

¿Cómo incrementar las ventas de los productos locales en el marco del turismo sostenible?

¹Valeria Fernández Cruz, *Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*. 2021

Resumen

Siendo que la actual pandemia global afectó la venta de productos de los emprendedores locales, y las tendencias de compra por parte de los consumidores han variado, se ha tomado como iniciativa investigar el siguiente objetivo general: identificar cómo incrementar la venta de productos locales en el marco del turismo sostenible en Jacó a turistas nacionales.

Los objetivos específicos son indagar sobre las causas más comunes que afectan las ventas de productos locales de Jacó en los últimos 18 meses, identificar las iniciativas que brindan las entidades gubernamentales locales y nacionales con el fin de apoyar a los emprendedores de Jacó y analizar los gustos preferencias del consumidor nacional hacia el producto local de Jacó.

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo y los datos recolectados son de fuentes primarias y secundarias. Se realiza una encuesta estructurada para recolectar información importante acerca de los turistas costarricenses. En esta encuesta participaron 115 personas de la población meta y entrevistas estructuras a actores sociales de Jacó. Así mismo, se utilizaron fuentes secundarias como sitios en internet y libros.

La información recabada refleja las preferencias de los turistas nacionales en el momento de comprar productos locales de los emprendedores de Jacó así como también la realidad actual que enfrentan los emprendedores locales y sus limitaciones.

Debido a la pandemia, los emprendedores han tenido que innovar el mecanismo de venta de sus los productos, ya que los consumidores presentan una alta tendencia a la compra de productos en línea.

Lo anterior permitirá que los emprendedores locales de la zona de Jacó puedan obtener una perspectiva desde la óptica del turista nacional con el fin utilizar los resultados obtenidos como un mecanismo de ayuda en potencializar sus ventas y recuperar sus ingresos que fueron suprimidos por las medidas tomadas en la pandemia durante el año 2020.

Palabras clave

Emprendedores de Jacó, Venta de productos locales, Sostenibilidad, Turismo local.

Abstract

Given that the current global pandemic affected the sale of products by local entrepreneurs, and the purchasing trends by consumers have varied, it has been taken as an initiative to investigate as a general objective to identify how to increase the sale of local products within the framework from sustainable tourism in Jacó to national tourists.

The specific objectives are to inquire about the most common causes that affect the sales of local products in Jacó in the last 18 months, identify the initiatives provided by local and national government entities in order to support entrepreneurs in Jacó and analyze the tastes preferences of the national consumer towards the local product of Jacó.

This research has a quantitative approach and the data collected are from primary and secondary sources. A structured survey is conducted to collect important information about Costa Rican tourists. In this survey, 115 people from the target population participated and interviews with social actors structures of Jacó. Likewise, secondary sources such as internet sites and books were used.

The information collected reflects the preferences of national tourists when buying local products from entrepreneurs in Jacó as well as the current reality that local entrepreneurs face and their limitations.

Due to the pandemic, entrepreneurs have had to innovate the mechanism of sale of their products since consumers have a high tendency to buy products online.

This will allow local entrepreneurs in the Jacó area to obtain a perspective from the perspective of the national tourist in order to use the results obtained as a mechanism to help boost their sales and recover their income that was suppressed by the measures taken in the pandemic in 2020

Key Words.

Jacó Entrepreneurs, Sale of local products, Sustainability, Local tourism.

Introducción

Costa Rica es conocida por sus zonas turísticas y la protección hacia el medio ambiente. Por todo el territorio nacional hay diversos establecimientos hoteleros, restaurantes y mercaditos locales, de los cuales todos tienen como fin atraer a los consumidores.

Sin embargo y debido a la crisis, la disminución de ingresos de turistas y el cierre de fronteras generó que muchas empresas grandes así como micro-empresas cerrarán causando despidos o reducciones de horas laborales. Según encuesta aplicada el 24 de marzo 2020, por la Cámara Costarricense de Restaurantes (CACORE) 42% de los restaurantes, sodas, bares y restaurantes de hoteles cerraron, estos son un aproximado de 7.980 negocios. De los negocios que siguen laborando, hay 72.322 personas que en ese momento estaban con suspensión temporal o con jornadas reducidas y solo 46.238 continúan en un estatus de colaboradores activos con sus garantías completas.

Según datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y del Ministerio de Trabajo, al 15 de abril 2020, 25.085 trabajadores directos del sector turismo se han visto afectados en sus ingresos, a causa de despidos, suspensión temporal de contratos o reducción de jornadas laborales.

La cancelación de reservas en hoteles, la prohibición de llegadas internacionales y el cierre obligatorio de los principales destinos de visitación turística en Costa Rica como playas y Áreas Silvestres Protegidas (ASP) provocó una contracción en las economías locales.

Los hoteleros reportaron la cancelación de 8.000 noches algunas para el mes de marzo 2020, pero la mayoría para abril, mayo y junio 2020. La Cámara Costarricense de Hoteles (CCH) proyectó una caída en sus ventas que oscilan entre el 5% y el 50% dependiendo de la zona del país.

La presidenta del ICT, **María Amalia Revelo**, estableció que el turismo nacional va ser la pieza clave en la recuperación del sector, por ser la primera línea con la que se podría contar. Anteriormente en la crisis financiera del 2008-2009 el turismo nacional fue pieza clave a través de la creación de plataformas como el programa Vamos a Turistear, dedicado a facilitar el turismo para la población nacional y actualmente muy utilizado.

Los costarricenses se han visto muy afectados por la pandemia global ya que muchos de los empleos que generaban las grandes y medianas empresas dependían de la gran cantidad de turistas extranjeros que ingresaban al territorio costarricense.

Los resultados de la encuesta nacional de INEC 2020 sobre la disminución de la cantidad de microempresas en el 2020 fue de un 7,3 % geográficamente estas personas se localizan en un 69,4% en zona urbana y 30,6% en zona rural.

Debido a las actuales limitaciones que pueden enfrentar los emprendedores locales es de suma importancia conocer e identificar las diferentes formas de

potencializar las ventas de productos locales ya que según los mismos resultados de los datos de la encuesta INEC 2020 las principales necesidades de las microempresas son: el acceso a préstamos (39,9%), acceso a capacitación(36,1%), trámites más sencillos en instituciones del Estado (26,7%) y diversificar los productos o servicios (19%).

Dado esto, se tiene como objetivo general de esta investigación identificar las prácticas para incrementar la venta de productos locales en el marco del turismo sostenible en la zona de Jacó a turistas nacionales.

Para efectos de esta investigación se escogió la zona costera de Jacó, para desarrollar este trabajo. Jacó es el distrito central del cantón de Garabito. El pueblo de Jacó presenta un gran desarrollo urbanístico y comercial, especialmente en la región cercana a la playa donde se observan negocios comerciales, hoteles, cabinas y restaurantes. El distrito de Jacó concentra un 68% de la población total de cantón, según datos del censo del año 2016 Jacó contaba con 15.441 habitantes, siendo el distrito número 114 en cuanto a población del país, el séptimo más poblado de la Región Pacífico Central y el número 43 con más población fuera del Gran Área Metropolitana (GAM). La economía de Jacó se basa principalmente en el sector turismo, siendo esta la absorbe la mayor cantidad de ingresos.

Según el último informe del ICT 2020, entre los meses de diciembre 2020 y enero 2021 un aproximado de 1 011 912 extranjeros ingresaron a Costa Rica, en búsqueda de las experiencias que son ofrecidas a nivel internacional por medio de la publicidad que se produce.

Playa Jacó constituye uno de los principales atractivos del Pacífico Medio y uno de los destinos más gustados por los nacionales y extranjeros, debido a su cercanía y la constante renovación de su oferta turística. El ente rector del turismo compartió que el 35% de los turistas que ingresaron al país por la vía aérea visitaron esta región.

Con el objetivo de reactivar la economía y el turismo de Garabito, los vecinos de la comunidad de Jacó conformaron la Cámara de Turismo y Comercio Sostenible del Pacífico Central (CATUCOSO), para trabajar en conjunto y lanzar una serie de campañas que motiven tanto a empresas como a turistas nacionales y extranjeros a visitar, así como diferentes actores sociales actúan en pro de la comunidad.

Debido a lo anterior el objetivo general consiste en incrementar las ventas de productos locales en el marco del turismo sostenible para ayudar a los emprendedores de la zona. De este se desprende los siguientes objetivos específicos:

- Indagar sobre las causas más comunes que afectan las ventas de productos locales de Jacó durante los últimos 18 meses.

- Identificar las iniciativas que brindan las entidades gubernamentales locales y nacionales con el fin de apoyar a los emprendedores de Jacó.

- Analizar los gustos y preferencias del consumidor nacional hacia el producto local de Jacó.

Entonces, ¿Cómo incrementar las ventas de los productos locales en el marco del turismo sostenible de Jacó?

Se investigará sobre las principales causas que afectan la venta de productos locales utilizando herramientas tecnológicas para la recolección de información, así como entrevistas a actores sociales estratégicos de Jacó con el fin de analizar los mecanismos de ayuda de la zona.

Revisión bibliográfica

El turismo sostenible tiene como principal función suplir las necesidades actuales de los seres humanos sin producir una explotación desmedida de los recursos naturales, sociales y culturales. El turismo sostenible ayuda a proteger los recursos naturales y regenerarlos, contribuyendo a la comunidad local y el cumplimiento de sus demandas.

El ICT define el turismo sostenible como:

“El desarrollo turístico sostenible debe verse como la interacción balanceada entre el uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, y el éxito económico de la actividad; además tiene que contribuir al desarrollo nacional. Sostenibilidad turística no solo es la respuesta a la demanda, sino es una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro. (Definición de Sostenibilidad Turística, CST 1997)”.

Para lograr promocionar a Costa Rica como un destino turístico sostenible y seguro, el ICT creó una certificación para que las empresas privadas logren certificarse como una empresa turística sostenible y comprometida con el medio ambiente. Esta certificación diferencia al resto de las empresas que no lo tienen ya que forman parte de la publicidad y promoción que hace el ICT en sus campañas internacionales. Estas empresas que tienen esta certificación impulsan el turismo y fomentan el consumo de productos locales que se encuentran alrededor de la zona. El consumo de productos locales, contribuye en el crecimiento y fortalecimiento de la economía así como la construcción de nuevos empleos. En la mayoría de las ocasiones, los emprendedores ofrecen productos sostenibles y amigables con el medio ambiente.

Según el autor Miguel Ángel Aceranza en su libro Conceptualización, origen y evolución del turismo (2006) define el concepto de producto turístico como:

“Un conjunto de de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

Debido a la crisis actual del Covid 2019, muchas micro-empresas han tenido que reinventar sus negocios, inclusive muchos emprendedores han cerrado sus tiendas para vender en línea siendo una opción para que los emprendedores y sus trabajadores puedan salir adelante.

Con el fin de ayudar a los emprendedores en estos tiempo de crisis, el MEIC creó una alianza con agentes privados que ponen a disposición plataformas digitales para que los emprendedores ofrezcan sus productos y puedan distribuirlo a las diferentes zonas del país, como por ejemplo la plataforma Ciudad PYME, Compre PYME, Catálogo Correos de Costa Rica, Costa Rica FashionWeek, y FYGARO. Datos brindados por Correos de Costa Rica, establece en el 2019 un aumento del 25% mensual de compras en páginas Web de micro y pequeñas empresas (Mipymes); aumentando el porcentaje de consumidores que inicia su proceso de compra en línea.

La gran mayoría de ventas se realizan por medio de plataformas digitales. Un ejemplo es la red social de Facebook, según estudio realizado por Statista el 31,5% de las personas visitan esta página.

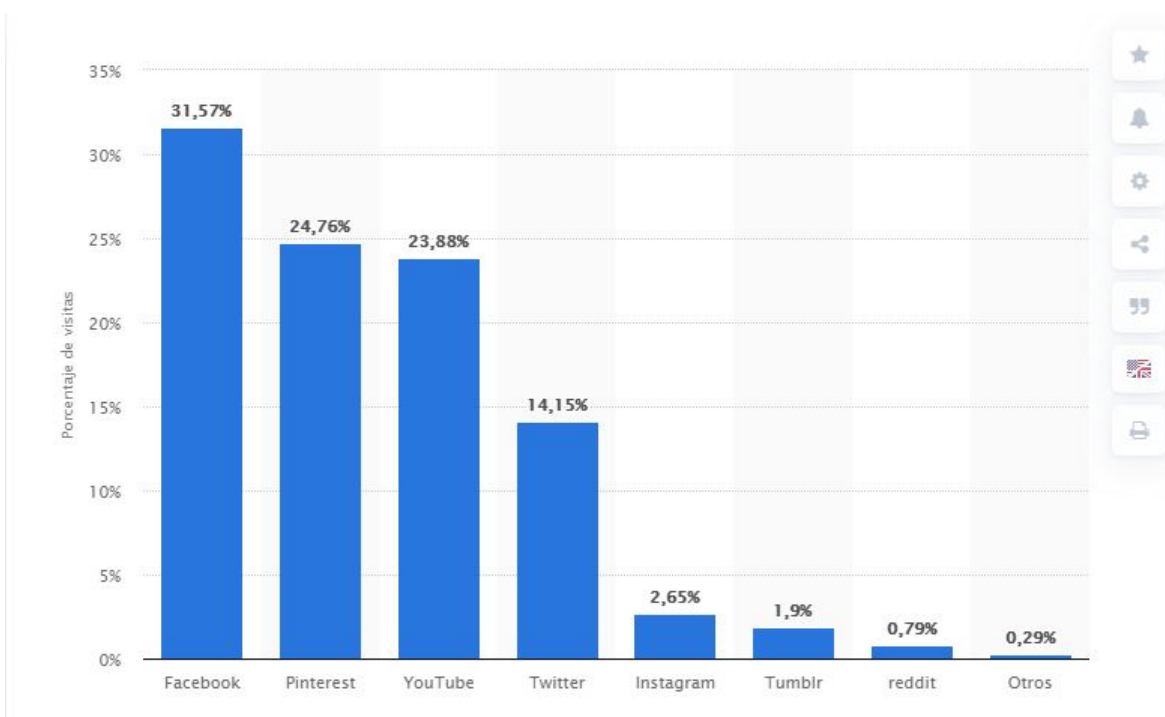


Figura 1. Los sitios web de redes sociales más populares en Costa Rica en el primer semestre de 2020, según porcentaje de visitas.

Fuente: Erick Burgueño Salas, 8 julio 2020.

La gran mayoría de comercios ofrecen como medio de pago el sistema de SINPE Móvil. Según datos emitidos por el Banco Central de Costa Rica (febrero 2021) el método de pago por medio de SINPE Móvil es el sistema de pago más utilizado por los costarricenses. Tuvo un crecimiento de 787% en el 2020 en comparación del 2019. El 33% de las transferencias (18,1 millones) se realizaron entre cuentas de clientes que pertenecen a la misma entidad financiera (intrabancarias), mientras el restante 67% (36,9 millones) se realizaron entre cuentas de distintas entidades financieras (interbancarias).

Es así que en Costa Rica el dispositivo más utilizado por las microempresas para labores del negocio según encuesta del INEC 2020 es el teléfono celular el 90,6%, seguido de la computadora 24,7%, el teléfono fijo 11,4% y otros dispositivos como tabletas y fax 3,3%. Aunque no todos cuentan con esta posibilidad ya que existe

un 6,3% de los negocios no tienen ninguna de estos medios electrónicos para el desarrollo de su actividad productiva, dejándolos en desventaja.

Jacó es considerada como una pequeña ciudad en la playa por todo el desarrollo que ha logrado durante los años. Con una población 11.685 personas el cantón de Garabito es un importante centro de inversión extranjera, especialmente en cuanto a construcción de hoteles de playa y se encuentra entre los 10 cantones costarricenses con mayor índice de desarrollo humano. La economía de Jacó se basa en actividades relacionadas con el turismo, siendo esta la que absorbe la mayor cantidad de ingresos.

Sin embargo, el aumento de turistas en la zona ha generado que la inseguridad alrededor de la zona sea mayor. Según el DELIFINO (2020) en el 2019 Jacó reportó 145 denuncias de tachas de vehículos así como 325 hurtos reportados. Además de las drogas y prostitución que se refleja en la noche. Causando que no sea un atractivo para los turistas visitar la zona de Jacó o salir de su hotel por considerar insegura la zona.

Hurtos	Tacha de vehículos
Jacó Garabito	Jacó Garabito
2018: 372	2018:127
2019: 325	2019: 145

Figura 2. Datos de Hurtos y Tacha de Vehículos. OIJ

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

La Cámara de Turismo de Garabito, La Cámara de Turismo y Comercio Sostenible del Pacífico Central (CATUCOSO), en conjunto con actores sociales estratégicos de Jacó, han trabajado de manera constante en el fortalecimiento de la economía local y promoción en las iniciativas para ayudar a los emprendedores y seguridad de la zona.

Dado a sus grandes esfuerzos durante la pandemia y en pro de la recuperación económica para la zona de Jacó, según la estadística brindada por la empresa Airbnb el 70% de las búsquedas que realizaron los costarricenses en julio 2020 fueron para el turismo local siendo como primer destino buscado Jacó.

Con el objetivo de impulsar la economía local, existen varios actores sociales estratégicos en la zona de Jacó que operan diferentes páginas en Facebook y en Instagram con el objetivo de promocionar la venta de productos y servicios locales de diferentes emprendedores, así como también promocionar hoteles y restaurantes en Jacó.

Páginas como JacoImpact, People of y Emprendedores Garabito tienen todas como fin apoyar a toda la comunidad de emprendedores de la Jacó y los diferentes proyectos que se llevan a cabo. Son conscientes de que en Jacó no todas las personas tienen la misma posibilidad. Fue un cantón que al inicio de la pandemia se vio muy afectado por el cierre de fronteras, ya que su mayor ingreso económico provenía de turistas extranjeros. Sin embargo, como comunidad han logrado transformarse e impulsar su economía con ayuda de las plataformas digitales y actores sociales estratégicos.

Según la encuesta llevada a cabo por Mastercad (noviembre 2020), se muestra que el 90% de los compradores tienen más intención de comprar en sus comunidades locales que hace un año debido a la pandemia. El 72% de los compradores están gastando activamente dinero en sus comunidades locales, para así ayudar a las tiendas independientes a recuperarse. Además se reflejó que el 83% afirma que ha descubierto nuevas tiendas en su comunidad desde el comienzo del confinamiento. La gran mayoría (90%) dice que tiene la intención de seguir comprando localmente, cuando las restricciones debido a la pandemia sean levantadas. El 92% de los encuestados establecen que los últimos meses les han hecho más conscientes de la población más necesitada, y la mayoría (90%) dice que siente un mayor sentido de comunidad.

De los encuestados el 78% dijo que una vez que la pandemia termina seguirá consumiendo productos de negocios locales en el futuro para ayudar a que estos se recuperen económicamente.

Metodología de la investigación.

En este apartado, se describe el tipo de investigación que se está desarrollando, el alcance, las fuentes utilizadas para la obtención de la información y los instrumentos utilizados. Se definen los procedimientos metodológicos y la instrumentalización de las variables que se identificaron en el presente proyecto de investigación.

Tipo de investigación

La presente investigación es descriptiva definida por Tamayo y Tamayo (2006) como una investigación que “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.”, y cuenta con un enfoque cuantitativo de acuerdo con Tamayo (2007) “consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio” La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Para esta investigación se recogieron datos extraídos de diferentes fuentes. Esto permitió obtener información requerida sobre el público meta para determinar su comportamiento, y por medio de esto conocer qué acciones aplicar para el incremento de venta de productos locales de los emprendedores de Jacó

Población de Interés

La población de interés está dirigida a clientes potenciales que puedan adquirir los productos locales de emprendedores de Jacó. Según el Instituto Nacional de Estadísticas de Costa Rica (2020), las personas clasificadas como empleadas para la población joven y adulta son un total de 4 012 245. Se utilizó esta población meta dado que se consulta con la Municipalidad de Garabito y Cámara de Turismo de Garabito e indica que el levantamiento de datos está en proceso.

Muestra

Para la muestra de esta investigación, se utilizó un margen de error de un 10% y un nivel de confianza de 95%, lo cual da como resultado un total de 96 personas.

Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo para esta investigación es probabilístico ya que se basan en el principio de equiprobabilidad, en donde todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra representativa. Solo va a representar parte del grupo de personas cuyas opiniones interesan.

Instrumentos y Técnicas de Recolección de Datos

A continuación se describe los instrumentos y las técnicas que fueron utilizadas para realizar la investigación.

Encuesta de Recolección de Datos (Vía Web)

Se diseñó una encuesta que contiene 15 preguntas de carácter cuantitativo con el objetivo de determinar los gustos y preferencias del consumidor costarricense, con la herramienta para realizar encuestas llamada Microsoft Forms. Para mayor comprensión una encuesta se define como:

“una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación

con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (García Ferrado)

Microsoft Forms es una herramienta digital que permite realizar encuestas personalizadas con el fin de recopilar datos de forma sencilla y clara para analizar los resultados.

Entrevista

Además para un análisis cualitativo se ha escogido una entrevista estructurada que según Bertomeu Folgueiras “El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas”. Es una entrevista guiada con una estructura definida.

Análisis de Resultados

Las encuestas fueron enviadas a diferentes consumidores costarricenses por medio de diversas plataformas digitales como Whatsapp, LinkedIn y correo electrónico. Se obtuvo un resultado de 115 respuestas de personas con un rango de edad de los 25 a 44 años. Se refleja que un 75% son mujeres y un 25% son hombres. Son consumidores de todo el territorio costarricense. La provincia más destacada es la zona de Heredia, seguido por Guanacaste, San José y Limón.

Los resultados de los datos obtenidos vienen a enriquecer la información que se indagó con el objetivo de obtener una respuesta sobre cómo incrementar la venta de productos locales de los emprendedores de Jacó.

En el gráfico 1 se puede apreciar el resultado a la pregunta de ¿Le gusta pasear por Jacó? Un 70% de los turistas escogió que sí, y un 30% dijo que no.

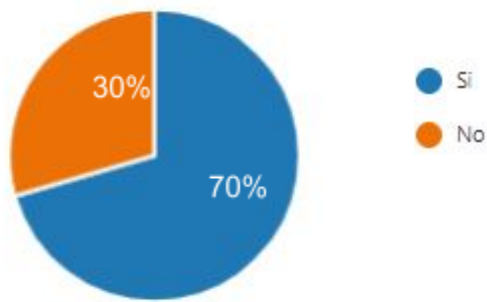


Gráfico 1. ¿Le gusta pasear por Jacó?

Fuente: Elaboración propia, 2021

Con el fin de conocer el por qué a ese porcentaje de turistas no les agrada pasear en la dicha zona, se preguntó que indicaran 3 causas por las cuales no les gusta. En los resultados se refleja que la gran mayoría escogió que la playa no es de su agrado, seguida de la inseguridad de los alrededores y como último punto que los precios de los hoteles restaurantes y locales son muy elevados.

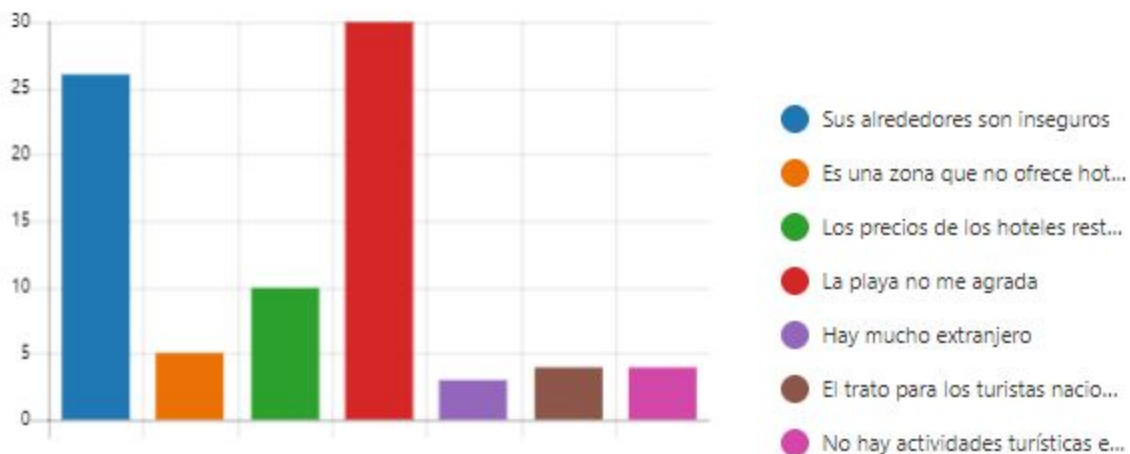


Gráfico 2. Si escogió que no indique ¿por qué? (seleccione máximo 3)

Fuente: Elaboración propia, 2021

Este resultado viene a confirmar lo comentado en la revisión bibliográfica sobre la inseguridad que presenta la zona y cómo tiene un efecto grande en la toma de decisiones por parte de los turistas si visitan o no la zona de Jacó.

En el gráfico 3 se tiene como resultado la escogencia a la pregunta que un 46% escogió comida, seguido de 19% de artesanías y un 11% servicios.



Gráfico 3. ¿Qué productos suele comprarle a los emprendedores?

Fuente: Elaboración propia, 2021

Se les preguntó en el momento de hacer la compra de estos productos o servicios, si consideran que los emprendedores cobran lo justo, muy caro, o muy barato. Un 77% de los encuestados establecieron que los emprendedores cobran un precio adecuado por sus productos y un 18% indicó que es muy caro. Esto es un buen indicador ya que los consumidores encuentran accesible el pago de estos productos o servicios, y no consideran que el cobro sea excesivo.

Cuando el consumidor paga por el producto es porque tiene una calidad extra que lo hace llamativo. Es así como se ve reflejado en el siguiente gráfico, sobre la escogencia en el momento de comprar el producto.

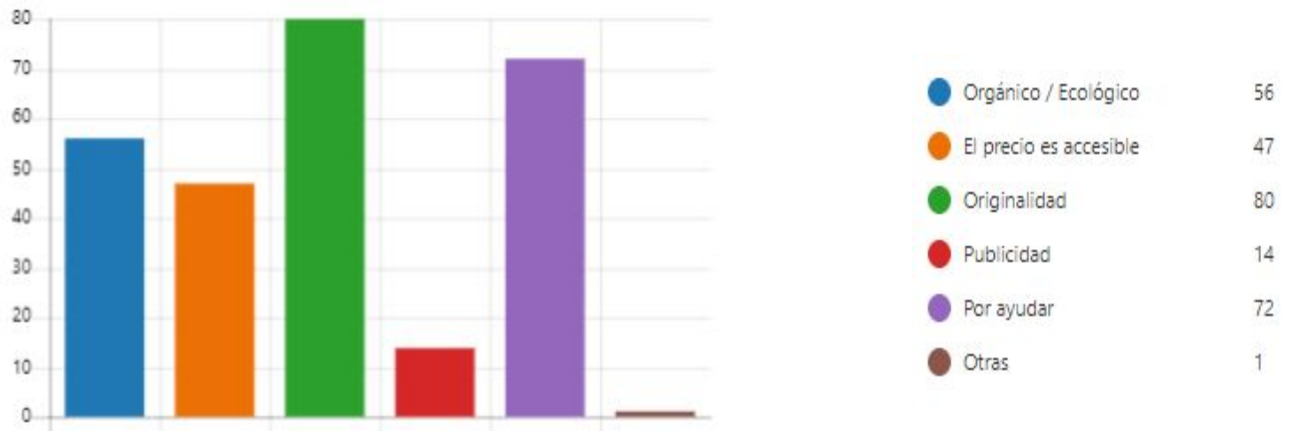


Gráfico 4 ¿Qué hace atractivo comprar a un emprendedor?

Fuente: Elaboración Propia, 2021

El top 3 de las respuestas van entre originalidad del producto o servicio, por ayudar al emprendedor y tercero por ser un producto orgánico y ecológico. Como se mencionó en el apartado de la revisión bibliográfica muchos costarricenses están conscientes que una parte de la población necesita ayuda debido a la crisis global de la pandemia. Este gráfico viene a comprobar y a generar una expectativa sobre la preferencia que tienen los turistas en el momento de elegir un producto local. Son elementos que se pueden utilizar para innovar los productos o servicios que ofrecen los emprendedores locales con el fin de incrementar sus ventas.

En el siguiente gráfico se refleja los resultados sobre si los emprendedores tienen buenas “tácticas” de venta de productos. Ya que es contraproducente tener productos de calidad y atractivos y no tener un conocimiento general de cómo vender los productos. Se les preguntó a los encuestados y un 54% estableció que no tienen buen empleo de venta de productos y un 46% estableció que consideran que sí.

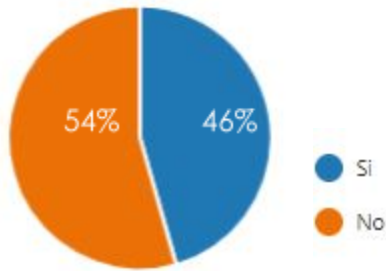


Gráfico 5. ¿Considera que los emprendedores tienen una buena “táctica” para la venta de sus productos?

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Como se mencionó en el apartado bibliográfico, no todos los emprendedores tienen la misma facilidad de tener acceso a plataformas digitales y capacitaciones para el momento de vender sus productos

Lo que se refleja en el siguiente gráfico, es que los emprendedores locales tienen métodos accesibles de pago para los consumidores. Ya que un 78% de los encuestados establecieron que sí son accesibles y un 22% establecieron que no.

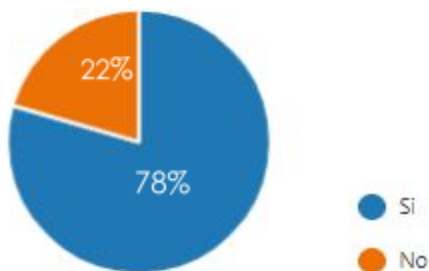


Gráfico 6. Cuando compra productos a emprendedores considera que los métodos de pago son accesibles, fáciles y seguros.

Fuente: Elaboración Propia 2021

Como se mencionó en el apartado bibliográfico, los consumidores costarricenses han escogido el método de pago SINPE Móvil como el instrumento de pago favorito, según datos brindados por el Banco Central. Asimismo se ve reflejado en los resultados de la encuesta en donde se confirma que el método favorito para

comprarle a un emprendedor es el ya mencionado. Un 66 % de los encuestados eligió esta opción.

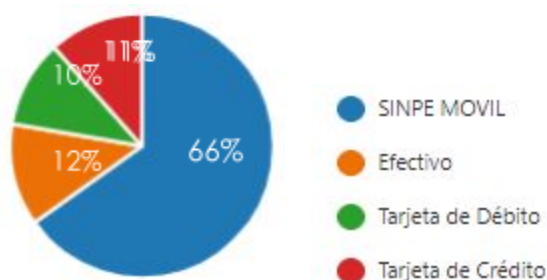


Gráfico 7. ¿Cuál es su medio favorito de pago con el que le gustaría comprarle a los emprendedores?

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

Estos resultados son útiles ya que vienen a revelar información que es necesaria para que el emprendedor pueda brindar un mejor servicio a los turistas.

Se tuvo que consultar los medios digitales que los consumidores les gustan realizar sus compras con el fin poder obtener resultados con los cuales los emprendedores puedan promocionar sus productos y darlos a conocer.

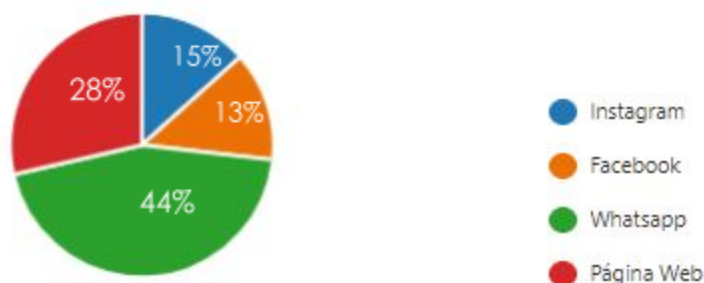


Gráfico 8. ¿Cuáles son los medios digitales por el cual le gusta hacer sus compras?

Fuente: Elaboración propia 2021

Un 44% escogió Whatsapp como medio digital favorito seguido de un 28% de una página web y tercero con un 15% Instagram.

Debido a estas dos últimas preguntas se les tenía que consultar a los consumidores como objetivo general para lograr incrementar las ventas de sus productos si ¿Les gustaría que los productos locales que ofrecen los emprendedores de Jacó estuvieran en una plataforma digital fácil de acceder desde cualquier parte de Costa Rica? A esto los turistas respondieron con un 91% que sí sería de su agrado que los emprendedores tuvieran esta plataforma digital. Como se mencionó anteriormente en la revisión bibliográfica, los medios digitales como Facebook son muy utilizados por los costarricenses.

La última pregunta de la encuesta está enfocada a determinar cuáles son las principales razones por las cuales los turistas sí le compraría a un emprendedor de la zona de la Jacó sus productos, las respuestas a esta pregunta fueron los buenos precios de los productos, una plataforma digital donde sea más fácil adquirir el producto, y una red social donde se promocióne y se observe el producto.

Análisis de las Entrevistas

En la entrevista se dialogó con Jazmín Artavia Araya, empresaria dueña de un hotel en Esterillos Oeste cuenta con 27 años de vivir en Jacó y es la persona encargada de dirigir la página de People of Jacó que tiene como fin promover los locales de la zona y dar a conocer más a fondo a todos los emprendedores de la zona.

Analizando la encuesta y desde una perspectiva de una persona que vive en la zona de Jacó, concuerda que el gobierno local como la Municipalidad y la Cámara de Turismo de Garabito han ayudado mucho a mejorar el aspecto del centro así como la limpieza de la playa, ya que como nos menciona Jazmín, cuando visitan los turistas el fin de semana, la playa se llena de mucha basura. Además comenta que la Municipalidad de Jacó ha reforzado la seguridad ya que existen más cámaras que vigilan el centro de Jacó y tienen personas vigilando todo lo que está ocurriendo en la zona.

Se concuerda con lo mencionado en la revisión bibliográfica sobre el hecho de que para la zona poder recuperar un poco de su economía local, fue fundamental hacer un llamado a los turistas nacionales con el fin de que visitaran la zona. Lo cual se dio un incremento grande de turistas nacionales que visitan Jacó en los últimos 6 meses ya que según menciona la entrevistada “era la única forma de sobrevivir”.

Menciona la entrevistada que los turistas nacionales, desde su perspectiva y experiencia, prefieren conseguir un producto en otro lado que conseguirlo directamente con el emprendedor local, ya que establece que lo pueden conseguir en otro lugar más barato. Establece que los turistas nacionales que visitan la zona de San José muy pocas veces van a comprarle directamente a un emprendedor de la zona. Las personas que le compran a estos emprendedores son los locales de Jacó y los extranjeros. Si se compara los resultados obtenidos de las encuestas, se presenta un contraste donde los turistas nacionales dicen que sí les compran y que los emprendedores ofrecen buenos precios y la perspectiva de una persona local que establece que no es así.

Así mismo indica que una de las limitantes más grandes que tienen los emprendedores de Jacó es un espacio físico dónde vender sus productos, ya que previo a la pandemia se realizan mercaditos en la zona. En el tema de mercadeo considera la entrevistada que por medio de las plataformas digitales los emprendedores saben cómo utilizarlos.

Muchos de los emprendedores se apoyan por medio de las redes sociales, ya que si un emprendedor abre un local el resto de los emprendedores de la zona se comparten por medio de estas plataformas el emprendimiento. Sin embargo, estos espacios y apoyo se dan entre locales de la zona, ya que un turista fuera de la zona de Jacó no tendría acceso a esos emprendimientos.

Asimismo se procede a entrevistar a Yeorgina Ureña Arley originaria de Puntarenas con 10 años de vivir en Jacó, empresaria y fundadora de Jaco Impact y Emprendedores de Garabito, ella menciona que son 7 pilares fundamentales los que intenta desarrollar en la comunidad de Garabito, que son educación, salud, agricultura, cultura, emprendedurismo, deporte y el último, bienestar animal. Su enfoque es poder ir creando actividades que beneficien a esos pilares, romper las brechas sociales que existen en la comunidad dejando a un lado la ideología que es la Municipalidad o el Gobierno las únicas entidades encargadas de realizar estos cambios.

Ella expone, que se está reflejando la reactivación económica en la comunidad, ya que así como “quebraron” muchos emprendedores, otros resurgieron y se reinventaron.

Considera que la Municipalidad de Jacó, a diferencia de la anterior actora social Jazmín, no ha realizado actividades que ayuden a los emprendedores. Solo las ferias del agricultor que se realizan los viernes y sábados en las cuales se ha evidenciado que no solo van agricultores sino que otros emprendedores aprovechan y venden sus productos en esta feria. Sin embargo, algún otro apoyo brindado por la Municipalidad de Garabito no se constata. Establece que la Municipalidad debería de realizar más talleres, capacitaciones gratuitas para los emprendedores que están en una situación de atasco o bien que quieran actualizarse en ciertos temas para sus negocios. No obstante, la que lleva a cabo estos talleres y fomenta diferentes tipos de espacios para los emprendedores es su organización.

Como se mencionó en el apartado bibliográfico y en comparación con la otra entrevista realizada, considera la actora social que uno de los retos más grandes que se enfrentan es que los emprendedores, en este caso mujeres adultas, no saben utilizar las plataformas digitales, y como se evidenció en el análisis de las encuestas llevadas a cabo, la gran mayoría de turistas prefieren comprar por medios digitales. Se menciona además que los medios de pago que ofrecen los emprendedores son limitados porque ignoran el tema. Otra discrepancia que se

reflejó en cuanto a las entrevistas, es que la empresaria Yorgina establece que un turista nacional si compra los productos locales de un emprendedor, esto se debe a la forma en que se le atiende al turista, la táctica de vender, el tiempo que se toma para explicar el producto y de dónde viene ese producto. Establece que estos son mecanismos básicos que no muchos emprendedores de la zona tienen conocimiento sin embargo, manifiesta que no es solo la forma en que se vende el producto y la atención brindada hacia el cliente sino también la forma de vestir, la actitud, y cómo se visualiza el producto en sí.

Un aporte fundamental que realiza la entrevistada es sobre las limitaciones que tienen los emprendedores de Jacó. Este sería no tener las herramientas necesarias para impulsar su emprendimiento. No todas las personas tienen acceso en adquirir una capacitación de marketing, manejo de redes sociales o Excel, ni tampoco son charlas con lenguaje inclusivo que la gran mayoría de emprendedores puedan entender y aplicar. Sino que se necesita charlas que tengan los elementos esenciales de conocimiento y además que se pueda transmitir de una forma clara, precisa y simple.

Los resultados anteriores aportan datos importantes sobre las necesidades, gustos y preferencias de los turistas nacionales en el momento de realizar alguna compra de un producto local de la zona de Jacó, así como también un análisis de dos actoras sociales de la localidad de Jacó que brindaron una perspectiva de la realidad actual de la zona. Con esta información, se puede brindar en el siguiente apartado las conclusiones y las recomendaciones.

Conclusiones y Recomendaciones

Conforme con lo desarrollado en la investigación y los resultados obtenidos se tiene como resultado varios elementos. Como dato importante, hay una concordancia entre los precios establecidos en los productos de los emprendedores que tienen a la venta así como la anuencia que tiene los turistas locales en comprar el producto. No hay evidencia de disputa en cuanto a estos

dos elementos. Si se refleja que un mecanismo importante para lograr incrementar la venta de productos locales, generado por la pandemia global, es la utilización de una plataforma digital en donde los emprendedores de Jacó puedan ofrecer sus productos de una manera accesible junto con medios de pagos sencillos y confiables. Se evidenció que la gran mayoría de los encuestados utilizan los medios digitales para hacer sus compras y debido a la pandemia las personas no van físicamente a las tiendas, sino que prefieren hacer sus compras por estos medios.

Se refleja en los resultados que se necesita una mejor capacitación de los emprendedores para lograr vender sus productos ya que no es solamente que tengan medios de pago accesibles a los turistas sino que tengan las herramientas necesarias para poder ofrecer los productos. Productos que hagan atractivo la compra, que sean originales y sostenibles con el medio ambiente, como quedó demostrado en el análisis de resultados. Así como también como un plan de ventas y proyecciones.

Queda demostrado que existe una falta iniciativa por parte entidades gubernamentales locales y nacionales en fomentar la venta de productos locales de los emprendedores así como estrategias, capacitaciones, y charlas que ayuden a impulsar el conocimiento y venta de los productos de los emprendedores.

No obstante, se evidencia que una fracción de los encuestados no les agrada ir a pasear a Jacó por la inseguridad de la zona. Esto es un elemento a tomar en consideración al momento de promocionar a Jacó como destino turístico sostenible, ya que si no se trabaja en la seguridad de la zona, puede generar que no haya un cambio de percepción de los turistas nacionales. Sin embargo, se evidencia por medio de la entrevista que la Municipalidad de Garabito se encuentra trabajando activamente en la seguridad de la zona con cámaras de vigilancia en el centro de Jacó.

Basándose en los datos recolectados en esta investigación, los emprendedores locales de la zona de Jacó pueden tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Potencializar la seguridad de la zona en donde se tenga una vigilancia más activa por parte de la policía municipal en conjunto con la Municipalidad de Garabito, con el fin de brindar mayor protección hacia los turistas con el objetivo de que a largo plazo se recupere la confianza en la zona.
- Anunciar por medio de las redes sociales los cambios realizados en el tema de seguridad para informar a los turistas nacionales.
- Brindar herramientas de capacitaciones gratuitas a los emprendedores de Jacó en conjunto con el apoyo de la Municipalidad de Garabito y Actores sociales de la zona y fomentar la utilización de estos espacios de capacitación.
- Que la Municipalidad de Garabito brinde zonas y espacios para que los emprendedores puedan vender sus productos a los turistas que visitan la zona de Jacó promocionando este tipo de actividad en las plataformas sociales.
- Que los emprendedores locales de la zona utilicen las plataforma digitales, donde muestren todos sus productos de una manera atractiva visualmente, con contenido creativo y de fácil acceso para que el consumidor efectúe la compra.
- Que los emprendedores creen estrategias de ventas con el fin de llegar al público meta deseado y así lograr mayor número de ventas.
- Promocionar los productos de los emprendedores locales fuera de la zona Jacó, con el fin de que en la época “baja” los emprendedores puedan seguir obteniendo ingresos aun así en esta época con ayuda de la Municipalidad de Garabito y los Actores Sociales.

-En conjunto con la Municipalidad de Garabito y los actores sociales, ayudar a crear conciencia a los turistas nacionales de por qué se debería de comprarle a los emprendedores locales de Jacó.

Referencias

Arias Steve. SINPE Móvil es el favorito de los ticos para realizar transacciones. Noticias de Pérez Zeledón. 22 de febrero 2021. Recuperado de <https://www.pzahora.com/post/sinpe-m%C3%B3vil-es-el-favorito-de-los-ticos-para-realizar-transacciones>

Burgueño Salas Erick. Costa Rica: redes sociales más populares 2020. Statista.8 de julio 2020. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1091032/costa-rica-visitas-redes-sociales/#stati sticContainer>

Betomeu Folgueiras. Técnica de recogida de información: La entrevista. (S.f). Recuperado <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Castro Johnny. Un 70% de las búsquedas que realizaron los ticos en Airbnb durante julio fueron para turismo local. La república. 26 de agosto 2020. Recuperado de

<https://www.larepublica.net/noticia/un-70-de-las-busquedas-que-realizan-ticos-en-airbnb-son-para-turismo-local>

EsencialCostarica.VisitCostaRica.2020. recuperado de <https://www.visitcostarica.com/es>

Fernández Mora Evelyn. ¿ Por qué los consumidores prefieren los supermercados?. Formato sigue liderando como puntos de venta en Costa Rica y la región. 17 de abril 2016. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com/negocios/por-que-los-consumidores-prefieren-comprar-en-los-supermercados/4ZNFw2NKPZDZHOJRQNEZ2YMWFI/story/>

Instituto costarricense de turismo. Dirección de planeamiento y desarrollo turístico. Unidad de administración de la información. 2019. Recuperado:<https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%c3%adsticas/informes-estad%c3%adsticos/recientes/1026-2020/file.html>

Madrugal Luis Manuel. Tasa de desempleo fue de 21,9% en octubre; 544 mil personas no tenían empleo según INEC. Delfino. 3 de diciembre 2020. Recuperado de <https://delfino.cr/2020/12/tasa-de-desempleo-fue-de-219-en-octubre-544-mil-personas-no-tenian-empleo-segun-inec>

Marianela Sanabria Leandro. Consuma productos nacionales y apoye los negocios locales.7 de abril 2020. Recuperado de <https://adiariocr.com/negocios/consumamos-productos-nacionales-y-apoyemos-a-los-negocios-locales/>

May Grosser Sebastián. Asaltos, robos y hurtos disminuyeron en 2019. 12 de marzo 2020. Recuperado en <https://delfino.cr/2020/03/asaltos-robos-y-hurtos-disminuyeron-en-2019>

Memorial Anual 2019. OIJ. Recuperado de <http://d1qqtien6gys07.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/03/Memoria-Institucional-OIJ-2019.pdf>

Mora Andrea. 42% de los restaurantes han cerrado; desempleo en el sector afecta a más de 100 mil personas.26 de marzo 2020. recuperado<https://delfino.cr/2020/03/42-de-los-restaurantes-han-cerrado-desempleo-en-el-sector-afecta-a-mas-de-100-mil-personas>

Resultados encuesta nacional de microempresas de los hogares (enameh) 2020. Disminuye 7,3 % la cantidad de microempresas. INEC. 2020. Recuperado de <https://www.inec.cr/noticia/disminuye-73-la-cantidad-de-microempresas>

Rumbo Económico. 9 de cada 10 costarricenses prefieren comprar más en su comunidad local que hace un año noviembre.(s.n) 2020. Recuperado de Según el autor Miguel Ángel Aceranza en su libro Conceptualización, origen y evolución del turismo (2006) define el concepto de producto turístico como:

Plan de desarrollo humano local cantón de garabito. Proyecto de Fortalecimiento e las capacidades municipales para la planificación del desarrollo humano local en Costa Rica. 2009. Recuperado de <https://www.munigarabito.go.cr/phocadownload/Archivos/Planes/PlanDesarrolloHumanoLocalCant%3%b3nGarabito.pdf>

Carta de Filóloga

Carta de filóloga

Heredia, 12 de marzo 2021.

Señores (as)

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Estimados señores (as)

La suscrita Edith Raissa Pizarro Alfaro con cédula de identidad N° 401780133, profesional en Filología, hace constar que revisó el documento que lleva por título "¿Cómo incrementar las ventas de los productos locales en el marco del turismo sostenible?", de la estudiante **Valeria Fernández Cruz**, al cual se le aplicaron las revisiones y observaciones relacionadas con aspectos de construcción gramatical, ortografía, redacción, entre otros.

Dado lo anterior, certifico que el documento contiene las observaciones y correcciones solicitadas, quedando de conformidad con lo pactado.

Atentamente,

Firmado por EDITH RAISSA PIZARRO ALFARO (FIRMA)
PERSONA FÍSICA, CPF-04-6178-0133. Fecha declarada: 12/03/2021 02:50 PM
Esta representación visual no es una fuente de confianza, valide siempre la firma.

Licda. Edith Raissa Pizarro Alfaro

Código 35554

Anexo 1

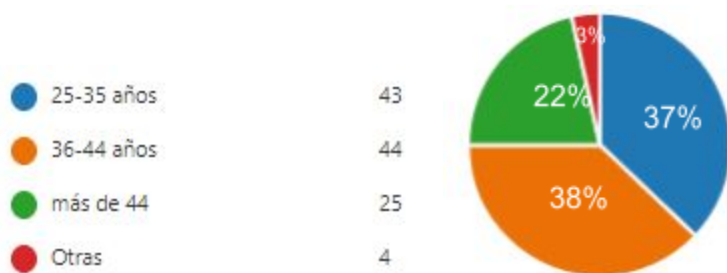
Preguntas de encuesta

Encuesta sobre el consumo y compra de productos locales

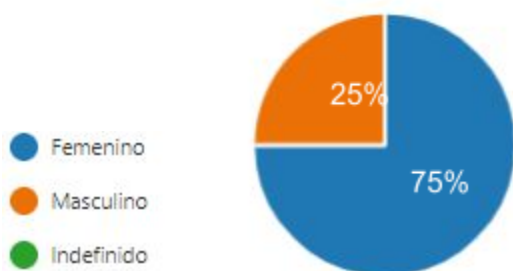
Título: La compra de productos locales a emprendedores de Jacó

Queremos recibir su opinión acerca de la compra de productos locales en la zona de Jacó

1. ¿Cuál es el rango de su edad?



2- Seleccione su género



3. ¿Lugar de residencia?

1	anonymous	Heredia
2	anonymous	Alajuela
3	anonymous	Curridabat
4	anonymous	Heredia
5	anonymous	Ulloa heredia
6	anonymous	Heredia
7	anonymous	San Jose
8	anonymous	Tilaran
9	anonymous	San Rafael Heredia
10	anonymous	Coronado
11	anonymous	Guanacaste

12	anonymous	San José
13	anonymous	Heredia
14	anonymous	Tilaran Guanacaste
15	anonymous	Heredia
16	anonymous	Heredia
17	anonymous	San Jose
18	anonymous	Desamparados
19	anonymous	Grecia
20	anonymous	San Pablo
21	anonymous	Heredia
22	anonymous	Heredia

23	anonymous	Heredia
24	anonymous	Tilarán
25	anonymous	Heredia
26	anonymous	Heredia
27	anonymous	Heredia
28	anonymous	Heredia
29	anonymous	Santo Domingo, heredia
30	anonymous	San Isidro
31	anonymous	San Pablo de Heredia
32	anonymous	Tilarán Gte
33	anonymous	Heredia

34	anonymous	Heredia
35	anonymous	Heredia San Pablo
36	anonymous	Heredia
37	anonymous	Desamparados
38	anonymous	Heredia
39	anonymous	Heredia
40	anonymous	Heredia
41	anonymous	Heredia
42	anonymous	San José
43	anonymous	Heredia
44	anonymous	Heredia

45	anonymous	Heredia
46	anonymous	Heredia
47	anonymous	Heredia
48	anonymous	Heredia
49	anonymous	Heredia
50	anonymous	Heredia
51	anonymous	Heredia
52	anonymous	santa ana
53	anonymous	Heredia
54	anonymous	San José
55	anonymous	Heredia

56	anonymous	Heredia
57	anonymous	Mozotal, Guadalupe
58	anonymous	Alajuela
59	anonymous	Liberia
60	anonymous	Alajuela
61	anonymous	Alajuela
62	anonymous	San Ramón de Alajuela
63	anonymous	Heredia
64	anonymous	San José
65	anonymous	Heredia
66	anonymous	San Jose

67	anonymous	Heredia
68	anonymous	Heredia
69	anonymous	Heredia
70	anonymous	Barva, de Heredia
71	anonymous	Curridabat
72	anonymous	Heredia
73	anonymous	San José, Tibás
74	anonymous	Cartago
75	anonymous	San José
76	anonymous	Puriscal
77	anonymous	San José

78	anonymous	Perez Zeledón
79	anonymous	San José
80	anonymous	Guanacaste
81	anonymous	Limon
82	anonymous	Heredia
83	anonymous	San Jose
84	anonymous	San Isidro
85	anonymous	San Juan de Dios
86	anonymous	Heredia
87	anonymous	Heredia
88	anonymous	Heredia/ Flores/ san Joaquín

89	anonymous	Jacó
90	anonymous	San Pedro
91	anonymous	Heredia
92	anonymous	Pérez Zeledón
93	anonymous	Heredia
94	anonymous	Heredia
95	anonymous	Turrialba
96	anonymous	Heredia
97	anonymous	Turrialba
98	anonymous	Atenas
99	anonymous	Desamparados San Rafael Arriba San Jose

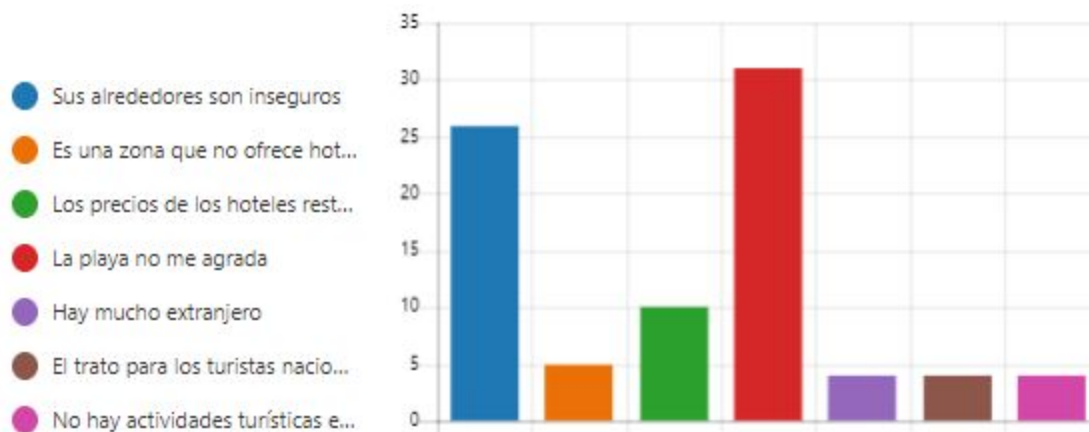
100	anonymous	Santa Cruz, Guanacaste
101	anonymous	Moravia
102	anonymous	Heredia
103	anonymous	Moravia
104	anonymous	Tilarán Guanacaste
105	anonymous	Heredia
106	anonymous	Desamparados
107	anonymous	Heredia
108	anonymous	Alajuela
109	anonymous	Heredia
110	anonymous	Heredia

111	anonymous	Heredia. Cantón Central, San Francisco, Urbanización La Esperanza .dperanza
112	anonymous	Heredia Condominio las Flores
113	anonymous	Nicoya
114	anonymous	Curridabat
115	anonymous	Alajuela

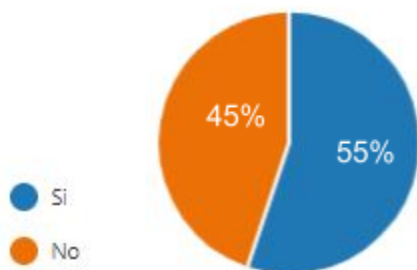
4. ¿Le gusta pasear por Jacó?



5. Si escogió que no indique ¿por qué? (Seleccione máximo 3)



6. ¿Prefiere comprar en grandes cadenas en vez de mercaditos o “pulperías”?



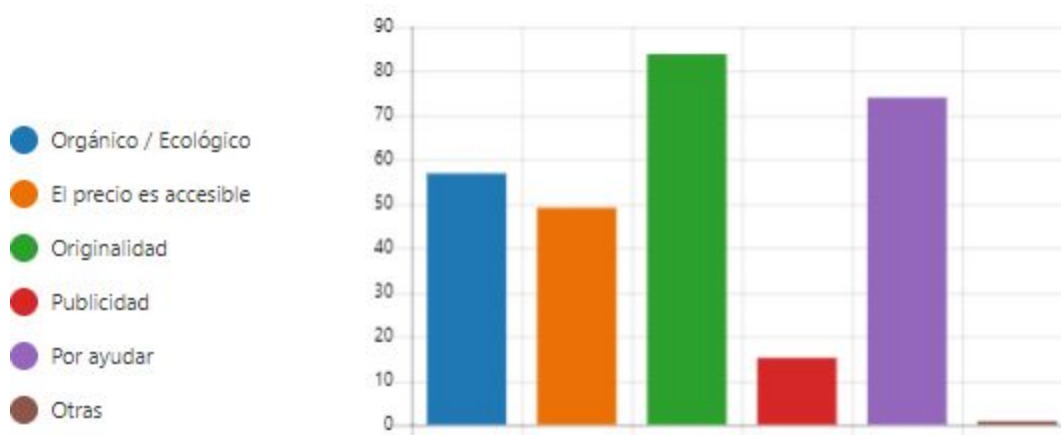
7. ¿Qué productos suele comprarle a los emprendedores?



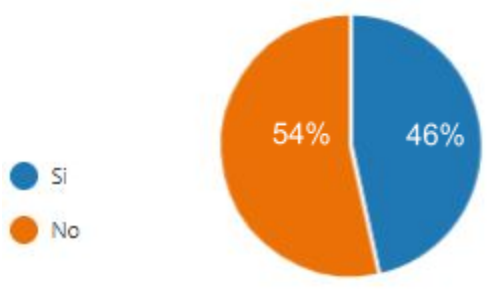
8. Considera que los emprendedores cobran por sus productos un precio:



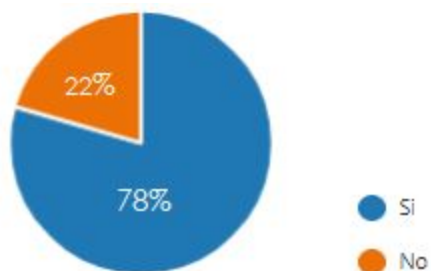
9. ¿Qué hace atractivo comprar a un emprendedor? Seleccione máximo 3



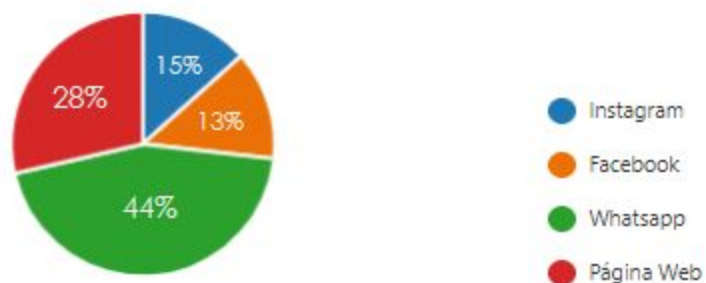
10. ¿Considera que los emprendedores tienen una buena “táctica” para la venta de sus productos?



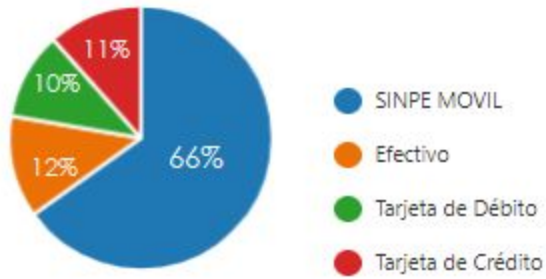
11. Cuando compra productos emprendedores considera que los métodos de pago son accesibles/ buenos/ fácil y seguros.



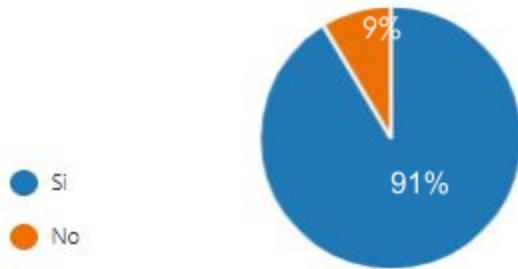
12. ¿Cuáles son los medios digitales por el cual le gusta hacer sus compras?



13. ¿Cuáles son sus medios favoritos de pago con los que le gustaría comprar a los emprendedores?

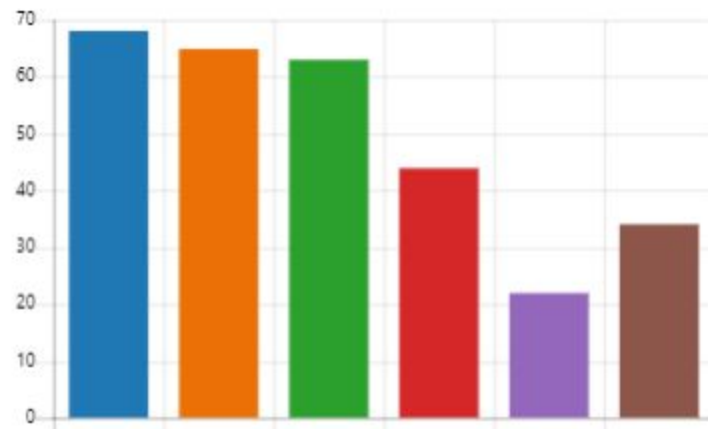


14. ¿Le gustaría que los productos locales que ofrecen los emprendedores de Jacó estuvieran en una plataforma digital fácil de acceder desde cualquier parte de Costa Rica?



15. ¿Cuáles son las 3 principales razones por las que usted no le compraría un producto a un emprendedor en la zona de Jacó?

● Buenos Precios	68
● Plataforma Digital donde sea f...	65
● Red social donde promociione...	63
● Una tienda en línea	44
● Una tienda Física	22
● Buen Mercadeo	34



Anexo 2

Entrevista a Actores sociales

Jazmín Artavia

1. Nombre completo, Ocupación tiempo de vivir en Jacó.

R/Jazmin Artavia Araya. Yo soy tica y tengo 27 años de vivir en Jacó. No había nada solo había potreros y calle de tierra y estaba la central claro.

2. ¿Cuál es su rol en la comunidad?

R Yo tengo un hotel en Esterillos Oeste, digamos mis papás se vinieron a vivir acá , ellos eran los primeros que tuvieron un Suvenir en el área, y después yo

me casé tuve un hotel en playa hermosa y luego me fui para Esterillos construí un hotel y ahora lo que hago es que tengo esta página de People of Jacó donde ayudó a promover a todos los locales, a mis amigos y a todo mundo. Alguien abre un restaurante y yo lo público.

3. Cómo nace esta necesidad de ayudar a la comunidad (y la creación de las páginas)

R/ Yo no sé si ud ha visto que hay una página que se llama “Humans of New York” es buenísimo, es un fotógrafo súper millonario y famoso pero él salía con su cámara tomaba fotos a gente “random” en la calle y luego le hacía una pequeña entrevista de quién es usted y qué hace y lo pone en su página de Facebook e Instagram. Siempre me ha gustado y me ha llamado mucho la atención porque después de tantos años de vivir aquí en Jacó uno le ve la cara a todo mundo todo el tiempo. Ejemplo yo le veo la cara a esa señora cincuenta mil veces, aquel y aquel le dicen tal, entonces comencé a pensar quiénes son, quién está detrás de “nickname” el apodo de dónde vino, por qué viene mucho gringo y cómo hizo para dejar toda su casa allá entonces comencé a entrevistar a la gente que conozco de hace muchos años pero no sabía su historia, y ahí comencé, luego de eso una amiga mía abrió no me acuerdo bien llegó una cadena de restaurantes que se llama Mafalda hamburguesas y la dueña me contactó y me dijo que por qué no viene prueba las hamburguesas y hace algún videíto y ese fue el primero que hice y de ahí cada vez que hay algo la gente me llama para que yo llegue.

4. ¿Existen programas o iniciativas gubernamentales nacionales o locales que ayuden a la zona en el tema del turismo sostenible?

R/Sí, tenemos una oficina de un abogado, el es Presidente de la Cámara de Turismo de Jacó ellos han impulsado mucho cuando hacen los desfiles de la

luz y todo eso sí tenemos mucho apoyo de la Cámara de Turismo de Jacó

5. ¿Considera que la Municipalidad de Jacó brinda ayuda?

R/Sí, limpian la playa, aquí llega mucha gente y dejan la playa súper sucia y la municipalidad está ahí todos los días limpiando. Hay mucha más seguridad ahora hay cámaras en todo Jacó y gente que está viendo lo que está pasando en realidad yo siento que la Municipalidad ha hecho bastante, siempre hay muchas cosas que se pueden hacer , pero porque a mi me tocó bueno no me tocó, pero hace tiempo cuando todos querían ser alcaldes de Jacó yo entrevisté a todos los que estaban postulando que querían ser alcaldes, volvió a quedar el mismo alcalde que ya estaba pero por ahí me di cuenta que sí tienen muy bueno proyectos.

¿Cuál ayuda adicional han recibido en los últimos 6 meses por parte del gobierno nacional y local (como por ejemplo de La Cámara de Comercio de Restaurantes, Hoteles o de Turismo)

R/ Sí

6. ¿Conoce cuántos emprendedores locales tiene Jacó aproximadamente?

R/Vieras que hay montones yo diría que más de 100, 150 es más yo creo que todos son emprendedores. Aquí hay muy pocos que yo diría que no son. Porque al menos que sea una cadena como Brit o una cadena de restaurantes que sea así, todos son emprendedores.

7. ¿Cuáles considera usted que son las causas más comunes que afectan la venta de los productos locales de los emprendedores de Jacó?

R/No tener un lugar físico donde exponer los productos

8. En los últimos 6 meses de la pandemia ¿qué tipo de turismo ha visto más en las zonas turísticas nacionales?

-Nacionales

-Extranjeros

R/ Nacionales, porque estaban las fronteras cerradas, casi siempre hemos sobrevivido del turismo internacional en Jacó honestamente nunca nos ha gustado y me incluyo yo que vivo del turismo, el turista nacional, porque llegan no dan propina, lo cual en San José no se ve eso jamás de propina pero aquí se ha vuelto muy común porque los extranjeros sí viven de la propinas y aquí rotan mucho el personal son injustos y rotan al personal para no tener que pagarles el seguro contratan a mucho extranjeros que no están legales y le pagan muy poquito porque saben que reciben propina entonces hasta nosotros los locales estamos acostumbrados a dar propina porque sabemos cómo es la situación de los meseros en el lugar donde trabajan .Es muy interesante porque en muchos de los lugares es así contratan a alguien por poco tiempo porque mi hija también fue mesera de varios restaurantes. Entonces por ese lado sí damos propina pero siempre que los nacionales llegan son muy demandantes no sé si usted ha escuchado que hasta tenemos un acento diferente que viene de San José, nunca nos ha gustado el turismo nacional, pero el año pasado nos dimos cuenta de lo mucho que necesitábamos al turista nacional porque sobrevivimos los últimos 6 meses a punta de turismo nacional, entonces era como wow bienvenidos toda la gente de San José, los “chepeños” no importa donde sea bienvenidos y nos ayudaron a sobrevivir honestamente.

Son miles de turistas que vienen a visitar la zona de Jacó.

9. ¿Considera que los turistas nacionales están anuentes a pagar por un producto local hecho por un emprendedor en Jacó o prefieren ir y conseguirlo en otro lado?

R/ Prefieren conseguirlo en otro lado.

10. ¿Por qué cree usted que el turista nacional no le gusta o prefiere no comprarle a un emprendedor local?

R/ Porque lo puede conseguir en otro lugar más barato, de hecho aquí nadie va a venir a comprarse un vestido donde mi amiga Lorena Veraloe porque se van a Maxi Palí la mayoría de los nacionales que vienen o ya traen de San José o sea como que venga así no. Los locales somos quienes les compramos a ellos y los extranjeros.

11. ¿Cuáles limitaciones considera usted que tienen los emprendedores locales de Jacó en el momento de vender sus productos?

R/ Más que todo un lugar donde exponer los productos a veces se hacen o se hacían antes de la pandemia un tipo de mercaditos. En el Green Room, Raquel es una persona que siempre ha apoyado a los locales y artesanos entonces ella da un espacio para que la gente pueda vender esos productos, Yor también los apoya mucho, pero considero que están muy bien en el área de mercadeo por medio de Facebook o integran todo mundo sabe cómo usarla. Lo que más cuesta es encontrar un lugar porque mis papás son artesanos también y lo que ellos más se quejan es que no tienen en donde exponer sus productos.

12. ¿Qué actividades realiza la comunidad para que estos emprendedores de productos locales se den a conocer?

R/ Aparte de los mercaditos yo siento que muchos se apoyan por medio de las redes sociales, yo voy algún lugar de una amiga que acaba de abrir inmediatamente uno le toma una foto y lo comparte con el resto de los locales, también tenemos buenos grupos en Whatsapp. Yor es una que siempre está ahí mismo, tiene productos que vende la gente, o sea hay bastante apoyo local. Por ejemplo a mi me contacta mucha gente en mi página y me dice que yo soy casi la única que está impulsando y que mucha gente me sigue y que se han dado cuenta de lugares y de productos por medio de mi página con Yor también.

A mí se me hace muy fácil porque yo llevo muchos años viviendo acá soy una de las pocas personas que ha venido con su familia y entonces la gente conoce mi mamá y a mi papá entonces hay como esa confianza.

13. ¿Algún otro aporte?

R/ Personalmente yo veo a Jacó como el lugar más bonito del mundo pero es porque yo no veo tele yo no veo que está pasando, yo vivo en una burbuja rosada y yo no sé si te has dado cuenta que toda la gente que uno conoce personalmente es gente buena, linda, lo que lo arruina son las críticas de otras personas lo que Ud. ve en las noticias, yo sé que en Jacó hablan muy mal de Jacó pero yo nunca he visto eso yo sé que si salgo a las 2 de la mañana yo sé que voy a ver gente prostitutas, haciendo crack yo sé que si yo camino por Jacó veo a esas chicas pero hay mucho más gente buena, gente de familia, gente que se ayudaron montones y siempre se ayudan y se apoyan que otro tipo de persona así que yo soy de la creencia de que uno vibra o la energía de uno atrae a lo que uno es entonces uno no está viendo, yo por ejemplo no veo el lado malo de Jacó y muchas veces me dice” Ud. porque no pone de esto” y yo les digo no lo siento eso no es lo que, yo comparto lo que yo veo y yo veo cosas bonitas.

Anexo 2

Entrevista a Actores sociales

Yorgina Ureña Arley

Entrevista: <https://drive.google.com/file/d/1sSY-ZLCDVtTlw832eI7WHg0MH2sRc7oL/view?usp=sharing>