados y trabajados por familiares, fue muy común que estas personas mencionaran que en muchas ocasiones se vieron en la obligación de pagar las deudas, ya sea a entidades financieras, municipalidad local o proveedores y quedar, así, debiendo los salarios a los empleados familiares de los administradores. Por causa de que por meses no lograban recolectar los ingresos suficientes para cubrir todos los gastos.
- Para concluir, en el cuestionario realizado a los comerciantes del sector alimenticio ubicado en el distrito de San Ignacio de Acosta, se observa como sí existió una

afectación económica en los establecimientos, ya que vieron afectados sus ingresos de una forma importante. En el cuestionario realizado se observa que 50% de los administradores encuestados vieron mermados los ingresos de forma significativa, entre un 30% y 50%.

Es por eso, que los comerciantes del sector gastronómico tomaron medidas e implementaron estrategias para lograr mantener la economía del local y permanecer en el mercado de la gastronomía.

Objetivos Específicos:

1. Describir el impacto económico que ha generado la pandemia de COVID-19 sobre el sector gastronómico, ubicados en San Ignacio de Acosta.

- El impacto económico, es decir las consecuencias de esta situación, para el caso de los negocios gastronómicos, se traduce que este sector, sí presenció consecuencias económicas de forma negativa. Ya que los resultados recolectados mediante el cuestionario implementado no son nada alentadores para esta situación. Esto es porque hay un índice de los encuestados que manifiesta que se apreció un impacto económico en los comercios alimenticios de San Ignacio.

Entre los indicadores que hacen referencia al impacto económico sufrido por el sector antes mencionado, resaltan los siguientes: afectación del nivel de ingresos con un alto impacto el cual tuvo en un 54,5% de las respuestas. Faltante de efectivo para mantener las operaciones y personal, 36,4% de los cuestionados respondió que tuvieron un alto impacto, así como problemas financieros causados por las restricciones sanitarias que impuso el Ministerio de Salud. Las que impactaron de manera negativa a un 90,9% de la población encuestada.

- Por otra parte, se concluye, que la estabilidad económica de los negocios se vio afectada por el nivel de los ingresos que, disminuyó en gran medida según los datos recolectados. Un 63,6% indicó la estabilidad del negocio se vio fuertemente impactada. Asimismo, la reactivación económica tampoco fue favorable para este

sector, ya que la muestra encuestada expresó que, durante el 2021, los comercios alimenticios percibieron una reactivación regular. Por lo que el 81,8% dio esta respuesta. De igual forma el 90,9% expresó, mediante el cuestionario, que el negocio sufrió una contracción económica durante el 2021.

- Finalmente, de forma general, se determina que: los comerciantes del sector gastronómico ubicado en el distrito de San Ignacio sí tuvieron un impacto económico negativo causado por la problemática provocada por la pandemia de la COVID-19, que los perjudicó de una forma importante en sus ingresos, economía y comercio del negocio. Esto les exigió reinventarse e innovar, para lograr mantenerse en el mercado alimenticio.
2. Explicar 5 acciones de reactivación económica emprendidas por los comerciantes del sector gastronómico con el fin de seguir manteniéndose en el mercado.
- En conclusión, para este objetivo específico de la investigación, se determinó que las acciones de reactivación económica emprendidas por los comerciantes del sector alimenticio en San Ignacio de Acosta, con el fin de permanecer en el mercado, son las siguientes; a pesar de que esta medida fue poco implementada, la reducción de precios e implementación de descuentos en el menú del negocio fue puesta en práctica solo por un 18,2% de los encuestado. Esto representa a 4 personas. Mientras que un 31,8% de los indagados respondió que no lo implementó y simboliza a 7 personas de la población estudiada. Esta acción fue difícil de implementar por el alto costo de vida actual; y por los altos precios de la materia prima que se utilizan para preparar los alimentos.
 - Asimismo, se concluye que más de la mitad de los administradores encuestados, un 63,6%, es decir, 14 personas respondieron que tuvieron que implementar alguna medida de innovación durante el periodo del 2021, con el fin de lograr mantenerse en el mercado gastronómico. Lo que significa que en estos 14 negocios tomaron e implementaron medidas que antes de la pandemia de la COVID-19 no las

practicaban, esto se realiza por motivos de necesidad de realizar un cambio en el establecimiento con el fin de obtener mejores beneficios.

- Entre las medidas de innovación que se implementaron en los negocios se encuentran: la promoción del negocio y menú en redes sociales. Fue una de las medidas más usadas por los negocios debido a que un 54,5% de la población respondió que, si fue implementada, es decir, 12 administradores promocionaron el negocio y menú por redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp. Para dar a conocer su negocio y lograr llegar a más personas y fomentar el establecimiento en otros lugares del país.

Actualmente esta medida es implementada de la forma adecuada y se aprovechan las redes sociales de la mejor forma, ya que son aplicaciones de fácil acceso y muy llamativas para la población.

- Las últimas dos medidas efectuadas con el fin de promover una reactivación económica en las sodas, restaurantes, bar restaurantes y cafeterías de la zona de San Ignacio, fue la implementación de ventas por medio de las redes sociales, en las que a los clientes se les permite realizar pedidos de las comidas que deseen, un 50% de la población lo que simboliza a 11 administradores expresaron que implementaron dicha medida. También por lo anterior, se hizo el uso del servicio exprés que como se sabe este consiste en entregar las compras al cliente donde lo solicite, en algunos casos por un monto simbólico para el transporte, esta medida también fue aplicada por un 50% de la población encuestada.
- En síntesis, las cinco acciones de reactivación económica que se implementaron en los negocios gastronómicos de San Ignacio de Acosta con el fin de mantenerse en el mercado sobresalen las siguiente: Descuentos y reducción de precios, medidas de innovación, promoción del negocio y menú en redes sociales, ventas por medio de las redes sociales, uso de servicio exprés. Por lo que se concluye que estas acciones han sido positivas, ya que les ha permitido una reactivación económica, ha causado

un mayor número de ventas y lo más importante mantener el posicionamiento en el mercado de la gastronomía que es tan competitivo.

3. Establecer los mecanismos implementados por la municipalidad y el mismo comercio, con el propósito de generar estabilidad económica de aquellas familias que trabajan en el sector gastronómico.
 - Al aplicar cuestionario a los administradores de los comercios gastronómicos, se detectó una serie de mecanismos implementados por la municipalidad y los comercios gastronómicos para lograr una estabilidad económica en los trabajadores del sector. Por lo que se concluye lo siguiente: La ayuda que recibieron los comerciantes del sector gastronómico por parte del gobierno local fue prácticamente nula, ya que solo un 4,5%, lo que representa a una persona respondió que, si obtuvo algún tipo de ayuda, mientras que el gran porcentaje restante expresó que no.

Otro de los mecanismos implementados por el municipio, fue el dar la opción de arreglo de pago a los comerciantes que debían dinero desde antes de la pandemia o que, por motivos de esta, se les dificultaba realizar los pagos. Sin embargo, un gran porcentaje, 63,6% de los comerciantes no tuvo la necesidad de recurrir a realizar arreglos de pago sobre permisos de funcionamiento, patentes y demás.

- También se concluye que, la campaña publicitaria que ha creado el municipio no es percibida de buena manera por los comerciantes de los establecimientos, ya que, según el cuestionario realizado, ninguno de los indagados respondió que consideraba la campaña como buena. Por lo contrario, 7 comerciantes expresaron que la campaña ha sido mala y 8 que ni siquiera la conocen. De esta forma se contradice lo informado por el departamento de patentes, ya que al menos en este sector no ha sido percibida como una buena campaña. En síntesis, los mecanismos de ayuda implementados por la Municipalidad de Acosta para generar estabilidad económica en los negocios y asimismo en los trabajadores de este sector ha sido muy escasa e ineficiente.

- Por otra parte, los mecanismos implementados por los comerciantes para crear estabilidad económica en los trabajadores de los negocios fueron los siguientes: 15 de los administradores que participaron del cuestionario respondieron que no se vieron en la obligación de disminuir o despedir al personal, ya que normalmente son pocos y estos ayudan a cumplir el trabajo de los diferentes establecimientos alimenticios. De igual forma 13 de los administradores respondieron que no tuvieron la necesidad de disminuir los salarios con el fin de no despedirlos, ya que, en ocasiones, los trabajadores de este sector reciben el salario mínimo establecido por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social según su profesión, por lo que no era permitido reducir los salarios.

Añadiendo a lo anterior, solo 10 administradores implementaron la reducción de jornadas laborales, tanto de los empleados, como del establecimiento, para reducir los gastos y no tener que despedir a los trabajadores.

- Finalmente, se concluye que, por parte del gobierno local, los mecanismos ejecutados con el fin de generar estabilidad económica en las personas de este sector fueron ineficientes y de poca ayuda para los comerciantes. En cuanto a los mecanismos implementados por parte de los administradores de este sector, resultaron relativamente favorables para los trabajadores, ya que más de la mitad de los encuestados no ha tenido que recurrir al despido de empleados, asimismo, tampoco han tenido que disminuir salarios. Se observa que han realizado estrategias necesarias y eficientes para mantener el negocio gastronómico y sus empleados.

Recomendaciones

Tomando en cuenta las conclusiones elaboradas anteriormente, se procede a realizar las siguientes recomendaciones, con el fin de que estas sean tomadas en cuenta, para evitar el impacto económico que aún en la actualidad perciben los comerciantes gastronómicos.

- La primera recomendación va dirigida a los comerciantes del sector gastronómico ubicado en San Ignacio de Acosta. Como se ha determinado a lo largo del estudio, este sector se vio afectado de forma negativa durante el año anterior (2021), por lo que es de suma importancia que los administradores de los establecimientos como sodas, restaurantes, bar restaurante y cafeterías continúen con la implementación del análisis de la economía del negocio cada periodo de tiempo y los comerciantes que aún no lo realizan es muy importante que lo ejecuten, ya que este es un instrumento que normalmente se utiliza en los comercios o empresas. Esto, con el fin de que logren identificar las falencias financieras que presenta el negocio gastronómico y así tomen medidas para evitar problemas a tiempo como los que sobresalen en la encuesta realizada: el faltante de efectivo para mantener operaciones, la afectación en la estabilidad y la contracción económicas.

A pesar de que la pandemia de la COVID-19 fue un evento imprevisto, del que no se imaginaba que iba a provocar los múltiples efectos negativos que ha causado, al aplicar la encuesta a los administradores estos comentaban que desde antes de la pandemia dicho sector presentaba problemas los cuales se agravaron con la llegada de esta enfermedad. Por lo que, se les recomienda a los comerciantes seguir con la implementación de análisis económico y a los que aún no lo aplican realizarlo; ya que esto les ayudará a evitar los problemas antes mencionados y también les permite conocer los rendimientos y capacidades de generar beneficios.

Finalmente, sería excelente que los comerciantes que aún no hacen uso del presupuesto lo realicen según las necesidades de cada establecimiento, incluyendo cada uno de los gastos fijos con los que cuentan y realizando un promedio de los

ingresos, o fijar una meta de ingresos que desea tener. Para, que, de manera, trabajen y se esfuercen en lograr el monto meta. Esto les va a permitir tener un control sobre los gastos y demás de los comercios, así como crear reactivación y estabilidad económica, evitando faltantes de efectivo.

- La segunda recomendación también va dirigida a los comerciantes del sector gastronómico que se encuentra en la zona de San Ignacio de Acosta. Hace énfasis en importancia de la reactivación económica y en que se debe de realizar de la mejor forma posible para que lograr que el negocio vuelva a la estabilidad económica que presentaba antes de la pandemia de la COVID-19, ya sea de una manera similar, igual o mejor de la que mostraba para ese tiempo.

Se recomienda a los comerciantes implementar las estrategias necesarias para atraer a los clientes, ya que el uso de las redes sociales como medio de promoción y ventas ha resultado beneficioso para este sector. Asimismo, es importante que cada cierto tiempo realicen procesos o medidas de innovación, como nuevos platillos en el menú, tarjetas de cliente frecuente con beneficios para que los clientes se sientan satisfechos y cómodos en el establecimiento o con el servicio brindado, ya sea de forma presencial o virtual por medio de las redes sociales.

- La tercera recomendación se dirige a la Municipalidad de Acosta. Ya que ésta, como gobierno local, cumple un papel relevante en el cantón y de igual forma en el distrito de San Ignacio de Acosta. Es necesario que el apoyo de esta institución hacia los comerciantes y establecimientos gastronómicos sea mayor y más eficiente. Esto porque las medidas implementadas por este municipio han sido prácticamente nulas, a pesar de que los comerciantes pagan una serie de premisos e impuestos a dicha entidad.

Se le recomienda a la municipalidad implementar estrategias de ayuda que sean eficientes y causen efectos positivos que sean percibidos por los comerciantes de los establecimientos; como por ejemplo una mejor implementación y promoción de la

campaña “Yo compro en Acosta” por medio de la página web oficial de la municipalidad, así como en las redes sociales. También utilizando afiches o gigantografías en lugares estratégicos del distrito. También es importante que creen un espacio en la página web especialmente para los establecimientos gastronómicos que posee el cantón, ya que, con éste, las personas tendrían un mejor acceso a la información de los comercios alimenticios.

- Finalmente, la cuarta y última recomendación también va dirigida a la Municipalidad de Acosta, ya que también es necesaria la creación de medidas para apoyar a estos comerciantes que se han visto sumamente afectados por la pandemia. Se recomienda la implementación de ayudas o capacitaciones, por medio de cursos o talleres, donde dichos comerciantes participen y aprendan más sobre las medias de mercadeo y comercio que les permitan aumentar la cantidad clientes, y, por ende, incrementar los ingresos y beneficios. Logrando una reactivación económica, y posteriormente la estabilidad económica del negocio. Ejemplos de estas medidas serían, una capacitación sobre cómo administrar de buena forma un comercio gastronómico, como atraer a los clientes. Se recomienda una acción concreta e inmediata, ya que el gobierno local tiene la posibilidad de solicitar ayuda a otras instituciones públicas, como lo son el Instituto Nacional de Aprendizaje, la Universidad de Costa Rica, entre otras.

REFERENCIAS

- Hernández, Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A).
[file:///C:/Users/User/OneDrive/Documentos/Tesina/metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cuali-%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/OneDrive/Documentos/Tesina/metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cuali-%20(1).pdf)
- Martínez, A. (2021). *Impacto de la COVID-19 en la producción, empleo y digitalización de empresas en Guanajuato: una primera aproximación*. Scielo.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052021000300201&lng=es&tlng=es
- Reyes, G., Mendoza, C. & Robayo, E. (2020). *Países de la Alianza del Pacífico 2000-2021: efectos del COVID-19 en el crecimiento y la reactivación económica*. Revista Finanzas y Política Económica, vol. 13, núm. 1, pp. 99-113, 2021.
<https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v13.n1.2021.5>
- Pizarro, S., Wilmer, A. (2021). *Reactivación Económica de las Microempresas del Sector Textil de Gamarra; en el marco del COVID-19 2020*. [Tesis de maestro, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64513/Pizarro_SWA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morales, A. (2021). *Impacto organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica de marzo a octubre del 2020*. [Tesina de Bachillerato, Instituto Tecnológico de Costa Rica].
https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/12428/TFG%20ANA%20CATALINA%20MORALES_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Flores, A., Cruz, A., Gamboa, A., Rosales, E., Mena, J., Barrantes, T. (2021). *Efectos de la crisis originada por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector agroindustrial de la Región Brunca durante el 2021*. [Tesis de licenciatura], Universidad Nacional].
<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/21775/Efectos%20de%20la%20crisis%20originada%20por%20la%20COVID-19%20en%20las%20empresas%20del%20sector%20agroindustrial%20de%20la%20Regi%3bn%20Brunca%20durante%20el%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- León, G., Cordero, C., Monge, C., Brenes, L., Bermúdez, L., Gómez, A., Jiménez, D. (2020). *Efectos de la pandemia COVID-19 en las Mipymes de Costa Rica*, Estado de la Nación.
https://repositorio.conare.ac.cr/bitstream/handle/20.500.12337/8009/Leon_G_Efectos_pandemia_COVID_19_Mipymes_Costa%20Rica_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Municipalidad de Acosta. (2017). *Información general sobre el cantón Acosta*.
[file:///C:/Users/User/Downloads/RESENA_DEL%20CANTON_ACOSTA%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/RESENA_DEL%20CANTON_ACOSTA%20(2).pdf)
- Municipalidad de Cartago. (2022). *Nuestra Municipalidad y funciones*. <https://www.muni-carta.go.cr/nuestra-municipalidad/>
- Municipalidad de Acosta. (2018). *Servicios*. <https://www.acosta.go.cr/>
- INEC. (2011). *Indicadores cantonales, Censos Nacionales de Población y Vivienda 2000 y 2011*.
<https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos/poblacion/estadisticas/resultados/replablacenso2011-01.pdf.pdf>

- Fleitas, Román. (2010). *Evolución de la población económicamente activa en el siglo xx: Un análisis de la estructura por sexo, edad y generaciones*. Academia Edu. https://www.academia.edu/5181935/Evoluci%C3%B3n_de_la_poblaci%C3%B3n_econ%C3%B3micamente_activa_en_el_siglo_XX_un_an%C3%A1lisis_de_la_estructura_por_edad_sexo_y_generaciones
- Sancho, A., Rojas, M., Angulo, A., Masis, L., Sibaja, J. (2021). *Diagnóstico de desempleo en el cantón de Acosta 2021*. TCU-705, Universidad de Costa Rica.
- Lozano, L., Lozano, S., Robledo, R. (2020). *Desempleo en tiempos de covid-19: efectos socioeconómicos en el entorno familiar*, JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4110532>
- Salazar, A., Burbano, C. (2017). *Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios*. Revista interamericana de ambiente y turismo. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100002>
- Sedó, P. (2020). *Reencuentro con el trueque y los sabores familiares en el ámbito comunitario de Costa Rica, en medio de la pandemia COVID-19*. Revista Herencia 33 (2), julio- diciembre, 103-118. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/view/43378/43582>
- Becerra, A. (2019). *Marketing de experiencia como estrategia de crecimiento del negocio gastronómico*. Revista virtual especializada en Gastronomía. https://www.academia.edu/43276388/Marketing_de_experiencia_como_estrategia_de_crecimiento_del_negocio_gastron%C3%B3mico
- CEPAL. (2019). *Persiste la desaceleración generalizada en América Latina y el Caribe en 2019 y se espera un bajo crecimiento para 2020*. <https://www.cepal.org/es/comunicados/persiste-la-desaceleracion-generalizada-america-latina-caribe-2019-se-espera>

OECD. (2021). *Panorama económico de Costa Rica*.
<https://www.oecd.org/economy/panorama-economico-costa-rica/>

Presidencia de la Republica de Costa Rica. (2020). “*Debemos actuar para garantizar la estabilidad económica*”.
[\(https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2020/09/debemos-actuar-para-garantizar-la-estabilidad-economica/](https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2020/09/debemos-actuar-para-garantizar-la-estabilidad-economica/)

Presidencia de la República de Costa Rica. (2021). *Medidas económicas han impulsado estabilidad y recuperación económica*.
<https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/06/medidas-economicas-han-impulsado-estabilidad-y-recuperacion-economica/>

Le Fort, G., Gallardo, B., Bustamante, F. (2020). *Estabilidad macroeconómica y crecimiento económico: mitos y realidades*. *Revista CEPAL N° 131*.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45956/1/RVE131_Lefort.pdf

Municipalidad de Acosta. (2021). *Rendición de Cuentas 2020*.
[file:///C:/Users/User/Downloads/Rendicion%20de%20cuentas%202020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Rendicion%20de%20cuentas%202020%20(1).pdf)

Real Academia Española. (2022). *Contracción económica*.
<https://dle.rae.es/contracci%C3%B3n?m=form>

CEPAL. (2021). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe 2021, Los desafíos de la política fiscal en la recuperación transformadora pos-COVID-19*.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46808/1/S2100170_es.pdf

CEPAL. (2021). *Panorama Social de América Latina, 2021*.
https://issuu.com/publicacionescepal/docs/pptpanorama_social2021_es/2?ff&pageLayout=singlePage

Ministerio de Salud. (2020). *Bono Proteger llegará a nuevos beneficiarios a través de un depósito único.*

https://www.mtss.go.cr/prensa/comunicados/2020/diciembre/cp_1318_2020.html

Solano, F. (2015). *Principios básicos de mercadeo.* SINAC.

<http://www.sinac.go.cr/ES/transprncia/Planificacin%20y%20Gestin%20BID/Capacitaciones%20del%20Proyecto/Cuaderno%20Principios%20B%C3%A1sicos%20de%20Mercadeo.pdf>

Mora, A. (2020). *Influencia del marketing online en la innovación gastronómica.*

AndalucíaLab. <https://www.andalucialab.org/blog/influencia-del-marketing-online-en-la-innovacion-gastronomica/>

Ramos, M. (2021). *Qué es una estrategia de mercadeo: las claves para lograr el éxito en tus esfuerzos de marketing.* Marketing Ecommerce.

<https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo/>

Galindo, M., Ribeiro, M., Méndez, D., María, T. (2012). *Innovación y crecimiento económico: Factores que estimulan la innovación.* Redaly.

<https://www.redalyc.org/pdf/2743/274323552002.pdf>

Robayo, P. (2016). *La innovación como proceso y su gestión en la organización.* Redaly

<https://www.redalyc.org/journal/6099/609964241005/html/#B41>

Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), Metrópolis, y ONU-Hábitat. (2020).

Tecnologías digitales y la pandemia de COVID-19.
https://www.uclg.org/sites/default/files/eng_briefing_technology_es.pdf

Ministerio de Salud. (2021). *Lineamientos generales para servicios de alimentación al público debido a la alerta sanitaria por Coronavirus (COVID-19).* LS-CS-008.

https://www.ministeriodesalud.go.cr/sobre_ministerio/prensa/docs/ls_cs_008_linea_mientos_generales_servicios_alimentacion_publico_24122021.pdf

Presidencia de la Republica. (2021). *Resolución que oficializa medidas sanitarias de apertura responsable y gradual.*
<https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/10/publicada-resolucion-que-oficializa-medidas-sanitarias-de-apertura-responsable-y-gradual/>

Presidencia de la Republica. (2021). *Horario de restricción sanitaria se unifica de 10:00 p.m. a 5:00 a.m. durante toda la semana.*
<https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/01/horario-de-restriccion-sanitaria-se-unifica-de-1000-p-m-a-500-a-m-durante-toda-la-semana/>

Ministerio de Salud. (2021). *En el marco de la Semana Santa Gobierno refuerza medidas para contener el contagio por el COVID-19.*
<https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/centro-de-prensa/noticias/741-noticias-2020/1594-en-el-marco-de-la-semana-santa-gobierno-refuerza-medidas-para-contener-el-contagio-por-el-covid-19>

Venegas, K. (2021). *Comerciantes piden que se elimine totalmente la restricción vehicular en diciembre.* Semanario Universidad.
<https://semanariouniversidad.com/pais/comerciantes-piden-que-se-elimine-totalmente-la-restriccion-vehicular-en-diciembre/>

Pérez, J., Gardey, A. (2021). *Definición de Impacto Económico.*
<https://definicion.de/impacto-economico/>

Moreno, A., Ospitia, M., Brown, K., Martínez, R. (2021). *La reactivación económica: factores que deben tenerse en cuenta para el diseño de estrategias concretas para pequeñas empresas como consecuencia del covid-19 en San Andrés Isla.* [Especialización en gerencia de proyectos, Universidad EAN].

<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/10779/BrownKiara2021.pdf?sequence=3>

Zunzunegui, F. (2021). *Concepto y sistema del derecho del mercado financiero*. Revista de Derecho del Mercado Financiero. <http://www.rdmf.es/wp-content/uploads/2019/05/Zunzunegui-F.-Concepto-y-sistema-del-derecho-del-mercado-financiero.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento aplicado a la población de estudio.

En el presente cuestionario los datos recolectados serán anónimos y se tratarán con suma confidencialidad, ya que se realiza con fines académicos y se emplearán únicamente en dicha investigación para optar por el grado académico de Bachillerato en Economía.

Aspecto 1: Datos Generales

Favor marcar los datos con los que mejor se identifique su negocio y administrador.

1.1 ¿Sexo de la persona encargada de la administración del negocio?

- Femenino
- Masculino

1.2 El negocio es administrado y trabajado por:

- Solo familiares
- Familiares y personas externas
- Solo personas externas

1.3 ¿Cuántos años posee de existencia el negocio?

- De 1 a 2 años
- De 3 a 4 años
- De 5 a 6 años
- Más de 6 años

1.4 ¿Qué tipo de establecimiento es?

- Restaurante
- Bar y restaurante
- Cafetería

- Soda

Aspecto 2: Impacto Económico

Favor elegir la respuesta que se encuentre según su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el impacto económico generado por la pandemia del COVID-19.

2.1 ¿Por causa de la pandemia de la COVID-19 su negocio se vio afectado en el nivel de ingresos?

- No impactó
- Poco impacto
- Impacto moderado
- Alto impacto

2.2 Para en 2021, como producto de la crisis por COVID-19 ¿Qué porcentaje de reducción presenciaron los ingresos del negocio?

- Entre 0% y 20%
- Entre 30% y 50%
- Entre 60% y 80%
- Entre 90% y 100%

2.3 ¿Debido a la pandemia tuvo problemas de pagos con proveedores, entidades financieras y municipalidad?

- Si
- No

2.4 ¿En el 2021 tuvo problemas de faltante de efectivo para mantener las operaciones y personal?

- No impactó
- Poco impacto

- Impacto moderado
- Alto impacto

2.5 ¿Considera que su negocio tuvo problemas financieros causados por las restricciones sanitarias impuestas por el Ministerio de Salud?

- Si
- No

2.6 Si en la pregunta anterior marco que sí. ¿Cuál fue el porcentaje de pérdidas económicas que le generó dicha situación?

- Entre 0% y 20%
- Entre 30% y 50%
- Entre 60% y 80%
- Entre 90% y 100%

2.7 ¿De qué manera se vio afectada la estabilidad económica de su comercio gastronomía como consecuencia de la COVID-19?

- Poco
- Regular
- Mucho

2.8 ¿Como considera que fue reactivación económica de su negocio en el 2021?

- Mala
- Regular
- Buena

2.9 ¿El negocio sufrió de contracción económica?

- Si
- No

Aspecto 3: Acciones de reactivación económica emprendidas.

Favor indique el grado de implementación de acciones para mantener su negocio en el mercado con el fin afrontar las crisis de la COVID-19.

3.1 Descuentos y reducciones de precios.

- No implementado
- Poco implementado
- Parcialmente implementado
- Implementado

3.2 Implementó alguna medida de innovación durante el 2021

- Si
- No

3.3 Promoción del negocio y menú en redes sociales.

- No implementado
- Poco implementado
- Parcialmente implementado
- Implementado

3.4 Implementación de ventas por medio de las redes sociales.

- No implementado
- Poco implementado
- Parcialmente implementado
- Implementado

3.5 ¿Cuál red social es la más utilizada en su negocio?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp

- No Utiliza

3.6 Utilizó el servicio express en su negocio.

- No implementado
- Poco implementado
- Parcialmente implementado
- Implementado

Aspecto 4: Mecanismos implementados por la municipalidad y el comercio alimenticio para generar estabilidad económica en los trabajadores del sector

Favor marcar la opción que considere correcta y según la implementación por parte del negocio y la municipalidad local.

4.1 ¿Ha recibido algún tipo de ayuda o capacitación por parte del Municipio?

- Si
- No

4.2 ¿Debido a la afectación económica del negocio, ha tenido que recurrir a realizar arreglos de pago con el gobierno local?

- Si
- No

4.2 ¿Cómo considera que ha sido la campaña “Yo compro en Acosta” que realiza la municipalidad por medio de Facebook?

- Mala
- Regular
- Buena
- No conoce la campaña

4.3 ¿Ha tenido que disminuir el personal que trabaja en el negocio?

- Si
- No

4.5 Si respondió que si en la pregunta anterior ¿A cuántas personas tuvo que despedir?

- 1
- 2
- 3
- Otros

4.6 ¿Ha disminuido los salarios de los trabajadores con el fin de no despedirlos?

- Si
- No

4.7 ¿Ha reducido las jornadas laborales de sus empleados?

- Si
- No

Aspecto 5: Lineamientos y restricciones impuestas por el Ministerio de Salud

Favor elegir la respuesta que se encuentre según el grado de implementación por parte del negocio en los lineamientos y restricciones impuestas por el Ministerio de Salud para evitar el contagio de la COVID-19.

5.1 Reducción del aforo permitido le afectó las ventas.

- Poco
- Regular
- Mucho

5.2 ¿La restricción vehicular afectó las ventas del negocio?

- No impactó
- Poco impacto
- Impacto moderado

- Alto impacto