

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE REGIONAL BRUNCA

EFFECTOS DE LA CRISIS ORIGINADA POR LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN
LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE LA REGIÓN BRUNCA, DURANTE EL
2021

ALVARADO CRUZ ALLAN
CAMPOS CALDERÓN FREDDY
ESPINOZA ESPINOZA ANDRÉS
MORA FONSECA WAGNER ESTEBAN

Pérez Zeledón, 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE REGIONAL BRUNCA

EFFECTOS DE LA CRISIS ORIGINADA POR LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN
LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE LA REGIÓN BRUNCA, DURANTE EL
2021

ALVARADO CRUZ ALLAN
CAMPOS CALDERÓN FREDDY
ESPINOZA ESPINOZA ANDRÉS
MORA FONSECA WAGNER ESTEBAN

Director del Seminario: Doctor Melvin Bermúdez Elizondo

Pérez Zeledón, 2024


Tribunal Examinador

Trabajo final de graduación presentado el _____ de _____ del 2024, en la ciudad de San Isidro de El General, Pérez Zeledón, Costa Rica, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera.

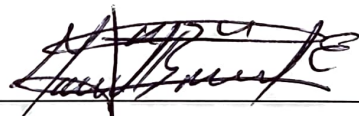
El trabajo presentado se da por aprobado por los miembros del Tribunal Examinador.



M.A. Yalile Jiménez Olivares
Decana, Sede Región Brunca



M.Sc. Josué Naranjo Cordero
Director Académico Campus Pérez Zeledón
Sede Región Brunca



Dr. Melvin Bermúdez Elizondo
Tutor Trabajo Final Graduación

M.Sc. William Ramírez Alfaro
Lector

Licda. Yudy Zúñiga Marín
Lectora

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios que siempre estuvo guiándome a lo largo de este proceso, en especial a mis padres que me brindaron la oportunidad de estudiar, son parte fundamental de mi vida y el motivo principal para luchar por mis metas y sueños, a mis hermanos que de una u otra manera han estado ahí motivándome, este logro también es de ustedes. A mi pareja que ha estado en gran parte de este proceso con un apoyo incondicional, motivándome a seguir adelante. Dedicado a todos ustedes.

Freddy Campos Calderón

Primero, este triunfo se lo dedico a Dios, por ser la fuente de sabiduría y fortaleza en cada paso de este largo camino, a mi querido padre, gracias por creer en mí y por impulsarme a alcanzar mis metas, a mi amada madre y abuelita, que a pesar de que ya no estén físicamente conmigo, sé que desde el cielo me siguen acompañando, apoyando y cuidando en cada paso que doy, a mi prometida, tu amor incondicional y apoyo constante han sido parte fundamental durante este viaje académico, este triunfo también es de ustedes.

Allan Alvarado Cruz

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la sabiduría, fortaleza y la paciencia requerida para lograr la culminación de esta etapa en mi vida. Por otro lado, a mi familia por ser el pilar que me dio la fortaleza para luchar por lo que se quiere, por el apoyo incondicional, amor y motivación constante en este proceso de formación profesional.

Andrés Espinoza Espinoza

A un ángel que está en el cielo mi padre José Rubén Mora Castro quien en vida luchó siempre por darnos lo mejor, nos enseñó principios y valores los cuales atesoramos hoy día, luego a mi madre Gladys Fonseca Fallas, mi hermano Jonathan Mora Fonseca y a mi sobrino Thiago Rubén Mora Diaz, quienes son mi vida y razón de ser.

Wagner Mora Fonseca

Agradecimientos

Agradecer en primer lugar a mi Dios por brindarme la fortaleza, fuerzas y sabiduría para terminar mi carrera universitaria, a la Universidad Nacional por darme las herramientas y oportunidades que me han ayudado a crear un perfil profesional. Un agradecimiento muy especial a mis padres y hermanos que en todo momento de mi vida me han apoyado y alentado. A mi grupo de trabajo que a pesar de las dificultades en el camino logramos seguir adelante y que gracias al esfuerzo de ellos logramos culminar con éxito el proceso universitario.

Freddy Campos Calderón

Primero, agradezco a Dios por su bondad infinita, que nos da salud, fortaleza y oportunidades para crecer y aprender. A mi familia, por estar siempre ahí para mí, gracias por su amor y apoyo incondicional. A cada persona que de alguna manera ha formado parte de mi vida y ha contribuido a mi crecimiento: amigos, compañeros y mentores, les agradezco de corazón.

Finalmente, estoy sumamente agradecido con la Universidad Nacional por darme la oportunidad de ser parte de esta destacada institución académica. Estoy orgulloso de ser parte de esta comunidad educativa. ¡Gracias UNA!

Allan Alvarado Cruz

Agradezco a Dios por darme la sabiduría, fortaleza para cumplir con la parte universitaria. Un agradecimiento especial a mi familia, mi mayor motivación y apoyo en cada momento de mi vida, buscando siempre el profesionalismo. A mis compañeros de trabajo por ser parte de este trabajo, por su dedicación y esfuerzo la culminar este proyecto.

Andrés Espinoza Espinoza

Primeramente, a Dios por el don de la vida, por a pesar de las pruebas que pone en el camino de la vida nunca nos abandona y nos retribuye con bendiciones, a la Universidad Nacional por la formación brindada en esta carrera, a mi madre porque cada sacrificio que hizo por darnos los estudios valió la pena y no fue en vano, a mi hermano, a cada uno de los compañeros de clase, amigos y cada persona que de alguna u otra forma fueron partícipes en mi formación académica, a todos gracias infinitas.

Wagner Mora Fonseca

Tabla de contenido

<i>Tribunal Examinador</i>	<i>ii</i>
<i>Dedicatoria</i>	<i>iii</i>
<i>Agradecimientos</i>	<i>iv</i>
<i>Resumen ejecutivo</i>	<i>xii</i>
<i>Introducción</i>	<i>14</i>
<i>Capítulo I Planteamiento del problema</i>	<i>16</i>
1.1. Antecedentes del tema	16
1.2. Justificación	24
1.3. Descripción y planteamiento del problema	26
1.3.1. Interrogantes de la Investigación.	28
1.4. Objetivos de la Investigación	28
1.4.1. Objetivo General.	28
1.4.2. Objetivos Específicos.....	29
1.5. Modelo de análisis	29
1.5.1. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable efectos.....	29
1.5.2. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable acciones.	30
1.5.3. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable impacto.	30
1.5.4. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable actividades financieras.....	31
1.5.5. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable estrategia...31	
1.5.6. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable empleo.	31
1.5.7. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable producción.	32
1.5.8. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable ingreso.	32
1.5.9. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable comercialización.	33
1.5.10. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable innovación.33	
1.5.11. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable percepción.34	
1.5.12. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable reactivación.	34
1.5.13. Resumen del modelo de análisis.	35
<i>Capítulo II. Marco teórico referencial</i>	<i>43</i>
2.1. Marco Referencia	43
2.1.1. Generalidades de la región Brunca.	43

2.1.2.	Generalidades del sector comercio.	50
2.1.3.	Particularidades sobre el impacto de la pandemia en el sector comercio.	64
2.2.	Marco teórico.....	70
2.2.1.	Sector económico.....	70
2.2.2.	La economía institucional.	71
2.2.3.	Concepto de la Política Pública.	74
2.2.4.	Medición del impacto social	75
2.2.5.	La percepción.....	76
2.2.6.	Crisis.	78
2.2.7.	Efectos a corto y largo plazo vs. efectos directos e indirectos.....	80
2.2.8.	Desempleo.....	81
2.2.9.	Declaración de pandemia.....	83
2.2.10.	Innovación.....	84
2.2.11.	Estrategias de comercialización.....	86
2.2.12.	Financiamiento del sector Comercio.	88
2.2.13.	Reactivación.....	91
Capítulo III.	Marco metodológico	93
3.1.	Enfoque de investigación	93
3.2.	Tipo de estudio.....	94
3.2.1.	Investigación descriptiva.	95
3.2.2.	Investigación exploratoria.....	95
3.2.3.	Investigación documental.	96
3.2.4.	Estudio de caso.	96
3.3.	Fuentes de información.....	96
3.3.1.	Fuentes primarias.	96
3.3.2.	Fuentes secundarias	97
3.3.3.	Fuentes terciarias.	99
3.4.	Selección de muestra	99
3.4.1.	Población de estudio.	99
3.4.2.	Tipo de muestra.....	100
3.4.3.	Tamaño de la muestra	100
3.5.	Instrumentos de recolección de datos.....	101
3.5.1.	Encuestas.....	102
3.5.2.	Cuestionario.	103
3.6.	Criterios de selección de informantes.....	103
Capítulo IV.	Análisis e interpretación de resultados	104
4.1.	Acciones emprendidas desde la institucionalidad pública hacia el sector comercio de la región Brunca durante la crisis provocada por la COVID-19.....	105

4.1.1. Efectos producidos por la COVID-19 en las actividades operativas de las empresas del sector comercio en la región Brunca.	105
4.1.2 Acciones emprendidas desde la institucionalidad pública presente en la región Brunca para atender a las empresas del sector comercio como consecuencia de la Pandemia.	109
4.2. Actividades financieras y estratégicas emprendidas por las empresas del sector comercio de la región Brunca para enfrentar los efectos de la pandemia del COVID-19	111
4.2.1. Impacto que ha ocasionado la COVID-19 en las actividades financieras de las empresas del sector comercio.	112
4.2.2. Impacto en las estrategias empresariales que ha ocasionado la COVID-19 en las empresas del sector comercio.	120
4.3. Afectación en el empleo y la producción en las empresas del Sector comercio ocasionada por crisis originada por la pandemia del COVID-19	124
4.3.1. Impactos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en el nivel de producción de las empresas del sector comercio de la región Brunca.	125
4.3.2. Efectos producidos en el empleo producto de la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector comercio de la región Brunca.....	127
4.3.3. Consecuencias ocasionadas por la pandemia del COVID-19 sobre los ingresos de las empresas del sector comercio de la región Brunca.	130
4.4. Acciones y estrategias de comercialización implementadas por las empresas del Sector comercio de la región Brunca a partir de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19	135
4.4.1. Estrategias y acciones de comercialización emprendidas por las empresas del sector comercio de la región Brunca, producto de los efectos ocasionados por la pandemia del COVID-19.....	135
4.4.2. Acciones de innovación emprendidas por las empresas del sector comercio de la región Brunca, producto de la pandemia del COVID-19.	143
4.5. Percepción de los empresarios del sector comercio de la región Brunca sobre las acciones de reactivación que ha implementado el gobierno para mitigar los efectos ocasionados por la Crisis del COVID-19	146
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones	153
5.1. Conclusiones	153
5.2. Recomendaciones	156
Referencias	158
Apéndices.....	171

Índice de tablas

Tabla 1. Modelo de Análisis	36
Tabla 2. Población total proyectada al 30 de junio, según región de planificación 2020	44
Tabla 3. Proyección para el 2020 de la distribución de los habitantes en los cantones de la región Brunca, según rango de edad	45
Tabla 4. Distribución porcentual de las actividades según rama de ocupación para los cantones de la región Brunca	47
Tabla 5. Cuadro resumen comparativo Costa Rica-región Brunca para las variables de pobreza, nivel de instrucción, empleo, seguridad y conectividad	48
Tabla 6. Empresas, según tamaño en el período 2012-2017	51
Tabla 7. Empresas por Provincia en el período 2012-2017	52
Tabla 8. Empresas según sector económico en el período 2012-2017.	53
Tabla 9: Características y diferencias entre el financiamiento formal e informal	91
Tabla 10. Empresas encuestadas por cantón	101
Tabla 11 Escala de medición para porcentajes obtenidos de la encuesta aplicada a los empresarios del sector comercio de la Región Brunca	104
Tabla 12 Grado promedio de acuerdo o en desacuerdo sobre los efectos inmediatos originados por la pandemia del COVID-19, según cantón.	106
Tabla 13. Grado promedio de acuerdo o en desacuerdo sobre los efectos inmediatos originados por la pandemia del COVID-19, según tamaño de empresa.	108
Tabla 14. Grado de implementación por parte de las empresas de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud, según el cantón.	109
Tabla 15. Grado de implementación por parte de las empresas de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud, según el tamaño de la empresa.	110
Tabla 16. Grado de Impacto ocasionado por la COVID-19 en las actividades financieras de las empresas en el sector comercio de la zona sur	112
Tabla 17. Grado de Impacto en las actividades financieras ocasionados por la COVID 19 en el sector comercio de la zona sur establecido por tamaño de empresa	114
Tabla 18. Grado por cantón con las siguientes afirmaciones sobre las negociaciones realizadas por la empresa como consecuencia de la crisis sanitaria.	116
Tabla 19. Grado por tipo de empresa con las siguientes afirmaciones sobre las negociaciones realizadas por la empresa como consecuencia de la crisis sanitaria.	117
Tabla 20. Probabilidad de las empresas de requerir alguna de las afirmaciones	118
Tabla 21. Grado de implementación por parte de las empresas de las estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, según el cantón.	121
Tabla 22. Grado de implementación por parte de las empresas de las estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, según el tamaño de la empresa.	123
Tabla 23. Grado de impacto ocasionados por la pandemia del COVID-19 en el nivel de producción de las empresas del sector comercio de la región Brunca.	125
Tabla 24. Promedio del grado de influencia de los siguientes aspectos en los ingresos durante la pandemia, según tipo de empresa.	131
Tabla 25. Promedio del grado de influencia de los siguientes aspectos en los ingresos durante la pandemia, según cantón.	133

Tabla 26.Grado de frecuencia de las siguientes situaciones por parte de las empresas con respecto a las compras a proveedores debido al COVID-19 según el cantón.	136
Tabla 27.Grado de frecuencia de las siguientes situaciones por parte de las empresas con respecto a las compras a proveedores debido al COVID-19, según el tamaño de empresa.	138
Tabla 28.Grado de frecuencia de las siguientes situaciones con respecto a sus clientes debido al COVID-19, según el cantón.	140
Tabla 29.Grado de frecuencia de las siguientes situaciones con respecto a sus clientes debido al COVID-19, según tamaño de empresas.	142
Tabla 30.Acciones innovadoras implementadas por el sector comercio	144
Tabla 31.Acciones innovadoras implementadas por el sector comercio según tamaño de empresa	145
Tabla 32.Grado de Percepción por parte del Estado frente al apoyo brindado a los comercios de la Zona Sur para enfrentar la crisis	147
Tabla 33.Grado de Percepción del sector comercio de la zona sur con respecto a las medidas de reactivación económicas establecidas por el gobierno de la República	148
Tabla 34.El grado de influencia de las siguientes acciones para reactivar la economía por cantón de la región Brunca.	150
Tabla 35.El grado de influencia de las siguientes acciones para reactivar la economía por tipo de empresa de la región Brunca.	151

Índice de figuras

Figura 1. Empresas por tamaño sector Comercio en el período 2012-2017	54
Figura 2. Distribución porcentual de empresas por tamaño sector comercio en el período 2012-2017	55
Figura 3. La distribución de las empresas en sectores económicos a marzo del 2020.	56
Figura 4. Distribución de las empresas por provincia a marzo del 2020.	57
Figura 5. Distribución de las empresas por tamaño a marzo 2020	58
Figura 6. Promedio de las pymes en el cantón de Buenos Aires en el período 2012- 2017	59
Figura 7. Promedio de las pymes en el cantón de Corredores en el período 2012- 2017	60
Figura 8. Promedio de las pymes en el cantón de Coto Brus en el período 2012- 2017	61
Figura 9. Promedio de las pymes en el cantón de Golfito en el período 2012- 2017	62
Figura 10. Promedio de las pymes en el cantón de Osa en el período 2012- 2017	63
Figura 11. Promedio de las pymes en el cantón de Pérez Zeledón en el período 2012- 2017	64
Figura 12. Comportamiento del tipo de cambio con respecto al dólar de marzo a noviembre 2020 en Costa Rica	65
Figura 13. Porcentaje de reducción de ventas en el período de abril-mayo 2020	66
Figura 14. Porcentaje de reducción en ventas por sector económico	67
Figura 15. Cambios en la planilla de las PYMES costarricenses durante la pandemia.	68
Figura 16. Porcentaje de reducción en planilla por sector económico.	69
Figura 17. Relación entre Riesgo y grado de madurez de una empresa. (Caso Ideal) dado en porcentajes.	90
Figura 18. Comportamiento de los negocios durante la crisis sanitaria de la COVID-19	105
Figura 19. Efectos producidos en el empleo - Teletrabajo	127
Figura 20. Efectos producidos en el empleo – Reducción de jornadas.	128
Figura 21. Efectos producidos en el empleo – Reducción de personal	129
Figura 22. Expectativa en cuanto al personal para el 2021	130
Figura 23. Expectativas del comportamiento de los ingresos para el 2021.	134

Lista de abreviaciones y símbolos

BBC	British Broadcasting Corporation (Corporación Británica de Radiodifusión)
BCCR	Banco Central de Costa Rica
CCSS	Caja Costarricense del Seguro Social
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CRM	Customer Relationship Management (Gestión de Relaciones con Clientes)
COVID-19	Coronavirus Disease 2019 (Coronavirus 2019)
E.E.U.U	Estados Unidos
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
IVA	Impuesto Valor Agregado
MEIC	Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica
MIPYME	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
NEI	Nueva Economía Institucional
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMS	Organización Mundial de la Salud
SARS-coV-2	del inglés Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2
SIDA	Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida)
SIEC	Sistema de Información Empresarial Costarricense
VIH	Virus de la Inmunodeficiencia Humana
* 4P	Precio, Producto, Promoción y Plaza

Resumen ejecutivo

El presente trabajo pertenece al seminario cuyo título hace énfasis en los “Efectos de la crisis originada por la pandemia de la COVID-19 en las empresas del sector comercio de la región Brunca, durante el periodo 2021”. Las empresas del sector comercio, han enfrentado varios acontecimientos donde se vieron afectados sus operaciones en el 2020, ocasionada principalmente por el virus SARS-CoV-2. Su importancia radica en proporcionar información relevante sobre la manera como afectó a las empresas del sector comercio de la región sometidas al análisis. Cabe mencionar que el estudio es definido por la eventual crisis sanitaria, por lo que no existen antecedentes previos para ser tomados como referencia.

En relación con la delimitación de la investigación, dado que la información será utilizada para conocer la situación empresarial durante los últimos meses por la afectación del COVID-19 en el sector comercio de la región Brunca, se decidió tomar como población de estudio las empresas de dicha región.

El planteamiento del problema o tema de estudio se define por medio del objetivo general, el cual consiste en analizar los efectos que la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector comercio de la región Brunca, durante el 2021. Bajo este indicador surgen los objetivos específicos que se abordarán en el estudio como por ejemplo determinar el impacto en las actividades financieras y estratégicas, la afectación en el empleo y aspectos referentes a la reactivación económica.

Durante el contexto de la pandemia por COVID-19 se presentaron nuevos retos en la economía, salud, empleo y desarrollo de los diferentes países del mundo, es por ello que cada país debe implementar medidas o acciones con el objetivo de frenar la transmisión y reducir la mortalidad asociada al COVID-19. Situación que va ligada con el propósito de velar por el bienestar de las personas debido a la propagación del contagio que se ha presentado en el país. Ante la crisis global que prevalece las empresas deben encargarse de proteger a sus trabajadores, pero sin duda también para minimizar el impacto en sus negocios.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede mencionar que el sector comercio en la región Brunca se ha visto afectado, producto a la crisis sanitaria la cual produjo una baja considerable en los ingresos generados por una disminución en el nivel de las ventas, esto repercute considerablemente en el nivel de liquidez para hacer frente a los pasivos a corto plazo, la rentabilidad, comercialización, también donde los pequeños empresarios son los que se

vieron más afectados ya que son las empresas que van en crecimiento, desarrollo y buscando una consolidación en el mercado que se les dificulta poder mantenerse en un mercado tan competitivo como lo es el sector de comercio donde existe gran variedad de negocios que se dedican parcialmente a la comercialización de algunos productos donde el más fuerte y cuenta con mejores ofertas para el consumidor es el que logro mantenerse en el mercado, mientras que los demás tuvieron que buscar estrategias para poder mantenerse a flote, otros por lo contrario se tuvo que recurrir al cierre parcial o total de las empresas. Durante la pandemia se logró realizar una reactivación de la económica donde se buscaba favorecer en cierto grado a los comercios más vulnerables, sin embargo, el grado de percepción por parte de los comerciantes no fue el esperado.

Introducción

El presente seminario estudia los efectos de la crisis originada por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector comercio de la Región Brunca en el 2021. El análisis se desarrolla mediante la aplicación de una encuesta a los dueños, gerentes o administradores de las empresas del sector.

La problemática es abarcada a través de cinco capítulos con la finalidad de abordar diferentes aspectos importantes del tema estudiado, donde el Capítulo I desarrolla el planteamiento del problema mediante los antecedentes, justificación, descripción y el planteamiento del tema, también se plantean los objetivos e interrogantes de la investigación, el modelo de análisis, así como los alcances y limitaciones del estudio.

En relación con el Capítulo II, se presenta el marco teórico que sustenta el análisis, comprende de generalidades de la Región Brunca, así como del sector comercio. Además, se presenta la conformación y desarrollo del sector en Costa Rica y se evidencia particularidades sobre el impacto ocasionado por la pandemia. Posteriormente, en el marco teórico se puntualiza información relevante que complementa la investigación con la finalidad de alcanzar una mejor comprensión del análisis realizado.

En el Capítulo III se expone la metodología utilizada para la elaboración del estudio con la cual se llevó a cabo la investigación referente a los efectos de la crisis originada por la pandemia del COVID-19, incluyendo aspectos como el tipo de investigación, la población y muestra, los instrumentos de recolección de datos, el análisis estadístico utilizado y los procedimientos empleados para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados con el afán de cumplir con los objetivos establecidos.

En el cuarto capítulo IV se muestran los resultados obtenidos de la investigación, mediante la aplicación de una encuesta a los empresarios del sector comercio de los cantones de la Región Brunca; asimismo, de resultados obtenidos mediante la búsqueda de información en bases documentales. Se procede a analizar los datos recolectados, posteriormente se presentan gráficos y tablas para ilustrar los hallazgos que arrojó la investigación.

Por último, en el Capítulo V se manifiestan las principales conclusiones del estudio realizado, en relación con los objetivos planteados en el trabajo y de la mano se propusieron

recomendaciones y estrategias para mejorar la situación económica de las empresas del sector comercio en los cantones de la Región Brunca.

Capítulo I Planteamiento del problema

1.1. Antecedentes del tema

La pandemia del COVID-19 provocó un descalabro en la mayoría de las economías mundiales tanto directa como indirectamente, en particular durante el 2020, pero esta no es la primera eventualidad que viene a cambiar estructuralmente el transcurrir normal de la humanidad. Durante la historia han ocurrido diversos acontecimientos que afectaron las economías de las naciones: guerras, crisis financieras, pandemias y epidemias son ejemplos de sucesos de importante impacto global, pese a que no todas provienen de la misma naturaleza de la COVID-19, sí comparten afectaciones provocadas a la sociedad: muertes, recesiones mundiales, crisis económicas son algunas de las repercusiones provocadas por estos eventos.

En este apartado se da un breve recorrido para identificar a grandes rasgos, cuáles fueron algunos de estos sucesos que sirvieron como punto de inflexión para la humanidad que hoy conocemos, y con esto dejar en claro que la COVID-19 no es la primera y no será la última vicisitud que enfrentará el mundo. A continuación, se describen, según su tipo, los principales eventos enfrentados por la sociedad a lo largo del tiempo.

Para empezar, están las guerras, según Prieto (2010), la guerra se relacionaba con ganancia territorial, debido a que el victorioso se adueñaba de las tierras y la mano de obra para trabajar. Por esta razón, algunos países luchaban contra otros buscando dominio, así como expandir su poder, en relación con esto, la humanidad ha presenciado dos guerras mundiales, ambas tuvieron lugar en el pasado siglo XX. La Primera Guerra Mundial se desarrolló entre los años 1914 y 1918, Pérez (1994), establece la presencia del enfrentamiento de dos bandos, el primero llamado países aliados, integrado principalmente por Francia, Rusia y Gran Bretaña. El otro bando conocido como los imperios centrales, liderado por Alemania, Austria-Hungría, Bulgaria y Turquía. Estos bandos presentaban desigualdades, ya que el de los países aliados contaba con un mayor número de participantes y recursos disponibles. La Gran Guerra (como también es conocida la Primera Guerra Mundial) desencadenó una serie de consecuencias negativas para la sociedad. Una de las principales y más dolorosas es la cantidad de personas fallecidas. En esta guerra se perdieron aproximadamente 8.500.000 vidas humanas, en su mayoría pertenecientes a la población activa (Renouvin, 1995). Esta considerable cifra de fallecidos muestra el lado oscuro de las guerras mundiales.

Sin embargo, no todo lo sucedido durante una guerra mundial es negativo, existen empresas que encuentran en esos momentos de crisis una opción para crecer o reinventarse. De acuerdo con BBC (2014), liderando las organizaciones más innovadoras durante la Gran Guerra se encontraba Marconi, al ser pionera en transmisión transatlántica. Algunos negocios progresaron identificando una necesidad que podía ser cubierta, como es el caso de los fabricantes de tanques y aviones, así como de armamento para luchar, debido a la demanda existente en esa época.

Continuando con las guerras se encuentra la Segunda Guerra Mundial, esta también marcó un antes y un después en la historia. Este acontecimiento se presentó entre los años 1939 y 1945. Según Hernández (2006), este conflicto fue la continuación de la Primera Guerra Mundial, la cual había finalizado dos décadas antes, dejando a Alemania derrotada. La Segunda Guerra Mundial con una duración de seis años, tuvo un impacto que será recordado a lo largo de la historia del planeta.

Esta guerra, al igual que la Gran Guerra, provocó la muerte de una cantidad considerable de seres humanos, Paz (2019), mencionó que en la Segunda Guerra Mundial fallecieron entre 55 y 60 millones de personas, incluyendo tanto combatientes, como civiles. Este conflicto cobró la vida de una cantidad mayor de víctimas si se compara con la Primera Guerra Mundial, una consecuencia lamentable causada por este acontecimiento histórico.

Además de las dos grandes guerras, han existido una serie de conflictos internos en las naciones, los cuales son consideradas como guerras civiles, ejemplos de ellos están los casos de Venezuela y Nicaragua, estos son conflictos internos que repercuten principalmente en la estabilidad del país afectado, pero también provocan repercusiones en las negociaciones y desconfianza empresarial a nivel internacional, como puede entonces inferirse, pese a que no provocan afectaciones globales directas, sí afectan de forma indirecta la economía mundial.

Como consecuencia de la primera guerra mundial, a final de la década de 1920, se presentó un hecho histórico en cuanto a la crisis de mercados y mercancías, conocida como la Gran Depresión de 1929, crisis que entre otros temas supuso una ruptura del sistema capitalista de producción bajo el concepto del liberalismo económico y dio paso a una concepción de un estado más interventor, temática que no es objeto de estudio en la presente investigación, pero que sí es trascendental en la historia de la economía mundial. En este contexto general, se pueden identificar dos periodos de crisis provenientes principalmente de la participación de los países en los mercados, como lo son la crisis del 29 y la crisis del 2008.

De acuerdo con Requeijo, (2010) la crisis norteamericana del 29 es considerada como la crisis por excelencia, debido a las grandes afectaciones para la economía mundial. Fue un suceso con un comportamiento singular; ya que, la economía de Estados Unidos se encontraba en ascenso, optimista, con precios y beneficios empresariales estables y además, con niveles de empleo muy positivos. Sumado a esto, las declaraciones del presidente Coolidge en su último mensaje al país, el cual creó una mayor confianza en la población estadounidense (Martín Aceña, Palafox, e Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2011; Requeijo, 2010; Tassell, 2019). Las bolsas de valores mostraban comportamientos acordes con lo vivido en la época, las acciones de las empresas incrementaban su valía constantemente (Galbraith y Abad, 2013; Martín Aceña et al., 2011; Requeijo, 2010), inclusive el índice industrial Dow Jones aumentó en 190 puntos a principios de 1928 hasta septiembre de 1929, donde alcanzó su punto máximo (Martín Aceña et al., 2011). Asimismo, el ambiente positivo provocaba una necesidad de querer participar en el mercado bursátil. Sumado a esto, las tasas de interés bajas se convertían en un aliciente extra para que las personas buscaran financiarse e involucrarse en lo que, hasta ese momento, era una oportunidad para generar riqueza (Martín Aceña et al., 2011; Tassell, 2019).

El jueves 24 de octubre de 1929 ocurrió el desastre. Las bolsas abrían con un sinnúmero de operaciones cortas, provocando el desplome de las acciones e índices bursátiles y a su vez induciendo pérdidas cuantiosas en la economía estadounidense (Martín Aceña et al., 2011; Requeijo, 2010) Este comportamiento se replicó por al menos seis días de octubre (Tassell, 2019). Las causas de este desplome no están del todo claras; algunos apuntan a la caída de ciertos sectores industriales (Requeijo, 2010; Sánchez, 2005), al incremento en las tasas de interés, con lo cual era imposible mantener la ola alcista (Martín Aceña et al., 2011), y a una burbuja especulativa que tarde o temprano iba a explotar (Martín Aceña et al., 2011; Tassell, 2019). Ciertamente, este evento provocó el final de una época de bonanza; así como, el inicio de una etapa de depresión económica mundial, en donde la recuperación fue pausada y desigual para todos los países (Martín Aceña et al., 2011; Tassell, 2019).

De manera similar a la dificultad vivida en los años 29, en el 2008 las economías mundiales presentaron una caída proveniente de la crisis inmobiliaria ocurrida en los Estados Unidos. Según Calderón, (2009) la crisis por los derivados de hipotecas subprime de baja calidad, no solo afectó el desarrollo de la economía en EE. UU, sino también a las economías de otros países, marcando el desempeño de las economías mundiales. Para Becker (2009), a nivel de exportaciones países como Alemania, Japón y China, los cuales son potencias

mundiales en comercio mercantilistas y que a la vez se permiten destacar al presentar un superávit en la balanza comercial, se vieron afectadas por la crisis financiera donde se refleja una disminución en el nivel de exportaciones. Además, argumenta que la crisis se expandió por los canales del contagio y las exportaciones, no quedando limitada a los créditos inmobiliarios, por lo que los créditos se convirtieron en títulos vendidos a otros bancos, provocando en los bancos europeos grandes pérdidas y esto a su vez ocasionando que el mercado interbancario se viera muy afectado por la crisis del 2008. Inicialmente el gobierno estadounidense esperaba una reducción en el nivel de las exportaciones, además de la caída de la inversión y el precio de la materia prima tan solo a inicios del año 2009. Dabat (2009), menciona que a partir de la burbuja hipotecaria del 2007 se produce una caída en conjunto del mercado inmobiliario, interbancario, la bolsa de valores, el crédito bancario y producto de esto las primeras manifestaciones de caída del consumo, producción y el empleo.

Según Hernández (2009), los efectos se expandieron hasta países de América Latina, se evidenciaron la caída de las exportaciones debido al descenso de la demanda mundial, la disminución en los precios de productos catalogados como primarios y los problemas en el mercado interbancario anteriormente mencionado. Blanco (2017), indica que se presenta un mayor riesgo crediticio, dado que se presentó un bajo índice de endeudamiento y la alta concentración de pasivos, ocasionando una acelerada morosidad crediticia producto de la contracción financiera vivida en esos años.

Por su parte, Bola et al. (2009), establecen que en Costa Rica el gobierno no comprendió la gravedad de la crisis que se estaba formando a nivel global, lo cual incitó la poca capacidad de reacción para enfrentar sus efectos y así tomar decisiones para minimizar el impacto en la economía nacional. El desempleo fue uno de los efectos negativos ocasionados por la crisis financiera, ya en julio del 2008 la tasa de desempleo era de 4,9% y se esperaba que dicha tasa acelerara a raíz de la reducción de empleos en sector turismo y agroexportador.

Prosiguiendo con las afectaciones enfrentadas por las empresas a nivel global, corresponde ahora mencionar los efectos producidos por enfermedades que se convirtieron en epidemias y en pandemias. Uno de ellos fue la peste negra (1347-1350), la cual vino a cambiar el transcurrir de la humanidad hasta ese entonces, siendo un punto de inflexión para la actualidad (Benedictow y Gil, 2011).

De acuerdo con (Roos, 2020 y Virgili, 2012), este evento fue provocado por una bacteria (*Yersinia pestis*) que se alojaba en roedores, la cual se propagaba por pulgas. Una vez

estos roedores morían, las pulgas buscaban un nuevo huésped en los seres humanos. Existían tres tipos de afectaciones ocasionadas por la enfermedad: bubónica, neumónica y septicémica (Cajal, 2020) La bubónica es causada directamente por la pulga portadora de la bacteria. Esta producía bulbos en el cuerpo de los infectados; de ahí surge el nombre también utilizado de peste bubónica. Otro de los tipos es la peste neumónica, la cual afectaba los pulmones de los contagiados y podía ser transmitida por gotas expulsadas de las personas ya enfermas (Benedictow y Gil, 2011) Por último, está la peste septicémica caracterizada por contaminación de la sangre de las víctimas (Bush y Pérez 2018).

Para (Castán, 2020; Roos, 2020 y Stone, 2011) la peste negra fue causante de un sinnúmero de muertes, repercutiendo esto directamente en la mano de obra de la época. Al mismo tiempo, tres factores fueron fundamentales para el cambio ocurrido en esa época con la mano de obra, un punto psicológico en donde las personas simplemente perdieron la esperanza de vivir (Roos, 2020) Otro aspecto relacionado con la demanda existente de nuevas profesiones surgidas a raíz de las muertes ocasionadas por la peste: los sepultureros, médicos y cleros (Stone, 2011), y un tercer punto, la migración de las personas buscando tratar de escapar de la enfermedad, dejando atrás las ciudades donde laboraban (Castán, 2020; Stone, 2011).

La peste negra es considerada como uno de los eventos de mayor impacto económico, social y político que han sufrido los seres humanos en el transcurso del tiempo, (Jordá, et al, 2020; Tomasi, 2020; Virgile, 2012) donde las distancias entre las clases sociales se fueron acortando, siendo inclusive la causante de la aparición de la clase media conocida en la actualidad (Huremović, 2019).

La siguiente enfermedad es la gripe española, es una de las pandemias que tuvo un gran impacto en los países afectados. Esta se desarrolló principalmente entre los años 1918 y 1919, mientras la sociedad enfrentaba un suceso que marcó un antes y un después en la historia, como lo es la primera guerra mundial. El origen de esta no ha podido ser determinado con claridad, a pesar de los efectos que provocó y del tiempo transcurrido desde su aparición. España fue el primer país en informar la aparición de casos relacionados con la enfermedad. Al respecto, varios autores concuerdan en que al España no participar en la primera guerra mundial, carecía de censura; lo cual, le permitió informar detalladamente sobre los casos existentes de personas afectadas por la pandemia. Por este motivo se le llamó Gripe Española, al conocer de ella gracias a la información suministrada por este país. (Pérez, 2006; Murillo, 2011; Lüthy, Ritacco y Kantor, 2018; y Estévez, 2020).

Esta pandemia se convirtió en una de las gripes con mayor letalidad registradas en la historia, por medio de síntomas como alta fiebre, vómitos, así como diarreas, incluso desencadenando en neumonía. Según Couceiro (2009) y Murillo (2011), las cifras aproximadas de muertes por este virus van desde 20.000.000 aumentando hasta 200.000.000, la gripe española provocó la muerte de una cantidad considerable de personas en todo el mundo, recordándose como una de las más devastadoras, además, se calcula que esta enfermedad infectó alrededor de un 27% del total de la población mundial (Tomasi, 2020), lo cual demuestra la propagación global del virus entre los años 1918 y 1919.

Es necesario señalar que la gripe española se propagó alrededor del planeta por medio de oleadas, las cuales afectaron en distintos momentos a los países. De acuerdo con Lüthy et al. (2018) y Tomasi (2020), la gripe española se desarrolló a lo largo de tres diferentes olas, siendo la segunda la más severa, debido a un aumento en el número de casos y muertes por dicha enfermedad, es decir, el virus logró extenderse por el mundo al propagarse por oleadas, aumentando así la población contagiada y por tanto el número de muertes, otro punto importante fue la cantidad de víctimas jóvenes registradas, con edades entre los veinte y cuarenta años (Beldarraín, et al 2019 y Durán 2005), por lo que la población de mayor riesgo conformada por niños y adultos mayores, no se vio tan fuertemente afectada por la gripe española.

Para continuar con las enfermedades a las que el ser humano se ha expuesto y con lo cual se ha visto afectada su salud, se encuentra el virus de la inmunodeficiencia humana o más conocido como VIH. Este virus afecta y destruye a determinantes células del sistema inmunitario, dichas células son catalogadas como la defensa de la cual dispone el cuerpo humano contra las enfermedades, para mantenerse en un estado de salud sano. Chertorivski, González, y Miranda (2012), indican que el VIH es el virus causante de la enfermedad del SIDA (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida), característica principal de esta infecciosa enfermedad.

El VIH es considerado uno de los virus más letales conocidos, cuando la infección daña el sistema inmunitario se convierte en SIDA, una de las enfermedades infecciosas más devastadoras a la cual se ha enfrentado el ser humano, debido a que aproximadamente 78 millones de personas en el mundo la han contraído, de las cuales, alrededor de 35 millones han fallecido, esto desde los inicios de la epidemia. Para 1981, se diagnosticaron en Estados Unidos los primeros infectados por el SIDA, en 1983 se identificó el VIH-1 como el causante de la

enfermedad y en 1985 se encontró un nuevo virus llamado VIH-2 en pacientes con SIDA en África occidental (Boza, 2016). De acuerdo con Castillo (2014) y Chertorivski et al. (2012), entre las maneras en las que se puede transmitir la enfermedad es por medio de relaciones sexuales vaginales, anales u orales con una persona infectada por el virus, sin el uso del condón para la debida protección.

En Costa Rica, el primer caso infectado por el SIDA fue en 1983. A partir de 1990 se presenta una tendencia al alza, pero gracias a las campañas de prevención han ido disminuyendo los casos por la enfermedad. En el periodo entre 2002 al 2015 se diagnosticaron 8.124 contagios por VIH en el país. Con respecto a la mortalidad, presentó un alza a partir de 1985, pero en 1997 se introduce a Costa Rica la terapia antirretroviral, la cual ocasionó un descenso en el número de defunciones por el virus, llegando a una estabilización de la mortalidad a partir del año 2000 (Ministerio de Salud, 2018).

Otra enfermedad es la vivida en 2009, en este periodo surgió el virus del H1N1, este es una infección presentada en la garganta, la nariz y los pulmones. Es conocida también como la gripe porcina, causada por el virus de la influenza A, perteneciente a la familia Orthomixoviridae. Este virus, así como los subtipos más frecuentes H1N1 y H2N3, afectan principalmente a los cerdos, pero se han visto casos en donde el virus puede mutar y transmitir la infección a los seres humanos, según lo menciona el Instituto Mexicano del Seguro Social (2011). Los primeros casos confirmados por el virus A-H1N1 de origen porcino fueron en abril de 2009, el cual se ha convertido en un virus de gripe regular, propenso a infectar y afectar la salud de las personas. Existen distintas maneras por las cuales el AH1N1 se puede transmitir entre la sociedad, de acuerdo con Navarro-Marí et al. (2010), se puede llegar a transferir por vía aérea al estornudar o toser en lugares cerrados.

Según Gutiérrez-Gómez; Orenday; Gutiérrez-Gómez (2009), por medio de datos suministrados por la OMS, se informó que para el 06 de julio de 2009 se presentaron 94.512 personas confirmadas por el virus de influenza A-H1N1 en 134 países del mundo, además, en dicho informe se reportó un total de 429 defunciones en 18 distintos países, también, Cárdenas (2013), indica que para el 2013 se registró una suma de 23 fallecidos por la gripe AH1N1.

Con respecto a la COVID-19 esta es una pandemia que ha afectado la economía a nivel mundial, por lo que es importante destacar el entorno global, regional y local antes de la aparición de la enfermedad, según la (CEPAL (2020^a) y Hernández, (2020), el comercio mundial ya venía presentando una desaceleración antes de la pandemia del COVID-19,

principalmente por los conflictos comerciales entre Estados Unidos y China, afectando las cadenas globales asociadas a ellos, para el 2019 se evidenció una caída en el volumen de comercio de bienes a nivel mundial correspondiente a un 0,4%, primera disminución que se presentaba desde la crisis financiera del 2008-2009, para ese año, la acumulación de la deuda mundial alcanzó la cifra de 253 millones de dólares o lo que representa un 322% del PIB mundial (CEPAL, 2020a), por lo que a causa de la pandemia se prevé una segunda contracción en el comercio mundial esperándose una contracción del 13% al 32% en el 2020 (Organización Mundial del Comercio, 2020), lo cual supondría una caída del producto interno bruto de alrededor del 2% mundial (CEPAL, 2020b).

En cuanto a la pandemia, esta ha venido a empeorar el panorama de las economías latinoamericanas, ya desde la década anterior América Latina y el Caribe comparecía de un momento de debilidad financiera, debido a los déficits fiscales, incremento de la deuda pública bruta de los gobiernos centrales, las cuales en 2019 promediaban un 44,8% del PIB y por ende provocando un aumento en los intereses, dejando menos recursos libres para inversiones y desarrollo de proyectos, esto se revela en la disminución del crecimiento del PIB regional, disminuyendo de un 6% al 0,2%, siendo el periodo del 2014 al 2019 el de menor crecimiento desde 1950, pese a las estrategias utilizadas como: reformas fiscales, superávits primarios, la deuda pública de los gobiernos centrales aumentó en la última década un aproximado del 11% del PIB (CEPAL, 2020c), situación que se agrava con la llegada de la COVID-19.

Ahora bien, con respecto a Costa Rica, el país ya presentaba un panorama complicado antes de la llegada de la pandemia. Según Alfaro (2020), para finales del 2019 los niveles de endeudamiento representaban un 58,5% del producto interno bruto y se proyectaba que para el 2024 representarían un 74,5% del PIB según estimaciones favorables, con respecto al déficit fiscal para el 2019 el país cerró con el déficit más alto de los últimos 40 años, con un 6,96%, por encima del 6,3% que se estimaba y cumpliendo ya una década de mantener niveles de déficit superiores al 4% (Arrieta, 2020). En el ámbito del empleo, Costa Rica para el primer trimestre del 2020 ya registraba 314.153 personas desempleadas, representando una tasa de desempleo del 12,5%, la cual hasta ese momento era la tasa más alta de la última década (Montero, 2020), situación que empeora con la aparición del coronavirus y las medidas de confinamiento establecidas por las entidades gubernamentales provocando que la tasa de desempleo para septiembre de 2020 representara un 24,4% de la población costarricense, dando lugar a un aumento de 12,9 puntos porcentuales con respecto al 2019 (Madrigal, 2020).

1.2. Justificación

La presente investigación se realiza con el fin de conocer y analizar el impacto presentado en las empresas de la región Brunca, a partir de la emergencia sanitaria originada por la pandemia causada por la enfermedad del COVID-19. Desde ese momento se implementaron lineamientos y normativas para evitar el contagio en la población, entre las cuales se encuentran la recomendación de la permanencia de las personas en los hogares respectivos, generando de esta manera la reclusión de los individuos en su propia casa, evitando así las afectaciones en relación con aspectos de impactos epidemiológicos en la salud, pero produciendo a su vez otras implicaciones psicológicas y crisis socio-económicas donde la realidad del desempleo tuvo un gran impacto en la vida de la sociedad costarricense.

Se ha hecho notar que la crisis ha repercutido en el plano económico y laboral, ante la producción de bienes y servicios, así como en el consumo para satisfacer necesidades. Por ello, el ámbito empresarial será difícil para las organizaciones lograr un óptimo rendimiento, el cual les permita mantenerse competitivamente en el mercado, debido a los constantes cierres de fronteras, las restricciones vehiculares y el llamado a cumplir de manera debida la cuarentena impuesta por las autoridades de salud. Estas acciones hacen que a muchos de los trabajadores se les dificulte el acceso o el viajar a su lugar de trabajo, la oportunidad de brindar sus servicios profesionales, limitando de esta manera sus ingresos. Según las estimaciones de la Organización Internacional de Trabajo se indica un aumento en el desempleo a nivel mundial, para el año 2019 se contaba con una base de 188 mil personas sin empleo, dada la presente pandemia con escenario “medio” se contabilizó un aumento de desempleo de 3 millones de personas desempleadas (CEPAL, 2020a), por su lado, Méndez (2020), afirma que aproximadamente un 46 % de los costarricenses confirman que algún miembro de su familia ha perdido su trabajo y el 52% afirma que un familiar ha presentado un recorte en su jornada laboral, viéndose más afectados los trabajadores de empleo ocasional o informal, obligando a las empresas a posponer sus inversiones, la compra de bienes y el reclutamiento de personal.

Durante el estudio, se han reflejado las afectaciones presentadas por las empresas a nivel local a causa de la emergencia sanitaria, al punto de presentarse cierres en grandes cantidades de negocios, al mismo tiempo pérdidas económicas, así como suspensiones masivas de fuentes de trabajo, una flexibilización laboral, crisis alimentaria e impactos económicos y

sociales severos afectando la economía de las empresas, así como la calidad de vida de la población.

De acuerdo con Méndez (2020), el 57 % de las personas encuestadas reporta dificultades debido a que el ingreso recibido por su familia mensualmente no les alcanza para vivir, el 32 % apenas logra cubrir sus gastos y solo un 11 % cuenta con suficientes recursos económicos para vivir e incluso ahorrar, aspecto que pone en peligro a los empresarios, la vida de los trabajadores e incluso la economía del país.

Según datos de la Organización Mundial del Trabajo (2020), se determinó a un corto plazo que en el sector terciario se sienta con más fuerza el impacto de la pandemia, referente a transporte, turismo, hotelería y comercio. Por tal razón, ante la emergencia sanitaria se determinará la magnitud de los efectos ocasionados y se observará la capacidad de respuesta del país, así como de los gobiernos locales.

Es importante destacar el mundo laboral, el cual se ve considerablemente afectado por la enfermedad causada por la COVID-19. No solo se trata del tema de la salud de las personas, sino también se observan repercusiones económicas, poniendo en peligro el bienestar de millones de seres humanos a corto, mediano y largo plazo. Por tal razón, los propios gobiernos, empleadores y trabajadores tendrán que participar en un papel sumamente decisivo para controlar el brote de la pandemia, velando por la sostenibilidad de las empresas y el empleo de los trabajadores.

A lo largo de la investigación, es prioritario realizar un estudio en el cual se demuestre la magnitud del impacto y la situación de las empresas situadas en la región Brunca, para conocer los aspectos en los cuales se han visto afectadas a raíz de las consecuencias provocadas por la pandemia del COVID-19 y al mismo tiempo reducir y contrarrestar los efectos negativos con respecto al empleo y producción, a partir de determinados instrumentos de apoyo o estrategias que se pudiesen implementar para llevar a cabo el proceso de reactivación de la economía local.

La importancia de la investigación se orienta a destacar las principales causas, los efectos y las oportunidades en ámbitos: económicos, laborales, tecnológicos y de salud pública presentados en las empresas de la región Brunca, frente a la transformación oportuna para el cambio que comenzó en el 2020 alrededor del mundo. Dado lo anterior, se prevé recolectar información valiosa que sustente el marco teórico de la investigación haciéndola verídica y

confiable para los fines académicos, además de reforzarla con las experiencias de la realidad empresarial de la región, por medio de la elaboración de un instrumento (cuestionario) dividido por diferentes variables, en el cual se pretende evidenciar las consecuencias a raíz de la pandemia del COVID-19 en el sector comercio de la región Brunca en diferentes ámbitos.

En relación con la delimitación de la investigación, dado que la información será utilizada para conocer la situación empresarial durante los meses en que las empresas sufrieron por la afectación del COVID-19 en el sector comercio de la región Brunca, se decidió tomar como población de estudio las empresas de dicha región.

Finalmente, al tener un conocimiento reforzado con base en la información obtenida de la situación empresarial, se pretende analizar las distintas estrategias que van en dirección a la solución de la problemática de las empresas de la región, acompañado al mismo tiempo de una serie de recomendaciones o sugerencias para estas empresas afectadas, con la finalidad de alcanzar una mejor situación financiera, la cual se ha visto afectada en los últimos meses, alcanzando de esta manera la reactivación económica por medio del desarrollo de sus actividades.

1.3. Descripción y planteamiento del problema

El contexto de la humanidad viene a presentar cambios importantes a raíz de los efectos ocasionados por la pandemia mundial de la COVID-19 en los distintos países del mundo, estos efectos no quedan simplemente en el área de la salud pública, sino que se extiende a áreas políticas, sociales y económicas. Para Hernández (2020), “la pandemia se caracteriza por tres aspectos fundamentales: la rapidez en la que se transmite, la baja letalidad presentada y las perturbaciones provocadas en la sociedad y economía mundial”.

La pandemia COVID-19 ha afectado tanto a países desarrollados como a los de economías emergentes, provocando mayores efectos en las naciones donde el brote tuvo un impacto mayor. Las medidas adoptadas por los gobiernos para mitigar la pandemia causaron daños a la economía mundial, esperando una contracción promedio del 5,2%, esto ha inducido a que la pandemia sea considerada como la peor recesión de la historia desde la segunda guerra mundial (Banco Mundial, 2020). Para el Fondo Monetario Internacional es inclusive la peor crisis vivida en el último siglo, superando la gran depresión (BBC News Mundo, 2020).

Como medio para mitigar el efecto y la transmisión de la enfermedad, los países optan por medidas como la cuarentena y el distanciamiento social, pese a que estas medidas tienen impactos positivos en la salud, generan una desaceleración en las economías, lo cual a la postre origina efectos a corto, mediano y largo plazo, aumento en el desempleo, reducción de los salarios, disminución de la inversión privada, incremento de la pobreza y la quiebra de empresas, son algunos efectos directos que sufrirán los países a raíz de los choques entre la oferta y la demanda (CEPAL, 2020a).

América Latina no se escapa de los impactos de la COVID-19, sin embargo, para Hernández (2020), los países latinoamericanos presentaron la ventaja de tener tiempo de preparación antes de reportarse los primeros casos, optando por cierres de fronteras, adquiriendo artículos de protección personal e insumos médicos, ocasionando que el contagio no se diera tan exponencial como en otros países de Europa, no obstante, esto no ha sido un factor para que las economías de estos países se vieran afectadas.

La disminución en el comercio mundial producto de la COVID-19 afectó directamente las economías latinoamericanas, disminuyendo un 6% en promedio el volumen de las exportaciones y en un 8,8% en el precio de los bienes exportados. La baja demanda de productos y servicios incita a un desplome de los precios, lo cual a su vez induce a una disminución de los ingresos de los países latinoamericanos (CEPAL, 2020b), siendo el detonante las medidas sanitarias de confinamiento impuestas por los gobiernos (Hernández, 2020).

Con respecto a la contracción para América Latina y el Caribe, se espera una caída de alrededor del 5,2% de la actividad económica (CEPAL, 2020c; Hernández, 2020). Sin embargo, para Centroamérica se espera una contracción del 2,3%, siendo esta menor de la esperada para Latinoamérica. Estas proyecciones a su vez vaticinan aumentos en las tasas de desempleo, proyectando un 11,5% de desocupación a nivel latinoamericano, un aumento de 3,4% con respecto al 2019 (Hernández, 2020). Esta ampliación en el desempleo va ligada a la participación elevada de las pequeñas y medianas empresas en el entorno económico, mismas que han sufrido en mayor proporción los efectos de la pandemia (CEPAL, 2020c).

Ahora bien, para Costa Rica se espera una contracción del 3,6% del producto interno bruto, el cual es una contracción mayor a la esperada en promedio para Centroamérica

(CEPAL, 2020c; Estrada, 2020). También se espera una disminución en las exportaciones, una contracción de la actividad económica y cambios en las condiciones laborales (Estrada, 2020).

Con base a lo expuesto, se plantea la interrogante para el problema de investigación.

¿Cuáles son los efectos a corto, mediano y largo plazo generados y esperados para las empresas del sector comercio de la región Brunca, a raíz del surgimiento de la pandemia COVID-19, y a partir de estos, ¿qué medidas se implementarán para mitigarlos?

1.3.1. Interrogantes de la Investigación.

- ¿Cuáles son las acciones que desde la institucionalidad pública se han emprendido para ayudar a las empresas del sector Comercio, de la región Brunca, durante la crisis de la COVID-19?
- ¿Cuál es el impacto en las actividades financieras y estratégicas que ha ocasionado la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector Comercio de la región Brunca?
- ¿Cuál es la afectación en el empleo y la producción que la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector Comercio de la región Brunca?
- ¿Cuáles son las acciones de comercialización implementadas por las empresas del sector Comercio de la región Brunca, para afrontar la crisis por la COVID-19?
- ¿Qué percepción tienen los empresarios del sector Comercio, de la región Brunca, sobre las acciones de reactivación implementadas por el gobierno para poder mitigar los efectos ocasionados de los por la crisis del COVID-19?

1.4. Objetivos de la Investigación

A continuación, se presenta el objetivo general de la investigación “Efectos que la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector comercio de la región Brunca, durante el 2021”. Además, se presentan los objetivos específicos para el desarrollo de la investigación.

1.4.1. Objetivo General.

Analizar los efectos que la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector comercio de la región Brunca, en el 2021.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Describir las acciones que desde la institucionalidad pública se han emprendido para ayudar a las empresas del sector Comercio de la región Brunca para enfrentar los efectos provocados por la crisis de la COVID-19.
- Determinar el impacto en las actividades financieras y estratégicas que ha ocasionado la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector Comercio de la región Brunca.
- Determinar la afectación en el empleo y la producción que la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector Comercio de la región Brunca.
- Analizar las acciones de comercialización implementadas por las empresas del sector Comercio de la región Brunca, para afrontar la crisis por la COVID-19.
- Analizar la percepción que tienen los empresarios del sector Comercio 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.

1.5. Modelo de análisis

En este apartado se realizará una conceptualización general de las variables que guiarán la investigación, así mismo se menciona la operacionalización y la instrumentalización de dichas variables.

1.5.1. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable efectos.

Efecto hace referencia al comportamiento o acontecimiento originado por una causa que lo provoca (Cohen y Franco, 2000; Frutos, 2006; Pardo y Buendía, 2002). Para el caso de la investigación, serán los efectos directos e indirectos provocados por la pandemia en las empresas del sector Comercio de la región Brunca y que afectaron el funcionamiento normal de la organización.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son efectos directos, efectos indirectos y tiempo de afectación.

Con respecto a la instrumentalización de la variable efectos, se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas abarcadas de la 2.1 a la 2.8 correspondientes al módulo Efectos del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.2. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable acciones.

De acuerdo con (Amilburu 2003; Naranjo 2009; y Contreras 2013), las acciones son actividades que realiza una persona de manera voluntaria y que les permite determinar el esfuerzo con la cual las ejecuta. Para el caso de la investigación, serán las acciones implementadas por la institucionalidad pública para ayudar a las empresas del sector comercio de la región Brunca afectadas por la pandemia del COVID-19.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son decretos, leyes y estrategias de mitigación.

En cuanto a la instrumentalización de la variable acciones, primeramente, será por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas de la 1.1 a la 1.9 correspondientes al módulo acciones del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.3. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable impacto.

La definición de impacto hace referencia a los cambios ocurridos en determinada área, situación, proyecto, país, a consecuencia de los efectos provocados por un evento que cambia las condiciones normales de los involucrados (Cohen y Franco, 2000; Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica, 1998; Viñas y Ocampo Cobos, 2006). Para el caso de la investigación, serán los impactos provocados por la pandemia en las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son impacto a nivel de empleo, a nivel de ventas.

Con respecto a la instrumentalización de la variable impacto, se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas que abarcan de la 3.1 a la 3.7 correspondientes al módulo impacto del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.4. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable actividades financieras.

De acuerdo con (Pons 2010; Villegas 1999; y Menéndez 2009), la actividad financiera consiste en las entradas y salidas de dinero de los órganos que forman parte del Estado. Para la investigación, será el impacto que ha ocasionado la COVID-19 en las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Esta variable será operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son nivel de deuda, nivel de liquidez. Con respecto a la instrumentalización de la variable actividades financieras, se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas de la 4.2 a la 4.16 correspondientes al módulo finanzas del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.5. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable estrategia.

La estrategia es definida como una serie de actividades planteadas a lo largo de un periodo de tiempo con la finalidad de alcanzar un objetivo específico. (Corbacho, 2011; López-Quesada, 2018; Viñas y Ocampo, 2006). Para el caso de la investigación, la estrategia será las medidas y planes adoptados por las empresas del sector comercio de la región Brunca para mitigar los efectos provocados por la COVID-19.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son planes de inversión, publicidad, plan estratégico, capacitación post COVID-19, financiamiento para operar durante la COVID-19, disponibilidad de seguro. En cuanto a la instrumentalización de la variable acciones, primeramente, será por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas de la 5.1 a la 5.9 correspondientes al módulo Estrategias del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.6. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable empleo.

El empleo es definido como un conjunto de esfuerzos y actividades realizadas por una persona para conseguir un objetivo, y que por el cual recibirá una remuneración económica por

parte de su empleador (Jahoda, 1987; Neffa et al, 2000; Ozamiz, 2005). Para el caso de la investigación, se tomará empleo como los trabajadores registrados y/o avalados por las empresas del sector comercio de la región Brunca, para ejercer las actividades propias de la organización y por las cuales reciben una remuneración económica.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son planilla, jornadas, suspensión de contratos, despidos, empleados infectados, subempleo. Con respecto a la instrumentalización de la variable empleo, se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas de la 6.1 a la 6.7 correspondientes al módulo empleo del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.7. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable producción.

“La producción es una actividad llevada a cabo por las empresas, la cual busca la obtención de bienes, así como servicios, que permitan satisfacer las necesidades de los clientes” (Cuatrecasas, 2012; García, 2013; Rosales, 2000). Para la investigación, la variable producción se determinará por medio de las dificultades que presentan las empresas de la región Brunca para la producción de bienes o servicios.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son nivel de producción, negociación con proveedores, disponibilidad de materias primas, permiso de funcionamiento, capacidad de operación, riesgo de cierre. En cuanto a la instrumentalización de la variable producción, primeramente, será por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas que abarcan desde la 7.1 a la 7.9 correspondientes al módulo Producción del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.8. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable ingreso.

“La variable ingreso se define como el incremento del patrimonio de una empresa a causa de las actividades económicas (venta de bienes y/o servicios), realizadas por la misma en un periodo determinado de tiempo” (Alvarado, 2011; Publicacions de la Universitat Jaume I, 2009; Tarodo y Sánchez, 2012). Para el caso de la investigación, la variable ingreso será

determinada por la afectación en los ingresos percibidos por las empresas del sector comercio de la región Brunca, por causa de la COVID-19.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son nivel de ventas. Con respecto a la instrumentalización de la variable ingreso, se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas 8.1 y hasta la 8.9 correspondientes al módulo Ingreso del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.9. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable comercialización.

“Se entiende por comercialización a las distintas actividades comerciales realizadas por las empresas con la finalidad de hacer llegar el bien y/o servicio final a los consumidores” (Díaz, 2014; Kriesberg, 1974; Vergara, 2012). Para el caso de la investigación, serán los métodos utilizados por las empresas del sector comercio de la región Brunca, para hacer llegar sus productos a los consumidores finales y de esta forma satisfacer sus necesidades.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son comportamiento de los clientes. En cuanto a la instrumentalización de la variable comercialización, primeramente, se hará por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas desde la 9.1 hasta la 9.15 correspondientes al módulo comercialización del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.10. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable innovación.

La innovación consiste en realizar algo diferente, como ofrecer nuevos productos o servicios, desarrollar nuevas ideas o proyectos, nuevos inventos, todo aquello que anteriormente no era posible, con el propósito de distinguirse entre los demás y generar así mayores utilidades. La innovación implica cambios, tanto en procesos como en los productos o servicios ofrecidos. (Escorsa y Valls, 2003; Molina y Conca, 2000; y Cámara de Comercio de España, s.f.). Para el caso de la investigación, serán las acciones de innovación en el ámbito de la comercialización implementadas por las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son acciones directas e indirectas como medidas innovadoras. En cuanto a la instrumentalización de la variable innovación, primeramente, se hará por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas que abarcan desde la 10.1 hasta la 10.8 correspondientes al módulo Innovación del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.11. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable percepción.

De acuerdo con (Arias 2006; Beltrán, Melchor, y Álvarez 2014; y Vargas 1994), la percepción es un proceso en el cual se selecciona, organiza e interpreta información que el individuo recibe, pudiendo identificar experiencias sensoriales desconocidas para convertirlas en situaciones reconocibles y comprensibles en la realidad del sujeto. Para la investigación, será la percepción que tienen los empresarios del sector comercio de la región Brunca, de las acciones implementadas por el Gobierno para mitigar los efectos ocasionados por la COVID-19.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son medidas sanitarias, medidas económicas. Con respecto a la instrumentalización de la variable percepción, se contempla en primera instancia por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas abarcadas desde la 11.1 hasta la 11.17 correspondientes al módulo Percepción del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.12. Definición: conceptual, operacional, e instrumental de la variable reactivación.

De acuerdo con (Jordán y Grupo Esquel 1989; Fuentes y Moreno 2009; y Aguilar 2019), la reactivación puede ser entendida como una solución a los problemas económicos, mediante la reducción de la pobreza, disminución del desempleo, apoyo a los empresarios, inversión en infraestructura pública y agilización de los trámites, con el fin de generar crecimiento económico. Para la investigación, será la percepción que tienen los empresarios del sector comercio de la región Brunca sobre las medidas de reactivación empleadas por el Gobierno para mitigar los efectos de la crisis por la pandemia COVID-19.

Esta variable fue operacionalizada a partir de los indicadores definidos para la misma como lo son medidas de reactivación, acciones emprendidas desde la institucionalidad. En cuanto a la instrumentalización de la variable reactivación, primeramente, será por medio de un análisis documental de las principales fuentes bibliográficas sobre el tema, también mediante las preguntas que abarcan desde la 12.1 llegando hasta la 12.10 correspondientes al módulo reactivación del cuestionario diseñado para la recolección de información.

1.5.13. Resumen del modelo de análisis.

A continuación, se presenta el resumen del modelo de análisis en donde se pueden observar las relaciones e interrelaciones existentes entre los objetivos de la investigación y las variables obtenidas a partir de los mismos.

Tabla 1*Modelo de Análisis*

Objetivo	Variable	Definición Conceptual	Instrumentalización	Fuentes de información
Describir las acciones que desde la institucionalidad pública se han emprendido para ayudar a las empresas del sector comercio de la región Brunca para enfrentar los efectos provocados por la crisis de la COVID-19.	Percepción	Proceso en el cual se selecciona, organiza e interpreta información que el individuo recibe, pudiendo identificar experiencias sensoriales desconocidas para convertirlas en situaciones reconocibles y comprensibles en la realidad del sujeto.	Cuestionario Estructurado preguntas: 11.1,11.2,11.3,11.4, 11.5,11.6,11.7,11.8,11.9,11.10, 11.11,11.12,11.13,11.14,11.15, 11.16,11.17.	Empresas del sector comercio de la región Brunca
	Acciones	Actividad que realiza una persona de manera voluntaria en el cual permite determinar el esfuerzo con la cual la ejecuta.	Cuestionario Estructurado preguntas: 1.1,1.2,1.3,1.4,1.5, 1.6,1.7,1.8,1.9.	Empresas del sector comercio de la región Brunca
Determinar el impacto en las actividades financieras y estratégicas que ha ocasionado la pandemia del	Efectos	Hace referencia al comportamiento o acontecimiento originado por una causa que lo provoca.	Cuestionario Estructurado preguntas: 2.1,2.2,2.3,2.4,2.5, 2.6,2.7,2.8.	Empresas del sector comercio de la región Brunca

Continuación de la tabla

<p>COVID-19 en las empresas del sector comercio de la región Brunca.</p>	<p>Impacto</p>	<p>Los cambios ocurridos en determinada área, situación, proyecto, país, a consecuencia de los efectos provocados por un evento que cambia las condiciones normales de los involucrados.</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 3.1,3.2,3.3,3.4,3.5, 3.6,3.7</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>
	<p>Finanzas</p>	<p>Las entradas y salidas de dinero de los órganos que forman parte del Estado.</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 4.2,4.3,4.4,4.5, 4.6,4.7,4.8,4.9,4.10,4.11, 4.12,4.13,4.14,4.15,4.16</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>
	<p>Estrategias</p>	<p>Serie de actividades planteadas a lo largo de un periodo de tiempo con la finalidad de alcanzar un objetivo específico.</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 5.1,5.2,5.3,5.4, 5.5,.5.6,5.7,5.8,5.9</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>

<p>Determinar la afectación en el empleo y la producción que la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector comercio de la región Brunca.</p>	<p>Empleo</p>	<p>Conjunto de esfuerzos y actividades realizadas por una persona para conseguir un objetivo, por el cual recibirá una remuneración económica por parte de su empleador.</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 6.1,6.2,6.3,6.4, 6.5,6.6,6.7</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>
	<p>Producción</p>	<p>Actividad llevada a cabo por las empresas, la cual busca la obtención de bienes, así como servicios, que permitan satisfacer las necesidades de los clientes</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 7.1,7.2,7.3,7.4,7.5, 7.6,7.7,7.8,7.9</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>
	<p>Ingreso</p>	<p>El incremento del patrimonio de una empresa a causa de las actividades económicas</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 8.1,8.2,8.3,8.4,8.5, 8.6,8.7,8.8,8.9</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>

Continuación de la tabla

<p>Analizar las acciones de comercialización implementadas por las empresas del sector comercio de la región Brunca, para afrontar la crisis por la COVID-19.</p>	<p>Comercialización</p>	<p>Las distintas actividades comerciales realizadas por las empresas con la finalidad de hacer llegar el bien y/o servicio final a los consumidores.</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 9.1,9.2,9.3,9.4,9.5, 9.6,9.7,9.8,9.9,9.10,9.11,9.12, 9.13,9.14,9.15</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>
	<p>Innovación</p>	<p>Realizar algo diferente, como ofrecer nuevos productos o servicios, desarrollar nuevas ideas o proyectos, nuevos inventos, todo aquello que anteriormente no era posible, con el propósito de distinguirse entre los demás y generar así mayores utilidades.</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 10.1,10.2,10.3,10.4, 10.5,10.6,10.7,10.8</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>
<p>Analizar la percepción que tienen los empresarios del sector comercio de la región Brunca, sobre las acciones de reactivación</p>	<p>Reactivación</p>	<p>Solución a los problemas económicos, mediante la reducción de la pobreza, disminución del desempleo, apoyo a los empresarios,</p>	<p>Cuestionario Estructurado Preguntas: 12.1,12.2,12.3,12.4, 12.5,12.6,12.7,12.8,12.9,12.10</p>	<p>Empresas del sector comercio de la región Brunca</p>

que ha implementado el Gobierno para poder mitigar los efectos ocasionados de los por la crisis del COVID-19.

inversión en infraestructura pública y agilización de los trámites, con el fin de generar crecimiento económico.

Nota. Elaboración propia con base en el modelo de análisis realizado.

1.6. Alcances y limitaciones

A continuación, se presentan los alcances y limitaciones en el desarrollo de la investigación “Efectos que la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 ha ocasionado en las empresas del sector comercio de la región Brunca, durante el 2021.”

1.6.1. Alcances.

La investigación contempla información sobre los efectos de la COVID-19 en las empresas del sector Comercio de la región Brunca. El trabajo de investigación reunirá información tanto de fuentes de datos primarios como secundarios.

La investigación acerca de los efectos de la COVID-19 en el sector comercio de la Zona Sur del país, busca analizar la situación real enfrentada por las organizaciones ante la crisis ocasionada a raíz de esta enfermedad, además, ofrecerá información sobre las estrategias, así como las políticas públicas empleadas por la institucionalidad pública para apoyar al sector Comercio de la zona sur del país, también, permitirá conocer las medidas de reactivación empleadas por las empresas del sector Comercio de la región Brunca.

Por otra parte, el trabajo de investigación brindará información respecto a la afectación regional a nivel de empleo y producción.

Por último, la investigación podrá ser utilizada por personas interesadas en el tema, para comprender el impacto de la pandemia en el sector específico del comercio.

1.6.2. Limitaciones.

La crisis sanitaria es considerada como una de las limitantes que afectó en gran medida el desarrollo de la investigación, esto producto a la prevención acerca del contagio o al riesgo latente de efectuar entrevistas de manera presencial.

El acceso a la información referente a datos de las empresas del sector comercio en la región Brunca fue otra limitación para la implementación del estudio, esto porque no hubo apoyo por parte de las municipalidades en la entrega de esta clase de datos.

Otra limitación en el presente estudio es el tiempo y disposición de los colaboradores para la aplicación del cuestionario, afectando el poder abordar a una mayor cantidad de comercios.

También se deben mencionar la desconfianza existente por parte de la población a la hora de aplicar una entrevista vía telefónica, debido a que relacionan el instrumento de investigación con intentos de estafa que se han multiplicado en los últimos meses del 2021, razón que indisponen a los informantes para brindar información.

La restricción vehicular fue otra circunstancia que afectó el desarrollo normal de la investigación, puesto que para poder hacer desplazamientos a diferentes zonas para la aplicación de entrevistas estaba condicionado a este tipo de restricciones.

La ubicación territorial es otro factor que influyó y delimitó la investigación, esto por motivo del cual se debía visitar regiones de la Zona Sur y sumado a limitación referente a las restricciones vehiculares influyó para no poder abarcar un gran porcentaje de empresas

Capítulo II. Marco teórico referencial

2.1. Marco Referencia

En el presente capítulo se presenta una breve contextualización de las principales generalidades de la región Brunca, del sector Comercio y las particularidades del impacto de la COVID-19 en el sector Comercio.

2.1.1. Generalidades de la región Brunca.

Costa Rica en su fraccionamiento territorial se divide en siete provincias, las cuales están divididas en 82 cantones y 488 distritos, sin embargo, esta división no fue suficiente debido a la heterogeneidad existente en los lugares que pertenecían a una misma provincia, por esto, nace una necesidad de realizar una segmentación que fuera más allá de la territorial, surgiendo como resultado de esto, un tipo de división socioeconómica, en la cual lugares que compartieran una serie de características se agruparían en una región específica. Para Silva (1991), la regionalización se basó en características que compartían ciertos sectores en ámbitos: económicos, de estilo de vida, localización geográfica, entre otros, permitiendo esto una mejor distribución de la población y optimización en sectores productivos, de infraestructura e inversión de capital. A causa de esta necesidad surge el 26 de enero de 1978 el Decreto Ejecutivo 7944, mismo que divide al país en seis regiones: región Central, región Chorotega, región Pacífico Central, región Brunca, región Huetar Atlántica y región Norte. («Sistema Costarricense de Información Jurídica», 2020)

En la siguiente Tabla se muestra la distribución de la población proyectada al 30 de junio según las regiones del país, con su respectiva distribución en porcentaje en la cantidad de habitantes que cuenta cada región.

“La región Brunca se ubica en la parte suroeste del país, limitando al noroeste con la cordillera de Talamanca, al suroeste con Panamá y al oeste y sur colindando con el Océano Pacífico” (Dirección de Geología y Minas, 2020). Además, en la región predomina un clima tropical con temperaturas promedio de 23.7°C, la humedad ronda los 80 y 90% convirtiéndola en una zona de humedad relativamente alta, otro aspecto importante es que la región es basta en recursos naturales y cuenta con gran potencial hídrico, contando con cinco cuencas hidrográficas: cuenca del Río Grande de Térraba, cuenca del río Esquinas, cuenca del río Coto-

Colorado, cuenca de la península de Osa y cuenca del río Barú (Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica, 2014).

Tabla 2

Población total proyectada al 30 de junio, según región de planificación 2020

Región de planificación	Población	Porcentaje
Región Central	3.162.510	61,87%
Región Chorotega	393.893	7,71%
Región Pacífico Central	302.831	5,92%
Región Brunca	369.992	7,24%
Región Huetar Atlántica	460.083	9,00%
Región Huetar Norte	421.912	8,25%

Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Consulta realizada el 27 de octubre de 2020 (INEC, 2011).

El país en su división por regiones concentra la mayor cantidad de población en la región central, con un 61,87% de la totalidad de habitantes según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, sin embargo, para el caso de la investigación se toma como referencia la región Brunca, misma que está conformada de forma política-administrativa por los cantones de Pérez Zeledón de la provincia de San José y de la provincia de Puntarenas los cantones de Buenos Aires, Golfito, Corredores, Osa y Coto Brus. De acuerdo con las estimaciones del INEC, en el 2020 la región brunca contaba con 369.992 habitantes lo que equivale a un 7,24% de la totalidad de la población en Costa Rica.

Es importante conocer la distribución por edad de los habitantes de un país, con la finalidad de detectar la fuerza laboral existente y de esta manera focalizar la atención en la población propiamente afectada a raíz de la pandemia ocasionada por el virus del COVID-19.

Ahora bien, en la Tabla 3 correspondiente a la proyección del 2020 de la distribución de los habitantes en los distintos cantones de la región Brunca, según datos del INEC con respecto al censo realizado en el 2011 la población de la región según a la edad se conformaría de la siguiente manera:

Tabla 3

Proyección para el 2020 de la distribución de los habitantes en los cantones de la región Brunca, según rango de edad

Cantón de la región Brunca	Habitantes según rango de edad (dado en años)				
	0-14	15-64	65 y más	Total, Absoluto	Total, Relativo
Pérez Zeledón	29.548	100.786	12.783	143.117	38,68%
Buenos Aires	14.452	35.680	3.304	53.436	14,44%
Osa	7.927	20.232	2.980	31.139	8,42%
Golfito	11.530	30.269	3.774	45.573	12,32%
Coto Brus	12.321	28.519	3.468	44.308	11,98%
Corredores	12.811	35.713	3.895	52.419	14,17%
Total	88.589	251.199	30.204	369.992	100%

Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Consulta realizada el 27 de octubre de 2020 (INEC, 2011).

El cantón de Pérez Zeledón presenta la mayor cantidad de habitantes de la región, con 143.117 personas, lo que equivale a un 36,68% de la totalidad, por otro lado, el cantón de Buenos Aires cuenta con el 14,44% de la población total, siendo el segundo en cantidad de habitantes, datos similares presenta el cantón de Corredores contando con un 14,17%, a su vez, los cantones de Osa, Golfito y Coto Brus, presentan porcentajes de: 8,42%, 12,32% y 11,98% respectivamente. Otro dato interesante son las 251.199 personas que se encuentran en el rango de 15-64 años, mismo que es considerado como la fuerza laboral, tomando en cuenta que la edad para empezar a trabajar según el Patronato Nacional de la Infancia (2020), debe ser al menos 15 años y la edad para optar por una pensión del régimen de invalidez, vejez y muerte (CCSS) es de 65 años. (Superintendencia de Pensiones, Costa Rica, 2020)

En relación a la actividad productiva de la región, prevalecen actividades agropecuarias, actividades relacionadas con el comercio y las que guardan relación con la administración pública, como las principales actividades económicas de los seis cantones que conforman la región Brunca, en base a esto, Pérez Zeledón, Osa, Golfito y Corredores presentan datos con diferencias no tan significativas entre las tres principales ramas de ocupación, caso contrario, a los cantones de Buenos Aires y Coto Brus los cuales presentan mayor dependencia de las agropecuarias, con un 54,4% y 42% respectivamente. Por otro lado, se puede observar el poco desarrollo de la región en áreas de la información y las actividades financieras, inmobiliarias y de seguros.

Tabla 4

Distribución porcentual de las actividades según rama de ocupación para los cantones de la región Brunca

Rama de ocupación	Cantón					
	Pérez Zeledón	Buenos Aires	Osa	Golfito	Coto Brus	Corredores
Agricultura, ganadería, y pesca	26,6%	54,4%	28%	24,4%	42%	28,2%
Industria manufacturera 1/	7,3%	4,4%	5,5%	7,1%	4%	10,4%
Construcción	6%	3,9%	7,8%	5,9%	4,9%	4,7%
Comercio y reparación	18,7%	8,6%	12,4%	16,2%	13,7%	16,1%
Transporte y Almacenamiento	3,6%	2,6%	3,5%	5%	3,5%	5,3%
Alojamiento y servicios de comida	3,9%	2,1%	9,4%	9%	2,6%	4,6%
Información,	0,9%	0,3%	0,5%	0,9%	0,3%	0,5%
Actividad de los hogares en calidad de empleados	5,6%	3,8%	3,9%	3,6%	4,2%	4,1%
Administración pública 2/	16,3%	11,4%	15,8%	15,4%	17,4%	17,1%
Actividades financieras, inmobiliarias y seguros	2,4%	0,5%	2%	1,5%	0,9%	1,5%
Suministros de agua y electricidad	1,5%	3,4%	1,7%	1,6%	1%	1,4%
Otras Actividades /3	7,1%	4,8%	9,8%	9,4%	5,3%	6,1%

Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Consulta realizada el 03 de noviembre de 2020 (INEC, 2011)

1/ Incluye minas y canteras

2/ Incluye enseñanza, atención salud humana y asistencia social

3/ Compuesto por: Otras actividades de servicio, actividades recreativas, administrativas, profesionales y de organizaciones y órganos extraterritorial

La región brunca al igual que las demás regiones del país presenta otra serie de características que afectan su desarrollo y crecimiento como región, en ámbitos de: pobreza, nivel académico, desempleo, seguridad y conectividad, las cuales se comparan en su relación con los datos macros. En la Tabla 5 se presenta un resumen informativo.

Tabla 5

Cuadro resumen comparativo Costa Rica-región Brunca para las variables de pobreza, nivel de instrucción, empleo, seguridad y conectividad

Características	Costa Rica	Región Brunca
Pobreza		
No pobres	79,9%	78,4%
Pobres	20,1%	21,6%
Nivel de instrucción		
Primaria y secundaria completa	37,2%	37,4%
Educación superior	18,0%	12,6%
Tasa de empleo		
Ocupación /1	43,7%	38,1%
Desempleo	24,0%	25,7%
Cantidad de delitos		
Casos 2019	50.576 (100%)	3.364 (6,65%)
Casos 2020	30.209 (100%)	2.504 (7,45%)
Viviendas con conexión internet		
Hogares 2018	1.125.457	81.138
Hogares 2019	1.362.554	103.602

Nota. Elaboración propia con datos del INEC y Ministerio de Justicia Costa Rica.

Para el caso de ocupación se toma en cuenta a las personas de 15 años o más.

En cuanto a la pobreza, la región brunca presenta datos levemente superiores, pero a la vez similares a los presentados para la totalidad del país, para la región el 21,6% de las personas son consideradas como pobres, superando en 1,5% al promedio de Costa Rica.

Por otro lado, en cuanto al nivel de instrucción o grado académico, a nivel país el 37,2% de la población completó sus estudios de primaria y/o secundaria, datos muy parecidos a los de la región, inclusive están mejorándolos en 0,2%, en cuanto a la educación superior sí se nota un rezago en la región brunca, el 12,6% de la población ha realizado estudios de educación superior, muy debajo del 18,0% promediado para Costa Rica.

En cuanto al empleo y el desempleo la región denota un panorama más complicado que el demostrado para Costa Rica, la tasa de ocupación para el país es de un 43,7% mientras la región Brunca en cuanto a este rubro cuenta con un 38,1%, ahora bien, para el desempleo en el país en la última encuesta realizada a los hogares indicaba niveles alarmantes del 24,0% de la población desempleada, la región muestra una cifra ligeramente superior de un 25,7%, un 1,7% superior a la estimada para la totalidad del país.

La seguridad es un aspecto fundamental en el desarrollo de los países, pese que a nivel país y región los casos en términos nominales de delitos disminuyeron con los presentados para el 2019, la relación porcentual de la representación de la totalidad de los casos con los de la región Brunca sí tuvo un leve aumento pasando de 6,65% a un 7,45%, aun así, la región sigue presentando datos positivos comparándolo con otras regiones.

El desarrollo de la tecnología, propiamente en el acceso al internet ha sido un aspecto en el que país ha tenido una mejora significativa y la región brunca no se queda atrás, para el 2018 la región registraba 81.138 hogares con acceso a internet, mientras que para el año 2019 esa cifra aumentó en 22.464 hogares para llegar a un total de 103.602 hogares con conectividad, situación que favorece y aumenta su importancia al tener herramientas tecnológicas que permiten enfrentar de una mejor manera la pandemia de la COVID-19.

Otro punto importante a evaluar en la región Brunca son las instituciones que trabajan por el desarrollo de la misma, primero que todo están las municipalidades de los distintos cantones que conforman la región, las municipalidades son amparadas bajo la ley número 7794, en esta ley establece que son las encargadas del gobierno local y la administración de los servicios e intereses cantonales (Sistema Costarricense de Información Jurídica, 2020).

Otra institución encargada de velar por el desarrollo es la Cámara de Comercio de la región Brunca, la cual según la página web de Cámara de Comercio región Brunca de Costa Rica (2020), establece que es “una organización gremial , para la defensa de los intereses de nuestros asociados y comprometidos con el desarrollo de la Pérez Zeledón”, (párr. 1) también el país cuenta con un Ministerio encargado de velar por el desarrollo del país desde perspectivas nacionales, regionales y locales, el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica, además de las instituciones antes mencionadas existen otras instituciones que también velan por el desarrollo del país entre las cuales se pueden mencionar: El Instituto Costarricense de Electricidad, Acueductos y Alcantarillados, La Caja Costarricense de Seguro Social.

2.1.2. Generalidades del sector comercio.

Primeramente, se va a definir el sector comercio, el cual pertenece al sector terciario de la economía, en este se realiza el intercambio voluntario de servicios y mercancías a cambio de un pago en efectivo, tarjetas de crédito y/o cheques. Para Mazzini (2013):

Es la actividad socioeconómica referente a la compra y venta de bienes y servicios, destinado para su uso, venta o transformación. Este contempla al comercio mayorista y al minorista, el primero contempla a la actividad de compraventa de mercancía cuyo comprador no es el consumidor final de la mercancía, es decir; se realiza la compra con el objetivo de ser vendida a otro comerciante o empresa para su transformación en un producto, ahora bien el comercio minorista hace referencia a cuyo comprador de la mercancía es el consumidor final de la misma para su uso o consumo (p.51).

Con respecto a la presente investigación se pretende definir al sector comercio a aquellas empresas de la región Brunca dedicadas a la actividad de comercio y prestación de servicios, en donde no se abarcarán a las empresas transnacionales por el difícil acceso a los datos de estas.

Así mismo, dentro las generalidades del sector comercio al tener conocimiento de las restricciones que imponen las medidas sanitarias vigentes, las empresas enfrentan dificultades para operar con normalidad, particularmente, las micros, pequeñas y medianas empresas (PYME) que aún en condiciones normales presentan menores probabilidades de sobrevivencia y crecimiento en el parque empresarial costarricense. En este contexto de la pandemia por

COVID-19 ha tenido diferentes efectos en las PYME, para lo cual se pretende analizar la distribución de las empresas en el territorio costarricense a continuación.

En relación con lo anterior en Costa Rica, contemplando el período del 2012 al 2017, el parque empresarial nacional se ha comportado según el tamaño de las empresas, como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 6.

Empresas, según tamaño en el período 2012-2017

Tamaño	2013	2014	2015	2016	2017
Micro	102.959	103.414	102.797	104.604	108.079
Pequeña	15.454	15.783	15.999	16.781	16.900
Mediana	4.945	4.980	5.119	5.275	5.409
Total PYME	123.358	124.177	123.915	126.660	130.388
Grande	3.087	3.169	3.202	2.229	3.337
Total general	126.445	127.346	127.117	129.999	133.765

Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

De acuerdo con la información anterior es importante conocer el número de empresas que se encuentran situadas en las distintas provincias del territorio nacional, por lo que en la tabla 6 se observa que en el 2013 se encontraban registradas 126.445 empresas y para el 2017 se dio un aumento del 5,47%, contabilizándose 133.765 empresas.

Ahora bien en la tabla 7 se evidencia que la provincia de San José se sitúa como la que más cantidad de empresas presenta del total del parque empresarial, dado que para el 2013 se contabilizaron 51.780 empresas mientras que durante el 2017 se presentaban 54.949 empresas, evidenciando un crecimiento del 5,79%, siendo la provincia con mayor concentración de unidades productivas, ya que para el 2013 representó el 40,95%, para el 2014 un 40,89%, para el 2015 un 40,88%, para el 2016 un 40,87%, y para el 2017 un 41,08% del parque empresarial.

Mientras que la provincia de Limón es la que menor cantidad de empresas presenta registradas en el parque empresarial nacional, dado que para el año 2013 se contabilizaron 5.293 empresas y durante el año 2017 se presentaban 5.599 empresas, evidenciando un leve aumento del 5,78%, convirtiéndose en la provincia de menor concentración de producción a

nivel nacional, debido que para el 2013 representó el 4,19%, para el 2014 un 4,15%, para el 2015 un 4,10%, para el 2016 un 4,14%, y para el 2017 un 4,19% del parque empresarial.

Tabla 7

Empresas por Provincia en el período 2012-2017

Provincia	2013	2014	2015	2016	2017
San José	51.780	52.072	51.961	53.130	54.949
Alajuela	21.161	21.309	21.348	21.923	22.628
Heredia	13.525	13.728	13.768	14.094	14.657
Cartago	9.265	9.381	9.427	9.667	9.839
Puntarenas	8.941	8.974	8.970	9.260	9.667
Guanacaste	8.465	8.660	8.668	8.971	9.343
Limón	5.293	5.284	5.213	5.387	5.599
Total Empresas	126.445	127.346	127.117	129.999	133.765

Nota: Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019

Por su parte es importante detallar el comportamiento de las empresas según el sector económico durante el periodo 2013 al 2017, reflejando que el sector económico con mayor cantidad de empresas registradas corresponde a servicios, seguido por comercio, agropecuario e industria respectivamente, visualícese en la Tabla 8 dicha información.

En referencia al sector comercio para los años 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 se contabilizaron 28.915, 28.727, 28.618, 29.173 y 29.919 empresas respectivamente, reflejando un leve aumento del 3,47% de empresas dedicadas a la actividad de comercio. En cuanto a la representación del sector comercio en el total del parque empresarial nacional, se evidencia de la siguiente manera; para el 2013 representó el 22,9%, para el 2014 un 22,6%, para el 2015 un 22,5%, para el 2016 un 22,4%, y para el 2017 un 22,4%, por lo que se observa que la representación en el parque empresarial se ha mantenido similar y constante a través de los años de las empresas dedicadas a la actividad de comercio.

Tabla 8*Empresas según sector económico en el período 2012-2017.*

Sector económico	2013		2014		2015		2016		2017	
	núm.	%	núm.	%	núm.	%	núm.	%	núm.	%
Agropecuaria	8.970	7,1	8.969	7,0	8.777	6,9	8.725	6,7	8.774	6,6
Comercio	28.915	22,9	28.727	22,6	28.618	22,5	29.173	22,4	29.919	22,4
Industria	7.453	5,9	7.368	5,8	7.119	5,6	7.065	5,4	7.115	5,3
Servicios	79.205	62,6	80.088	62,9	80.563	63,4	83.025	63,9	85.820	64,2
ND	1.902	1,5	2.194	1,7	2.040	1,6	2.011	1,5	2.137	1,5
Total	126.445	100	127.346	100	127.177	100	129.999	100	133.765	100

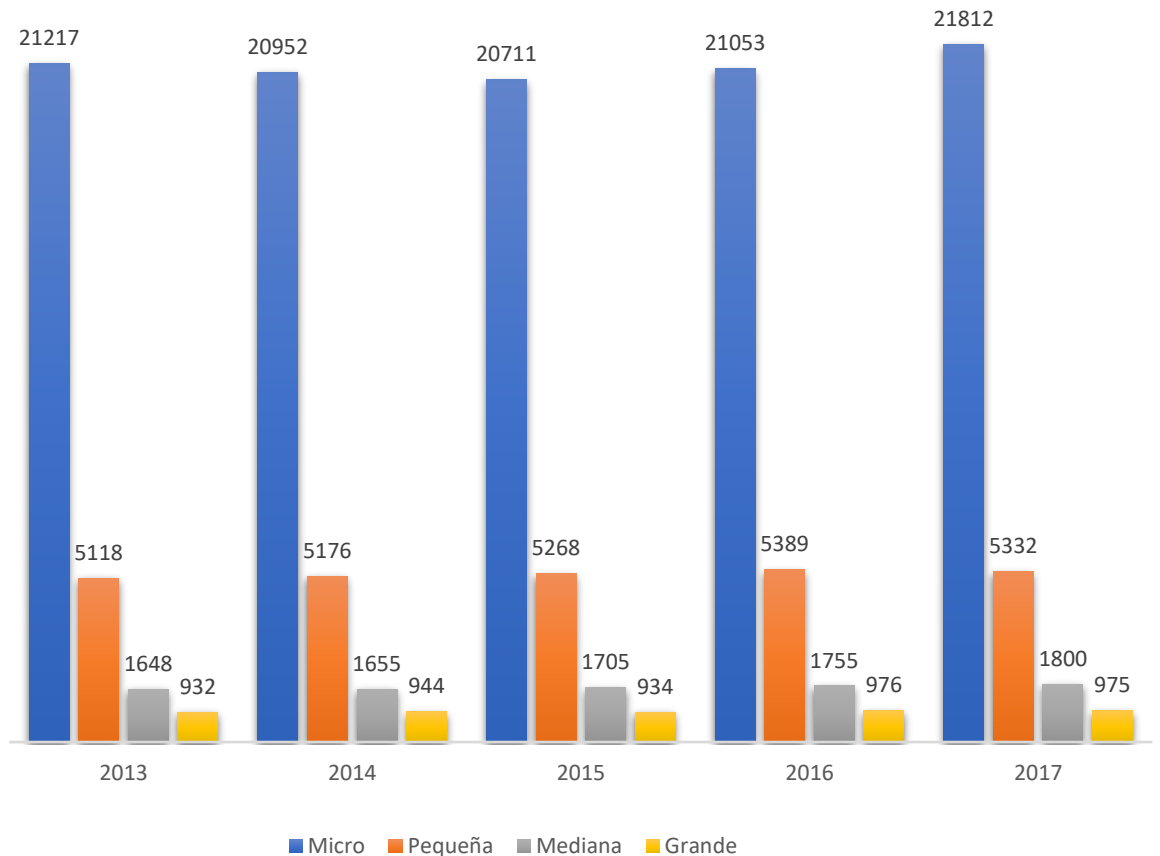
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019

Es conveniente resaltar que con el pasar de los años se han presentado cambios en el número de empresas correspondientes al sector comercio en donde se observa que las empresas del sector han disminuido al hacer el análisis con relación al año base, con excepción de los últimos 2 años que hubo un repunte pasando de 29.173 en el 2016 a 29.919 en 2017. Las microempresas para el año 2013 se contabilizaron 21.217, sin embargo; han manifestado un constante descenso, pero a partir del 2016 se observa un leve crecimiento pasando para el año 2017 a contabilizarse 21.812 microempresas. En relación con las pequeñas empresas han presentado un constante crecimiento, dado que para el año 2013 se presentaban 5.118 y durante el 2017 se contabilizaron 5.332, con respecto a las medianas empresas han mantenido su número constante pasando de 1648 en el año 2013 a 1800 empresas en el año 2017, las empresas más grandes también tuvieron un incremento de 932 en el 2013 a 975 en el 2017.

En la Figura 1 se visualiza la cantidad de empresas existentes en el país de acuerdo con el tamaño en el sector de comercio que contempla del periodo 2012 al 2017.

Figura 1

Empresas por tamaño sector Comercio en el período 2012-2017

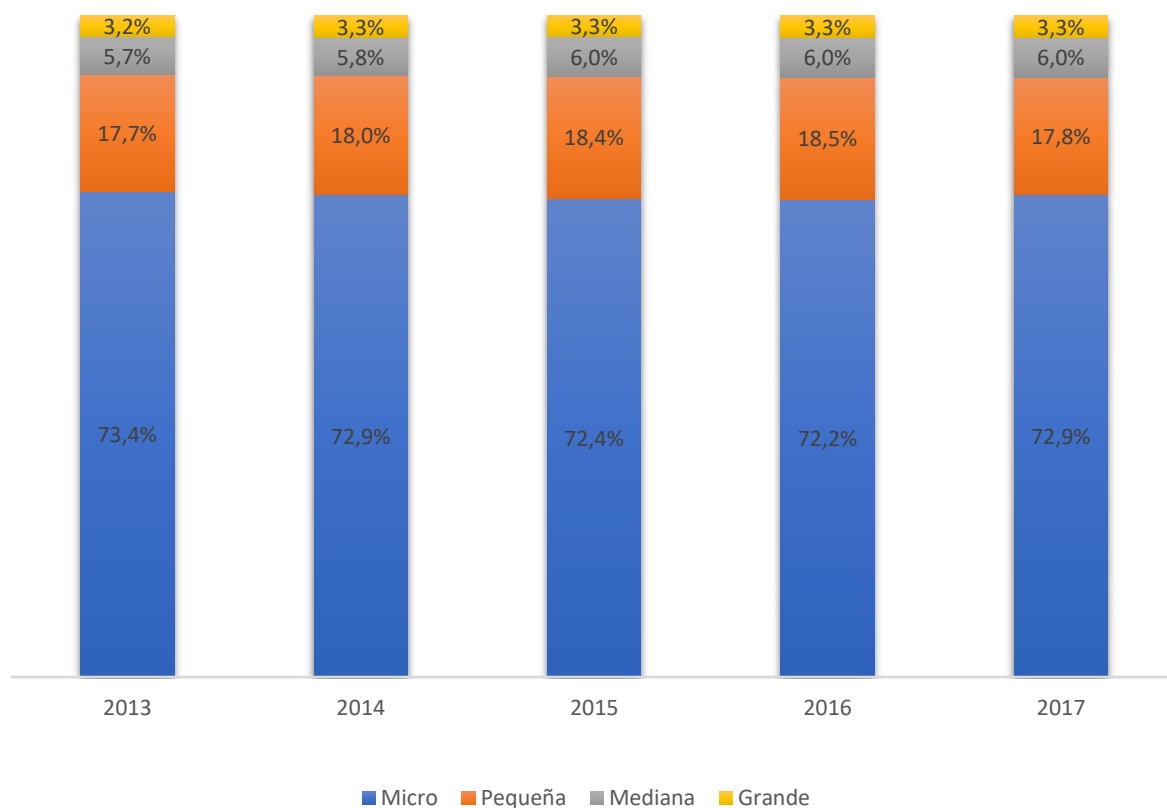


Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

Con base en lo mencionado anteriormente se presenta la distribución porcentual de las PYME del sector comercio, durante el periodo de análisis se ha mantenido constante, exceptuando en el 2017 donde se visualiza una disminución de las pequeñas empresas con 17,8%, un aumento en las microempresas con un 72,9%, las medianas empresas con un 6,0% y las grandes empresas con un 3,3% tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

Figura 2

Distribución porcentual de empresas por tamaño sector comercio en el período 2012-2017



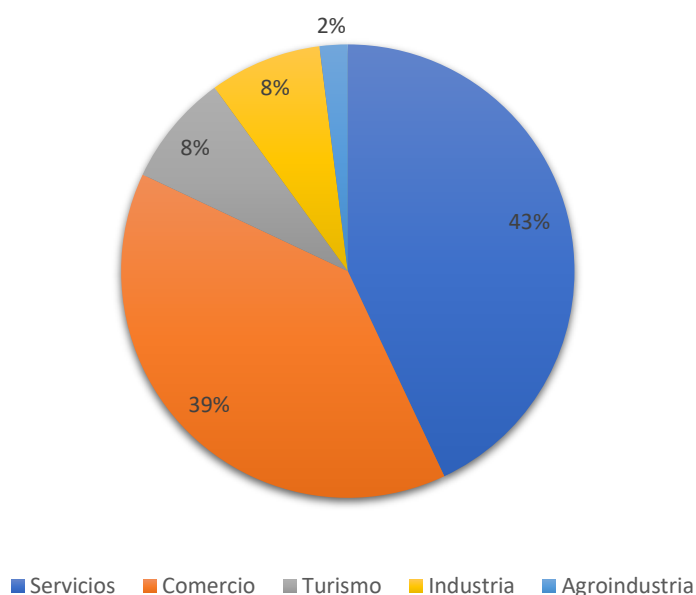
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

A marzo del 2020 se encontraban un total de 21.155 empresas activas en el Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC)

En siguiente figura se va mostrar la distribución de las empresas en sectores económicos a marzo del 2020, esto con el fin de analizar cual sector cuenta con mayor distribución, entre los que se pueden encontrar los siguientes sectores, turismo, comercio, industria, servicios y el agroindustria.

Figura 3

La distribución de las empresas en sectores económicos a marzo del 2020.



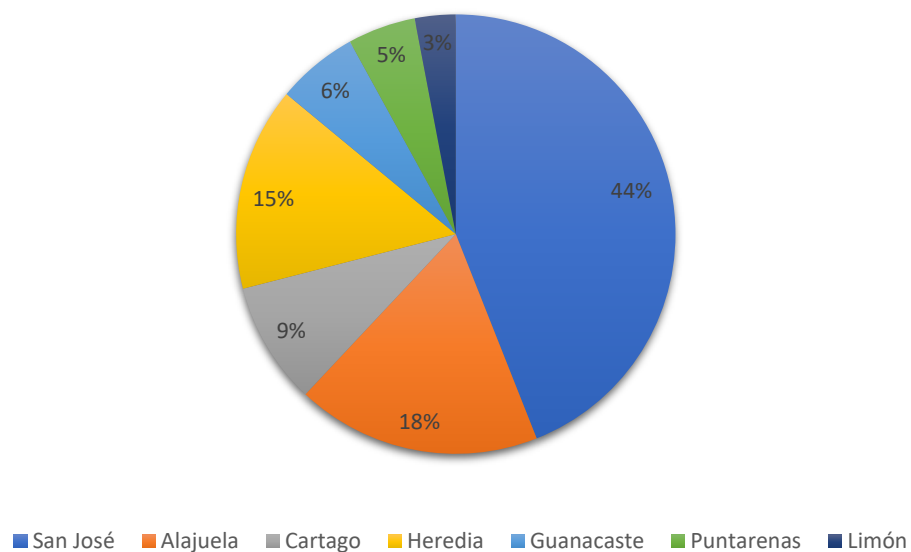
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

De acuerdo con la cantidad de empresas activas para el 2020 no se ve afectada la distribución de las empresas en sectores económicos debido a que es confiable con la estructura que conforma el parque empresarial costarricense, el sector servicios es el mayor en cuanto a cantidad de empresas con un 43%, mientras en segundo lugar se encuentra el sector comercio con un 39% del total de empresas, seguidamente los sectores de turismo y manufacturera con un 8% del total respectivamente.

De acuerdo a la figura 4 la cual hace referencia a la ubicación geográfica del parque empresarial costarricense, la gran parte de las PYME se concentran en la parte central del país, representado con un 86%, ubicadas en las provincias que conforman el Gran Área Metropolitana, siendo San José con un 44% predominante, seguidamente Alajuela, Heredia y Cartago con un 18%, 15% y 9% respectivamente, reflejando una situación que en las provincias costeras del país se tiene menores cantidades de empresas y por ende menor desarrollo empresarial para estas zonas.

Figura 4

Distribución de las empresas por provincia a marzo del 2020.

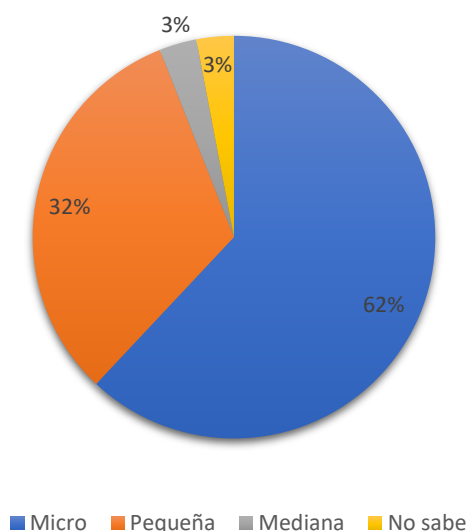


Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019

Con referencia al total de las empresas registradas al presente año en relación con el tamaño de las PYMES se observa una coherencia con el total de las PYMES que se encuentran establecidas a lo largo y ancho del territorio nacional, la mayor concentración de las empresas está conformada en las microempresas con un 62% del total, seguidamente por pequeñas y medianas empresas con un 32% y 3% respectivamente.

Figura 5

Distribución de las empresas por tamaño a marzo 2020



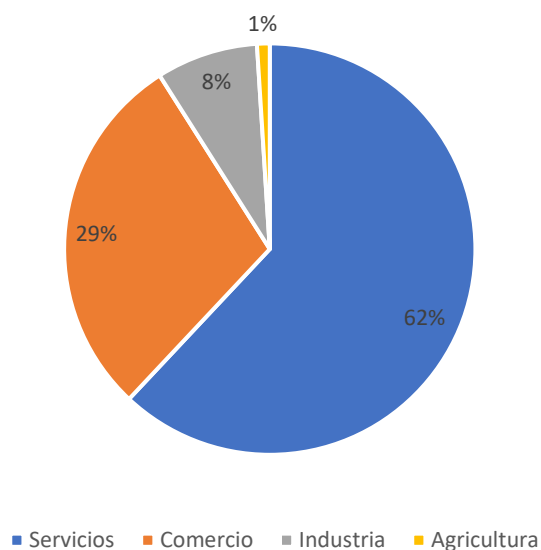
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

Para ilustrar el caso de la región Brunca la situación es similar, según datos del Estado MiPymes, al 2019 en dicha región se encuentran un total de 5.380 empresas considerando que el 99% representa a pymes 5.326 empresas de las cuales el 88% son microempresas y el 9% son pequeñas empresas. Ahora bien, el 62% se dedican a la actividad de servicios, seguido un 24,3% dedicado al comercio. Las PYMES que permanecen en la región Brunca se encuentran distribuidas en sus distintos cantones de la siguiente manera:

Es importante conocer la estructura de los distintos cantones de la región Brunca con el afán de conocer la representación que significa el sector comercio en cada uno de estos. En primer lugar, el cantón de Buenos Aires abarca un 5% de las pymes de la región Brunca representadas en 292 empresas, distribuidas según su actividad económica y tamaño de la siguiente manera:

Figura 6

Promedio de las PYMES en el cantón de Buenos Aires en el período 2012- 2017



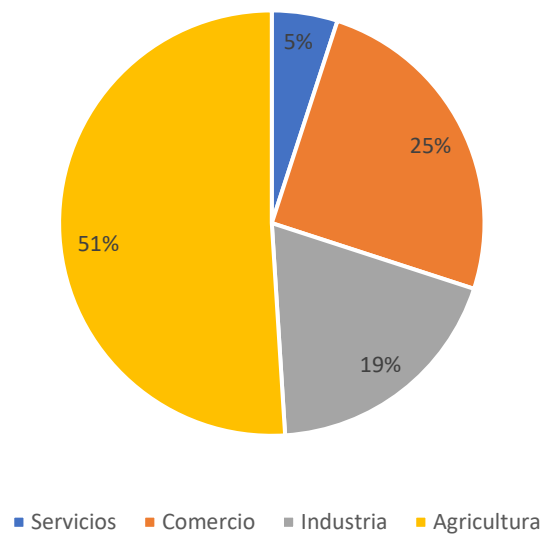
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

Las empresas del sector comercio representan el 29% de los negocios del cantón de Buenos Aires, siendo este sector el segundo en importancia del cantón solo por debajo del sector servicios el cual comprende un 62 % de la totalidad.

Para proseguir con la distribución de los comercios en los cantones de la región Brunca se encuentra el cantón de Corredores, este presenta un 10% de las pymes de la región Brunca representadas en 556 empresas, distribuidas según su actividad económica y tamaño de la siguiente manera:

Figura 7

Promedio de las PYMES en el cantón de Corredores en el período 2012- 2017



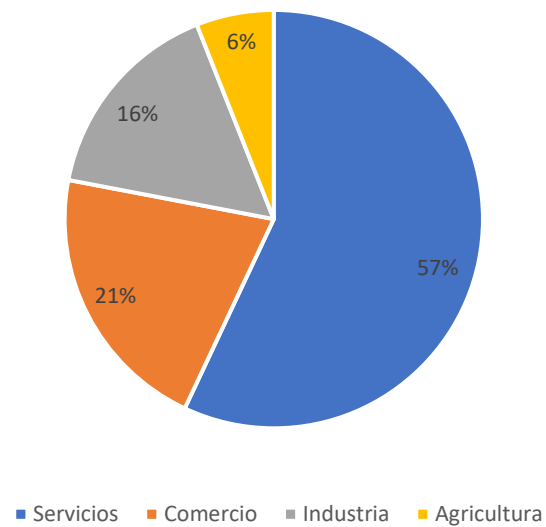
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

En Corredores prevalecen las actividades del sector agrícola, representando un 51% de las empresas, sin embargo, el sector comercio, el cual es el foco de estudio es el segundo de importancia representando un 25% del total de las empresas de este cantón.

En tercer lugar, analizamos el cantón de Coto Brus este conforma un 11% de las pymes de la región Brunca representadas en 580 empresas, distribuidas según su actividad económica y tamaño de la siguiente manera:

Figura 8

Promedio de las PYMES en el cantón de Coto Brus en el período 2012- 2017



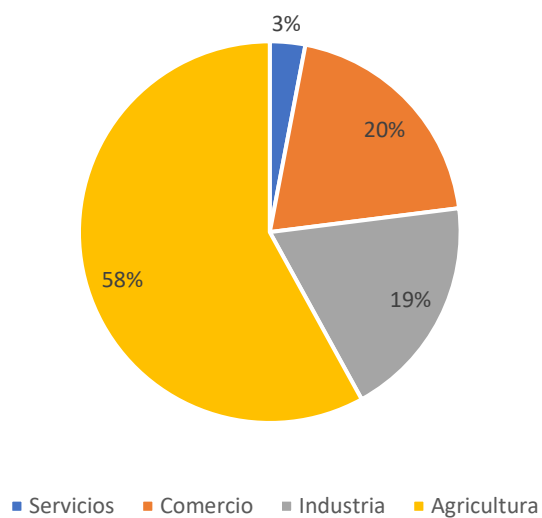
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

Para este grupo prevalece el sector servicios como el principal en el ámbito económico y el sector comercio nuevamente se encuentra como el segundo de mayor importancia con una representación del 21% de las empresas del cantón de Coto Brus.

Continuando con la evaluación de los cantones, se encuentra el cantón de Golfito, abarcando un 13% de las pymes de la región Brunca representadas en 699 empresas, distribuidas según su actividad económica y tamaño de la siguiente manera:

Figura 9

Promedio de las PYMES en el cantón de Golfito en el período 2012- 2017



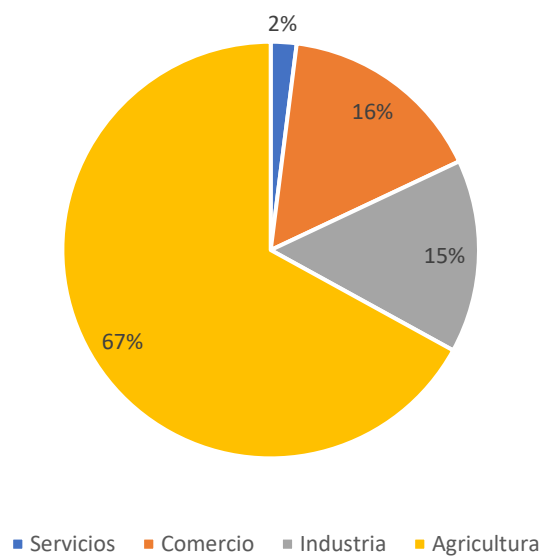
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

El campo de la agricultura es el dominante para el cantón de Golfito, siguiendo la norma del sector comercio que ocupa el segundo lugar en importancia, esta vez con un porcentaje del 20 por ciento.

Seguidamente se encuentra el cantón de Osa, mismo que representa un 15% de las pymes de la región Brunca representadas en 818 empresas, distribuidas según su actividad económica y tamaño de la siguiente manera:

Figura 10

Promedio de las PYMES en el cantón de Osa en el período 2012- 2017



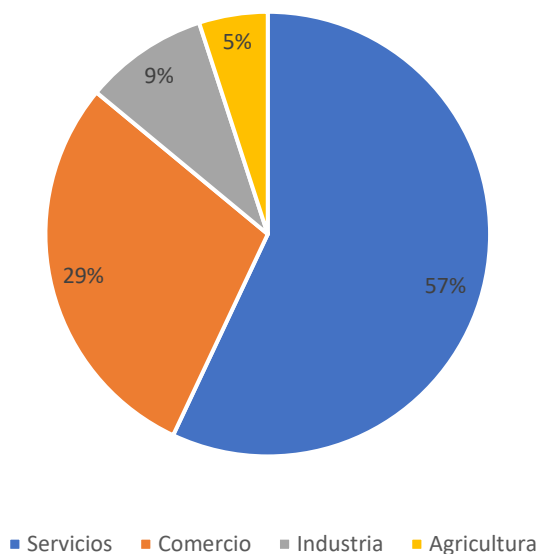
Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

Para el cantón de Osa la agricultura representa la mayor cantidad de empresas con un 67% de estas, el comercio representa un 16% un punto más que el sector industria.

Por último, se detalla el cantón que mayor abarca la región Brunca, el cual es Pérez Zeledón, cantón que representa un 45% de las pymes de la región representadas en 2.435 empresas, distribuidas según su actividad económica y tamaño de la siguiente manera:

Figura 11

Promedio de las PYMES en el cantón de Pérez Zeledón en el período 2012- 2017



Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

El cantón de Pérez Zeledón se caracteriza por conformarse en su mayoría por empresas del sector servicios, representando este un 57% de la totalidad de las empresas del cantón, con respecto a la agrupación comercio este representa en el cantón de Pérez Zeledón un 29% de las empresas, siendo el segundo de mayor relevancia.

En términos generales se puede observar que el sector comercio representa el segundo en importancia en los seis cantones que conforman la región Brunca, rondando parámetros del 16% al 29% dependiendo el cantón observado.

2.1.3. Particularidades sobre el impacto de la pandemia en el sector comercio.

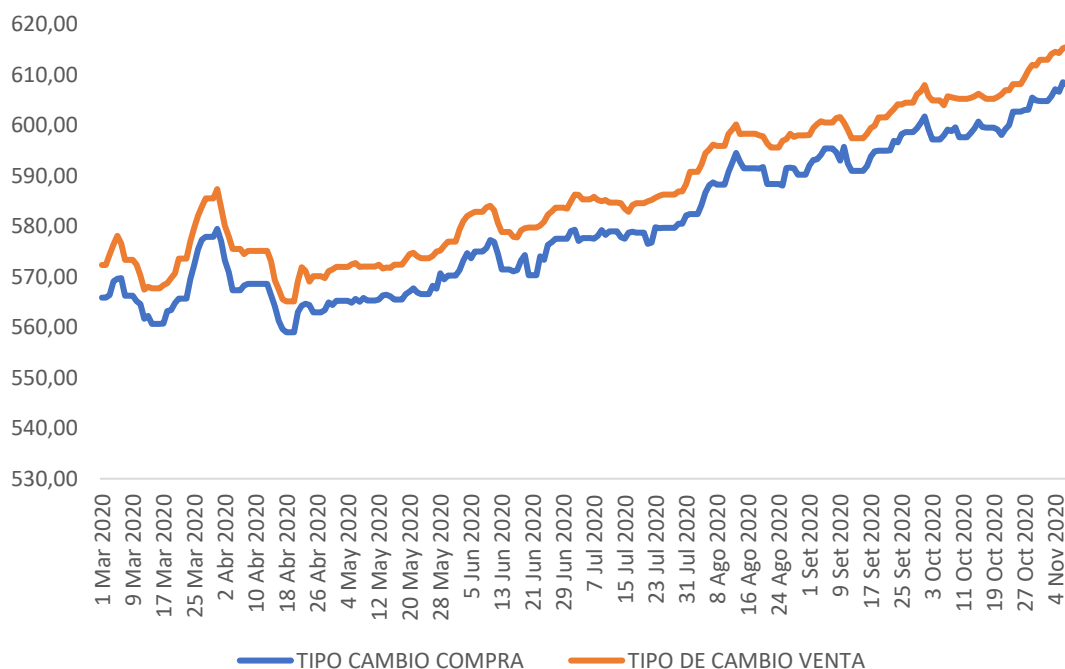
Más que una enfermedad y una emergencia sanitaria, la COVID-19 ha provocado una serie de efectos en los distintos sectores de la economía y el sector comercio no es la excepción. Es indudable que el impacto principal de la pandemia recae en la salud de la población, sin embargo, sus efectos negativos tienen un alcance que trasciende las fronteras de la salud pública, provocando cambios en la economía que afectan directamente a las empresas.

El tipo de cambio es una variable que desde la aparición de la enfermedad ha tenido comportamientos inestables buscando al alza por la incertidumbre vivida a raíz de las distintas medidas de confinamiento adoptadas por el gobierno, pero a partir del mes de octubre, debido

a la incertidumbre en las políticas públicas y pese a la intervención del Banco Central, esta tendencia al alza se ha intensificado, inclusive el Banco Central llegó en el mes de octubre a intervenir con 20 millones de dólares, como forma de estabilizar el precio del dólar, sin embargo para los primeros días del mes de noviembre las intervenciones han sido menores con respecto al mes anterior, pese a las intervenciones el precio del dólar ha seguido su tendencia alcista, debido a la incertidumbre vivida en el país, la reducción de la inversión extranjera directa y el proceso lento de reactivación del sector turismo. (Hidalgo, 2020), esto viene afectar directamente tanto a exportadores como importadores.

Figura 12

Comportamiento del tipo de cambio con respecto al dólar de marzo a noviembre 2020 en Costa Rica

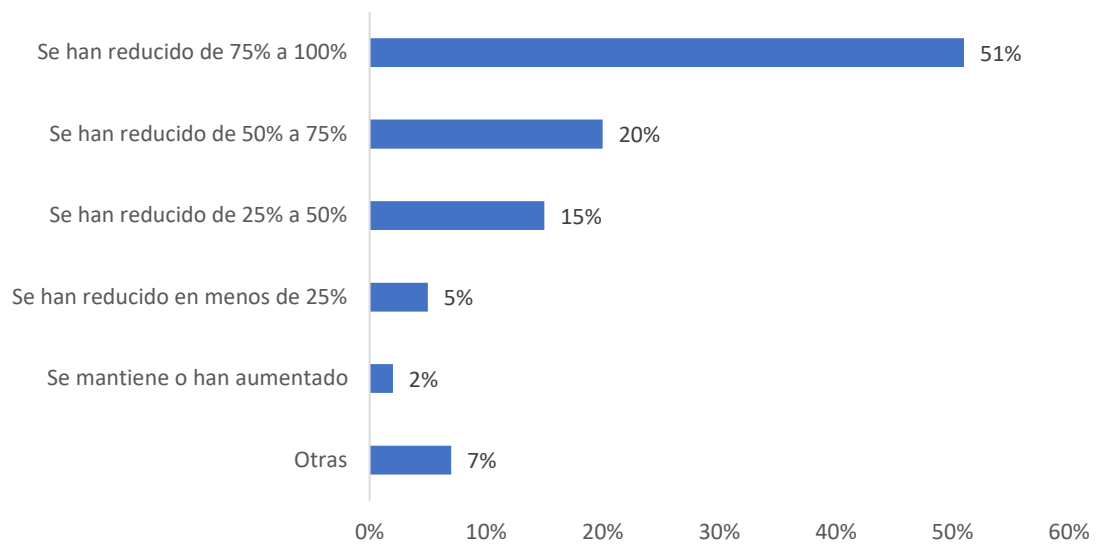


Nota. Banco Central de Costa Rica, 2020.

Otro aspecto que la pandemia ha provocado va en relación con los niveles de ventas, en consonancia con este tema, la situación de las pymes nacionales ha sufrido disminuciones en los niveles de ventas a raíz del efecto directo que la pandemia ha causado en las empresas, la mitad de empresarios entrevistados en el estudio manifiesta haber experimentado una reducción de las ventas mayores al 75% La tercera parte de los empresarios señalan que sus ventas han caído entre un rango de 25% a 75%, sin embargo, únicamente un 2% ha logrado mantener o incluso aumentar el nivel de sus ingresos mensuales por la venta de sus bienes y servicios, en el siguiente gráfico se demuestra:

Figura 13

Porcentaje de reducción de ventas en el período de abril-mayo 2020

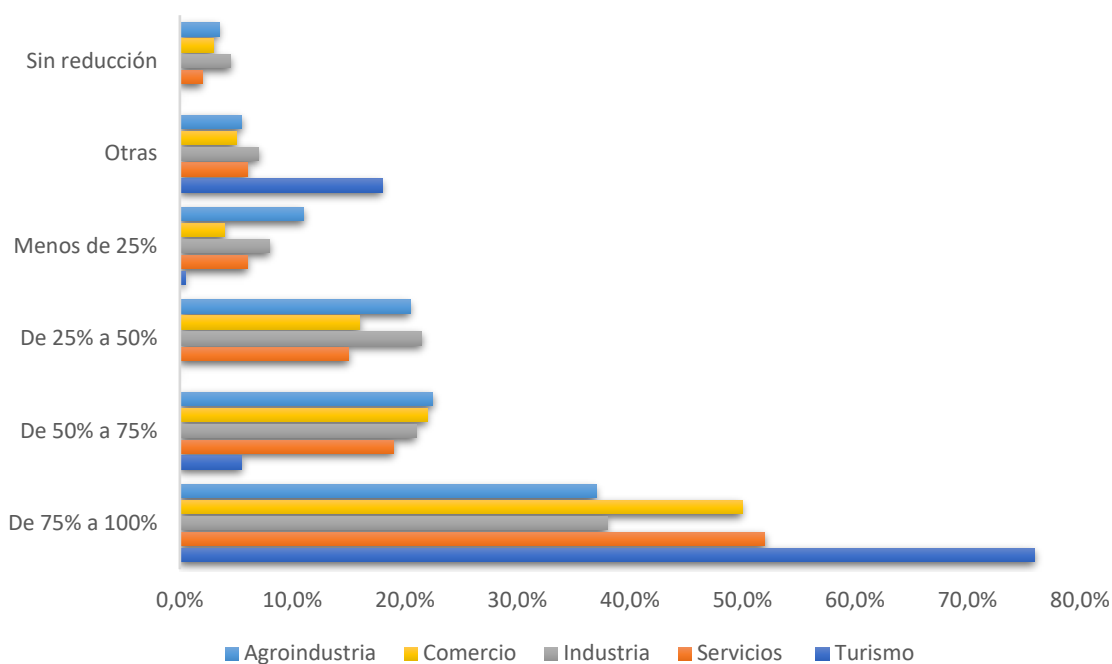


Nota. Elaboración MEIC con datos del BCCR, 2019.

Es evidente la afectación con respecto a las ventas presentadas por las empresas, ahora bien, este comportamiento se dio de distinta manera en los sectores económicos, lo cual se denota en la siguiente figura.

Figura 14

Porcentaje de reducción en ventas por sector económico



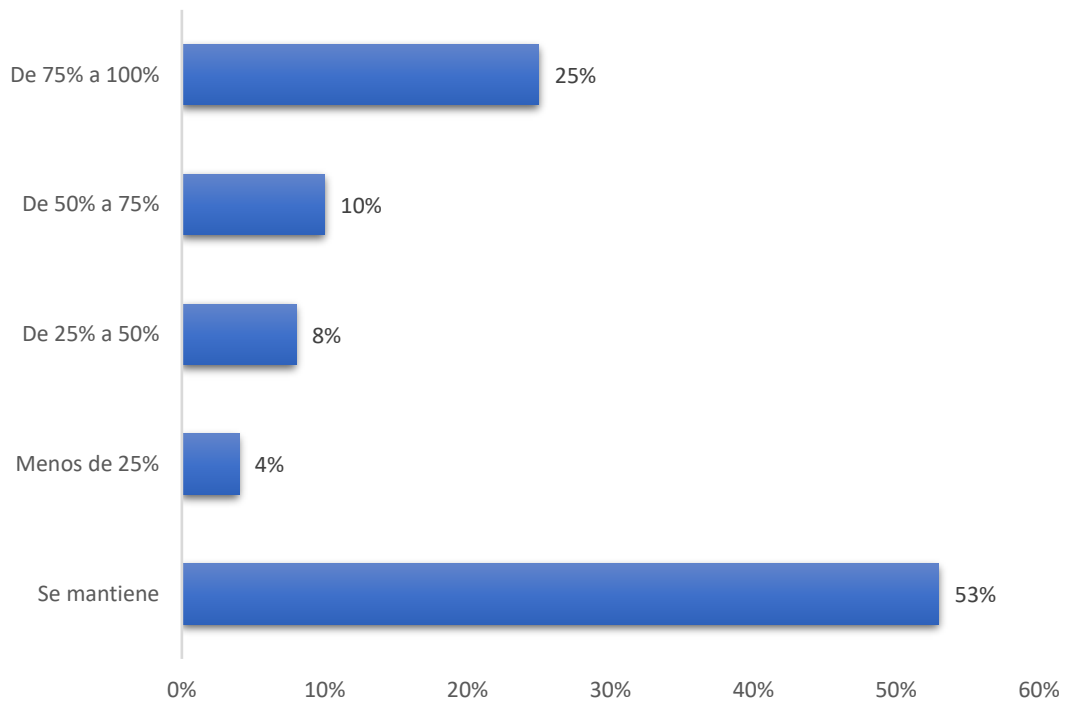
Nota. Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Con base a los datos suministrados en la Figura anterior, se puede denotar, que el sector comercio tuvo una afectación significativa, esto debido a que aproximadamente el 70% de las empresas del sector tuvieron disminución en sus ventas en porcentajes de 50% a 100% y solamente el 30% de las entidades tuvo reducción en las ventas de menos del 25%.

La reducción en las planillas fue una de las principales afectaciones que provocó la llegada de la pandemia al país, reducciones de jornadas, despidos y suspensiones de contratos fueron algunas de las medidas adoptadas por las empresas para reducir gastos y poder mantener en funcionamiento las organizaciones en medio de las medidas de confinamiento que adoptó el gobierno, en relación con esto el 47% de las empresas tuvieron que reducir su planilla en alguna proporción.

Figura 15

Cambios en la planilla de las PYMES costarricenses durante la pandemia.

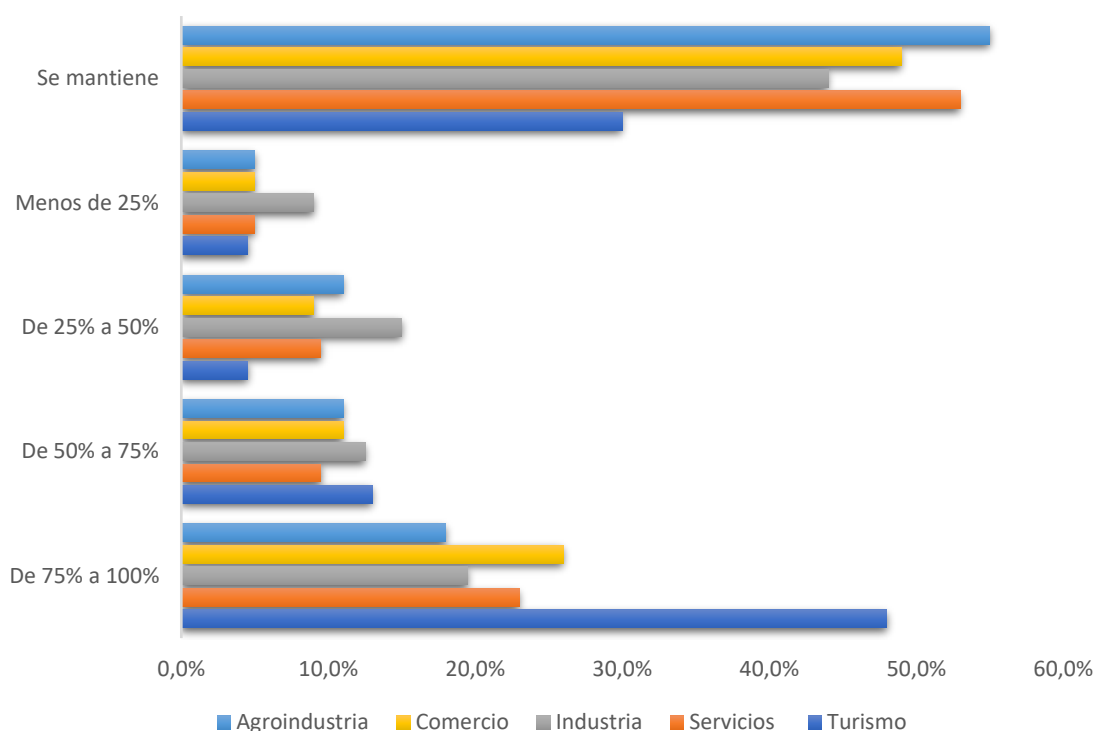


Nota. Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

De igual forma que en la reducción de las ventas, la reducción de planillas tuvo variaciones en su impacto de acuerdo con el sector económico al cual pertenezca la empresa.

Figura 16

Porcentaje de reducción en planilla por sector económico.



Nota. Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Se puede concluir que aproximadamente el 26% de las empresas del sector comercio redujeron su planilla en más del 75%, además, al menos el 11% de las organizaciones de este sector presentaron disminuciones en su planilla del 50% al 75%, con base a esto se puede entonces asimilar con respecto a la planilla, que las empresas del sector comercio tuvieron una afectación media, esto porque casi la mitad de las empresas del sector lograron mantener a su planilla estable.

2.2. Marco teórico

En el presente capítulo, se definirán distintos puntos concernientes a la investigación, con la finalidad de darle validez teórica a los objetivos planteados de la investigación.

2.2.1. Sector económico.

Es indudable que el ser humano se relaciona en un entorno de actividades productivas con la elaboración de sus quehaceres habituales, mismas que se pueden dividir en sectores económicos según las características que estos presenten, tradicionalmente se hablaba de tres principales sectores económicos: sector primario, secundario y terciario, sin embargo, con el paso del tiempo se ha ampliado hasta cinco categorías, surgiendo dos nuevas subyacentes del sector terciario: sector cuaternario y quinario. A continuación, se describirán las características para cada uno de los cinco sectores existentes.

(Pachón, Acosta, y Milazo, 2022; Yáñez y Teruel, 1997), definen los primeros tres sectores de la siguiente manera, primeramente se encuentra el sector primario, que se caracteriza por la extracción de materia prima, donde el producto final es conseguido de forma directa de la naturaleza, destacando que en este sector los insumos obtenidos no sufren ninguna transformación y su comercio se realiza tal cual son extraídos, en este sector se pueden encontrar actividades como la agricultura, ganadería, caza, pesca y minería, entre otros.

De segundo, el sector secundario que es definido como el sector en el cual se realizan transformaciones en las materias primas y alimentos con la finalidad de obtener productos más elaborados, este sector además es conocido como sector industrial y se encuentran diversas actividades entre las cuales se pueden mencionar: la construcción, la industria textil y las empresas dedicadas a la elaboración de bebidas y alimentos procesados.

El sector terciario conocido también como sector de servicios se caracteriza por actividades en donde no existe un producto material o tangible, más bien utiliza el trabajo humano para satisfacer las necesidades demandantes de la sociedad, entre las actividades que se desarrollan en este sector se localizan las involucradas con ámbitos de la salud, telecomunicaciones, turismo y servicios bancarios.

Ahora bien, Sánchez (2012), incorpora dos nuevos sectores a los tres antes mencionados, los cuales son extensiones del sector de servicios, el cuaternario y el quinario. El cuaternario es definido como el encargado de actividades asociadas con la información intelectual, en donde se involucran especialmente las economías desarrolladas y modernas donde la principal materia prima será la población educada, por lo que los países que desean optar por este sector deben tener la capacidad de desarrollar los medios para atraer a este tipo de población, que se caracteriza por actividades gerenciales y de investigación.

Por último, se encuentra el sector quinario, el cual también es considerado como una extensión del terciario, este sector se caracteriza principalmente porque está conformado por agentes que se encuentran en la cúspide de la pirámide organizacional, los cuales son los encargados de las tomas de decisiones.

Desde otro punto de vista los sectores económicos podrían también clasificarse según la propiedad de la empresa, en donde surgen tres principales sectores: sector público, sector privado y sector mixto.

El sector público se basa principalmente en buscar el beneficio de la sociedad, en donde los recursos son aportados por el estado y este trata de mantener el menor déficit posible en sus estados contables, no se basa en conseguir beneficios sino que tiene un carácter más social, contrario a este se encuentra el sector privado, donde el capital social es inyectado por inversores privados que buscan un beneficio de las operaciones de la empresa con el cual puedan lucrar, por último se encuentra el sector mixto el cual es una combinación de los dos sectores antes mencionados, en este sector el capital es brindado tanto por el sector público como por el sector privado, para ser utilizado como medio para producir bienes y servicios, este sector tiene un carácter lucrativo (Raya, 2014).

2.2.2. La economía institucional.

El pilar a nivel mundial es el auge económico que se desarrolla en el entorno de una sociedad, es decir, toda acción realizada generadora de algún movimiento económico y que favorezca a que exista mercado.

Surgen enfoques que brindan pensamientos claros referentes a la economía desde el punto de vista institucional, pero antes de iniciar con estos enfoques es necesario analizar como surgen las nuevas corrientes institucionales, (Chavance, 2018), da una perspectiva en forma de línea de tiempo de la evolución de la economía en la historia, empezando con autores que

dieron fuerza a la economía institucional original y terminando con los autores que proponen una nueva economía institucional, mismos que los presenta de la siguiente manera:

Para iniciar con la economía institucional (Chavance, 2018), menciona a Gustav Von Schmoller figura alemana que promueve un enfoque de economía nacional, “Schmoller propone que todo estudio comparativo en economía política, en las diferentes economías nacionales y en distintas épocas, debe centrarse en las “instituciones y en los órganos” (p. 21), esto desde la perspectiva de que la economía está formada por instituciones y órganos que deben interactuar entre sí, presentando un enfoque optimista de que las instituciones deberían ser un estímulo y no una traba para lograr el estado social deseable.

Continuando con lo referente a la economía institucional original, el autor hace énfasis en Thorstein Veblen (1857-1929) considerado como uno de los partícipes más importantes en la evolución de las instituciones, Veblen fue el padre del término neoclásico, así mismo fue un fuerte crítico de las teorías de su época, principalmente por el hecho de ver al hombre como un participante pasivo e inerte que se mueve por las fuerzas exteriores, de igual forma realiza una crítica de la escuela alemana, la cual presenta una visión meramente descriptiva, basada en datos, sin fomentar una teoría económica real, por lo que el enfoque de Veblen es la creación de una teoría económica basada en una ciencia evolucionista, por lo cual plantea “La sociedad en general, y la economía en particular, son conjuntos evolutivos de instituciones” (p. 30).

Partía de la idea de que las instituciones eran la parte central de la ciencia económica evolucionista, que fueron creadas durante la historia y que son herederas de su pasado ‘son’ productos del proceso ya transcurrido, adaptaciones de las condiciones pasadas, por lo que no están jamás plenamente adaptadas a las exigencias del presente” (p. 30), basado en esto menciona a la nueva tecnología como punto de inflexión en los cambios institucionales, en términos generales Veblen se enfocó en “el estudio del aspecto material de la cultura humana” (Urbano, Casero, & Mogollón, 2007).

Para terminar con los autores referentes a la economía institucional original, se encuentra Walton Hamilton (1881-1958) autor que inicia propiamente con el término de “economía institucional” el cual, viene a verse más prometedor que la teoría neoclásica debido a que “es susceptible de unificar la ciencia económica en la medida en que, describiendo en términos generales la organización económica, “esclarece el tipo de mundo industrial en el cual las cosas particulares, como la moneda, la seguridad y las finanzas de las empresas, existen” (Chavance, 2018, p. 38), siendo las instituciones el objeto principal de la teoría económica.

Por otro lado, con respecto a la nueva economía institucional (NEI), el autor hace énfasis básicamente en dos expositores, Oliver Williamson y Douglas North, el primero es considerado como el padre del término de NEI, Williamson basa su postura de institucionalismo en la aparición de las organizaciones donde existen jerarquías y por lo tanto, poder de decisión dependiendo de las relaciones contractuales, de la misma manera este autor hace referencia a la importancia de los costos “costos de la utilización de los mecanismos de precios” (Chavance, 2018, p. 75), con esto busca dar la importancia de los costos de transacción en las empresas, viendo las instituciones desde un punto de vista micro y en base a esto, mencionando que las empresas como instituciones buscarán disminuir los costos de transacción y con esto conseguir la mayor eficacia posible dentro de un mercado.

Para continuar con los postulantes de la Nueva Economía Institucional (NEI) (Chavance 2018) hace referencia a las instituciones como las encargadas de brindar las “reglas de juego”, esto quiere decir que las instituciones servirán como limitantes aplicando restricciones establecidas por el hombre y que organizan sus interacciones, desde la perspectiva formal con base a reglamentos, leyes... y desde el ámbito informal como, códigos de conducta, comportamientos, etc.

De acuerdo con los autores, se menciona lo siguiente:

Propone una teoría en donde se da la interacción de una trilogía de actores: creencias, instituciones y economía, basándose en el hecho de que para conocer el funcionamiento de una economía es necesario tener presente factores políticos, sociales, culturales y su interacción con el dinamismo institucional (Urbano et al., 2007).

Recopilando, durante la historia han existido distintos autores que han forjado el término de economía institucional, partiendo de las diferentes propuestas esgrimidas a lo largo del tiempo se pueden mencionar dos conceptos claves, la economía institucional original (Corriente neoclásica) y la nueva economía institucional. La corriente neoclásica se desarrolla en el pensamiento de la racionalidad del consumidor, en donde este cuenta con información completa y capacidad de raciocinio que le permite tomar las mejores decisiones y la nueva economía institucional o institucionalidad, la cual se desarrolla en torno a que las instituciones influyen y son influenciadas por el comportamiento de la sociedad, logrando así llegar a la conclusión de que las instituciones importan (La Biblioteca de Hernán, 2019). De esta manera

se pretende hacer énfasis en la importancia de tener buenas instituciones, que permitan tener un mercado eficiente.

2.2.3. Concepto de la Política Pública.

Al hablarse de una problemática como lo es la COVID-19 que afecta a nivel general a la población de un país, es determinante definir el concepto de política pública, desde la perspectiva que constituye la primera línea de acción para enfrentar la pandemia, quedando esto de manifiesto la política pública se define como las decisiones tomadas por los jefes del gobierno (Presidente, Ministerios, Diputados.) que generan acciones para resolver situaciones de interés público, proceso en el cual debe existir coordinación y estudio para determinar cuáles son los problemas de mayor relevancia para el país (Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica, 2017).

Aguilar (2007), presenta una definición de política pública la cual define “como una disciplina o profesión que posee los métodos analíticos apropiados para mejorar la calidad cognoscitiva de las decisiones de gobierno y asegurar así su causalidad, la eficacia social y la eficiencia económica” (p. 22). Ahora bien, este autor también incorpora el término de nueva gestión pública como un vehículo para lograr la eficiencia en la administración pública, este es definido “como una disciplina o práctica profesional que posee los métodos de reorganización y de trabajo, apropiados para incrementar la eficiencia y mejorar la calidad de la gestión gubernamental” (p. 22), desde esta perspectiva ambas definiciones son complementarias para la eficiencia del gobierno, abarcando su estructura y calidad de información para la toma de decisiones.

Otra definición es la propuesta por Gavilanes (2009), misma que es de carácter descriptiva y es presentada de la siguiente manera “es un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, adelantado por autoridades públicas con la participación eventual de los particulares, y encaminado a solucionar o prevenir una situación definida como problemática” (p. 156). Definición que deja claro que es un proceso en el cual se debe realizar distintos análisis en conjunto con los autores, que permita tomar las mejores decisiones para solucionar los problemas de la sociedad.

Ahora bien, el concepto de política pública y nueva gestión pública, aparece en los años 80 en los países latinoamericanos como una nueva corriente que ayudaría a enfrentar los problemas financieros y crisis fiscales en las cuales habían caído los países de esta región.

Además, funcionaba como un medio para solventar los ineficientes servicios públicos presentados en esa época, mismos que eran considerados de baja calidad, cobertura y costo eficiencia, debido al panorama complicado estas corrientes fueron fácilmente aceptadas por el gobierno, la sociedad y la academia.

En síntesis, con la actual coyuntura vivida a raíz de la pandemia, los gobiernos deben buscar realizar más política pública, logrando así tomar decisiones de manera eficaz y eficiente que ayuden a solucionar los problemas generales de la sociedad y especialmente los provocados por la COVID-19.

2.2.4. Medición del impacto social

Ante la presencia de la pandemia del COVID-19 no cabe duda de que se han presentado cambios en la cotidianidad de las personas provocando esto inclusive aumentos en el deterioro de los niveles de la pobreza, la persistencia de las desigualdades y el descontento generalizado. En tal contexto, la crisis por la emergencia sanitaria tendrá repercusiones de índole negativo en la educación, la salud, así como en el empleo, variables que pueden detonar niveles de pobreza más elevados. Otro aspecto de cambios sociales nace a raíz del confinamiento, este provocará una transformación en la manera de convivir y socializar, la forma en la que se cuida la salud, la condición para trabajar o hasta la forma de movilizarnos y de consumir, estos son cambios que se irán modificando conforme evolucionen las nuevas medidas de restricción en el país.

Para Pichardo (1989), la definición de impacto social comparte diversas condiciones en relación a las tendencias regresivas en la condición, nivel y calidad de vida de sectores de la población. Por otro lado, menciona en cuanto a una crisis económica que se presenta en una prolongación de tiempo en un estado de desempleo, produce que se recurra al sector informal como fuente de empleo, agravando la situación del país y por ende los índices de pobreza. Además, argumenta la presencia de efectos en el gasto público, expresado en la disminución en cuanto al deterioro y calidad de los servicios públicos ofrecidos, mismos que son fundamentales en la calidad de vida en relación con la educación, vivienda, la salud y seguridad social de la población.

Otra conceptualización del término es la presentada por González y Calcetero (2009), indicando que es la construcción de conocimientos a partir de distintas valoraciones que se realizan a un grupo social, resaltando los problemas o efectos que son producidos por políticas,

programas, planes, proyectos y servicios sociales en donde las familias, individuos y las comunidades son partícipes en la evaluación del impacto social.

Al realizar las contextualizaciones del término del impacto social se puede conceptualizar como los cambios en la forma de vida de las personas, es decir modificaciones que se presentan en la manera en la que trabajan, el cómo viven, comparten e interactúan con las personas en el diario vivir, además de presentarse modificaciones en los servicios brindados por organizaciones, la disponibilidad y calidad de los alimentos consumidos necesarios para la subsistencia. Otro espacio afectado involucra los cambios en la situación económica de los individuos y del mismo modo cambios relacionados con los pensamientos o percepciones de la sociedad, debido a que se crea un futuro de incertidumbre para las familias, comunidades e inclusive a nivel personal.

En concordancia al impacto social, cabe mencionar que son variaciones de las políticas, programas o proyectos que pretenden satisfacer las necesidades básicas que contrae la sociedad, el promover las condiciones suficientes para la mejora de vida y del trabajo de las personas que así lo requieren, el fortalecer niveles e instancias de las organizaciones con la finalidad de crear una participación proactiva y organizada, por último, propiciar cambios en las actitudes, comportamiento y actuaciones de las personas.

Según Pichardo (1989), en la evaluación del impacto se pueden considerar los resultados de los procesos realizados en tres ámbitos diferentes: el primero se relaciona con los productos, como aquellos resultados que se deben a la ejecución de las políticas, programas o proyectos tales como los bienes que se producen o los servicios que se brindan a la sociedad, el segundo hace referencia a los efectos o resultados que se obtienen al hacer uso de los productos y el tercero se relaciona con el impacto, entendiéndose como los resultados al utilizar los efectos, estos aseguran la continuidad de aquellos logros que son alcanzados, va más allá de la vida útil de los mismos proyectos, programas y políticas.

2.2.5. La percepción.

Ante la actual pandemia mundial del coronavirus, se habla frecuentemente de los altos niveles de riesgo que puedan sufrir tanto las personas como las empresas, no obstante, la pandemia a raíz de la COVID-19 ha venido a provocar un llamado de atención de los riesgos existentes, poniendo en jaque a las organizaciones empresariales, que deben adaptarse a los nuevos retos y realidades vividas. Es importante identificar los riesgos a los que se expondrán

las empresas en el presente y próximo año asegurando una buena gestión, debido a la incertidumbre actual y futura, por tal razón la búsqueda de soluciones y adaptaciones al entorno juega una parte fundamental en el contexto histórico, cultural y temporal donde se presente la pandemia.

Para contextualizar el término de percepción Carterette y Friedman (1982), hacen mención que es una parte esencial de la conciencia del ser humano, constituyendo la realidad tal y como es experimentada. Además, argumenta que la percepción se ve influida por las actividades de los receptores que pudiesen ser afectados por los procesos que provienen del mundo físico. Según este autor se puede definir la percepción como el resultado obtenido del procesamiento de la información mediante estimulaciones receptoras en situaciones en que cada caso dependerá de la propia actividad que mantiene la persona.

Por su parte Bartley, Mercado, Alcaraz (1980), definen la percepción en tres contextos distintos, el primero lo define como cualquier acto o proceso de conocimiento ya sea de objetos o hechos mediante una experiencia de tipo sensorial o de pensamiento, la segunda definición sobre percepción es la referencia o sensación que el sujeto recibe de un objeto externo y la tercera argumenta que es un conocimiento sensorial intuitivo e inmediato en donde implica una observación de manera agradable o vista como una discriminación.

Desde la perspectiva de las diferentes conceptualizaciones presentadas por el autor, la primera convierte a la percepción como un sinónimo de la conciencia, la segunda hace que la percepción sea vista como un problema sensorial teniendo un proceso manifestado en la copia de la realidad externa, mientras que la tercera equipara a la percepción con un juicio, en donde la misma no se presenta por medio de los datos sensoriales, sino que ocurre por pura intuición de las personas.

Una de las principales disciplinas basadas en la percepción es la de psicología, Melgarejo (1994), desde este ámbito lo define como un proceso cognitivo en el reconocimiento, interpretación y el significado para la formulación de juicios a partir de las sensaciones que son adquiridas mediante las experiencias del ambiente físico o social, participando procesos psíquicos como el aprendizaje, la memoria y la simbología.

Recapitulando las anteriores definiciones, se puede aseverar que la percepción es una acción de percibir las impresiones por un ser humano de un objeto por medio de los sentidos de vista, olfato, tacto, auditivo y el gusto, además, de ser catalogado como un proceso

cognitivo, el cual permite interpretar lo que se encuentra en el entorno a través de los estímulos que son captados de manera sensorial.

Por su parte, Melgarejo (1994), Menciona que las percepciones se encuentran estructuradas, es decir; no constituyen un procesamiento de estímulos que se vayan acumulando de acuerdo a las experiencias, sino que a partir de lo que la persona logra percibir categoriza las situaciones según su nivel de importancia. En relación con la pandemia del COVID-19, es la categorización que se le da a la emergencia sanitaria y al mismo tiempo el nivel o categoría de riesgos a los que las empresas y las personas se encuentran expuestas.

Otro aspecto al cual hace referencia es que la percepción de las personas sobre determinados objetos puede variar en consonancia con los estímulos que se perciben, en donde el interés recae en predecir la conducta de los demás. Por último, menciona que los distintos estímulos que se perciben del entorno pasan al interior de la mente de las personas, en donde se busca darles una interpretación que se verá reflejada en el significado que se les da a las cosas.

Por consiguiente, la percepción que presenten las personas sobre un fenómeno dependerá de sus emociones, de las reacciones de las personas, formando consigo una impresión, asimismo de los datos informativos que se recolectan en los primeros momentos de interacción que se maneja al interactuar con los demás.

2.2.6. Crisis.

En la actual coyuntura vivida es frecuente escuchar hablar sobre la palabra crisis, por ello toma importancia la definición del término. Para González (2005), la definición de crisis comparte una serie de rasgos para que se cumpla con su esencia, es una interrupción de un estado natural de una situación específica, producido de manera inesperada, la cual debe ser objetiva para poder ser medible y se presenta de forma momentánea, también el autor agrega que además de ser medible de forma objetiva, la crisis puede obtener un carácter subjetivo basado en la percepción de las personas, asumiendo que para la aparición de la crisis debe existir una percepción en la comunidad de la vivencia realmente de una época de crisis.

Por otro lado, para Sepúlveda (2006), no existe una definición universal y por ello, el significado crisis puede tomar distintas formas, dependiendo del contexto en que se desarrolle, siempre teniendo en cuenta que es un momento de desestabilización de una situación que durante el tiempo se ha mantenido estable en la sociedad, que provoca un conflicto entre partes

y por el cual se deben tomar decisiones para buscar la estabilidad nuevamente, además el autor menciona que las crisis pese a tener múltiples dimensionalidades, pueden tener algunas características en común, entre las cuales se destacan: el riesgo y la amenaza, esto debido a que pone en peligro la continuidad y estabilidad de las personas; la sorpresa, debido a que la aparición del evento desestabilizador puede darse en cualquier momento y por último, la incertidumbre provocada por la situación en la sociedad.

Del mismo modo, continuando con las definiciones de crisis Castro (2009), menciona que es una situación producida por el hombre o la naturaleza en la que se presentan dificultades de forma inesperada y de magnitud importante, además, llegando en ocasiones a catalogarse como emergencia por la cualidad de no poder tener control sobre la misma.

Recapitulando las distintas definiciones de crisis, se puede entonces aseverar el significado de crisis como un acontecimiento anormal ocurrido de forma inesperada, el cual se convierte en un punto detonante de quiebre en el equilibrio normal de la sociedad, provocando anomalías de forma momentánea y a consecuencia de este, se deban tomar decisiones para poder volver al estado normal de la sociedad.

Así mismo, según Sepúlveda (2006), las crisis pueden dividirse en tres categorías; según los niveles de afectación, según la naturaleza de la crisis y los ámbitos implicados, los cuales se detallarán a continuación:

Con respecto a los niveles de afectación estos pueden presentarse de cinco formas: de manera global cuando las consecuencias pueden afectar a la humanidad en su totalidad, situación en la que se ubicaría el contexto actual vivido a razón de la COVID-19, con una afectación generalizada en los distintos países del planeta. Otra de las formas es la de afectación internacional, esta se caracteriza por producir una afectación en dos o más países, pero con la capacidad de desestabilizar en amplitudes mayores. Ahora bien, para continuar se encuentran las tres formas restantes, mismas que tienen una afectación centralizada, la nacional afectando a un país solamente, por ejemplo, las crisis nacionales, la regional afectando una región o sector específico (social, industrial, entre otros) y la local que se caracteriza por un rango menor de impacto y duración, comúnmente las provocadas por agentes atmosféricos.

Otra de las categorías es la basada en la naturaleza de las crisis, según esta partición las crisis pueden ser de origen político, mismo que se puede ejemplificar con las revoluciones, guerrillas y todo aspecto de naturaleza política, también se encuentra las crisis relacionadas con los aspectos sociales, es cierto que sin importar la forma de la crisis, la sociedad será la

que siempre se verá afectada, sin embargo el autor hace referencia con respecto a esta crisis a situaciones puntuales como conflictos étnicos o manifestaciones.

Para proseguir con las crisis basadas en la naturaleza están las crisis económicas y ecológicas, las económicas van ligadas a las caídas de los mercados financieros, mismos que a consecuencia de la globalización se encuentran integrados, por lo que cualquier crisis local puede provocar repercusiones rápidas en otros lugares, ejemplo de estas son las crisis monetarias o las producidas por los cambios en el precio de los combustibles. Para terminar están las ecológicas, una de las principales características de este tipo es el alto grado de imprevisibilidad, se dividen fundamentalmente en tres grandes grupos: las producidas directamente por la naturaleza como terremotos o tsunamis, las producidas por el comportamiento humano, sobreexplotación y accidentes petroleros son claros ejemplos y los causantes de amenazas a la salud pública, entre los cuales podemos encontrar epidemias y pandemias provocadas por enfermedades infecciosas.

Para terminar con las categorías se encuentra las relacionadas con los ámbitos implicados, estos pueden ser de índole público, privado y personal, el público hace relación a que el origen de la crisis nace en la administración pública y sus acciones. El privado se basa en actividades de índole privada como empresas o grupos de un área específica, que con sus actividades puedan generar algún tipo de disrupción y pese a que el inicio es producido por un ente privado las afectaciones pueden inclusive ser globales, en cuanto a la índole personal, para el autor la crisis se da cuando los efectos afectan la estabilidad física y emocional de la persona.

Concretizando lo antes mencionado y en base al contexto actual de la COVID-19, se puede afirmar que la humanidad se encuentra enfrentando una crisis de nivel global, de y naturaleza ecológica y de ámbito público.

2.2.7. Efectos a corto y largo plazo vs. efectos directos e indirectos.

Para que exista una crisis y sus efectos debe primero haber surgido una causa que la provocara, esto desde la teoría de causalidad en donde una primera variable “X” o “causa” provoca una segunda variable “Y” o “efecto”, dando a entender que los efectos surgen por la ocurrencia de un agente que los provoque (Birch, 2009; Ulin, 1990). Ahora bien, para Bueno (1987) citado por Fuente (1997) los efectos se refieren a situaciones que provocan cambios en un esquema con comportamientos homogéneos.

Los efectos pueden darse según su afectación, por lo que se presentan básicamente dos tipos, los efectos directos y los efectos indirectos. Los efectos directos son definidos como las consecuencias provocadas estrechamente por las causas que lo originan, mientras, los efectos indirectos son las consecuencias ocasionadas a raíz de la afectación de la causa en otras variables (IICA, 1966; Katz, 2015).

Del mismo modo, según los dos tipos planteados anteriormente estos, pueden dividirse según su duración, donde su alcance puede darse a corto o largo plazo, los cuales se plantean según lo establecido por (Herrero, 2001), de la siguiente forma: los efectos a corto plazo son los presentados por las causas que se mantienen por un periodo menor a doce meses y los efectos a largo plazo son los que se mantienen por periodos superiores a los doce meses.

2.2.8. Desempleo.

Un factor que afecta la economía y crecimiento de una sociedad es el no contar con mecanismos que favorezcan en la generación de nuevas oportunidades laborales y más bien estas se vean afectadas por las crisis que puedan sufrir los distintos países del mundo, como la coyuntura vivida en la actualidad con el coronavirus.

Antes de definir desempleo, es vital conocer qué es empleo o la referencia de persona empleada, para la OIT son personas ya sea que cuenten con un empleo asalariado, en donde trabajan por un determinado periodo de tiempo a cambio de una remuneración y los cuales cuentan con todos los derechos que la ley dicta o que tengan un empleo independiente, en donde realizan labores por un lapso de tiempo a cambio de un beneficio o ganancia familiar y que cumplen con las obligaciones legales (Neffa, et al., 2000).

La problemática del desempleo no es un problema que surge en siglo XXI, ya que desde mucho tiempo atrás la falta de empleo ha golpeado en las sociedades, teniendo estas repercusiones importantes en el dinamismo económico de una determinada región.

Es por ello la importancia de conocer el concepto de desempleo, la Organización Internacional del Trabajo (2012), define como persona desempleada al individuo que tenga la edad para ser catalogado como de la población económicamente activa, y que durante el periodo de medición cumpla las siguientes condiciones; no tenga un trabajo remunerado o por cuenta propia, esté en condiciones aptas para trabajar en un trabajo remunerado o por cuenta propia y se encuentre en la búsqueda de un empleo, en síntesis, que no pertenezca a una corriente laboral.

Otra definición que se debe aclarar para no confundir con el término de desempleado es el de persona no económicamente activa, para la OIT este grupo de personas no se encuentran dentro de la fuerza laboral, hace mención de todas las personas no pertenecientes a los grupos de empleados y desempleados, entre los cuales se pueden mencionar estudiantes, jubilados, trabajadores del hogar, entre otros (Neffa, et al., 2000).

Las contracciones económicas, el aumento de los niveles de desempleo provocan que exista un choque entre las fuerzas laborales, que se definen en ámbitos de formalidad e informalidad, creciendo ésta última a raíz de la falta de fuentes de empleo, situación que reafirma Tokman, (1999), citado por Neffa et al. (2000), la falta de fuentes de empleo son la principal razón del surgimiento de los grupos informales económicos, visualizado de esta manera, es cierto, ya que existe muy pocos empleos para una gran cantidad de personas que se encuentran sin ocupación y como consecuencia muchos deciden buscar mecanismos que les permitan percibir un ingreso, en palabras cortas es un desequilibrio entre la oferta y demanda laboral.

Con base en lo anterior, es importante la definición del sector informal, este sector se caracteriza por la facilidad de acceso por parte de las personas, además es un sector poco capitalizado y estructurado, por lo general son empresas pequeñas y con poco acceso a tecnologías, formado principalmente por una persona o familia, lo que provoca que no exista una división entre los propietarios del trabajo y del capital (Tokman, 1978). Para Neffa et al. (2000), la informalidad no es más que subempleo u otra forma de desempleo “Desde otra perspectiva, el sector informal sería sinónimo de subempleo o de desempleo disfrazado” (p. 13).

Ahora bien, el subempleo se define como la ineficacia del uso de la fuerza laboral, esto quiere decir la falta de empleos satisfactorios y continuos para la personas trabajadoras, (Bialostozky, 1971), en otras palabras son empleos que no cumplen con jornadas completas, los cuales son retribuidos por debajo de salarios mínimos y en los cuales no se aprovecha la capacidad total de los trabajadores.

En resumen, la COVID-19 ha puesto en jaque al mundo, no solo desde el punto de vista de la salud, sino que en el aspecto económico y laboral ha repercutido negativamente, por razones como contracciones económicas y desempleo. En este punto, se debe mencionar que muchas personas a nivel mundial han perdido sus trabajos.

La SARS-CoV-2, de acuerdo con Hernández (2020), ha ocasionado que muchas personas se hayan quedado desocupadas, agudizando la problemática social existente en cuanto a las fuentes de empleo. A su vez la pandemia detuvo la actividad económica a nivel global, puesto que, muchas actividades de carácter no indispensable tuvieron que hacer el cierre de sus operaciones lo que produjo como ejemplo: disminución de horas laborales y el cierre de muchos establecimientos comerciales.

2.2.9. Declaración de pandemia.

Son distintas las enfermedades que ha enfrentado la humanidad, pero pocas las convertidas en pandemias, es por eso vital la contextualización de la palabra pandemia así como las circunstancias que se deben dar para que ocurra una declaración de pandemia, para Henao-Kaffure (2009), el término pandemia es considerado como “enfermedad del pueblo entero” significado que nace a raíz de la traducción de la expresión griega pandêmonnosêma, por otro lado según (Organización Mundial de la Salud, s. f.), pandemia hace referencia a una epidemia que se propaga en grandes extensiones afectado países y hasta continentes. Ambas definiciones comparten el hecho de que una enfermedad se convierte en pandemia cuando existe una cantidad considerable de personas afectadas.

Ahora bien, con la definición presentada por la Organización Mundial de la Salud, es claro que una enfermedad no se puede declarar pandemia sin antes haber sido epidemia, por ello es importante recalcar el significado del mismo, según la OMS la epidemia se refiere a un aumento poco usual en el número de casos de una enfermedad en un tiempo y población determinado, también considerado como un evento en que brotes de una enfermedad aparecen de forma múltiple y simultánea, en una zona específica, lo que provoca un aumento veloz en las personas infectadas.

La OMS estableció seis fases para la declaración de una pandemia con el objetivo de planificar el entorno a raíz de las mismas, los cuales son detalladas por Rosselli (2020), de la siguiente manera: la primera fase se basa en la identificación y vigilancia de los virus existentes en los animales que puedan afectar a los seres humanos. La segunda fase ocurre cuando alguna persona se infecta de algún virus de los vigilados en la primera fase. La tercera fase es cuando se describen grupos de personas que comparten alguna característica que hayan sido afectados por los virus detectados en las fases anteriores, pese a que en esta fase ya existe transmisión de persona a persona, aun no existe el riesgo de un brote endémico.

Para que la enfermedad logre una etapa cuatro, debe existir una transmisión comunitaria, en esta etapa los países deben informar a la OMS de la problemática para intervenir de forma focalizada con el objetivo de mitigar los efectos. La fase 5 se da cuando aparecen casos en dos o más países de una región, en esta fase se puede decir que la aparición de una pandemia es inminente, pero aun oficialmente no se puede realizar la declaración de pandemia. Por último, en la fase 6 es cuando se realiza la declaración de la pandemia, por la existencia de una transmisión comunitaria en países de al menos dos regiones distintas.

2.2.10. Innovación.

Con la aparición de la enfermedad del COVID-19 y su posterior declaratoria de pandemia, los gobiernos optaron por tomar medidas de confinamiento para disminuir los efectos en la salud de la población, sin embargo, estas medidas afectaron directamente en la operativa de las empresas, obligando a los empresarios a innovar nuevos procedimientos en su gestión diaria.

La innovación se refiere a un proceso mediante el cual los empresarios crean de forma creativa nuevos productos o procesos, con los cuales las empresas ganan una ventaja competitiva y por ende beneficios a futuro, sin embargo, menciona que es un proceso peligroso por la complejidad que representa (Bueno, 2008; Guzmán y Martínez, 2008; Mielgo, Peón, y Ordás, 2007, p.34).

Ahora bien, según Deusto (2006), es la combinación de conocimientos adquiridos para la creación de nuevos productos y su posterior introducción a los mercados.

Ambas definiciones van en el camino de la creatividad para la generación de nuevas formas de realizar las operaciones de una organización, ya sea en productos o en procesos, sin embargo, Escorsa y Valls (2003), agregan a la definición de innovación el hecho de la creación de productos o procesos que satisfagan las expectativas de los clientes, concluyendo que de nada serviría innovar sino se cumple con lo esperado por los usuarios.

La innovación puede dividirse en tipos dependiendo del panorama en que se presente:

De acuerdo con Bueno (2008), la innovación puede darse de dos tipos, innovación de un producto o innovación de un proceso, la primera va enfocada en la creación o modificación de un producto, este tipo hace énfasis en la obtención de un entregable tangible, por otro lado la innovación de procesos va enfocado desde una perspectiva intangible en donde se origina al

crear o modificar métodos productivos que permiten eficientizar los procesos de la organización, además menciona que al este tipo tener más cualidades intangibles se convierten en difíciles de copiar.

Del mismo modo Deusto (2006), caracteriza la innovación en dos tipos, pero estos desde una perspectiva de impacto, los cuales son: incremental y radical. La incremental hace referencia a la innovación creada para explotar los productos o procesos ya existente mediante la modificación o reestructuración, con la finalidad de hacerlos más productivos o lograr que funcionen para otros fines, mientras que la innovación radical es lo contrario, se basa en crear productos o procesos completamente nuevos, que no existan en el mercado.

Por otro lado Bree (2018), agrega dos nuevos tipos a los anteriormente mencionados, la innovación discontinua y la disruptiva, la primera se basa en la creación de nuevos mercados por el cambio de un paradigma establecido, ejemplo de esta, fue el cambio en los medios de transporte al dejar de utilizar animales y empezar a utilizar vehículos, por último, el otro tipo que incorpora el autor es la innovación disruptiva, estas son innovaciones en tecnologías de bajo impacto creadas para mercados emergentes, pero que a razón de su funcionalidad puedan adueñarse de mercados globales.

Otro punto importante con respecto a la innovación son las fases para un proceso innovador, según Ballart (2001), diferentes autores han buscado establecer las distintas fases para el proceso de innovar, las cuales no reflejan la realidad, por lo que propone un modelo de fases establecido por tres componentes: generación, implementación y difusión de la idea, las cuales se detallan a continuación:

La primera fase es la de la generación de la idea, la cual se divide en tres subfases, empezando con la activación, proceso que inicia cuando la persona es capaz de percibir alguna necesidad o problema en la sociedad, una vez concluido este apartado, entra la formación de coaliciones, debido a que no es suficiente con obtener la idea, sino que se debe buscar las alianzas que catapulten la idea a la práctica, la evaluación y decisión, es el punto decisivo en el cual con la información obtenida se toma la opción de adoptar y plasmar la idea o rechazarla.

En caso de que se tome la opción de adoptar la idea, se pasaría a la segunda fase, misma que representa la implementación de la idea, en esta fase se realizan los esfuerzos necesarios para materializar la idea y de este modo se obtiene un producto o proceso.

Por último, se encuentra la fase de divulgación, en esta fase se lleva el proceso o producto al mercado, esperando ser eficiente con el objetivo por el cual fue creado.

La innovación cada vez toma mayor fuerza debido a la globalización acelerada que enfrenta la sociedad, donde el mercado presenta más de dos opciones para responder a distintas necesidades, por ello las empresas innovadoras tendrán una ventaja competitiva para competir y sobrevivir en un mercado tan agresivo como el vivido actualmente.

2.2.11. Estrategias de comercialización.

Antes de iniciar con el tema como tal, es importante hacer una pequeña retrospectiva sobre la situación de las empresas. Al surgir la globalización los mercados se expandieron por lo que a las empresas se les abrieron infinidad de opciones para comercializar sus bienes y servicios, sin embargo, también se abrió la competencia, por lo tanto una lucha constante entre empresas para atraer y mantener a sus clientes, tanto a nivel local como regional e internacional, dado lo anterior las empresas tuvieron que enfocarse en crear estrategias de comercialización eficientes y eficaces, que permitieran mantener balances positivos entre inversiones y rentabilidades.

Ahora bien, con el surgimiento de la pandemia y la contracción de los mercados, este tema suma importancia en el sentido de lograr concretar estrategias de comercialización que permitan: primero que todo la supervivencia de la empresa en tiempos convulsos y segundo mantener niveles de competitividad que brinden rendimientos económicos a la organización, lo cual solamente se logra manteniendo estrategias innovadoras acorde con las perspectivas mundiales.

De acuerdo con lo anterior, es importante definir como tal el término, Ortiz (2015), determina las estrategias de comercialización en acciones estructuradas, que son planeadas con el fin de que se lleven a cabo para alcanzar ciertos objetivos relacionados con la mercadotecnia, por ejemplo; el lanzamiento y promoción de un nuevo producto, aumentar el nivel de las ventas o lograr una mayor participación en el mercado. Es una mezcla de factores que conforman la estrategia comercial de una empresa, también conocidas como las 4P, precio, producto, promoción y plaza, las cuales se catalogan como un factor influyente en la decisión de compras por parte de los clientes con respecto a productos y servicios, pero que, aspectos como las estrategias permiten que se diferencien unas de las demás.

Por otra parte, Govea, Mojica y Estrada (2012), mencionan que son especificaciones en el mercado meta, refiriéndose a un grupo homogéneo de clientes que se pretenden atraer mediante una mezcla comercial, las cuales son variables controladas por la empresa y cuya función es satisfacer las necesidades de los consumidores. Dada la definición anterior, resalta la función de las estrategias de comercialización en la búsqueda de innovación constante, de manera que se logre cubrir una insatisfacción presentada en un cliente ante un producto y/o servicio.

Otra definición es la expuesta por Kotler y Armstrong (2008), autores del libro Fundamentos de Marketing, los cuales definen la estrategia de comercialización como “la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia” (p.23), concepto que se relaciona con una mezcla de marketing empresarial basadas en las 4P, catalogados pilares esenciales que toda empresa debe trabajar al implementar una estrategia para lograr la sostenibilidad de la misma.

Siguiendo con el hilo anterior McCarthy y Perreault (1990), argumentan que el marketing es un conjunto de herramientas que van destinadas a la satisfacción del cliente actual o del potencial, mediante las conocidas 4P, como el diseñar el producto, el establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación ideales para la promoción de un nuevo producto que cumpla con las expectativas de los clientes.

Recapitulando las distintas definiciones presentadas, se puede rescatar las 4P como ejes en la planificación de las estrategias de comercialización, para lograr solventar las necesidades insatisfechas de los clientes, por ello resulta importante definir cada una de estas “P”, con el afán de aclarar sus funciones.

En primer el lugar se encuentra el producto que se refiere a todo aquello que es tangible e intangible (bien o servicio) que se ofrece al mercado para su posible compra, uso o deseo que pueda satisfacer la necesidad existente. Las estrategias del producto demuestran distintas acciones que se pretenden desarrollar en un tiempo determinando en relación con el bien o servicio que se lanzara al mercado.

En segundo lugar, se establece el precio al realizar el intercambio de la transacción, dicho monto no se fija por el costo de fabricación de bien producido, sino que debe ser originado por los beneficios que el producto significará para el mercado y la disposición que

tengan los clientes al pagar por los beneficios que desean obtener. Con respecto a este punto es importante resaltar la posibilidad de las empresas al plantear variaciones estratégicas en un determinado tiempo, como son los descuentos o promociones de ventas para que ayuden al cliente a probar un nuevo producto o servicio.

En tercer lugar, se define la plaza o la distribución del bien o servicio que se ofrece, aspectos como considerar el manejo eficaz de los canales de logística y de venta permiten que el producto llegue donde tiene que llegar, en el momento idóneo y en las condiciones adecuadas. Es mediante los canales de distribución que el producto es llevado hacia el cliente potencial para que sea accesible y por ende vendido.

Y en cuarto lugar se establece la promoción en donde incluye todas las funciones para que el mercado conozca la existencia del producto o marca de determinado bien. La promoción está constituida por factores como los anuncios publicitarios, la publicidad, las promociones en ventas y las ventas directas con la ayuda de vendedores, el teléfono e internet.

2.2.12. Financiamiento del sector Comercio.

La pandemia del coronavirus ha provocado estragos en las finanzas de las empresas, debido a las distintas medidas optadas por los gobiernos para tratar de mitigar los efectos del COVID-19, debido a esto es claro que el mercado iba a sufrir una contracción tanto a nivel general como propiamente a nivel del sector comercio, ocasionando dificultades para el normal funcionamiento de las empresas, es por ello que las organizaciones han tenido que optar por buscar financiamiento para lograr sobrevivir de la difícil situación vivida a partir de inicios del 2020.

De acuerdo con lo anterior es trascendental primero definir el término de financiamiento, para Gitman y Zutter (2013), “El financiamiento viene siendo el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios” (p.175).

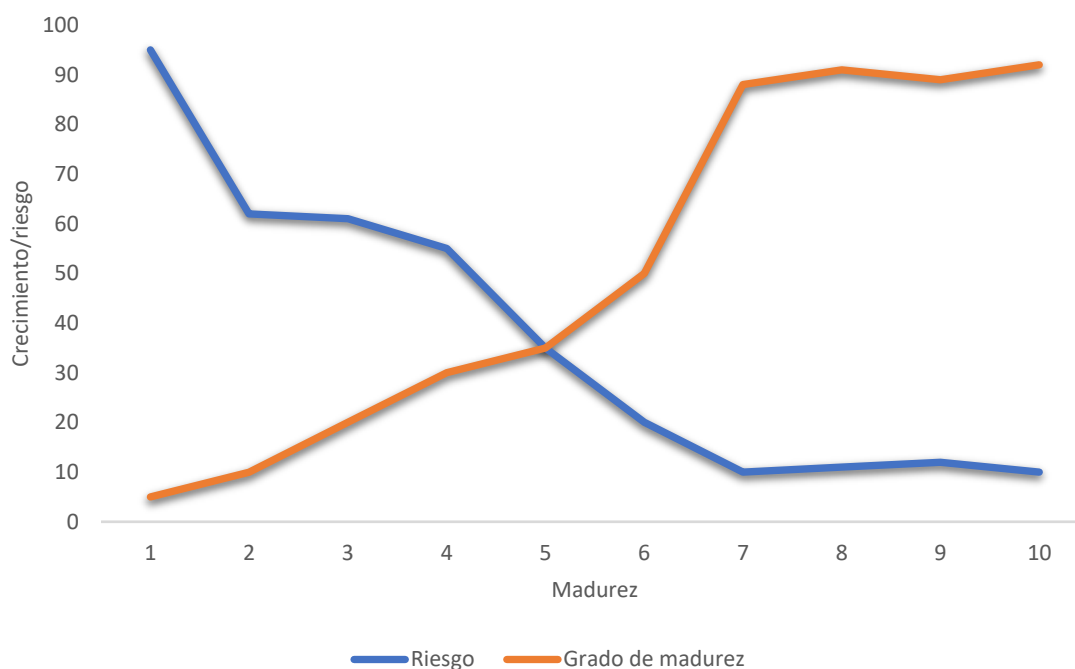
Otra definición es la presentada por Alvarez (2008), el cual brinda la siguiente definición “la estructura de financiamiento es la combinación de las fuentes financieras de diversa naturaleza a las que recurre una empresa para financiar a sus activos tangibles e intangibles” (p.7).

En síntesis, y con base en las definiciones presentadas se puede decir que el financiamiento se define como el proceso por medio del cual se capta determinada cantidad de dinero o se le concede en forma de crédito a una persona, empresa o institución, para permitirle desarrollar distintos tipos de inversiones o solventar la adquisición de bienes y servicios, los cuales pueden venir de agentes internos de la organización (dueños, socios, etc.) o de agentes externos a la empresa (entidades financieras, mercado de valores).

Ahora bien, un aspecto relevante con respecto al financiamiento es el comportamiento que puede tener una organización a lo largo del tiempo. Para que surgiera una empresa tuvo antes que surgir una idea y por lo tanto un emprendimiento, donde para iniciar sus labores básicamente las fuentes de financiamiento son los recursos propios del emprendedor o capital semilla debido al alto nivel de riesgo que representa una organización nueva para los inversionistas, lo ideal sería que conforme el tiempo pase este emprendimiento madure, el nivel de riesgo disminuya y por lo tanto pueda abrir sus puertas al mercado abierto o mercado de valores en donde pueda vender acciones y de esta forma financiarse, (Monge, et al, 2010).

Figura 17

Relación entre Riesgo y grado de madurez de una empresa. (Caso Ideal) dado en porcentajes.



Nota. Elaborado por (Monge, et al., 2010).

Sin embargo, no todas las organizaciones logran un alto nivel de madurez por lo que se debe buscar alternativas para conseguir el financiamiento necesario para inversión y capital de trabajo que permita a la organización seguir creciendo, por lo que se detallaran a continuación las principales opciones que tienen las empresas para financiarse.

Con respecto al financiamiento propio de Costa Rica, básicamente se puede hablar de dos distintas modalidades desde una perspectiva del origen de los fondos, una de carácter formal en la cual se encuentran las entidades financieras reguladas por los entes estatales, entre las cuales se pueden mencionar bancos públicos, privados y bolsas de valores (Monge, et al., 2010), y otra de carácter informal en la cual se encuentran prestamistas externos al sistema financiero que trabaja al margen de las regulaciones existentes y que no se encuentran registradas legalmente (Velarde, 2012).

Ahora bien, con respecto a lo anterior es importante definir algunas de las características con las que cuenta cada modalidad y cómo se diferencia una de la otra, con la finalidad de demostrar las ventajas o desventajas que presenta cada una de ellas:

Tabla 9*Características y diferencias entre el financiamiento formal e informal*

Sector Formal	Sector Informal
Financiamiento a largo plazo	Financiamiento a corto plazo
Burocracia en los trámites	Mayor facilidad y agilidad en los trámites
Intereses favorables	Altos intereses
Financiamiento regulado	Financiamiento no regulado

Nota. Elaboración propia con datos de (Solórzano Aveiga, 2018; Velarde Pastor, 2012).

Con base a la Tabla 9 se pueden concluir aspectos importantes, primero, que los financiamientos del sector informal son más accesibles que los del sector formal, sin embargo los intereses a pagar en el sector informal son en mayor proporción que los del sector formal, ya que este último sector busca brindar ayuda financiera a las empresas que lo necesitan, mientras que el sector informal se basa propiamente en un ámbito lucrativo, otro aspecto a considerar son el tiempo de los financiamientos, el financiamiento del sector formal es a largo plazo, ayudando a disminuir las cuotas a pagar, mientras que el sector informal son financiamiento a corto plazo, que sumado a las altas tasas de interés provocan cuotas de importante cuantía. Por último, el financiamiento del sector formal es regulado provocando mayor seguridad para los solicitantes de este, caso contrario al sector informal el cual no es regulado y presenta mayores riesgos para los entes deficitarios.

2.2.13. Reactivación.

Si bien es cierto que se desconoce el impacto real para las economías ocasionado por la COVID-19, sí está claro que existe una recesión en la economía mundial y según el Fondo Monetario Internacional será la peor vivida en los últimos 90 años, inclusive superando la crisis financiera producida en 2008-2009 (Castro, 2020).

Cierres de establecimientos, restricción vehicular, reducción en las jornadas laborales, son algunos ejemplos de medidas optadas por los gobiernos para mitigar el efecto producido por la COVID-19, medidas que a su vez son causantes directas de la recesión económica vivida en la actualidad, por lo que fue necesario la adopción de distintas medidas por parte de los gobiernos del mundo como medios de reactivación económica.

Dado la anterior toma relevancia la definición como tal de reactivación, según Jordán y Grupo Esquel (1989), “es una contribución a la solución de problemas económicos globales (déficit en la balanza de pagos, inflación, desempleo) al mismo tiempo que mejoraría la distribución de ingreso y reduciría los problemas de pobreza” (p. 5). Otra definición es la presentada por Aguilar (2019), el cual argumenta lo siguiente “es la simplificación de trámites, el apoyo a las pymes y emprendimientos, una mayor empleabilidad y los proyectos de inversión en infraestructura pública, que vendrían a dinamizar la economía, tanto con la generación inmediata de empleo” (p. 5). Por último, Fuentes y Moreno (2009), define reactivación de la siguiente manera “Es el crecimiento económico y reducción de la pobreza” (p.20).

En conclusión y de acuerdo con las definiciones presentadas por distintos autores, se puede definir la reactivación como distintos mecanismos implementados por los gobiernos con la finalidad de solucionar problemas y lo que a su vez provoca una generación de crecimiento en la economía.

En Costa Rica al igual que en otros países, los gobiernos implementaron ciertas medidas para reactivar la economía, en primera instancia se tuvo que brindar los recursos necesarios en el área de salud como hospitales y centros de atención. Luego se buscó la reapertura de los diferentes establecimientos comerciales por etapas, que permitiera dinamizar de forma gradual nuevamente la economía, en esta reapertura los comercios debieron adoptar las directrices establecidas por los entes de la salud, en cuanto a la cantidad de personas permitidas dentro de los locales, horarios de atención y jornadas laborales.

Otra de las ideas desarrolladas que, pese a no ser impulsada por el gobierno, sino por la propia ciudadanía, tuvo efectos positivos en la economía fue el regreso al trueque. De acuerdo con Masís (2020), el trueque es un método de intercambio comercial en donde no participa el dinero, se basa en el intercambio de productos de manera consensuada entre personas, logrando así satisfacer las necesidades de los mismos.

Un dato importante fue la propuesta de reactivación presentada por un grupo de especialistas en economía, la cual planteaba aspectos como moratoria de cargas sociales y crédito fiscal para MiPymes, reducción de tarifas de electricidad y la creación de un consejo económico encargado de la reactivación en el cual participaran académicos tanto del sector privado como del sector público (Gudiño, 2020).

Capítulo III. Marco metodológico

3.1. Enfoque de investigación

De acuerdo con el enfoque del estudio, se pretende determinar los efectos ocasionados por la COVID-19, adoptando como campo sujeto al análisis, a una determinada cantidad de comercios presentes en la zona sur, con la finalidad de obtener información y datos establecidos.

Para ello se procede al respectivo análisis de los datos obtenidos por las diferentes herramientas científicas utilizadas para su debida consecución y tabulación, para dar respuesta a las interrogantes marcadas en el planteamiento del problema y llegar a obtener una respuesta clara sobre el fenómeno a estudiar.

Por lo que se deben contextualizar los distintos enfoques de investigación, con la finalidad de determinar el correspondiente a la investigación realizada.

En cuanto al enfoque cuantitativo Hernández, Fernández, y Baptista (2014), establecen que:

se basa en la probatoria de hipótesis mediante la recolección de datos numéricos para su posterior análisis estadísticos, con la finalidad de comprobar teorías y/o establecer modelos de comportamiento, es por ello que es necesario la existencia de variables medibles de manera numérica, para que la investigación pueda ser de enfoque cuantitativo, otro punto importante del enfoque cuantitativo es la rigurosidad existente en la forma de abarcar la investigación, debido a que esta debe ser de manera secuencial y probatoria, respetando el orden de cada una de las etapas (p. 4).

Otra definición del enfoque cuantitativo es la presentada por Vega et al. (2014), el cual menciona que nace de Auguste Comte (1798–1857) y Emile Durkheim (1858–1917),

los cuales proponían la existencia de un estudio que pudiese ser medido mediante el método científico y afirmaban que todos los fenómenos podían ser medidos (positivismo). Entre las características presentadas por estos autores para el enfoque cuantitativo se encuentran: la recolección de datos para analizarlos y de esta manera responder las preguntas de la investigación y/o probar las hipótesis planteadas para la investigación. Otra característica es la

medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para establecer patrones de comportamiento (pp.524-525).

Por otra parte, se encuentra el enfoque cualitativo, definido por Hernández et al. (2014), como un enfoque que “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7).

Además, el autor también menciona que en este tipo de enfoque el investigador plantea un problema, pero no necesariamente sigue un proceso definido basado en la recolección de datos no estandarizados, por lo que el proceso de investigación se torna más flexible (pp. 8-9).

A su vez Vega et al. (2014), indican que este enfoque se originó en (1864-1920) por Max Weber dentro de las ciencias sociales, basado en la necesidad de no solamente realizar la medición y descripción de las variables, sino que se debían ampliar y considerar los significados subjetivos y los entornos en donde ocurren. Entre las características que el autor menciona para este tipo de enfoque se encuentran: se usa de primero para descubrir y perfeccionar las interrogantes de investigación, basándose en métodos de recolección de datos no numéricos, principalmente la descripción y observación, convirtiéndolo en un enfoque de mayor flexibilidad.

De acuerdo con las características de la investigación realizada, esta se cataloga como una investigación de enfoque mixto, esto quiere decir que tiene rasgos tanto del enfoque cualitativo como del enfoque cuantitativo. Respaldo lo anterior se encuentra la definición dada por Hernández et al. (2014), el cual plantea lo siguiente “los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno” (p. 534). Así mismo Hernández et al. (2014), “visualizan la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo “peso” (p. 534).

3.2. Tipo de estudio

La investigación por las características presentadas se cataloga como exploratoria-descriptiva, debido a que se va a tratar un tema relativamente nuevo, con lo cual se pretende incrementar el conocimiento de este y a su vez se espera describir las particularidades de la problemática planteada, de igual forma se considera por las técnicas de investigación como un estudio de caso y una investigación documental.

3.2.1. Investigación descriptiva.

Como se mencionó anteriormente dicha investigación es de carácter descriptivo, ya que muestra la forma en que se ven afectados los comercios de la zona sur debido a la crisis derivada por la pandemia, ahora bien con respecto al tipo de investigación descriptiva (Hernández et al., 2014; Namakforoosh, 2000), mencionan que son utilizadas para explicar detalladamente las características importantes de un tema, definición que toma fuerza con la presentada por Landeau (2007), el cual menciona “Los estudios descriptivos buscan medir concepto o variables; así como, evaluar diversos aspectos de un universo, con la finalidad de identificar características o establecer prioridades importantes que permitan informar sobre el fenómeno estudiado” (p. 57).

3.2.2. Investigación exploratoria.

Al ser la pandemia un tema atípico del cual no se tiene conocimiento amplio, se pretende explorar a fondo las particularidades del mismo, en relación con esto, se identifica que la crisis originada por la pandemia y su afectación en los comercios de la región Brunca debido al COVID-19 no cuentan con un estudio previo a lo que se plantea y, por esta razón, se considera como una investigación de carácter exploratoria. Ahora bien, para Hernández, Fernández y Baptista (2014); Landeau, (2007):

Las investigaciones de tipo exploratorio se realizan cuando el tema tratado no cuenta con gran cantidad de información, por lo que el conocimiento preliminar es nulo o bajo, con lo cual se busca conseguir información para aumentar el conocimiento sobre el tema en cuestión y esto a su vez va a permitir familiarizarse con los temas investigados y sentar las bases para posibles investigaciones a futuro (p. 91).

Por otro lado, el autor Ulate (2016), afirma que “se realizan cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o que no se ha abordado antes” (p.7 2).

3.2.3. Investigación documental.

Por otro lado, están las técnicas de investigación, para (Martínez, 2011), son “los medios utilizados para la obtención de la información y su tratamiento” (p.87), para el caso de la investigación se utiliza el análisis documental que según (Guerrero Dávila y Guerrero Dávila, 2014; Martínez, 2011), “se basa en la recolección de información de distintas fuentes entre las cuales se pueden mencionar fuentes escritas y electrónicas”. Además según (Bisquerra y Alzina, 2004), “al utilizar el análisis documental la investigación toma mayor validez y a su vez es una forma de complementar la información obtenida” (p. 349).

3.2.4. Estudio de caso.

Además, la investigación se puede considerar como un estudio de caso al tratarse de una investigación enfocada propiamente en el sector comercio, ahora bien, de acuerdo con Hoyos (2016), “El estudio de caso es una estrategia de investigación *cualitativa* que busca documentar, interpretar y valorar, en el contexto de su desarrollo, la complejidad de un objeto de estudio que es concreto, contemporáneo y no controlable por el autor” (p. 15).

3.3. Fuentes de información

Según Gallego, Juncà (2009), las fuentes de información hacen referencia a todos aquellos recursos y/o herramientas que se encuentran en la disposición del profesional en la información para: buscar, localizar e identificar la información de ámbito tanto general como especializada.

A su vez, son documentos que de una u otra manera difunden los conocimientos esenciales en la investigación según lo menciona (Ruiz, 2011), por lo que se denota que una fuente de información es la persona, objeto u organización de los que se obtienen datos con la finalidad de ser interpretados o analizados

3.3.1. Fuentes primarias.

Para Hernández, Fernández, Baptista, 2010; Salinas, et al, (2008):

Estas proporcionan información de primera mano, convirtiéndolas en una fuente más precisa y fiable que una fuente secundaria, a su vez da una evidencia directa sobre el tema de investigación tratado, de manera que pueda ofrecer un punto de vista desde adentro del evento, en el periodo de tiempo en el que se esté estudiando.

Además, proporciona información nueva, original y final en sí misma, la información no remite ni complementa a otra fuente y un aspecto a destacar en este tipo de fuente información es que la información ofrecida comienza y acaba en el mismo documento (Gallego et al., 2009).

De acuerdo con los distintos autores se logra evidenciar que las fuentes primarias son materiales que se crearon durante el período de tiempo estudiado o que un participante creó en una fecha posterior en los eventos que se estudian o investigan. Para lo cual, en la presente investigación en referencia a las fuentes primarias, serán aquellos dueños, encargados, administradores o representantes legales de las empresas o negocios que se dediquen a la actividad de comercio, esto debido a que tienen un mayor conocimiento del funcionamiento operativo y administrativa de la misma.

3.3.2. Fuentes secundarias

De acuerdo con Hernández et al., 2010; Salinas et al. (2008):

Se constituyen de compilaciones, resúmenes y listados de referencias que han sido publicadas particularmente en un área de conocimiento, llamadas listados de fuentes primarias. Es decir, reprocesan información de primera mano. Además, se catalogan en textos basados en fuentes primarias, en donde a la vez implican la generación, análisis, síntesis, interpretación y evaluación de los textos.

Según Gallego et al. (2009), “algunos aspectos particulares de las fuentes secundarias es que no contienen información nueva, final u original, así mismo, estas indican las fuentes o los documentos que pueden proporcionar la información que se necesita” (p. 8).

Por lo que una fuente secundaria suele ser un libro académico, un documento impreso o digital, un artículo de revista que fue creado por una persona que eventualmente no experimentó o no participó de manera directa en los eventos o condiciones que se encuentran bajo investigación.

Dado lo anterior, en la presente investigación referente al sector comercio, las fuentes secundarias que se utilizarán en la recopilación de información para la investigación serán las

siguientes: Bases de datos, revistas digitales, libros digitales, tesis de graduación, patentes, censos, sitios web

3.3.3. Fuentes terciarias.

Según Gallego et al. (2009), menciona que “son fuentes cuyo contenido es el resultado del tratamiento dado a los documentos de fuentes secundarias, remitiendo a otras fuentes o documentos secundarios” (p. 9).

Así mismo, prevalece una diferencia fundamental con respecto a las fuentes secundarias, debido a que “estas reúnen información de fuentes primarias, mientras que las fuentes terciarias reúnen de fuentes de segunda mano” (Salinas et al., 2008, p. 47).

Se argumenta pues, que las fuentes terciarias consolidan y organizan las fuentes primarias y secundarias en una sola fuente para que sean de mayor facilidad y rapidez al acceso de la información requerida por el investigador.

En la presente investigación las fuentes terciarias que se utilizarán serán las siguientes: Artículos de revistas, bibliografías de bibliografías, páginas de internet.

3.4. Selección de muestra

Debido a las características de la investigación, se debe definir una muestra, la cual según Arias (2012), se define como “un subgrupo finito representativo de la población” (p. 83). Con base en la definición presentada por Arias, es relevante que antes se deba delimitar y establecer la población de estudio, para posteriormente definir el tipo de muestra que se va a utilizar, así como también la manera y parámetros que se utilizarán para calcular el tamaño de esta.

3.4.1. Población de estudio.

La población de estudio se define como “el conjunto de individuos que comparten una serie de características propias derivadas de la investigación” (Arias, 2012; Hernández et al., 2014), para el caso específico de la investigación, se tomará como la población de estudio a las empresas del sector comercio de la región Brunca, la que cuente con una patente activa ante la respectiva municipalidad, llámese: Municipalidad de Pérez Zeledón, Municipalidad de Osa, Municipalidad de Coto Brus, Municipalidad de Buenos Aires, Municipalidad de Corredores y Municipalidad de Golfito.

3.4.2. Tipo de muestra.

Para la investigación se utiliza un muestreo probabilístico estratificado, mismo que se define como un muestreo en donde la población se divide en segmentos homogéneos que comparten características y de los mismos se tomará una muestra a la cual se le aplicará el instrumento para la recolección de datos (Arias, 2012; Hernández et al., 2014). Para el caso de la investigación, cada segmento será los distintos comercios con patente activa de las diferentes municipalidades, para la escogencia de los individuos se tomará el valor porcentual representante que tenga cada Municipalidad en relación al total de la población, de esta manera obteniendo resultados proporcionales a la cantidad de empresas del sector comercio de cada municipalidad, cabe resaltar que debido a la coyuntura vivida por la pandemia del coronavirus, la escogencia no se realizará al azar, sino en razón a una base de datos y la obtención de respuestas válidas.

3.4.3. Tamaño de la muestra

Para la obtención del tamaño de la muestra, teniendo en cuenta que se está ante una población finita de aproximadamente 4000 informantes y considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% se usará la siguiente fórmula:

$$N^0 = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad n = \frac{n^0}{1 + \frac{n^0 - 1}{N}}$$

En donde:

Z: Desviación estándar (Nivel de confianza) = 95%

E: Margen de error = 5%

P: Estimación de la muestra = (0,5)

Pq: Confiabilidad = (0,5)

N: Población de estudio:

N⁰: Muestra sin ajustar

n: Tamaño de la muestra

$$N^0 = \frac{(1.95)^2(0.5)(0.5)}{(0.07)^2} = 380 \quad n = \frac{380}{1 + \frac{380 - 1}{4000}} = 347$$

De acuerdo con la fórmula anterior y una vez convertida a una población finita, el total de empresas a entrevistar es de 347 empresas.

Por la situación vivida de la pandemia, el difícil acceso a los empresarios, y el temor mismo de los mismos a dar respuestas, se realizó un total de 205 encuestas a conveniencia, distribuidas de la siguiente manera.

Tabla 10

Empresas encuestadas por cantón

Cantón	Cantidad encuestados	Participación porcentual
Pérez Zeledón	126	61,46
Buenos Aires	6	2,92
Osa	20	9,75
Corredores	28	13,65
Golfito	22	10,73
Coto Brus	3	1,463
Total	205	100

Nota. Elaboración propia.

3.5. Instrumentos de recolección de datos

Con la finalidad de darle validez a la investigación es necesario la implementación de instrumentos de medición, debido a que va a ser el medio utilizado por los investigadores para registrar los datos de las distintas variables deseadas a estudiar, obteniendo información válida, confiable y objetiva (Hernández et al., 2014).

El uso de este tipo de herramientas es un factor clave para el desarrollo del estudio, debido a que estos proporcionan de una forma más estructurada información en cuanto a las variables analizadas y el informe de investigación, de esta manera permitiendo obtener información veraz y precisa.

Dentro de la investigación los instrumentos que se utilizarán para la recolección de la información son: un cuestionario y aplicación de encuestas con la finalidad de obtener información para cada variable de estudio dentro de la investigación, se realizaran pruebas piloto con el fin de poder entender el proceso que conlleva una investigación en la correcta elaboración y mejor comprensión del cuestionario hacia a la población sujeta a análisis.

3.5.1. Encuestas.

Como medio de recolección de datos se realizará la encuesta, los autores Cantín, Hernández, López y Rodríguez (2010), “La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.”. (p.1). Otra definición es la dada por Torres, Salazar, y Paz (2019), “es un método descriptivo con el que se pueden detectar ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso, etc” (p.4).

Con base en las dos definiciones, la encuesta será el medio mediante el cual con la ayuda de un cuestionario se logrará obtener la información necesaria para detectar los razonamientos por parte de los sujetos de investigación, logrando así, cumplir con los objetivos de la investigación.

Debido a las circunstancias vividas en el país a razón de la pandemia del COVID-19, en donde se debe mantener el distanciamiento entre las personas, se opta por realizar la encuesta de manera electrónica, mediante la utilización de la herramienta “SurveyMonkey”.

Torres et al., (2019) define esta modalidad de la siguiente manera “Modernamente se ha adoptado la facilidad de utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) a través del uso del Internet para enviar encuestas y publicar cuestionarios que el entrevistado deberá llenar y remitir por la misma vía” (p. 6).

En conclusión para la realización de la encuesta electrónica es necesaria una herramienta tecnológica para su aplicación, y un listado de correos para poder remitirla, para el caso de esta investigación, como se mencionó anteriormente se recurrirá a la utilización de SurveyMonkey para la elaboración de la encuesta y se cuenta con las bases de datos del Ministerio de Economía Industria y Comercio y Municipalidades con los datos de los sujetos de información, propiamente los relacionados con el sector comercio.

3.5.2. Cuestionario.

Como uno de los instrumentos a utilizar se encuentra el cuestionario, definido por Torres, Salazar, y Paz (2019), “El cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y que son contestadas por los encuestados.” (p.8). Otra definición es la plasmada por Hernández et al. (2014), “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p.217), básicamente en base a ambas definiciones el cuestionario son las preguntas necesarias planteadas por el investigador para poder desarrollar las variables de investigación.

Para el caso de la investigación, el cuestionario estará desarrollado por preguntas cerradas y abiertas, las cerradas se definen como aquellas en las que al sujeto de información se le brinda una limitada cantidad de opciones de respuesta, este tipo de preguntas facilitan la tabulación de los datos por parte del investigador (Hernández, et, al, 2014). Con respecto a este tipo de preguntas la investigación presentará preguntas dicotómicas, las cuales brindan dos opciones de respuesta al entrevistado, además preguntas de opción múltiple, mismas que le permiten al encuestado responder varias opciones en una misma pregunta (Torres et al., 2019).

En el caso de las preguntas abiertas Torres et al. (2019), menciona lo siguiente “Deja en libertad al entrevistado de responder lo que considere conveniente” (p.9), cabe resaltar que este tipo de preguntas suelen complicar el análisis de la información, pero da mayor libertad de expresión al entrevistado.

3.6. Criterios de selección de informantes

Para el presente análisis se debe considerar como sujetos de estudio a los comercios de la región brunca, para ello se seleccionan de acuerdo con la muestra indicada. Con referencia a los individuos de quienes se tomará su criterio para el desarrollo de los instrumentos.

Desde este punto de vista podemos afirmar que debe entenderse como principal informante al individuo que proporcione un rol protagónico en cuanto a conocimiento del entorno del cual rodea el negocio que tiene a cargo, en otras palabras, debemos prestar atención a la información que proporcionen los propietarios de los establecimientos, los administradores o encargados. Esto debido a que serían estos los sujetos que tienen una mayor noción del hábitat comercial y proporcionarán una mayor optimización de los datos para la operacionalización de la investigación en curso

Capítulo IV. Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se exhiben los resultados obtenidos de la investigación, a raíz de la aplicación y recolección de datos a través de una encuesta realizada a los empresarios del sector comercio de la región Brunca, mismos que una vez recolectados y analizados permitieron brindar soporte a los objetivos planteados en esta investigación.

Para la consecución efectiva de este capítulo, la encuesta se realizó en su mayoría con preguntas cerradas con escala Likert, esto porque este tipo de interrogantes permiten cuestionar al encuestado sobre el grado de acuerdo o desacuerdo, grado de implementación y grado de impacto de las variables deseadas a estudiar.

Con la aplicación de la encuesta se logró obtener resultados referentes a las acciones emprendidas desde la institucionalidad pública para mitigar el impacto de la pandemia en los comercios de la región Brunca, los efectos producidos por la COVID-19 en las actividades operativas, así como en el empleo y la producción, además las actividades financieras y estratégicas emprendidas por las empresas para contrarrestar el impacto sufrido como consecuencia de la COVID-19.

Una vez recolectada la información se procedió a analizar la misma mediante la plataforma de Microsoft Power BI, con esto se consigue crear datos importantes, lo cuales son convertidos en porcentajes para mayor facilidad y comprensión de los resultados obtenidos.

Tabla 11

Escala de medición para porcentajes obtenidos de la encuesta aplicada a los empresarios del sector comercio de la Región Brunca

Etiqueta	Rango para porcentajes
Muy bajo	De 0% a 25%
Bajo	De 25,01% a 50%
Alto	De 50,01% a 75%
Muy Alto	De 75,01% a 100%

Nota. Elaboración propia con datos de la encuesta

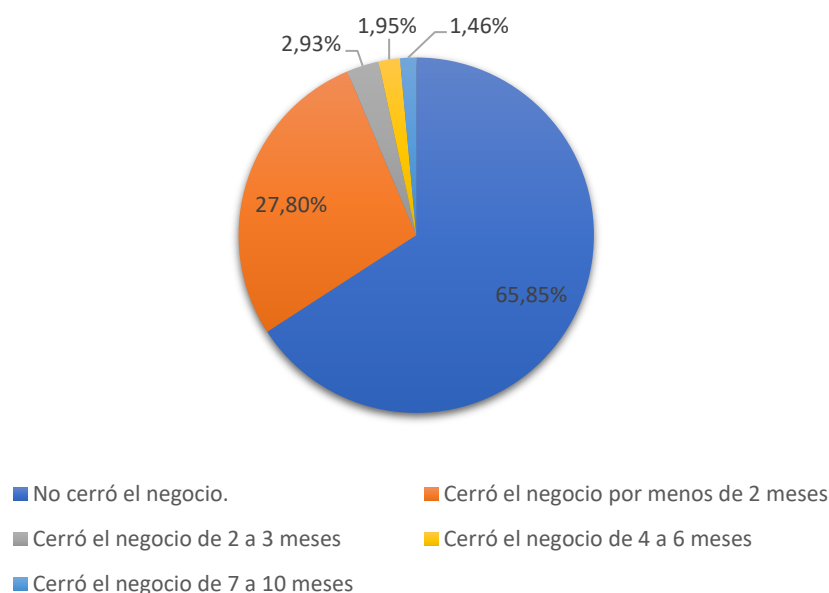
4.1. Acciones emprendidas desde la institucionalidad pública hacia el sector comercio de la región Brunca durante la crisis provocada por la COVID-19.

Durante el contexto de la pandemia por COVID-19 se presentaron nuevos retos en la economía, salud, empleo y desarrollo de los diferentes países del mundo, es por ello que cada país debe implementar medidas o acciones con el objetivo de frenar la transmisión y reducir la mortalidad asociada al COVID-19. Situación que va ligada con el propósito de velar por el bienestar de las personas tanto físicas o jurídicas debido a la propagación del contagio que se ha presentado en el país. Ante la crisis global que prevalece las empresas deben encargarse de proteger a sus trabajadores, pero sin duda también para minimizar el impacto en sus negocios.

4.1.1. Efectos producidos por la COVID-19 en las actividades operativas de las empresas del sector comercio en la región Brunca.

Figura 18

Comportamiento de los negocios durante la crisis sanitaria de la COVID-19



Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

De acuerdo con la Figura 18 se puede observar que el 34,15% de los negocios del sector comercio tuvieron consecuencias negativas con respecto a sus actividades operativas, ya que estos sufrieron cierres parciales en sus operaciones en periodos que abarcaron de dos a diez meses, por otra parte, un dato positivo es que el 65,85% de las empresas no tuvo que cerrar.

Tabla 12

Grado promedio de acuerdo o en desacuerdo sobre los efectos inmediatos originados por la pandemia del COVID-19, según cantón.

Efecto/Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Faltante de efectivo para mantener las operaciones y el personal.	70,00%	42,20%	80,00%	47,20%	79,00%	61,00%
Ausencia de trabajadores por estar en cuarentena o enfermos.	83,40%	45,80%	46,60%	49,00%	74,00%	65,60%
Escasez de insumos y materia prima	40,00%	58,80%	80,00%	61,40%	74,20%	55,40%
Aumento en los precios de insumos y materias primas.	86,60%	51,40%	60,00%	65,40%	74,00%	65,00%
Proveedores con dificultades para entregar materias primas e insumos.	86,60%	48,60%	73,40%	51,00%	74,00%	62,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con respecto a la Tabla 12 referente al grado promedio de acuerdo o en desacuerdo sobre los efectos inmediatos originados por la pandemia del COVID-19, según una evaluación realizada por cantón, se puede observar que el cantón de Buenos Aires presentó un muy alto grado de acuerdo con respecto a haber sufrido dificultades en relación a la ausencia de trabajadores, entrega de materias primas por parte de los proveedores y al aumento de los precios de los insumos y materias primas, con porcentajes superiores a 80%, por otro lado también presentó problemas en relación al faltante de efectivo pero en menor grado de acuerdo promediando esta variable un 70% lo que equivale a un alto grado de acuerdo, por último presentó un bajo grado de acuerdo en relación a tener escasez de insumos y materias primas

El cantón de Corredores presenta bajos índices de impacto en las variables de faltante de efectivo, ausencia de trabajadores y dificultad de los proveedores para entregar materias primas, estas tres variables obtuvieron porcentajes inferiores a 50% lo que indica un bajo grado de acuerdo, sin embargo, presentaron algunos problemas con respecto a la escasez de materias primas y aumento de precios, con resultados de 58,8% y 51,40% respectivamente.

El cantón de Coto Brus fue uno de los más afectados, ya que presentaron dificultades muy altas con relación a tener faltantes de efectivo y escasez de insumos y materias primas ambas variables con 80% de grado de acuerdo, además este cantón tuvo una alta afectación en los aumentos de los precios de los insumos y dificultad de los proveedores para entregar la materia prima.

Golfito pese a tener dificultades en las distintas variables estudiadas, estas no llegan a tener un alto grado de acuerdo, ya que ninguna supero el 75%, sin embargo, si se puede notar un alto grado de acuerdo con respecto a tener escasez de insumos 61,40%, aumento en el precio de los insumos 65,4% y dificultad de los proveedores para entregar las materias primas 51,00% y un bajo grado de acuerdo en faltantes de efectivo y ausencia de trabajadores.

El cantón más afectado en relación con los efectos inmediatos ocasionados por la pandemia de la COVID-19 fue el cantón de Osa, este cantón obtuvo un alto grado de acuerdo en haber tenido dificultades en todas las variables todas con porcentajes superiores al 74%

El cantón de Pérez Zeledón fue otro de los cantones con un alto grado de acuerdo en relación a haber tenido dificultades con las variables encuestadas, obteniendo promedios que oscilan entre los 55% y 66%.

Tabla 13

Grado promedio de acuerdo o en desacuerdo sobre los efectos inmediatos originados por la pandemia del COVID-19, según tamaño de empresa.

Efecto/Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro empresa	Pequeña
Faltante de efectivo para mantener las operaciones y el personal.	61,00%	44,60%	47,60%	62,60%	37,60%
Ausencia de trabajadores por estar en cuarentena o enfermos.	52,00%	72,40%	77,60%	67,60%	75,00%
Escasez de insumos y materia prima	62,40%	47,60%	74,20%	56,20%	45,80%
Aumento en los precios de insumos y materias primas.	62,40%	69,20%	65,00%	66,80%	55,00%
Proveedores con dificultades para entregar materias primas e insumos.	57,20%	64,60%	70,00%	65,00%	52,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

La Tabla anterior muestra los efectos inmediatos desde una perspectiva según la dimensión de la organización, en donde se puede observar que sin importar el tamaño del negocio, todos presentaron un alto grado de acuerdo en haber tenido dificultades con respecto al aumento de los precios de los insumos, siendo las compañías grandes quienes presentan mayor grado de acuerdo con un 69,20% y la pequeña con un 52,6% la de menor grado de acuerdo, otra variable en la que todas las empresas presentaron un alto grado de acuerdo fue en la dificultad de los proveedores para entregar las materias primas siendo la mediana empresa la que presentó un mayor grado de acuerdo con un 70%.

Con respecto a la ausencia de trabajadores la empresa mediana presentó un muy alto grado de acuerdo de haber sufrido problemas en relación con esto, con un 77,60%, mientras los emprendedores pese a tener un alto grado de acuerdo 52,00% este no es tan significativo como el de las empresas medianas.

Las empresas grandes y pequeñas denotan haber tenido un bajo grado de acuerdo en relación a escasez de insumos y materias primas, con resultados inferiores al 50%, mientras que las empresas micro, mediana y emprendedor resultaron con un alto grado de acuerdo en haber sufrido con esta variable, con porcentajes de 56,20%, 62,40% y 74,20% respectivamente.

4.1.2 Acciones emprendidas desde la institucionalidad pública presente en la región Brunca para atender a las empresas del sector comercio como consecuencia de la Pandemia.

En la siguiente Tabla se pretende demostrar el grado de implementación de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud por parte de las empresas del sector comercio de los cantones de la región Brunca.

Tabla 14

Grado de implementación por parte de las empresas de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud, según el cantón.

Acciones/Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Mayor limpieza de las áreas	96,60%	98,60%	100,00%	98,20%	91,00%	90,80%
Toma de temperatura	60,00%	52,20%	33,40%	41,00%	46,00%	43,00%
Equipo de protección para ingresar al local (mascarillas, caretas.)	100,00%	98,60%	100,00%	99,00%	95,00%	98,00%
Reducción porcentual de la capacidad	80,00%	95,00%	80,00%	81,80%	84,00%	84,80%
Rotulación e indicaciones de prevención	96,60%	98,60%	66,60%	95,40%	87,00%	79,60%
Colocación de alcohol en gel en lugares con mayor afluencia	96,60%	98,60%	100,00%	100,00%	87,00%	91,20%
Distanciamiento de 1.8 metros por persona	93,40%	92,20%	80,00%	83,60%	84,00%	90,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 14 que corresponde a las acciones implementadas sugeridas por el Ministerio de Salud para contrarrestar el contagio del COVID-19 en los negocios del sector comercio, según la evaluación realizada por cantón, se visualiza una implementación generalizada de casi todas las acciones implementadas obteniendo valores que oscilan entre 66,6% y 100% exceptuando la toma de temperatura, en la cual únicamente Buenos Aires 60,00% y Corredores 52,20% tuvieron un alto grado de implementación, los demás cantones implementaron de una manera baja esta acción, siendo Coto Brus la de menor implementación con un 33,40%.

En la siguiente tabla se pretende demostrar el nivel de implementación de las diferentes acciones sugeridas por el Ministerio de Salud, de acuerdo con el tamaño de las empresas que conforman el sector comercio de la región Brunca

Tabla 15

Grado de implementación por parte de las empresas de las acciones impuestas por el Ministerio de Salud, según el tamaño de la empresa.

Acciones/ Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro empresa	Pequeña empresa
Mayor limpieza de las áreas	89,60%	98,40%	100,00%	94,60%	95,00%
Toma de temperatura	36,40%	98,40%	90,00%	39,20%	62,60%
Equipo de protección para ingresar al local	97,80%	100,00%	100,00%	97,60%	100,00%
Reducción porcentual de la capacidad	79,80%	98,40%	87,60%	89,20%	82,60%
Rotulación e indicaciones de prevención	79,60%	98,40%	100,00%	85,80%	95,00%
Colocación de alcohol en gel en lugares con mayor afluencia	90,40%	100,00%	100,00%	93,40%	97,60%
Distanciamiento de 1.8 metros por persona	82,60%	97,00%	100,00%	92,60%	90,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

De acuerdo con la Tabla 15 la cual detalla el grado de implementación de las medidas sanitarias otorgadas por el Ministerio de Salud Costarricense por parte de las empresas del sector comercio para minimizar el contagio del COVID-19, según la evaluación realizada por el tamaño de los negocios, se visualiza que, en referencia a la acción del uso del equipo de protección para ingresar a los locales, se observó un muy alto grado de implementación por parte de las compañías de todos los cantones de la región Brunca, al obtener porcentajes superiores a 97,60%, esto conlleva a que tanto clientes como dueños de los establecimientos acataron y respetaron la obligatoriedad en el uso de las mascarillas y caretas.

También se puede observar que, en las pequeñas, medianas y grandes corporaciones hubo un grado de implementación al menos alto de todas las variables estudiadas, inclusive algunas variables llegando a tener un grado de implementación muy alto.

Por otro lado, un dato a destacar es el bajo grado de implementación de los emprendedores y microempresas con respecto a la toma de la temperatura a los usuarios de los locales, con valores por debajo de 40%, esto puede ir de la mano al tamaño de la estructura de estos negocios, debido a que no contemplan gran cantidad de empleados en sus planillas, de modo que no recargaban sus cargas laborales. Lo contrario se observa en las pequeñas organizaciones pertenecientes a este sector con un alto grado de implementación con un porcentaje de 62,60% y por último tanto las medianas como las grandes empresas, afirman un muy alto grado de implementación de dicha acción con valores superiores o iguales a 90%, esto se asocia a que, al manejar mayor cantidad de empleados, uno de estos se encargaba de realizar la toma de temperatura a los clientes que ingresaban a los establecimientos.

4.2. Actividades financieras y estratégicas emprendidas por las empresas del sector comercio de la región Brunca para enfrentar los efectos de la pandemia del COVID-19

Sin duda alguna las actividades financieras y estratégicas son un punto importante para la operación diaria de una empresa, es por ello la necesidad de analizar cuáles fueron las distintas medidas y/o actividades planteadas por las empresas para enfrentar la pandemia de la COVID-19.

4.2.1. Impacto que ha ocasionado la COVID-19 en las actividades financieras de las empresas del sector comercio.

En la siguiente Tabla se va a analizar las variables en la parte financiera de los comercios de la zona región Brunca que se vieron afectados por la COVID-19 y el impacto generado hacia las mismas.

Tabla 16

Grado de Impacto ocasionado por la COVID-19 en las actividades financieras de las empresas en el sector comercio de la zona sur

Impacto / Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Nivel de Ingresos	63,40%	41,40%	53,40%	40,00%	71,00%	62,60%
Nivel de Rentabilidad	66,60%	45,00%	40,00%	40,00%	70,00%	57,40%
Nivel de Liquidez	63,40%	42,20%	33,40%	36,40%	63,00%	56,20%
Inversiones	66,60%	46,40%	6,60%	34,60%	72,00%	56,60%
Puntualidad con los pagos a Proveedores y entidades Bancarias	60,00%	22,20%	60,00%	16,40%	57,00%	49,80%
Cantidad de Personal	26,60%	23,60%	60,00%	24,60%	54,00%	38,00%
Fijación de Precios	53,40%	22,20%	6,60%	20,00%	57,00%	44,20%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta

De acuerdo con la Tabla 16, la cual muestra el nivel de repercusión en los ingresos referente a los comercios de la zona sur como consecuencia de la pandemia, se observa como los negocios del sector comercio de los cantones de Buenos Aires 63,40%, Coto Brus 53,40%, Osa y Pérez Zeledón 62,60% tuvieron un alto impacto en el nivel de ingresos, en contraparte las empresas de los cantones de Corredores 41,40% y Golfito 40% asumieron tener un bajo grado de impacto con relación a este parámetro. Cabe mencionar que en el sector comercio la

pandemia generó gran afectación, debido a que se implementaron una serie de medidas y acciones de índole sanitarias que impactaron en el funcionamiento regular de estos establecimientos, provocando pérdidas

En lo relacionado a la rentabilidad de los comercios de la zona sur, de acuerdo con los datos suministrados en la investigación, se observa como los cantones de Buenos Aires 66,60%, Osa 70% y Pérez Zeledón 57,40% presentaron un alto impacto, al percibir un menor volumen de rentabilidad, en menor cantidad de impacto los cantones de Corredores 45% y Golfito 40% presentaron un bajo impacto con relación al nivel de rentabilidad.

Otra de las variables estudiadas fue el impacto en el nivel de liquidez, como consecuencia en la baja de las ventas, producto de la crisis sanitaria, era de esperarse que las empresas tuvieran afectaciones con sus niveles de liquidez, en los cantones de Buenos Aires 63,40%, Osa 63% y Pérez Zeledón 56,20% el impacto en relación a este tema fue alto, mientras que en los cantones de Corredores 42,20%, Coto Brus 36,40% y Golfito 36,40% el impacto en el nivel de liquidez fue bajo, es importante resaltar el efecto negativo que podrían sufrir los negocios si no cuentan con su activo más líquido ya que esto podría ocasionar dificultades para hacer frente a los pasivos a corto plazo adquiridos.

Dentro de la presente investigación también se analizó el tema de las inversiones en tiempos de pandemia, logrando observarse un alto impacto en este argumento en los cantones de Buenos Aires 66,60%, Osa 72% y Pérez Zeledón 56,60% y un impacto bajo en los cantones de Corredores 46,40% y Golfito 34,60%, dato que resalta fue el impacto muy bajo en el cantón de Coto Brus el cual fue solamente del 6,60%.

La puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras es otro criterio de trascendental importancia, se observa como en los cantones de Buenos Aires y Coto Brus tuvieron un alto impacto en este aspecto, ambos cantones con un porcentaje de 60%, otro cantón que tuvo un alto impacto en relación a esto, fue el cantón de Osa con un impacto del 57%, por otra parte el cantón de Pérez Zeledón, presentó un bajo impacto con un 49,80% otros dos cantones tuvieron un impacto en menor cuantía de este aspecto, Corredores 22,20% y Golfito 16,40% los cuales tuvieron un impacto muy bajo en la puntualidad con los pagos a proveedores y entidades bancarias

Con respecto a la cantidad de personal, las empresas de los cantones de Coto Brus y Osa reflejaron haber tenido un alto impacto con 60% y 54% respectivamente, mientras las empresas del sector de Pérez Zeledón 38% asumieron tener un bajo impacto, por otro lado, los

negocios de los cantones Buenos Aires 26,60%, Corredores 23,60% y Golfito tuvieron un muy bajo impacto en relación con la cantidad de personal.

También se analizó la fijación de precios en donde los cantones más afectados fueron Buenos Aires 53,40%, Osa 57% y Pérez Zeledón 44,20%, para los cantones de Buenos Aires y Osa el impacto fue alto, mientras que para el cantón de Pérez Zeledón el impacto fue bajo, por otra parte, con un impacto muy bajo en relación a este parámetro, están los cantones de Corredores 22,20%, Coto Brus 6,60% y Golfito 20%.

Tabla 17

Grado de Impacto en las actividades financieras ocasionados por la COVID 19 en el sector comercio de la zona sur establecido por tamaño de empresa

Impacto / Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro	Pequeña
Nivel de Ingresos	61,00%	42,60%	60,80%	40,00%	30,00%
Nivel de Rentabilidad	55,80%	46,20%	37,60%	57,80%	52,00%
Nivel de Liquidez	54,00%	43,00%	25,00%	56,60%	37,60%
Inversiones	57,00%	44,60%	42,60%	54,40%	42,60%
Puntualidad con los pagos a Proveedores y entidades Bancarias	43,00%	32,40%	20,00%	48,60%	32,60%
Cantidad de Personal	27,80%	47,60%	37,60%	42,00%	35,00%
Fijación de Precios	39,20%	32,40%	42,60%	40,40%	40,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta

Con respecto a la Tabla 17 se puede visualizar en la variable nivel de ingresos que las empresas emprendedoras 61% y medianas 60,80% presentaron un alto impacto referente a sus ingresos, por otro lado, las grandes 42,60%, micro 40% y pequeñas empresas 30% mostraron un bajo impacto, es decir, lo cual representa una caída en sus ventas como consecuencia de la pandemia debido a las medidas tomadas por el gobierno que como era de esperarse las ventas en los comercios iban a decrecer.

Por su parte, otra variable asociada a la presente investigación hace referencia a la rentabilidad en las empresas y ante estas circunstancias, se puede afirmar que las empresas emprendedoras 55,80%, micro 57,80% y pequeñas 52% mostraron un alto impacto, además se observó que las grandes 46,20% y medianas 37,60% presentaron un bajo impacto con relación a la variable de rentabilidad, afectando de este modo las operaciones y desarrollo de las distintas empresas.

Con relación a la variable de liquidez se puede observar que empresas emprendedoras 54% y micro 56,60% presentaron un alto impacto, mientras que las grandes 43% y pequeñas 37,60% mantuvieron un bajo impacto, afectando de esta manera sus obligaciones a la hora de realizar sus pagos respectivos, por otro lado, se determinó que las medianas empresas 25% presentaron un muy bajo impacto con respecto a la variable de liquidez.

Con respecto a la variable de inversiones se determinó que las empresas emprendedoras y micro reflejaron un alto impacto con un 57% y 54,40% respectivamente, además las grandes 44,60%, medianas y pequeñas 42,60% presentaron un bajo impacto a esta variable, situación que puede entenderse debido a raíz de las consecuencias originadas por la pandemia los negocios no contaban con el capital necesario para realizar una expansión del mismo.

En base a la tabla anterior se puede apreciar que las empresas emprendedoras, grandes, medianas, micro y pequeñas mostraron un bajo impacto, es decir, al no presentar problemas con la puntualidad del pago a proveedores, a la cantidad de personal y fijación de precios, con una excepción, en la cual las medianas empresas 20% presentaron un muy bajo impacto con respecto al pago a sus proveedores o entidad bancarias, asumiendo de esta manera que las empresas del sector comercio de la Región Brunca no mostraron tanta afectación en las variables citadas.

Tabla 18

Grado por cantón con las siguientes afirmaciones sobre las negociaciones realizadas por la empresa como consecuencia de la crisis sanitaria.

Finanzas/Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Solicitud de arreglos de pago	53,40%	25,80%	66,60%	23,60%	52,00 %	44,80%
Ampliaciones del plazo de los créditos	70,00%	29,20%	73,40%	31,00%	80,00 %	64,20%
Promedio de Refinanciamiento	66,60%	27,80%	73,40%	29,00%	76,00 %	58,00%
Aumento de capital social	53,40%	26,40%	53,40%	29,00%	55,00 %	55,00%
Emisión de acciones	43,40%	25,00%	33,40%	25,40%	50,00 %	52,40%
Venta de activos	53,40%	24,20%	26,60%	21,00%	51,00 %	48,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con respecto a la tabla 18 se indica que las empresas en estudio, en su mayoría, optaron por recurrir a realizar negociaciones sobre arreglos de pago y ampliación de plazos para poder cumplir con la cancelación de sus obligaciones, situación que podría relacionarse con el bajo nivel de ingresos durante la pandemia, reflejándose así mismo un alto impacto en los cantones de Buenos Aires, Coto Brus y Osa, mientras que los cantones de Corredores y Golfito presentaron una tendencia al bajo impacto con respecto a una eventual ampliación en el crédito o un arreglo de pago, haciendo de esta manera difícil la cancelación de las obligaciones en el tiempo establecido, llevando a las empresas a buscar acuerdos con los acreedores con la finalidad de cumplir con los compromisos adquiridos.

Por otro lado, se logra observar los cantones de Buenos Aires 66,60%, Coto Brus 73,40%, Osa 76% y Pérez Zeledón 58% presentaron un alto y muy alto impacto con haber realizado refinanciamiento durante la crisis, mientras que los cantones de Corredores 27,80% y Osa 29% manifestaron un bajo impacto. Así mismo, se muestra un alto impacto con respecto a la variable de aumento de capital, en los cantones de Buenos Aires 53,40%, Coto Brus

53,40%, Osa y Pérez Zeledón 55%, mientras que con un bajo impacto se manifestaron los cantones de Corredores y Golfito con un 26,40% y 29% respectivamente.

Además, se evidencio que como una fuente de financiamiento para las empresas de los cantones de Buenos Aires 53,40% y Osa 51% presentaron un alto impacto con relación de ventas de activos, esto con la finalidad de lograr hacer frente a sus compromisos, mientras que Corredores 24,20% y Golfito 21% mostraron un muy bajo impacto por lo que conservaron en su gran mayoría sus activos.

Tabla 19

Grado por tipo de empresa con las siguientes afirmaciones sobre las negociaciones realizadas por la empresa como consecuencia de la crisis sanitaria.

Finanzas/Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro	Pequeña
Solicitud de arreglos de pago	39,60%	49,20%	37,60%	41,60%	45,00%
Ampliaciones del plazo de los créditos	54,60%	52,40%	65,00%	62,00%	45,00%
Promedio de Refinanciamiento	50,20%	53,80%	52,60%	56,60%	40,00%
Aumento de capital social	49,80%	35,40%	50,00%	48,60%	45,00%
Emisión de acciones	45,00%	37,00%	42,60%	47,00%	37,60%
Venta de activos	41,40%	30,80%	40,00%	44,80%	37,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta

Como se logra analizar en la Tabla 19, sin importar el tamaño de las empresas predomina un bajo grado de acuerdo con porcentajes superiores a 25% pero menores a 50% con respecto a tener que realizar solicitudes de arreglos de pago como consecuencia de la crisis.

Otro aspecto analizado fue la ampliación en el plazo de los créditos, en su mayoría las empresas afirmaron tener un alto grado de acuerdo, los emprendedores 54,60%, las empresas grandes 52,40%, la mediana empresa 65,00% y las microempresas 62,00%, por otro lado, solamente las pequeñas empresas expresaron tener un bajo grado de acuerdo en relación con esto con un porcentaje de 45%. Situación similar ocurre con respecto al promedio de refinanciamiento en donde solamente las pequeñas empresas enunciaron haber tenido un bajo

grado de acuerdo 40%, todas las demás empresas afirmaron tener un alto grado de acuerdo con porcentajes superiores al 50%.

Además, también se les consultó a los empresarios sobre las siguientes: el aumento de capital social, la emisión de acciones y la venta de activos, para estas tres afirmaciones los empresarios concordaron en haber asumido un bajo grado de acuerdo, con valores que no superaron el 50%

Tabla 20

Probabilidad de las empresas de requerir alguna de las afirmaciones

Finanzas/Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro	Pequeña
Requiera un nuevo crédito para una inversión	49,20%	44,60%	25,00%	52,60%	42,60%
Necesite un crédito para unificar deudas	48,40%	29,20%	20,00%	52,00%	35,00%
No pueda hacer frente al pago de sus créditos	45,80%	29,20%	20,00%	46,00%	30,00%
Tenga que reducir los servicios que brinda la empresa	54,80%	29,20%	20,00%	47,80%	40,00%
Tenga que reducir los precios	51,40%	43,00%	30,00%	52,60%	45,00%
Venda algún activo de la empresa	37,60%	27,60%	20,00%	37,60%	35,00%
Ponga en venta el negocio	36,00%	21,60%	20,00%	32,40%	25,00%
Cierre el negocio de manera permanente	42,00%	21,60%	20,00%	34,00%	27,60%
Necesite una ampliación del plazo del crédito	50,20%	38,40%	20,00%	50,00%	40,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

La Tabla 20 nos proporciona información sobre la probabilidad que tuvieron los empresarios, frente a una serie de afirmaciones financieras con probabilidades de ocurrir debido a la crisis originada por la pandemia, en donde los emprendedores 49,20%, las grandes empresa 44,60% y las pequeñas empresas 42,60% concluyeron que la probabilidad de requerir un nuevo crédito para una inversión era bajo, siguiendo con esta afirmación las medianas empresas creen que la probabilidad es muy baja, la oposición de esta variable la brinda las microempresas 52,60%, estas afirman que la probabilidad de requerir un nuevo crédito es alta.

Situación similar ocurre con la afirmación de necesitar un crédito para unificar deudas, en donde los resultados indican que las empresas medianas 20%, presentan la menor probabilidad de requerir un crédito para unificar deudas, mientras que las microempresas presentan 52% de probabilidad de tener que buscar esta opción.

Por otro lado, tanto los emprendedores 45,80%, grandes 29,20%, microempresas 46% y pequeñas 30%, tienen una probabilidad baja de no poder hacer frente al pago de sus créditos, además, se observa que las compañías medianas 20%, presentan una probabilidad muy baja de enfrentar dificultades para cumplir con sus obligaciones crediticias.

También se analizó la probabilidad que los establecimientos tuviesen que reducir los servicios que brindan en donde: los emprendedores tienen una alta probabilidad de tener que reducir los servicios con un 54,80% de probabilidad. En contraste, las empresas grandes 29,20%, microempresas 47,80% y pequeñas empresas 40%, tienen una probabilidad baja de enfrentar esta situación. Por otro lado, las empresas medianas 20%, muestran una probabilidad muy baja de tener que reducir los servicios que ofrecen. Estos resultados insinúan que los emprendedores son más propensos a enfrentar dificultades en comparación con los otros tipos de empresas analizados.

Con respecto a la posibilidad de tener que reducir los precios los datos demuestran que los emprendedores 51,40% y las microempresas 52,60%, tienen una alta probabilidad de tener que reducir los precios de sus productos. Al contrario, las empresas grandes 43%, medianas 30% y pequeñas 45% presentan una probabilidad baja de enfrentar la necesidad de reducir los precios. Estos resultados denotan que las empresas más grandes tienen una mayor estabilidad financiera y pueden mantener sus precios sin necesidad de realizar recortes significativos, pese a enfrentar una crisis financiera.

La mayoría de las empresas afirmaron que la probabilidad que tienen de vender un activo es baja, solamente las medianas empresas 20%, expresaron una probabilidad para esta afirmación muy baja. Situación similar con la posibilidad de tener que vender el negocio, en donde las medianas empresas 20%, grandes empresas 21,60% y pequeñas empresas 25%, aseveraron una probabilidad muy baja, las demás empresas afirmaron una posibilidad baja con respecto a esta variable, siendo los emprendedores 36%, los más propensos a esto.

También la Tabla 20, demuestra que tanto los emprendedores 42% como las microempresas 34% y las pequeñas empresas 27,60%, tienen una probabilidad baja de tener

que cerrar el negocio de manera permanente debido a la crisis originada por la pandemia. Asimismo, las empresas grandes 21,60% y las medianas 20%, revelan una probabilidad muy baja de tener que enfrentar el cierre permanente del negocio. Estos resultados apuntan a que, en general, los emprendedores, las micro y pequeñas empresas están más expuestas a los impactos financieros adversos y podrían estar en mayor riesgo de cierre durante la crisis.

Por último, se analizó la posibilidad de necesitar una ampliación del plazo de los créditos en donde se obtuvo como resultado que los emprendedores 50,20%, tienen una alta probabilidad de necesitar una ampliación del plazo de los créditos durante la crisis, en cambio, las empresas grandes 38,40%, microempresas 50% y pequeñas empresas 40%, muestran una probabilidad baja de tener que solicitar una extensión del plazo de los créditos. Por otro lado, las empresas medianas tienen una probabilidad muy baja 20%, de necesitar una ampliación del plazo de su crédito.

4.2.2. Impacto en las estrategias empresariales que ha ocasionado la COVID-19 en las empresas del sector comercio.

La realidad de hoy en día se evidencia en la lucha constante por parte de los países en contra de la pandemia, debido a que el virus del COVID-19 ha cambiado el mundo empresarial de la mayoría de las empresas, no hay duda el papel que desempeñan las empresas u organizaciones es esencial y fundamental. La responsabilidad social de los comercios trata de llevar a cabo una correcta gestión empresarial, el saber tomar las medidas adecuadas para la continuidad de sus negocios, parece ser la piedra angular del comercio contemporáneo, además de garantizar la seguridad y orden en todos sus empleados, con el propósito de transmitirlo a sus clientes para mayor confianza, más en los tiempos tan difíciles que prevalecen actualmente.

La Tabla 21 corresponde a las estrategias empresariales aplicadas para contrarrestar el contagio del COVID-19, que de cierta manera han adoptado los negocios del sector comercio, análisis aplicado por cantones de la región Brunca.

Tabla 21

Grado de implementación por parte de las empresas de las estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, según el cantón.

Estrategia/Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Cambios en los procesos operativos de la empresa.	46,60%	32,20%	40,00%	27,20%	66,00%	39,60%
Proceso de modificación en el presupuesto de la empresa	46,60%	31,40%	66,60%	27,20%	56,00%	42,80%
Proceso de redefinición del mercado meta	46,60%	40,80%	80,00%	44,60%	64,00%	38,00%
Descuentos y reducciones de precios.	56,60%	34,20%	66,60%	51,80%	65,00%	42,40%
Comunicación en redes sociales, correos electrónicos y medios digitales.	60,00%	70,00%	100,00%	80,00%	74,00%	51,00%
Publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, prensa).	43,40%	52,20%	6,60%	79,00%	27,00%	24,20%
Llamadas telefónicas a clientes actuales y potenciales.	46,60%	33,60%	40,00%	61,00%	43,00%	42,40%
Ventas en línea	63,40%	21,40%	66,60%	36,40%	46,00%	45,00%
Contratar una empresa de marketing	13,40%	4,20%	13,40%	5,40%	16,00%	16,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 21 se presenta y analizan los datos arrojados de la encuesta realizada a los negocios del sector comercio de la región Brunca, en donde se analiza el grado de implementación de las estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, según evaluación realizada por cantón. Por lo tanto, se puede apreciar que las empresas de los cantones Coto Brus 100% y Golfito 80% afirman un alto grado de implementación al mantener una comunicación en redes sociales, correos electrónicos y medios digitales mientras que las empresas de los cantones de Buenos Aires 60%, Corredores 70%, Osa 74% y Pérez Zeledón 51% han demostrado un alto grado de implementación en relación a esta acción, esto se puede asociar a la accesibilidad que existe hoy en día a los planes de internet, además que la mayoría de las empresas tienen una página o red social en la cual realizan publicaciones sobre el propio negocio.

Por otro lado, es de gran relevancia el grado de implementación de las empresas del sector comercio de los diferentes cantones en relación a la contratación de empresas de marketing, en donde las empresas del cantón de Buenos Aires y Coto Brus 13,40%, Corredores 4,20%, Golfito 5,40%, Osa y Pérez Zeledón 16%, mismo se indica con un muy bajo grado de implementación, dicho comportamiento va ligado a que las empresas han llegado a sufrir los efectos originados por la pandemia al presentar menos ingresos, lo cual puede reflejarse en la falta de dinero para invertir en capacitaciones asociadas al tema de marketing, dado esto, es una acción que no se ha implementado de la manera correcta con la finalidad de enfrentar la crisis ocasionada por la COVID-19 por parte de los establecimientos. Sin embargo, basandonos en los resultados obtenidos se puede visualizar que las empresas del cantón de Pérez Zeledón es uno de los cantones que menor grado de implementación ha presentado con respecto a los aspectos sugeridos por el Ministerio de Salud.

Con respecto a la tabla 21 se logra apreciar que las empresas de los cantones de Buenos Aires 46,60%, Corredores 32,20%, Coto Brus 40%, Golfito 27,20% y Pérez Zeledón 39,60% presentaron un bajo grado de implementación con relación a la variable de realizar cambios en sus procesos operativos, mientras que las empresas de Osa 66% manifestaron un alto grado de implementación en dicha medida. Además, se observa un bajo grado de implementación por parte de las empresas de los cantones de Buenos Aires 46,60%, Corredores 31,40%, Golfito 27,20% y Pérez Zeledón 42,80% en la medida de realizar modificaciones en el presupuesto para hacer frente a las obligaciones durante la pandemia y por su parte las empresas del cantón de Coto Brus 66,60% y Osa 56% mostraron un alto grado de implementación de la medida en estudio.

Tabla 22

Grado de implementación por parte de las empresas de las estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, según el tamaño de la empresa.

Tamaño	Emprendedor Grande	Mediana	Microempresa	Pequeña	
Cambios en los procesos operativos de la empresa.	33,60%	41,60%	65,00%	42,60%	52,60%
Proceso de modificación en el presupuesto de la empresa	35,00%	41,60%	57,60%	45,00%	50,00%
Proceso de redefinición del mercado meta	33,60%	38,40%	52,60%	48,00%	67,60%
Descuentos y reducciones de precios.	38,80%	37,00%	65,00%	50,00%	52,60%
Comunicación en redes sociales, correos electrónicos y medios digitales.	49,80%	83,00%	80,00%	62,80%	75,00%
Publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, prensa).	27,20%	66,20%	62,60%	31,40%	67,60%
Llamadas telefónicas a clientes actuales y potenciales.	37,60%	70,80%	65,00%	41,60%	57,60%
Ventas en línea	31,60%	69,20%	62,60%	44,80%	50,00%
Contratar una empresa de marketing	10,20%	41,60%	25,00%	10,20%	20,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con base en la Tabla 22 que corresponde al grado de implementación de estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, por parte de las empresas dedicadas al sector comercio de la región Brunca se evidencia que según la evaluación realizada las empresas grandes 83% y medianas 80% manifestaron un muy alto grado de implementación

de la estrategia uso de las redes sociales, correos electrónicos y medios digitales, como una herramienta para enfrentar la crisis sanitaria. De manera que el uso de medios digitales se convirtió en un aliado para mantener una comunicación constante con sus clientes, comportamiento que se asocia al tamaño de la estructura de dichas empresas, debido a que mantienen una mayor cantidad de clientes y al mismo tiempo de ingresos también.

Otro aspecto para analizar se relaciona a la contratación de empresas de marketing, en donde se demuestra que igualmente en la evaluación realizada por tamaño de empresa no se presentó un mayor esfuerzo en implementar esta medida.

Los datos manifestaron que los emprendedores y microempresas 10,20%, las pequeñas 20% y medianas empresas 25% presentaron un muy bajo grado de implementación. Sin embargo, la situación no tiene un mejor panorama, debido a que las grandes empresas 41,60% afirmaron tener un mal grado de implementación a la hora de realizar la contratación de empresas encargadas de marketing, un factor que influye en el comportamiento presentado puede ser la afectación que han contraído las empresas desde la más pequeñas a las más grandes, a raíz de los efectos que ha originado la pandemia, el faltante de recursos es un elemento fundamental para el desarrollo de cualquier negocio.

Por otro lado, datos importantes a considerar es que las empresas en manos de personas emprendedoras son las que presentan entre un muy bajo y bajo grado de implementación con respecto a la aplicación de las distintas estrategias empresariales consultadas para enfrentar de mejor manera la crisis del COVID-19 a raíz de las restricciones que dificultaban el acercamiento de los consumidores de forma física a los locales.

Además, otro dato relevante es que las grandes empresas 69,20% y medianas empresas 62,60%, optaron por un alto grado de implementación de las ventas en línea durante la crisis sanitaria, mientras tanto los emprendedores, las pequeñas y microempresas reflejaron una baja implementación de esta, los datos presentados muestran claramente una relación directa entre el tamaño de las empresas y el grado de implementación de las ventas en línea durante la crisis sanitaria.

4.3. Afectación en el empleo y la producción en las empresas del Sector comercio ocasionada por crisis originada por la pandemia del COVID-19

Sin duda alguna la variable empleo fue uno de los aspectos de mayor atención a nivel nacional, más tomando en cuenta que el país llegó a tener hasta un 24% de desempleo, por lo

que resultó importante analizar el comportamiento con respecto a este tema de las empresas de comercio de la región brunca.

4.3.1. Impactos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en el nivel de producción de las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Otra de las áreas muy afectadas por las medidas sanitarias impuestas por el gobierno producto de la aparición de la pandemia del COVID-19, es el área de producción o prestación de servicio.

Por este motivo en el presente estudio se abarcará este parámetro para así obtener una idea de cómo se vio afectada la producción de las empresas en la zona sur.

Tabla 23

Grado de impacto ocasionados por la pandemia del COVID-19 en el nivel de producción de las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Impacto / Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Disminución de mano de obra	32,00%	35,80%	66,00%	43,60%	66,20%	57,00%
Problemas con la maquinaria	30,00%	35,00%	40,00%	55,00%	46,00%	46,20%
Baja calidad con la materia prima	35,00%	54,60%	33,40%	57,20%	55,00%	43,80%
Escasez de insumos y materia prima	83,40%	46,40%	73,40%	51,00%	63,00%	57,40%
Espacio insuficiente para almacenar el producto terminado	35,00%	35,40%	53,40%	42,20%	51,00%	47,80%
Renegociaciones de precios, plazos, y tiempo de entrega con proveedores	64,00%	38,80%	66,60%	45,00%	68,60%	54,80%
Modificaciones en el producto terminado	45,00%	26,20%	20,00%	20,00%	57,00%	44,20%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

De acuerdo con la Tabla 23 se puede concluir lo siguiente: los cantones de Buenos Aires, Corredores y Golfito muestran un bajo impacto en cuanto a la disminución de mano de obra durante la crisis, con promedios que oscilan entre el 32% y el 43,60%. Al contrario, los cantones de Coto Brus, Osa y Pérez Zeledón experimentaron un alto impacto, lo que apunta a que las empresas de estas áreas enfrentaron mayores dificultades en términos de empleo y pueden requerir medidas adicionales para mitigar el impacto en el mercado laboral.

Otro dato para tener en cuenta es que el cantón de Corredores 46,40% muestra un bajo impacto en cuanto a la escasez de insumos y materia prima, mientras que Coto Brus, Golfito, Osa y Pérez Zeledón presentan un alto impacto, Buenos Aires 83,40%, es el único cantón que presenta un muy alto impacto.

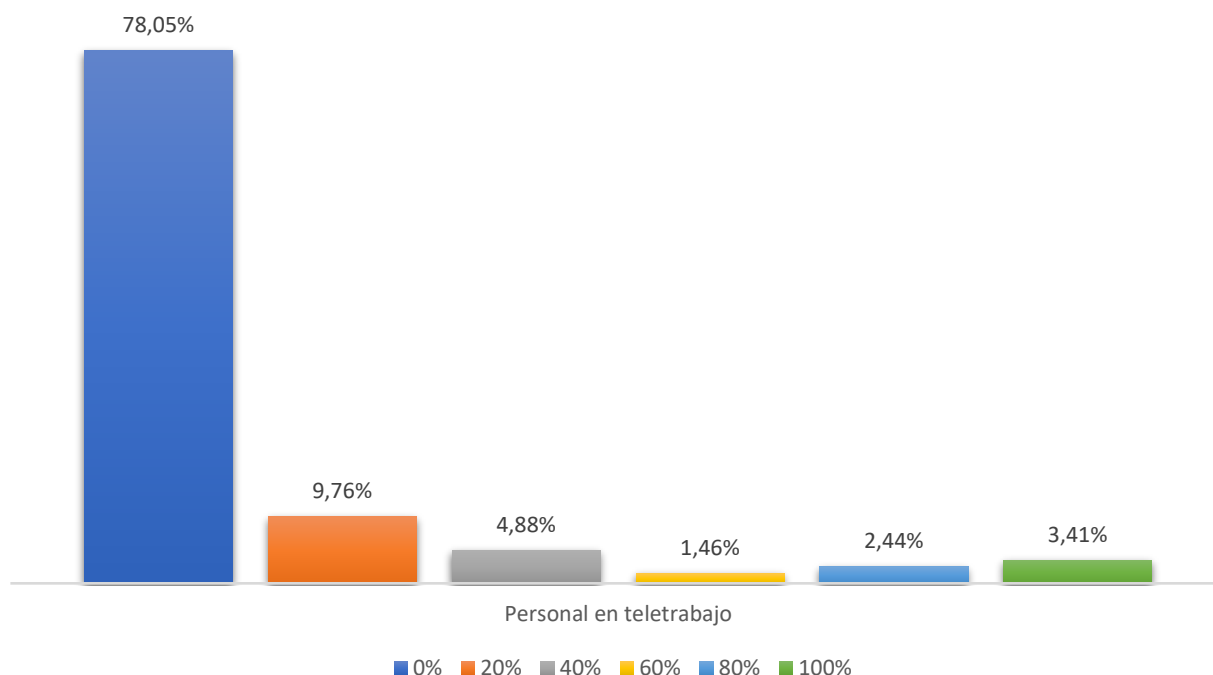
También los empresarios de los cantones de Buenos Aires, Corredores, Coto Brus, Osa y Pérez Zeledón reportan un bajo impacto en relación con tener problemas con la maquinaria durante la crisis, solamente los empresarios de Golfito destacan con un alto impacto 55%, lo que implica que las empresas de este cantón enfrentan mayor impacto en relación con el funcionamiento y mantenimiento de la maquinaria.

Asimismo se puede observar que los cantones de Buenos Aires 64%, Coto Brus 66,60%, Osa 68,60% y Pérez Zeledón 54,80%, fueron las localidades que presentaron dificultades altas en las renegociaciones de precios, plazos y tiempo de entrega con proveedores, indicando esto que estas áreas enfrentan desafíos significativos en sus relaciones comerciales, al contrario los cantones de Corredores y Golfito tienen un bajo impacto, lo que sugiere una mayor estabilidad en sus relaciones comerciales con proveedores durante la crisis.

4.3.2. Efectos producidos en el empleo producto de la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Figura 19

Efectos producidos en el empleo - Teletrabajo

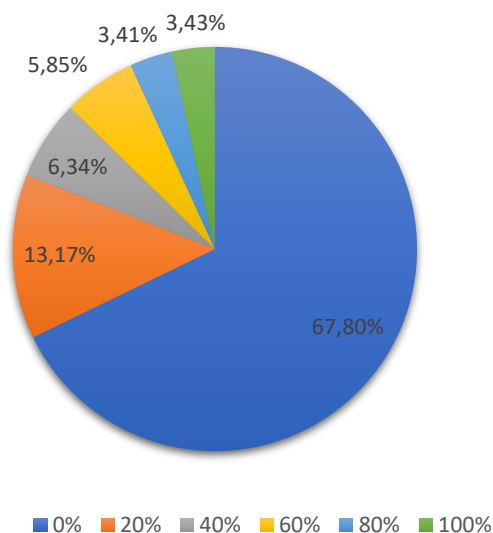


Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Sin duda alguna la pandemia del COVID-19 obligó a las empresas a tomar medidas que les permitieran seguir su funcionamiento, reduciendo el riesgo de contraer la enfermedad y que les permitiese seguir con sus labores diarias. El teletrabajo fue una de las opciones tomadas por los empresarios, sin embargo, el sector comercio por su naturaleza de comerciar productos tangibles, no pudo aprovechar en gran medida esta oportunidad, información que respalda la Figura 19, en donde se obtuvo como resultado que el 78,05% de la masa empresarial de este sector no estuvo bajo la modalidad de teletrabajo y solamente un 7,31% tuvo más de un cincuenta por ciento de sus empleados en esta modalidad.

Figura 20

Efectos producidos en el empleo – Reducción de jornadas.

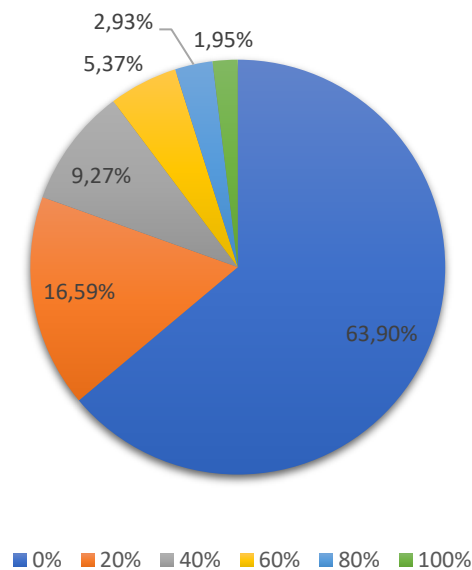


Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Otro punto que se evaluó fue el referente a la reducción de personal, con respecto a este apartado el 67,8% de las empresas afirmaron no haber reducido las jornadas a sus empleados a raíz de la pandemia, dato favorable desde una perspectiva de empleo, si es comparado con otros sectores en donde las reducciones de jornadas fueron más agresivas. Sin embargo, la encuesta también arrojó datos negativos de este punto, ya que un 32,2% de las empresas tuvieron que acogerse a la opción de reducir las jornadas de sus colaboradores y de estos casi un 7% tuvo reducciones en sus jornadas de más del ochenta por ciento de la totalidad de empleados.

Figura 21

Efectos producidos en el empleo – Reducción de personal

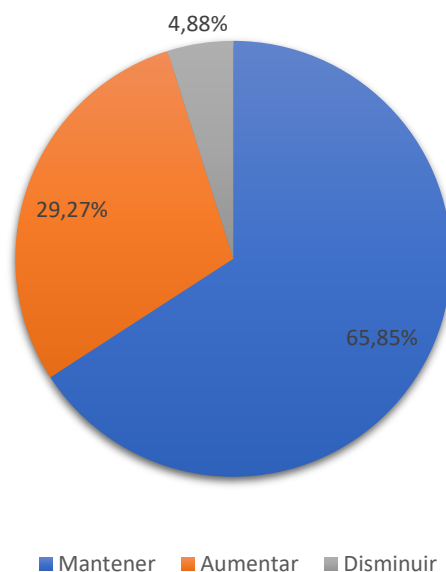


Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con respecto al apartado de reducción de personal, la figura anterior nos demuestra que afortunadamente para el sector comercio las reducciones de personal no fueron tan críticas, de echo el 63,9% de los encuestados afirmaron no haber tenido que reducir su equipo de trabajo y solamente un 1,95% lo redujo en un cien por ciento, dato favorable desde la perspectiva de pandemia que vivieron los empresarios.

Figura 22

Expectativa en cuanto al personal para el 2021



Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

En relación con las expectativas de los empresarios en cuanto al personal en el año 2021, estos muestran una expectativa positiva, ya que el 65,85% de los mismos esperaban mantener los empleados con los que contaban a la hora de realizarles la encuesta, asimismo el 29,7% esperaban aumentar el número de empleados para el 2021 y solamente el 4,88% proyectaban disminuir su carga con respecto al personal.

4.3.3. Consecuencias ocasionadas por la pandemia del COVID-19 sobre los ingresos de las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Al disminuir la producción producto de una menor demanda, y reducir el número de empleados, pero no en su totalidad, los ingresos de las empresas empezaron a ser insuficientes para asumir los costos y gastos ocasionados por la operación de la empresa. En este apartado se pretende exponer los resultados generados por los empresarios en cuanto a los efectos que ha ocasionado la pandemia del COVID-19 en los ingresos financieros de las empresas del sector comercio.

En el siguiente análisis, se demostrará los efectos e impactos ocasionados por la pandemia COVID-19 con respecto a los ingresos generados con el fin de mostrar cuáles

situaciones afectaron en menor o mayor cuantía a los propietarios de las empresas del sector comercio de la región Brunca, o mostrar el grado de influencia que tuvo cada aspecto analizado.

Tabla 24

Promedio del grado de influencia de los siguientes aspectos en los ingresos durante la pandemia, según tipo de empresa.

Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro	Pequeña empresa
Restricciones vehiculares	79,20%	77,00%	72,60%	80,40%	70,00%
Cierre de negocios	77,00%	80,00%	55,00%	78,00%	60,00%
Cierre de fronteras	61,00%	52,40%	60,00%	65,00%	60,00%
Pérdida de capacidad de producción	65,80%	72,40%	52,60%	69,40%	60,00%
Pérdida del poder adquisitivo de los clientes	73,80%	70,80%	72,60%	76,80%	67,60%
Disminución de mano de obra	55,40%	73,80%	52,00%	59,40%	67,60%
Disminución del consumo o demanda	75,00%	73,80%	76,00%	72,80%	72,60%
Tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor	76,60%	57,00%	47,60%	73,20%	72,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

En relación a la Tabla 24, en donde se analizó la influencia en los ingresos de acuerdo con las restricciones vehiculares, cierre de negocios, cierre de fronteras, pérdida de capacidad de producción, pérdida del poder adquisitivo de los clientes, disminución de mano de obra, disminución del consumo o demanda y tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor, se denota la generalidad de todas las empresa haber tenido una alta o muy alta influencia en relación a estas variables, excepto las medianas empresas, con relación a la tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor, ya que los empresarios de este tipo de empresa afirmaron tener un bajo impacto con un 47,60%.

Para los emprendedores las variables de mayor influencia fueron las restricciones vehiculares 79,20%, el cierre de negocios 77% y la tendencia reducir el gasto con un 76,60%.

Por otro lado, las empresas grandes tuvieron mayor influencia en sus ingresos con la restricción vehicular 77% y el cierre de negocios 80%, esto va de la mano con la naturaleza propia de este tipo de empresas, la cual se basa en su mayoría por el tránsito de personas.

Con respecto a empresas medianas, este tipo de establecimientos tuvo mayor afectación de sus ingresos con la disminución del consumo 76%, reflejando un muy alto grado de afectación, por otra parte, las microempresas tuvieron una mayor afectación en tres aspectos: la restricción vehicular 80,40%, el cierre de negocios 78% y la pérdida del poder adquisitivo de los clientes 76,80%.

Por último, las pequeñas empresas tuvieron un grado de afectación alto en todas las afirmaciones consultados, con rangos que van desde el 60% hasta el 72,60%.

En la siguiente tabla, se verá la afectación o la influencia que generó la pandemia por cantón en el contexto de la región Brunca.

Tabla 25

Promedio del grado de influencia de los siguientes aspectos en los ingresos durante la pandemia, según cantón.

Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Restricciones vehiculares	63,40%	88,60%	60,00%	86,40%	79,00%	76,80%
Cierre de negocios	70,00%	97,20%	26,60%	87,20%	70,00%	72,00%
Cierre de fronteras	66,60%	68,60%	46,60%	42,80%	69,00%	63,20%
Pérdida de capacidad de producción	70,00%	85,80%	53,40%	81,80%	58,00%	62,00%
Pérdida del poder adquisitivo de los clientes	63,40%	88,60%	60,00%	90,00%	78,00%	69,20%
Disminución de mano de obra	43,40%	62,20%	53,40%	70,00%	52,00%	57,80%
Disminución del consumo o demanda	70,00%	89,20%	60,00%	88,20%	77,00%	68,00%
Tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor	76,60%	82,80%	66,60%	61,00%	74,00%	72,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con respecto a la Tabla 25, en donde se analizó la influencia en los ingresos según las empresas por cantón, de acuerdo con las restricciones vehiculares, cierre de negocios, cierre de fronteras, pérdida de capacidad de producción, pérdida del poder adquisitivo de los clientes, disminución del consumo o demanda y tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor, se denota que las empresas del cantón de Buenos Aires presentaron haber asumido una alta o muy alta influencia en relación a estas variables, con la excepción a la disminución de mano de obra, en la cual los empresarios de las empresas en este cantón afirmaron una baja influencia con un promedio de 43,40%.

Así mismo, para las empresas del cantón de Corredores los empresarios manifestaron que las variables con una muy alta influencia en sus ingresos fueron las restricciones vehiculares, cierre de negocios, pérdida de capacidad de producción, pérdida en el poder adquisitivo de los clientes, disminución del consumo o demanda y la tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor con promedios que oscilan entre el 82,80% y 97,20%.

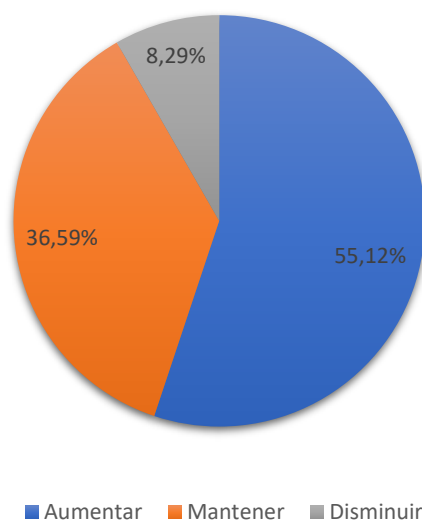
A su vez, en las empresas del cantón de Coto Brus mostraron una mayor influencia en sus ingresos con la tendencia a reducir el gasto por temor a una mayor crisis 66,60% reflejando un alto grado de influencia, mientras tanto el cierre de negocios 26,60% y el cierre de fronteras 46,60% mostraron una baja influencia en los establecimientos de este cantón.

Posteriormente, los dueños de negocios situados en el cantón de Golfito afirmaron un alto grado de influencia en sus ingresos en tres distintas variables: la pérdida del poder adquisitivo de los clientes 90%, disminución del consumo o demanda 88,20% y el cierre de negocios 87.20%.

Por último, en las empresas del cantón de Osa presentaron un alto y muy alto grado de afectación de sus ingresos en relación a los variables consultadas a los empresarios, con promedios que van desde el 52% al 79%. Mientras que en las empresas del cantón de Pérez Zeledón afirmaron una alta influencia en cierres de negocios y tendencia a reducir el gasto por temor a una crisis mayor con un promedio de 72%, mostrando de esta manera un muy alto grado de influencia en los ingresos únicamente las restricciones vehiculares 76,80%.

Figura 23

Expectativas del comportamiento de los ingresos para el 2021.



Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Por medio de la Figura 22 según datos que reflejó la encuesta aplicada a empresarios de la región Brunca con respecto a la expectativa de los ingresos para el 2021, el 55,12% del sector comercio consideró la expectativa de un aumento los ingresos para el 2021, con ello mantienen la esperanza de disminución de la crisis provocada por la pandemia

COVID-19, lo cual sería de gran alivio para los negocios de la zona, también se estarían recuperando poco a poco para este año, por otro lado con un 36,59% esperan mantener establecer el comportamiento de los ingresos, y el 8,29% de los empresarios de la región Brunca creen que se dará una disminución aún más de los ingresos para este 2021.

4.4. Acciones y estrategias de comercialización implementadas por las empresas del Sector comercio de la región Brunca a partir de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19

La pandemia del COVID-19 y las distintas medidas adoptadas con la finalidad de mitigar y contrarrestar su propagación han acelerado la transformación digital tanto de las sociedades como también de las empresas de la región e impulsado la economía digital. Ante esta aceleración que trae oportunidades, también implica desafíos para una autonomía económica sobre todo para aquellas empresas con pocos niveles de ingresos. De igual manera las restricciones de circulación y la caída en la demanda han obligado a muchas empresas a realizar una búsqueda de vías alternativas para la comercialización de sus servicios y productos.

4.4.1. Estrategias y acciones de comercialización emprendidas por las empresas del sector comercio de la región Brunca, producto de los efectos ocasionados por la pandemia del COVID-19.

No cabe duda de que una de las áreas que más ha experimentado efectos originados a raíz de la pandemia por COVID-19, es la de comercialización. En el presente apartado se presente ilustrar los resultados obtenidos de acuerdo a las situaciones que se evidenciaron con los clientes de las empresas del sector comercio de la región Brunca.

En la siguiente tabla se pretende ilustrar el grado de frecuencia por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca con relación a las acciones implementadas con los proveedores de los mismos establecimientos durante el periodo de la pandemia, análisis aplicado por cantones.

Tabla 26

Grado de frecuencia de las siguientes situaciones por parte de las empresas con respecto a las compras a proveedores debido al COVID-19 según el cantón.

Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Uso de catálogos de productos	50,00%	37,20%	93,40%	28,20%	67,00%	45,20%
Pedidos por internet	86,60%	37,20%	100,00%	31,00%	57,00%	49,40%
Uso de correo electrónico	73,40%	77,80%	93,40%	75,40%	64,00%	59,60%
Empleo de WhatsApp	90,00%	39,20%	100,00%	33,60%	77,00%	60,40%
Empleo de videollamadas	60,00%	21,40%	46,60%	24,60%	39,00%	39,20%
Cambios en la forma de envío de los productos	63,40%	27,80%	66,60%	29,00%	47,00%	51,40%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 26, en la cual se analizó el grado de frecuencia de distintas acciones que presentaron los empresarios a la hora de realizar compras a sus proveedores durante el tiempo de la crisis sanitaria, afirmando un muy alto grado de frecuencia para las empresas del cantón de Buenos Aires en el empleo del WhatsApp 90% y pedidos por internet 86,60%, situación que se debe a que los negocios lo consideraban como herramientas útiles y necesarias, que durante la pandemia podían utilizarse por motivo de las restricciones sanitarias y de tal manera evitar un posible contagio por el virus entre los clientes.

Seguidamente, en las empresas del cantón de Corredores afirmaron una muy baja y baja frecuencia en el pedido de las compras a los proveedores por medio del empleo de videollamadas, cambios en la forma de envíos de los productos, uso de catálogos de productos, pedidos por internet y empleo del WhatsApp con promedios que oscilan entre un 21,40% a 39,20%, mientras que la variable con mayor repetición fue el uso de correo electrónico 77,80%, reflejando un muy alto grado de frecuencia por parte de las empresas de este cantón.

Así mismo, en las empresas del cantón de Coto Brus las variables con mayor frecuencia utilizadas por los empresarios fueron los pedidos por internet y empleo del WhatsApp con un promedio de 100% seguidamente por el uso de catálogos de productos y correo electrónico con promedios de 93,40% respectivamente, otorgando un muy alto grado de frecuencia.

A su vez, un fenómeno a destacar por parte de los dueños de los establecimientos situados en el cantón de Golfito fue el bajo y muy bajo grado de frecuencia en empleo de videollamadas, uso de catálogos de productos, cambio en la forma de envío de los productos, pedidos por internet y empleo del WhatsApp con promedios que oscilan entre un 24,60% y 33,60%.

Posteriormente, en las empresas ubicadas en el cantón de Osa afirmaron un alto y muy alto de grado de frecuencia con respecto en la forma de realizar los pedidos a proveedores mediante distintas 4 variables consultadas, el uso de catálogo de productos 67%, uso del correo electrónico 64%, pedidos por internet 57% y empleo de WhatsApp 77%.

Por último, en las empresas del cantón de Pérez Zeledón presentaron una alta frecuencia el empleo de WhatsApp 60,40%, uso del correo electrónico 59,60% y cambios en la forma de envíos de los productos 51,40%, reflejando un alto de grado de frecuencia por parte de los dueños de estos negocios. De esta manera se observó que, entre las variables consultadas a los empresarios de los distintos cantones, afirmaron que tanto el uso del WhatsApp y pedidos por internet fueron las que mayoritariamente se utilizó, lo contrario ocurrió con el empleo de video llamadas que se consideró un aspecto poco eficaz por los mismos en medio de la crisis sanitaria.

En la siguiente Tabla, se muestra las diferentes situaciones que presentaron los comercios de la región Brunca, específicamente del sector comercio con los proveedores de materias primas e insumos con su respectivo negocio, basados en un análisis por el tamaño de las empresas.

Tabla 27

Grado de frecuencia de las siguientes situaciones por parte de las empresas con respecto a las compras a proveedores debido al COVID-19, según el tamaño de empresa.

Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana empresa	Micro empresa	Pequeña empresa
Uso de catálogos de productos	37,60%	55,40%	50,00%	50,40%	45,00%
Pedidos por internet	39,20%	58,40%	55,00%	54,40%	50,00%
Uso de correo electrónico	54,00%	86,20%	77,60%	69,60%	85,00%
Empleo de WhatsApp	48,40%	66,20%	75,00%	63,40%	57,60%
Empleo de videollamadas	32,20%	55,40%	45,00%	36,60%	27,60%
Cambios en la forma de envío de los productos	40,80%	53,80%	45,00%	50,40%	37,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 27, en la cual se analizó el grado de frecuencia de distintas acciones que presentaron las empresas según su tamaño a la hora de realizar compras a sus proveedores durante el tiempo de la crisis sanitaria, afirmando las empresas emprendedoras una alta frecuencia en el uso del correo electrónico 54%, mientras tanto el empleo de videollamadas, uso de catálogos de productos, pedidos por internet, cambios en la forma de envíos de los productos y empleo del WhatsApp con un rango de promedios entre un 32,20% a 48,40%, reflejando un bajo grado de frecuencia, este comportamiento se asocia a la estructura de estas empresas que no se encuentran avanzadas en temas de tecnología y por ende presentan dificultades en mecanismos de comunicación para la adecuada solicitud de los productos que necesitaban.

Así mismo, las grandes empresas presentaron una muy alta frecuencia al momento de realizar las compras a proveedores mediante el uso del correo electrónico 86,20% demostrando un muy alto grado frecuencia siendo este el más utilizado. Sin embargo, las demás variables

consultadas a los dueños mostraron una alta frecuencia por parte de estas empresas, con un promedio que oscilan entre un 53,80% a 66,20%.

Por otro lado, el mismo fenómeno se repite en las medianas empresas, en la cual mantuvieron un muy alto grado de frecuencia mediante el uso del correo electrónico 77,60% y una alta frecuencia en el empleo de videollamadas, cambios en la forma de envío de los productos, uso de catálogos de productos, pedidos por internet y empleo de WhatsApp manifestando promedios desde un 45% a 75%.

Con respecto a las micro pequeñas empresas mostraron un bajo grado de frecuencia mediante el empleo de videollamadas 36,60% al ser poco utilizado como un mecanismo o plataforma necesaria para realizar las compras a los proveedores durante el tiempo de la pandemia. Y, por último, las pequeñas empresas presentaron un muy alto grado de frecuencia en el uso de correo electrónico 85% manifestando de esta forma que debido su estructura se asemeja a las demás empresas, demostrando que la mayor parte de los pedidos que realizan los establecimientos a los proveedores del sector comercio en la Región Brunca a pesar de los avances tecnológicos sigue siendo mediante esta plataforma.

A continuación, se demuestra el grado de frecuencia de las distintas situaciones que presentaron los clientes de los comercios de la región Brunca, análisis realizado por cantones.

Tabla 28

Grado de frecuencia de las siguientes situaciones con respecto a sus clientes debido al COVID-19, según el cantón.

Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Solicitud de arreglos de pago	53,40%	25,80%	66,60%	23,60%	52,00%	44,80%
Aumento en el plazo del crédito	50,00%	23,60%	60,00%	25,40%	46,00%	47,00%
Cancelación de pedidos	50,00%	39,20%	60,00%	30,00%	57,00%	48,00%
Nuevos clientes	63,40%	68,60%	73,40%	61,00%	64,00%	63,40%
Solicitud de descuentos	90,00%	39,20%	60,00%	36,40%	75,00%	59,80%
Pérdida de clientes	46,60%	50,00%	53,40%	40,00%	65,00%	55,20%
Solicitud de envíos de productos	76,60%	41,40%	80,00%	51,80%	63,00%	58,80%
Incorporación de catálogos de productos	53,40%	40,80%	66,60%	32,80%	53,00%	46,00%
Ventas por internet	63,40%	30,80%	100,00%	29,00%	49,00%	49,40%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 28, en la cual se estudió el grado de frecuencia de distintas acciones que presentaron los clientes debido a la crisis sanitaria según las empresas por cantón, afirmando que las empresas del cantón de Buenos Aires reflejaron un muy alto grado de frecuencia sobre la solicitud de descuentos 90% y solicitud de envíos de productos 76,60% comportamiento que como consecuencia a raíz de la pandemia muchas personas se quedaron sin empleo y por tal motivo requieran realizar un control exhaustivo en sus gastos.

Así mismo, en las empresas del cantón de Corredores sus clientes mantuvieron una muy baja frecuencia al solicitar un aumento en el plazo del crédito 23,60%, además presentaron un bajo grado de frecuencia al solicitar arreglos de pago 25,80%, cancelación de pedidos y solicitud de descuentos 39,20%, por lo tanto, se denotó que la economía de las personas de dicho cantón no presentaba muchas dificultades y podían ejecutar el pago de sus pedidos.

Seguidamente, es importante destacar que los clientes de las empresas del cantón de Coto Brus indicaron una muy alta frecuencia al realizar ventas por internet 100% y la solicitud de envíos de los productos 80%, situación que va ligada al confinamiento que ha provocado la pandemia por lo que muchos clientes han perdido el temor al comenzando a realizar compras online, beneficiando en consecuencia al sector de consumo.

Por otro lado, los clientes de las empresas ubicadas en el cantón de Golfito presentaron un alto grado de frecuencia en dos distintas variables consultadas a sus administradores, afirmando la preocupación con relación a nuevos clientes 61,00% y solicitud de envíos de productos 51,80%, comportamiento que va ligado a la incertidumbre en la duración de la pandemia por lo que las empresas requieren satisfacer las necesidades de la sociedad implementado estrategias para garantizar el crecimiento de clientes a futuro.

Posteriormente, los clientes de las empresas del cantón de Osa indicaron una baja frecuencia en relación al aumento en el plazo del crédito 46% y realizar ventas por internet 49%, mientras que para las demás variables consultadas manifestaron un alto grado de frecuencia en un rango de promedios entre un 52% a 75%.

Y, por último, en las empresas situadas en el cantón de Pérez Zeledón los clientes demostraron solicitar arreglos de pagos 44,80%, incorporación de catálogos de productos 46% aumento en el plazo del crédito 47%, cancelación de pedidos 48% y ventas por internet 49,40%, reflejando un bajo grado de frecuencia, fenómeno que se vincula a una de las tantas consecuencias originadas a raíz de la pandemia como es el faltante de dinero para hacer frente a sus obligaciones.

Posteriormente, en la siguiente Tabla se muestra el comportamiento que presentaron los clientes de los comercios de la región Brunca, en relación a las diferentes situaciones a mencionar, basados en un análisis realizado por el tamaño de las empresas.

Tabla 29

Grado de frecuencia de las siguientes situaciones con respecto a sus clientes debido al COVID-19, según tamaño de empresas.

Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana empresa	Micro empresa	Pequeña empresa
Solicitud de arreglos de pago	39,60%	49,20%	37,60%	41,60%	45,00%
Aumento en el plazo del crédito	41,40%	43,00%	35,00%	42,40%	40,00%
Cancelación de pedidos	46,40%	38,40%	40,00%	48,00%	35,00%
Nuevos clientes	61,20%	57,00%	85,00%	64,80%	77,60%
Solicitud de descuentos	49,60%	58,40%	65,00%	62,40%	60,00%
Pérdida de clientes	52,40%	53,80%	47,60%	56,00%	42,60%
Solicitud de envíos de productos	51,20%	60,00%	65,00%	60,00%	67,60%
Incorporación de catálogos de productos	37,40%	44,60%	50,00%	50,60%	57,60%
Ventas por internet	38,80%	46,20%	55,00%	50,80%	50,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 29, en la cual se estudió el grado de frecuencia de distintas acciones que presentaron los clientes debido a la crisis sanitaria según el tamaño de empresas, de manera que las emprendedoras indicaron un alto grado de frecuencia en tres diferentes variables: nuevos clientes 61,20%, pérdida de clientes 52,40% y solicitud de envíos de productos 51,20%, comportamiento que se asocia a causa del confinamiento que provocó la pandemia en donde los negocios tuvieron que realizar esfuerzos para adaptarse a las tendencias del mercado, agilizar procesos y nuevos mecanismos para mantener o ganar clientes a futuro, en donde les permitiesen a los consumidores realizar sus compras desde la comodidad de su casa.

Por su parte, los clientes de las grandes empresas manifestaron una alta frecuencia con respecto a la solicitud de envíos de productos 60%, solicitud de descuentos 58,40%, nuevos clientes 57%, pérdida de clientes 53,80%, además reflejaron un bajo grado de frecuencia a

presentar cancelación de productos, aumento en el plazo del crédito, incorporación de nuevos productos, ventas por internet y solitud de arreglos de pago entre un rango de promedios desde 38,40% a 49,20% respectivamente.

Seguidamente, las medianas empresas indicaron un muy alto grado de frecuencia con respecto a nuevos clientes 85%, situación que debido al confinamiento y restricciones sanitarias implementadas por el Gobierno muchos establecimientos se vieron obligados a cerrar sus puertas, sin embargo, el consumo de la sociedad se mantuvo, por lo que tuvieron la necesidad de asistir a otros negocios a realizar sus compras.

Posteriormente, en las micro empresas presentaron una alta frecuencia de acuerdo a la incorporación de catálogos de productos, ventas por internet, pérdida de clientes, solicitud de envíos de productos, solicitud de descuentos y nuevos clientes con promedios que oscilan entre un 50,60% a 64,80%, lo que mostro que durante la crisis sanitaria la forma de consumo por parte de la sociedad cambio, desde perder el miedo a comprar me manera online, donde sus pedidos llegaran hasta la comodidad del hogar a recurrir a nuevos establecimientos cercanos para satisfacer sus necesidades.

Y, por último, en las pequeñas empresas reflejaron un muy alto grado con relación a la presencia de nuevos clientes 77,60%, indicando que a pesar de su estructura mantuvieron la capacidad en productos suficientes para suplir la necesidad o consumo de la sociedad.

4.4.2. Acciones de innovación emprendidas por las empresas del sector comercio de la región Brunca, producto de la pandemia del COVID-19.

La pandemia vivida en el mundo cambio las formas de trabajar de las empresas, creando o utilizando métodos innovadores para acciones determinadas, de acuerdo con esto, se buscó conocer mediante la aplicación de la encuesta, cuál fue el grado de implementación en algunos aspectos específicos, misma que arrojó los siguientes datos:

Tabla 30*Acciones innovadoras implementadas por el sector comercio*

Acciones Implementadas	Promedio
E-mail o mensajería instantánea para comunicarse con clientes y proveedores	59,80%
Página web	33,60%
Presencia activa en redes sociales	53,20%
Programas CRM para la gestión de clientes	18,80%
Web con chatbot (ordenador que conversa con los clientes)	6,40%
Lectores de código de barras	45,00%
Lectores de código QR	37,20%
Aplicaciones para video conferencias	24,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con respecto a la Tabla 30, donde se analizó las distintas acciones innovadoras implementadas por las empresas del sector comercio situadas en la Región Brunca, afirmando que entre las más utilizadas se situaron el E-mail o mensajería instantánea para comunicarse con clientes y proveedores 59,80%, presencia activa en redes sociales 53,20%, reflejando un alto grado de implementación, destacando que la mayoría de empresas cuentan con su página de red social y en tiempo de la crisis sanitaria observaron la oportunidad de ofrecer y coordinar la llegada de los productos a sus clientes mediante estas plataformas, a razón de que el acceso a los establecimientos en dicho período era restringido.

Así mismo, se logró observar que las empresas del sector comercio durante la crisis sanitaria indicaron un bajo grado de implementación de página Web 33,60%, lectores de código QR 37,20% y lectores de código de barras 45%, sin embargo, a pesar de las consecuencias y difíciles situaciones producto de la pandemia, los establecimientos realizaron el esfuerzo pertinente al implementar o mantener ciertos mecanismos o plataformas con el afán de llevar a cabo sus operaciones con normalidad pero siempre ofreciendo a sus clientes un servicio de calidad.

Por otro lado, entre las acciones con una muy baja implementación se indicó Web con chatbot (ordenador que conversa con los clientes), aplicaciones para video conferencias y programas CRM para la gestión de clientes con promedios que oscilan desde un 6,40% a 24,60% reflejando de esta manera un muy bajo grado de implementación.

Tabla 31

Acciones innovadoras implementadas por el sector comercio según tamaño de empresa

Acción implementada / Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro	Pequeña empresa
E-mail o mensajería instantánea para comunicarse con clientes y proveedores	50,20%	90,80%	75,00%	60,80%	80,00%
Página web	17,20%	83,00%	77,60%	37,60%	37,60%
Presencia activa en redes sociales	40,00%	81,60%	90,00%	57,40%	60,00%
Programas CRM para la gestión de clientes	10,80%	50,80%	45,00%	18,60%	27,60%
Web con chatbot	11,20%	20,00%	2,60%	9,40%	7,60%
Lectores de código de barras	35,20%	72,40%	70,00%	46,40%	65,00%
Lectores de código QR	27,60%	77,00%	62,60%	36,60%	55,00%
Aplicaciones para video conferencias	15,20%	78,40%	50,00%	22,40%	37,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Con relación a la Tabla 31, en la cual se analizó el grado de implementación de acciones innovadoras por parte de las empresas del sector comercio según su tamaño, afirmando las emprendedoras un muy bajo y bajo grado implementación con relación a programas CRM para la gestión de clientes, Web con chatbot, aplicaciones para videoconferencias, página Web, lectores de código QR, lectores de código de barras y presencia activa en redes sociales entre rangos de promedios desde un 10,80% a 40% respectivamente, demostrando que de acuerdo a su estructura una limitante por el faltante de recursos económicos en estos establecimientos en medio de la crisis fue la posibilidad de invertir en estas herramientas con tal ofrecer facilidades a sus consumidores.

Así mismo, las grandes empresas indicaron una muy alta implementación en las distintas acciones innovadoras, desde lectores de código QR 77%, aplicaciones para videoconferencias 78,40%, presencia activa en redes sociales 81,60%, página Web 83% y E-mail o mensajería instantánea para comunicarse con clientes y proveedores 90,80%, comportamiento que se asocia a la facilidad de contar con herramientas avanzadas en tecnología por su tamaño y tránsito de consumidores, reflejando así un muy alto grado de implementación.

Por otro lado, las medianas empresas presentaron un muy alto de implementación en dos diferentes variables: la página Web 77,60% y una presencia activa en redes sociales 90%, lo contrario indicaron con respecto a la implementación de Web con chatbot 2,60% manifestando un muy bajo grado de implementación, es decir, en términos generales la mayoría de los dueños de los establecimientos del sector comercio no tienen un conocimiento tan avanzado con la variable consultada, una medida que podría ayudar a mejorar una atención más eficaz sobre dudas de clientes.

Posteriormente, las micro empresas manifestaron un muy bajo y bajo grado de implementación de acciones innovadoras como lo son la Web con chatbot, programas CRM para la gestión de clientes, aplicaciones para videoconferencias, Lectores de código QR, página Web y lectores de código de barras con promedios que oscilan entre un 9,40% a 46,40%, mientras que para las demás variables consultadas los empresarios afirmaron un alto grado de implementación.

Y por último, en las pequeñas empresas presentaron un muy alto grado de implementación con respecto a la acción innovadora de E-mail o mensajería instantánea para comunicarse con clientes y proveedores 80%, además de indicar una alta implementación en presencia activa en redes sociales 60%, lectores de código de barras 65% demostrando que en medio de la pandemia y restricciones impuestas por el Gobierno fueron las medidas que mayoritariamente usaron y que les generó buenos resultados a pesar de su estructura.

4.5. Percepción de los empresarios del sector comercio de la región Brunca sobre las acciones de reactivación que ha implementado el gobierno para mitigar los efectos ocasionados por la Crisis del COVID-19

En este apartado se exponen los resultados referentes a la percepción que tienen los empresarios del sector comercio de la región Brunca, sobre las acciones de reactivación

económica que se han impulsado desde el gobierno para mitigar los efectos ocasionados por la pandemia del COVID-19.

Tabla 32

Grado de Percepción por parte del Estado frente al apoyo brindado a los comercios de la Zona Sur para enfrentar la crisis

Percepción / Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
El estado le ha brindado asesoría y apoyo para enfrentar la crisis	33,40%	37,80%	80,00%	41,80%	38,00%	40,40%
El Estado ha implementado acciones concretas para apoyar al sector durante la crisis	46,60%	36,40%	53,40%	41,00%	37,00%	39,60%
Se percibe un interés genuino por parte del Estado por ayudar al sector a superar la crisis	36,60%	32,20%	46,60%	36,40%	39,00%	42,00%
Ha recibido apoyo de organizaciones no gubernamentales para superar la crisis	36,60%	31,40%	20,00%	41,00%	33,00%	41,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

Según la tabla 32, la cual muestra la percepción de los empresarios según el apoyo brindado por parte del estado se puede observar que los empresarios de los cantones de Buenos Aires, Corredores, Golfito, Osa y Pérez Zeledón acusaron haber tenido una baja percepción en cuanto a que el estado haya brindado asesorías para enfrentar la crisis, por otro lado, el cantón de Coto Brus 80% al contrario afirma un muy alto grado de percepción en cuanto a este apartado.

Otro rubro importante para considerar es referente a la implementación de acciones concretas por parte del Estado para apoyar al sector comercio durante la crisis, en este apartado los empresarios del cantón de Coto Brus afirmaron un alto grado de percepción, sin embargo, los restantes empresarios de los otros cantones consideraron un grado de percepción bajo.

También se analizó el grado de percepción de los empresarios en cuanto a si percibían un interés genuino por parte del estado por ayudar al sector a superar la crisis, en donde se denota la generalidad de un bajo grado de percepción por parte de todos los cantones analizados.

Por último, se consultó a los empresarios sobre si habían recibido apoyo de organizaciones no gubernamentales para superar la crisis, en donde los empresarios de los cantones de Buenos Aires 36,60%, Corredores 31,40%, Golfito 41%, Osa 33% y Pérez Zeledón 41%, afirmaron un bajo grado de percepción, por su parte el cantón de Coto Brus 20 % resultó con un muy bajo grado de percepción en cuanto a este rubro.

Tabla 33

Grado de Percepción del sector comercio de la zona sur con respecto a las medidas de reactivación económicas establecidas por el gobierno de la República

Percepción / Cantón	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Financiamiento	46,60%	50,00%	73,40%	69,00%	32,00%	41,20%
Políticas de empleo	26,60%	58,60%	60,00%	69,00%	29,00%	42,60%
Reapertura económica	33,40%	67,80%	66,60%	88,20%	42,00%	46,80%
Agilización de trámites	33,40%	62,20%	86,60%	89,00%	36,00%	42,80%
Tributación	33,40%	53,60%	73,40%	85,40%	33,00%	42,00%
Obligaciones Patronales	30,00%	65,00%	80,00%	83,60%	35,00%	50,60%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

De acuerdo con la Tabla 33, se analizó la percepción con respecto a las medidas de reactivación económicas establecidas por el gobierno de la República, obteniendo los siguientes resultados:

Referente a la variable de financiamiento se puede afirmar un bajo grado de percepción para los cantones de Buenos Aires 46,60%, Corredores 50%, Osa 32% y Pérez Zeledón 41,20%, al contrario, los cantones de Coto Brus 73,40% y Golfito 69% afirmaron tener altas referencias en cuanto a la aplicación de financiamiento por parte del estado como medio de reactivación económica.

Con respecto al rubro de políticas de empleo, se observa que en los cantones de Buenos Aires 26,60%, Osa 29% y Pérez Zeledón 42,60% los empresarios aseveraron un grado de percepción bajo en cuanto a este apartado, caso contrario en los cantones de Corredores 58,60, Coto Brus 60% y Golfito 69% en donde los empresarios consideran un alto grado de percepción.

También se analizó el grado de percepción para con la reapertura económica, en donde resultó un bajo grado de percepción en los cantones de Buenos Aires 33,40%, Osa 42% y Pérez Zeledón 46,80%, mientras que en los cantones de Corredores 67,80% y Coto Brus 66,60% el grado de percepción fue alto, por último, el cantón de Golfito presenta un muy alto grado de percepción en cuanto al tema de reapertura económica.

Otro aspecto que se estudio fue el referente a la agilización de los tramites, para este apartado los cantones de Buenos Aires, Osa y Pérez Zeledón nuevamente denotaron un bajo grado de percepción, el cantón de Corredores presentó un alto grado de percepción y los cantones de Coto Brus y Golfito exhibieron un muy alto grado de percepción en cuanto al tema de agilización de trámites.

En relación con la tributación se obtuvo como resultado que en los cantones de Buenos Aires, Osa y Pérez Zeledón nuevamente tienen un comportamiento similar a los dos rubros anteriores, afirmando un bajo grado de acuerdo, por otro lado, los cantones de Corredores y Coto Brus obtuvieron un alto grado de percepción y el cantón de Golfito denoto un muy alto grado de percepción.

Por último, en cuanto a las obligaciones patronales, se puede observar en la tabla 33, un bajo grado de percepción en los cantones de Buenos Aires 30% y Osa 35%, en cambio, los cantones de Corredores 65% y Pérez Zeledón 50,60% afirmaron tener un alto grado de percepción en relación con este apartado y para finalizar con un muy alto grado de percepción se encuentran los cantones de Coto Brus 80% y Golfito 83,60%, estos cantones fueron los que mejor grado de percepción mostraron en relación al rubro de obligaciones patronales.

Tabla 34

El grado de influencia de las siguientes acciones para reactivar la economía por cantón de la región Brunca.

Cantón	Buenos Aires		Coto Brus		Osa	Pérez Zeledón
	Aires	Corredores	Brus	Golfito		
Mantener la disminución en el pago de cargas sociales	63,40%	75,80%	66,60%	86,40%	64,00%	61,20%
Reducción del pago del marchamo	76,60%	92,20%	66,60%	94,60%	73,00%	65,20%
Reducción de las tarifas de servicios públicos	76,60%	95,00%	73,40%	90,00%	69,00%	59,20%
Reducción en el I.VA.	80,00%	93,60%	73,40%	91,80%	66,00%	63,20%
Reducción en el pago de alquileres	90,00%	92,20%	73,40%	85,40%	68,00%	60,60%
Readecuación o flexibilidad en el pago de deudas	70,00%	78,60%	53,40%	82,80%	66,00%	62,60%
Disminución de las tasas de interés	80,00%	91,40%	46,60%	94,60%	73,00%	64,80%
Ayuda financiera no reembolsable	60,00%	80,00%	53,40%	70,00%	61,00%	59,60%
Plataforma de comercio electrónico	66,60%	82,80%	46,60%	76,40%	66,00%	62,60%
Proyecto de ley de jornadas flexibles	56,60%	79,20%	53,40%	67,20%	68,00%	59,40%

Nota. Elaboración propia, según datos del cuestionario aplicado a los empresarios de la región Brunca.

Dentro de la investigación también se les consultó a los empresarios el grado de influencia de distintas acciones como medio para reactivar la economía, en donde la generalidad detectada es que en su mayoría los empresarios de los distintos cantones consideran que las acciones implementadas tuvieron un alto o muy alto grado de influencia como medio de reactivación económica, a excepción de dos puntos específicos con los empresarios del cantón de Coto Brus, ya que los empresarios de este cantón consideran que la disminución de las tasas de interés y las plataformas de comercio electrónico, tuvieron una baja influencia para el objetivo de dinamizar nuevamente la economía del país.

Tabla 35

El grado de influencia de las siguientes acciones para reactivar la economía por tipo de empresa de la región Brunca.

Tamaño	Emprendedor	Grande	Mediana	Micro	Pequeña
Mantener la disminución en el pago de cargas sociales	65,40%	83,00%	62,60%	64,20%	77,60%
Reducción del pago del marchamo	74,60%	84,60%	82,60%	68,60%	82,60%
Reducción de las tarifas de servicios públicos	69,60%	75,40%	82,60%	64,80%	90,00%
Reducción en el I.V.A.	73,00%	83,00%	62,60%	67,60%	85,00%
Reducción en el pago de alquileres	72,20%	80,00%	65,00%	65,20%	75,00%
Readecuación o flexibilidad en el pago de deudas	69,20%	72,40%	80,00%	64,00%	65,00%
Disminución de las tasas de interés	73,40%	92,40%	82,60%	68,00%	75,00%
Ayuda financiera no reembolsable	66,20%	61,60%	60,00%	62,00%	60,00%
Plataforma de comercio electrónico	68,00%	81,60%	82,60%	62,40%	72,60%
Proyecto de ley de jornadas flexibles	63,60%	73,80%	57,60%	62,20%	70,00%

Nota. Elaboración propia, basada en los datos recolectados de la encuesta.

De acuerdo con la tabla 35, la cual demuestra el grado de influencia según el tamaño de empresa, de distintas acciones implementadas como medio para reactivar la economía, se puede observar que en su totalidad los empresarios consideran que las acciones tuvieron un alto o muy alto grado para la dinamización de la economía.

Para los emprendedores el punto de mayor influencia fue la reducción del pago del marchamo 74,60% considerando un alto grado de influencia, por otra parte, las empresas de tamaño grande apuntan a que la disminución de las tasas de interés fue el aspecto más determinante con un muy alto grado de influencia. Las empresas medianas afirman que los puntos más determinantes para reactivar la economía fueron: la reducción del pago del marchamo, la reducción en las tarifas de servicios públicos, la disminución de tasas de interés y las plataformas de comercio electrónicos. Por otra parte, las empresas pequeñas consideran que la reducción del marchamo fue el rubro de mayor influencia y por último las pequeñas

empresas, afirman la reducción de las tarifas de servicios públicos como un aspecto de muy alta influencia en la reactivación económica.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos por la investigación, sobre los efectos del COVID19 en los comercios del sector comercio, de la Región Brunca en el 2021, se proporcionan las siguientes conclusiones:

- En conclusión, se demuestra que desde la institucionalidad pública se han emprendido diversas acciones para apoyar a las empresas del sector Comercio de la región Brunca, propiamente el Ministerio de Salud realizó una serie de medidas para contrarrestar el contagio del virus en los negocios del sector comercio y con esto lograr que los negocios se pudiesen adaptarse al entorno y seguir con sus labores diarias, mitigando el impacto de la crisis. Según la evaluación realizada por cantón, se observa que la mayoría de estas acciones fueron implementadas de manera generalizada. Sin embargo, cabe resaltar que la toma de temperatura fue la acción que más dificultad de implementación presentó en la mayoría de los cantones, donde únicamente Buenos Aires y Corredores alcanzaron un alto grado de cumplimiento.
- También se logra evidenciar que la acción del uso de equipo de protección para ingresar a los locales, como mascarillas y caretas, fue ampliamente acatada por todas las empresas de los cantones de la región Brunca, sin importar su tamaño, esto implica el compromiso tanto, de clientes como dueños del establecimiento en respetar las medidas de seguridad y protección planteadas desde la institucionalidad pública. Otro dato que se logra comprobar es que tanto las pequeñas, medianas y grandes empresas demostraron un alto grado de implementación en todas las variables estudiadas, algunas incluso alcanzando un nivel muy alto, resaltando que, con un poco de esfuerzo, las distintas empresas pueden adaptarse a entornos difíciles y seguir su operación.
- El surgimiento de la pandemia sin duda alguna pone de manifiesto la necesidad de trabajar en torno a poder crear, mejorar o adaptar estrategias para fortalecer el grado de reacción de las empresas en situaciones adversas, como la vivida a raíz de la aparición de la pandemia y de esta manera garantizar la continuidad de sus operaciones en situaciones desafiantes.

- Tras el análisis realizado a las empresas, podemos deducir un impacto significativo en las actividades financieras y estratégicas de las empresas del sector comercio en la región Brunca, en donde se observa que la mayoría de los cantones de la región experimentaron un alto impacto, en cuanto a los ingresos y rentabilidad debido a la implementación de medidas sanitarias y la crisis económica generada por la pandemia, provocando esto a su vez repercusiones en la liquidez e inversiones proyectadas.
- Además se concluye que las empresas del sector comercio en la región Brunca han implementado estrategias empresariales para enfrentar la crisis del COVID-19, especialmente enfocadas en el uso de medios digitales y ventas en línea, donde se destacan las empresas grandes y medianas en cuanto al uso de redes sociales, correos electrónicos y medios sociales, convirtiéndose esto en una herramienta fundamental para mantener la comunicación con los clientes y adaptarse a las restricciones impuestas por la pandemia. Por otro lado, se demuestra que los emprendedores fueron las que presentaron el menor grado de implementación en la aplicación de distintas estrategias empresariales durante la crisis, lo que sugiere que, a mayor estabilidad, mayor facilidad para implementar las estrategias empresariales.
- Tras el análisis de la afectación y el empleo también podemos deducir, que los cantones de Coto Brus, Osa y Pérez Zeledón enfrentaron un alto impacto en términos de empleo, lo que indica que las empresas de estas zonas enfrentaron mayores desafíos para mantener a su personal durante la crisis, a su vez, la escasez de insumos y materias primas afectó en gran cuantía a los cantones de Coto Brus, Osa, Golfito y Pérez Zeledón, en cuanto a la renegociación de precios, plazos y tiempos de entrega, se denotan altas dificultades en los cantones de Buenos Aires, Coto Brus, Osa y Pérez Zeledón, en general, los datos de la encuesta resaltan la necesidad de implementar estrategias específicas para apoyar a las empresas en las áreas más afectadas por la crisis del COVID-19, especialmente en términos de empleo, abastecimiento de insumos y relaciones comerciales.
- A su vez se concluye que las distintas empresas del sector comercio de la región Brunca implementaron una serie de acciones para una efectiva comunicación con sus proveedores, reflejando los cantones de Coto Brus, Buenos Aires y Osa una alta frecuencia en cuanto a realizar los pedidos por medio del internet, para lo cual utilizaron las herramientas del correo electrónico, WhatsApp y catálogos de productos

en línea. Por otro lado, se manifestó una baja frecuencia en dichos mecanismos para las empresas ubicadas en los cantones de Corredores y Golfito.

- Así mismo, se logra evidenciar en cuanto a la relación comercial de los distintos tipos de empresas según su tamaño con los clientes, que estos en su mayoría con el afán de mitigar los efectos directos provocados por la crisis sanitaria, buscaron medios de alivio económico mediante la solicitud de descuentos y solicitud de los pedidos a sus hogares. También, se logra demostrar que el aumento en el plazo de créditos y la solicitud en arreglos de pago, no fueron argumentos importantes a tratar por partes de los clientes. Por último, pese a vivir la crisis del COVID-19, los empresarios de los diferentes tipos de empresas indicaron haber crecido en cuanto a la generación de nuevos clientes.
- Con relación a la variable de percepción se concluye, que los empresarios de las empresas del sector comercio afirmaron una influencia positiva en cuanto a las medidas de alivio fiscal, reducción de cargas sociales, disminución en el pago del marchamo y reducción en las tarifas por concepto de servicios públicos como medios para la reactivación económica del país. También, los empresarios vieron de manera positiva la implementación de medidas de apoyo financiero con el objetivo de equilibrar sus compromisos bancarios y de esta manera contribuir a la recuperación económica.
- Por último, en general la mayoría de los empresarios mostraron un descontento ante la falta de asesoría, acompañamiento e interés hacia sus negocios como parte del apoyo mostrado por el Estado, situación que, medio de la crisis sanitaria repercutió en gran magnitud el desarrollo de las operaciones de las empresas viéndose sus finanzas afectadas provocando esto que los empresarios percibieran que el Gobierno no presentó acciones concretas para apoyar este sector durante la pandemia.

5.2. Recomendaciones

A partir de las conclusiones derivadas a raíz de la investigación realizada sobre los efectos del COVID19 en las empresas del sector comercio de la Región Brunca, se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las distintas instituciones gubernamentales presentes en la región Brunca, a ejecutar un análisis profundo sobre el estado en la cual se encuentran las empresas con relación a diferentes variables y que acorde a ello se creen e implementen medidas estrategias de comercialización para salvaguardar las necesidades en la sociedad.
- Además que se impartan capacitaciones por parte de las instituciones gubernamentales generando una participación más activa hacia las empresas del sector comercio, con el propósito de orientar a los empresarios a utilizar en mayor medida distintas herramientas o medios tecnológicas, por lo que se recomienda que exista compromiso en hacer uso de las plataformas con la finalidad de que contribuyan a posicionar los productos en el mercado, generando aumentos en los ingresos por ventas en los establecimientos.
- Así mismo, se plantea a los empresarios del sector comercio en la región Brunca que aumenten el uso de los medios tecnológicos o virtuales en la cual los clientes de los negocios tengan a mano la oportunidad de realizar sus pedidos desde el lugar en donde se encuentren y a su vez, se les brinden las facilidades para ejecutar las entregas a domicilio para quien así lo requiera en un tiempo óptimo, promoviendo de esta manera un crecimiento en el nivel de ventas y a la misma vez ingresos a las empresas.
- Instar a las instituciones del sistema financiero a asesorar a las empresas del sector comercio de la región Brunca, con lo cual les ayuden a identificar estrategias financieras para gestionar las finanzas de manera eficiente y eficaz durante una crisis. Así mismo, que el gobierno ofrezca accesos a créditos mediante tasas competitivas y accesibles para los comerciantes, en la cual brinden un asesoramiento oportuno donde exista una agilización de estos trámites.
- Se recomienda a los gobiernos locales estimular la generación de empleo, impulsando el desarrollo de nuevas ofertas de trabajo o el surgimiento de empresas. Para que esto se desarrolle, los entes gubernamentales deben ser flexibles en cuanto a los diferentes

requerimientos que se deben presentar para poder crear una empresa, sumado a esto se deben reducir los impuestos para que el inversionista pueda visualizar esa oportunidad de desarrollar sus negocios y generar fuentes de empleo activando la economía local.

- Se le recomienda al gobierno realizar un seguimiento sobre la percepción de los empresarios de la región brunca del sector comercio, con la finalidad de detectar que medidas fueron realmente aceptadas por estos, con el propósito de crear e implementar planes que se ajusten en mejor manera al entorno de la región.
- Desde el punto de vista educativo e informativo este tipo de investigación, muestra una serie de datos importantes para ser tomados en cuenta para futuros estudios, por lo cual sería sustancial y enriquecedor desarrollar informes que proporcionen referencias acerca de la recuperación económica de este sector sujeto a análisis, después de haber superado esta crisis sanitaria y que ha afectado a nivel internacional a los diferentes sectores participantes dentro del auge económico.

Referencias

- Aguilar, L. F. (2007). El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza. *Revista del clad Reforma y Democracia*, (39), 5-32.
- Aguilar, P. (2019). *La reactivación económica necesaria*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/cr/es/pages/risk/articles/2019-la-reactivacion-economica-necesaria.html>
- Alfaro, J. (2020, junio 18). *Deuda de Costa Rica alcanzaría un 74,5% del PIB en 2024, según proyecciones «positivas» de Hacienda*. Recuperado 13 de octubre de 2020, de Ameliarueda.com website: <https://www.ameliarueda.com/nota/deuda-publica-de-costa-rica-podria-alcanzar-un-74-del-pib-en-2024-proyecta>
- Alvarado, L. M. R. (2011). Aspectos teóricos y conceptuales acerca de la pobreza y desigualdad desde la perspectiva de los derechos: Una visión para el departamento de Boyacá. *Derecho y Realidad*, 9(18).
- Alvarez, H. F. (2008). La estructura de financiamiento y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas. *Un enfoque estratégico que puede explicar el crecimiento de las empresas*. *researchgate*, 24-26.
- Amilburu, M. (2003). *El sentido de la acción humana*.
- Arias Castilla, C. A. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes Pedagógicos*, 8(1), 14.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. 6ta. Edición. Fidas G. Arias Odón.
- Arrieta, E. (2020, enero 30). Costa Rica alcanzó el déficit fiscal más alto de los últimos 40 años. Recuperado 13 de octubre de 2020, de LaRepublica.Net website: <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-alcanzo-el-deficit-fiscal-mas-alto-de-los-ultimos-40-anos>
- Ballart, X. (2001). *Innovación en la gestión pública y en la empresa privada*. Ediciones Díaz de Santos.
- Banco Mundial. (2020, junio 8). La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial. Recuperado 25 de septiembre de 2020, de World Bank website: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/COVID-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>

- Bartley, S. H., Mercado, S. D., & Alcaraz, V. M. R. (1980). *Principios de percepción*. Mexico: Trillas.
- BBC, H. M. P. (2014, septiembre 6). *Lo que la industria aprendió de la Primera Guerra Mundial*. Recuperado 24 de septiembre de 2020, de BBC News Mundo website: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140904_economia_industria_primera_guerra_mundial_finde
- BBC News Mundo. (2020, abril 9). «La peor crisis financiera desde la Gran Depresión»: Las oscuras proyecciones del FMI sobre la economía mundial por los efectos del coronavirus. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52225918>
- Becker, J. (2009). Crisis financiera de Estados Unidos y sus impactos en el mundo. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 15(2), 123-126.
- Beldarraín Chaple, E., Cabrera, B., & Armenteros Vera, I. (2019). La gripe de 1918 en Cuba. *The 1918's influenza epidemic in Cuba.*, 45(4), 1-15.
- Beltrán Bustos, Á. T., Melchor Cardona, M., & Álvarez Cano, A. M. (2014). *Percepción de los usuarios sobre la Imagen Corporativa y su relación con la identidad institucional Caso de estudio: Centros Comerciales*. 142.
- Benedictow, O. J. (2011). *La peste negra (1346-1353): La historia completa* (J. L. Gil, Trad.).
- Birch, J. A. (2009). *Una revisión de las teorías sobre el origen y la evolución del Universo. Física, metafísica, ciencia ficción y (a)teología en la cosmología antigua y moderna*. Universidad Iberoamericana.
- Bisquerra, R., & Alzina, R. B. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Editorial La Muralla.
- Blanco, H. R. (2017). *Costa Rican financial system entities behavior during 2008 world economic crisis*. 14.
- Bola, M. R., Sen, A., Rica, C., Rica, C., Sociales, C., Acad, S., ... Rica, C. (2009). *1 La crisis y sus efectos en Costa Rica: A modo de conclusión de un Foro* ((. 1-10.
- Boza Cordero, R. (2016). Orígenes del VIH/SIDA. *Revista Clínica Escuela de Medicina UCR-HSJD*, 6(4). https://doi.org/10.15517/rc_ucr-hsjd.v6i4.26927
- Bree, P. (2018). *100 Conceptos de Innovación Empresarial*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Bueno, M. J. S. (2008). *El proceso innovador y tecnológico: Estrategias y apoyo público*. Netbiblo.

- Bush, L., & Perez, M. (2018, abril). *Peste y otras infecciones por Yersinia—Enfermedades infecciosas*. Recuperado 10 de octubre de 2020, de Manual MSD versión para profesionales website: <https://www.msdmanuals.com/es-cr/professional/enfermedades-infecciosas/bacilos-gramnegativos/peste-y-otras-infecciones-por-yersinia>
- Cajal, V. (2020). *Universo cuántico y sincronicidad: La visión antrópica. Coincidencias significativas. El inconsciente colectivo. El papel de las pandemias en el camino evolutivo humano*. Coltivare l'orto Editrice di Bruno Del Medico, 2020.
- Calderón, M. (2009). *Efectos sobre la economía costarricense durante el año 2008*. 22. Cámara de Comercio región Brunca de Costa Rica. (2020). Cámara de Comercio región Brunca de Costa Rica. Recuperado 7 de noviembre de 2020, de Cámara Brunca website: <http://www.camarabrunca.com/>
- Cárdenas, D. (2013, noviembre 7). *26 costarricenses muertos por la gripe AH1N1*. Recuperado 23 de septiembre de 2020, de LaRepublica.net website: https://www.larepublica.net/noticia/26_costarricenses_muertos_por_la_gripe_ah1n1
- Carterette, E. C., & Friedman, M. P. (1982). *Manual de percepción: Raíces históricas y filosóficas*. Mexico: Trillas.
- Castán, G. (2020). *LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDEA DE LA PESTE NEGRA (1348-1350) COMO CATASTROFE DEMOGRÁFICA EN LA HISTORIOG*. Place of publication not identified: EDICIONES UNIVERSIDAD DE.
- Castillo, J. A. L. (2014). *ARTÍCULO DE REVISIÓN*. 21.
- Castro, L. E. (2020). Medidas económicas adoptadas por el Gobierno Nacional para contrarrestar el impacto del COVID-19. *Boletín El Palmicultor*, (578 Abril), 18-20.
- Chavance, B. (2018). *La economía institucional*. Ciudad de México: FCE - Fondo de Cultura Económica.
- Chertorivski, S., Gonzáles, F. Miranda, F. (2012). Manual de Procedimientos Estandarizados para la Vigilancia Epidemiológica del VIH - SIDA. *Dirección General de Epidemiología*, 1-57. http://www.epidemiologia.salud.gob.mx/doctos/infoepid/vig_epid_manuales/20_2012_Manual_PatBucal_vFinal.pdf
- Cohen, E., & Franco, R. (2000). *Evaluación de proyectos sociales*. Siglo XXI.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020a). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19: Efectos económicos y sociales*. CEPAL.

- Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45337-america-latina-caribe-la-pandemia-COVID-19-efectos-economicos-sociales>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020b). *Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación*. CEPAL. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45445-dimensionar-efectos-COVID-19-pensar-la-reactivacion>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020c). *Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. CEPAL. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45602-informe-impacto-economico-america-latina-caribe-la-enfermedad-coronavirus-COVID>
- Cámara de Comercio de España. (s.f.). *Como ser competitivo*. Camara.es. Recuperado 12 de octubre de 2020, de Cámara de Comercio de España website: <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- Contreras, J. C. (2013). *EL SIGNIFICADO DE LA ACCIÓN (U OMISIÓN) DE LA PERSONA FÍSICA PARA LA RESPONSABILIDAD PENAL DE LA PERSONA JURÍDICA*. 25.
- Corbacho, A. L. (2011). Evolución del pensamiento estratégico en las relaciones internacionales. *Documentos de Trabajo*, (473-482), 1-45.
- Couceiro Domínguez, E. (2009). Gripe aviar, la pandemia narrada. Estructura y connotaciones socioculturales del imaginario narrativo y la intervención sobre crisis sanitarias mundiales. En Jornadas sobre Gestión de Crisis & J. de D. Ruano Gómez (Eds.), *Narrativas del riesgo y acciones de confianza*. A Coruña: Universidad da Coruña.
- Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva*. Madrid: Díaz de Santos, S.A. Recuperado de https://books.google.co.cr/books?id=6jNY9FcLGcoC&pg=PA353&dq=introduccion+a+la+organizacion+de+la+produccion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjN2N-il5_sAhUKxVkkHUHKDJAQ6AEwCHoECAyQA#v=onepage&q=introduccion%20a%20la%20organizacion%20de%20la%20produccion&f=false
- Dabat, A. (2009). *U CRISIS FINANCIERA EN ESTADOS UNIDOS Y SUS CONSECUENCIAS INTERNACIONALES*. 37.
- De Bialostozky, C. J. (1971). Conceptos y definiciones en relación con el empleo, el desempleo y el subempleo. *Demografía y economía*, 5(3), 269-286.

- De Castro Sánchez, C. (2009). *Seminario de gestión de crisis* (Instituto Universitario de Investigación sobre Seguridad Interior (IUISI), Ed.). MADRID.: Asociación Pro Huérfanos de la Guardia Civil (Imprenta-Escuela). Príncipe de Vergara, 248 – 28016.
- Deusto, E. (2006). *Desarrollar la gestión de la creatividad y de la innovación*. Grupo Planeta (GBS).
- Díaz, J. A. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: Retos y perspectivas. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48(1), 21-24.
- Dirección de Geología y Minas. (2020). *Regiones Mineras*. Recuperado 2 de noviembre de 2020, de http://www.geologia.go.cr/mineria/regiones_mineras/Brunca.aspx
- Durán Sánchez, M. F. (2005). *LA GRIPE ESPAÑOLA EN BOGOTÁ LA EPIDEMIA DE 1918* (Pontificia Universidad Javeriana). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/49032/La%20gripa%20espa%C3%B1ola%20en%20Bogot%C3%A1.%20La%20epidemia%20de%201918.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Escorsa, P., & Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Estévez Torreblanca, M. (2020, marzo 15). *Lo que la historia nos enseña sobre las consecuencias económicas de grandes epidemias como la peste*. Recuperado 24 de septiembre de 2020, de ElDiario.es website: https://www.eldiario.es/economia/historia-consecuencias-economicas-epidemias-historicas_1_1031167.html
- Estrada, M. F. (2020, abril 24). Economía de Costa Rica decrecerá un 3,6% en el 2020 debido al COVID-19, según Banco Central • Semanario Universidad. Recuperado 25 de septiembre de 2020, de <https://semanariouniversidad.com/ultima-hora/economia-de-costa-rica-decrecera-un-36-en-el-2020-debido-al-COVID-19-segun-banco-central/>
- Frutos, C. R. (2006). *Ruiz-Frutos, C., Salud laboral, 3a ed.* ©2006. Elsevier España.
- Fuente, F. V. de la. (1997). *Teoría general de la información*. Nóesis.
- Fuentes; Moreno, N. A. L. R. (2009). Eficacia de las políticas gubernamentales y de las remesas del exterior en la reactivación de las economías rurales en México. *Ra Ximhai* Vol. 5. Número 1, 19-28, 2009. Recuperado 4 de octubre de 2020, de https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/23651?fs_q=reactivaci%C3%B3n&prev=fs
- Galbraith, J. K., & Abad, Á. (2013). *El Crash de 1929*. Barcelona: Ariel.

- Gallego Lorenzo, J., Juncà Campdepadrós, M., & Universitat Oberta de Catalunya. (2009). *Fuentes de información*. Barcelona: UOC.
- García Márquez, F. P. (2013). *Dirección y gestión de la producción: Una aproximación mediante la simulación*. Barcelona: Marcombo.
- Gavilanes, R. V. (2009). Hacia una nueva definición del concepto “política pública”. *Desafíos*, 20, 149-187.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2013). *Principios de Administración Financiera / Principles of Financial Administration*. Pearson Education.
- González, C. C., & Calcetero, J. R. (2009). Evaluación de impacto social: Una estrategia de investigación para Trabajo Social. *Revista Tendencias & Retos*, (14), 43-57.
- González, R. B. (2005). Desarrollo Local y Representación: El Concepto de Crisis. *Diálogo Andino - Revista de Historia, Geografía y Cultura Andina*, (25), 53-76.
- Govea, M. M. G., Mojica, A. C. H., & Estrada, T. L. S. (2012). *ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN*. 13.
- Gudiño, R. (2020, noviembre 12). *Especialistas en economía se unen para presentar propuestas en reactivación, manejo de deuda y gastos*. Recuperado 4 de mayo de 2021, de <https://www.larepublica.net/noticia/especialistas-en-economia-se-unen-para-presentar-propuestas-en-reactivacion-manejo-de-deuda-y-gastos>
- Guerrero Dávila, G., & Guerrero Dávila, M. C. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/id/11038700>
- Gutiérrez-Gómez; Orenday; Gutiérrez-Gómez, V. M. M. E. A. (2009, agosto). *Influenza A (H1N1) 2009, epidemiología de la pandemia, valoración clínica y diagnóstico*. Recuperado 27 de septiembre de 2020, de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=22825>
- Guzmán, J., & Martínez, J. (2008). *TIPOLOGÍA DE LA INNOVACIÓN Y PERFILES EMPRESARIALES. UNA APLICACIÓN EMPÍRICA*. 20.
- Henao-Kaffure, L. (2009). *O conceito de pandemia: Debate e implicações sobre a pandemia de influenza de 2009*. 16.
- Hernández, C. V. (2009). *PROGRAMA DE MAESTRÍA EN INTEGRACIÓN MENCIÓN EN NEGOCIACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES*. 95.
- Hernández, J. (2006). BREVE HISTORIA DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL. En S. Rodríguez (Ed.), *Historias asombrosas de la segunda guerra mundial* (p. 55). Madrid: Ediciones Nowtilus.

- Hernández, M. A., Cantin Garcia, S., Lopez Abejon, N., & Rodriguez Zazo, M. (2010). Estudio de encuestas. *Estudio de Encuestas, 100*.
- Hernández, M. H. (2020). *Crisis estructural, desempleo y reinversión del trabajo frente a la COVID-19*.
- Hernández, R. A. (2020). *COVID-19 y América Latina y el Caribe: Los efectos económicos diferenciales en la región*. Recuperado de <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/43143>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed). México, D.F: McGraw-Hill.
- Herrero, J. (2001). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. Editorial Paraninfo.
- Hidalgo, A. (2020, noviembre 6). *Precio del dólar en Costa Rica sigue subiendo aunque participación del Central en el mercado cambiario disminuyó*. Recuperado 8 de noviembre de 2020, de El Financiero, Grupo Nación website: <https://www.elfinancierocr.com/finanzas/precio-del-dolar-en-costa-rica-sigue-subiendo/VVKVZLXLZRBSFLCKPUOTIFNGBY/story/>
- Hoyos, Ó. I. P. (2016). *Metodología para la elaboración de estudios de caso en responsabilidad social*. U. Externado de Colombia.
- Huremović, D. (2019). Brief History of Pandemics (Pandemics Throughout History). En D. Huremović (Ed.), *Psychiatry of Pandemics: A Mental Health Response to Infection Outbreak* (pp. 7-35). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15346-5_2
- IICA, I. I. de C. A. (1966). *Elaboración y presentación de proyectos de reasentamientos campesinos: Una metodología*. Bib. Orton IICA / CATIE.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). Estimaciones y Proyecciones de población | INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. Recuperado 27 de octubre de 2020, de <https://www.inec.cr/poblacion/estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion>
- Instituto Mexicano del Seguro Social. (2011). Prevención , Diagnóstico y Tratamiento de la Influenza A Guía de Referencia Rápida. *Imss, 13*, 1-22.
- Jahoda, M. (1987). *Empleo y desempleo, un análisis socio-psicológico*. Madrid: Morata.

- Jordà, Ò., Singh, S. R., & Taylor, A. M. (2020). *Longer-run Economic Consequences of Pandemics* (Working Paper N.º 26934). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w26934>
- Jordán, F., & Grupo Esquel (Eds.). (1989). *La Economía campesina: Crisis, reactivación y desarrollo* (1. ed). San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*. Fundación Telefónica.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kriesberg, M. (1974). *Mejoramiento de Los Sistemas de Comercialización en Los Países en Desarrollo*. IICA Biblioteca Venezuela.
- La Biblioteca de Hernán. (2019). *La economía institucional (Bernard Chavance)—La Biblioteca de Hernán*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=LaOP18FwvF8>
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación: A propósito de la falla tectónica de la Revolución Bolivariana*. Editorial Alfa.
- López-Quesada, A. (2018). *Estrategias de diferenciación. Desafío para un retail eficiente*. ESIC.
- Lüthy, I. A., Ritacco, V., & Kantor, I. N. (2018). *A CIEN AÑOS DE LA GRIPE “ESPAÑOLA”*. 6.
- Madrigal, M. L. (2020, septiembre 10). Tasa de desempleo llega a 24,4%, 557.000 costarricenses están sin trabajo en medio de la crisis del coronavirus—El Financiero. Recuperado 28 de septiembre de 2020, de <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/tasa-de-desempleo-llega-a-244-55700/W2OQNET7PBA5JNKGHFYMQTSM3I/story/>
- Martín Aceña, P., Palafox, J., & Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Eds.). (2011). *Pasado y presente: De la Gran Depresión del siglo XX a la Gran Recesión del siglo XXI; [dos jornadas de estudio ...celebrada en Madrid en octubre de 2009... en Valencia en mayo del 2010 ... organizadas por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas]* (1. ed). Bilbao: Fundación BBVA.
- Martínez, H. (2011). *Metodología de la investigación*. Mexico, México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V. Recuperado de <http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=4635079>

- Masís, P. S. (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), 103-116.
- Mazzini, J. J. B. (2013). *MANUAL DE DERECHO BANCARIO*. Legales Ediciones.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (1990). *Basic marketing: A managerial approach* (10th ed). Homewood, IL: Irwin.
- Melgarejo, L. M. V. (1994). *Sobre el concepto de percepción*. 8.
- Méndez Montero, A. (2020, abril 28). *Desempleo y reducción de ingresos agobian a costarricenses durante la crisis del COVID-19*. Recuperado 26 de septiembre de 2020, de Universidad de Costa Rica website:
<https://www.ucr.ac.cr/noticias/2020/04/28/desempleo-y-reduccion-de-ingresos-agobian-a-costarricenses-durante-la-crisis-del-COVID-19.html>
- Menéndez, A. (2009). *Derecho financiero y tributario*. Valladolid: Lex Nova.
- Mielgo, N. L., Peón, J. M. M., & Ordás, C. J. V. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Netbiblo.
- Ministerio de Asuntos Exteriores, & Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica. (1998). *Metodología de evaluación de la cooperación española*. 43.
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2014). *región Brunca Plan de desarrollo 2030*.
- Ministerio de, Planificación Nacional y Política Económica, & Ministerio de Planificacion Nacional y Politica Economica. (2017). *Manual de evaluación para intervenciones públicas*. Montes de Oca, Costa Rica: Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica.
- Ministerio de Salud. (2018, noviembre 28). *Plan Estratégico Nacional (PEN) en VIH y sida, 2016-2021*. Recuperado 23 de septiembre de 2020, de GCTH website:
<http://gcthsida.org/plan-estrategico-nacional-pen-en-vih-y-sida-2016-2021/>
- Molina, H., & Conca, F. J. (2000). *Innovación tecnológica y competitividad empresarial*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Monge-González, R., & Rodríguez-Álvarez, J. A. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pymes en Costa Rica*.
- Montero, J. (2020, mayo 7). *Esta era la cara del desempleo en Costa Rica antes del coronavirus*. Recuperado 13 de octubre de 2020, de El Financiero, Grupo Nación

- website: <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/esta-era-la-cara-del-desempleo-en-costa-rica-antes/POW2RUKRZVHANGLOORW34TBD4U/story/>
- Moñux, D. C., Aleixandre, G. M., Gómez, F. J. G., & González, L. J. M. (2004). *Evaluación del impacto social de proyectos de I+D+I: Guía práctica para centros tecnológicos*. Valladolid; Universidad de Valladolid: CARTIF ;
- Murillo Godínez, G. (2011). Recordando a la gripe española. *Medicina Interna de Mexico*, 27(5), 463-466.
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.
- Naranjo, M. L. (2009). Motivación: Perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153.
<https://doi.org/10.15517/revedu.v33i2.510>
- Navarro-Marí, J. M., Mayoral-Cortés, J. M., Pérez-Ruiz, M., Rodríguez-Baño, J., Carratalá, J., & Gallardo-García, V. (2010). Infección en humanos por virus de la gripe A(H1N1): Revisión al 30 de octubre de 2009. *Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica*, 28(7), 446-452. <https://doi.org/10.1016/j.eimc.2009.11.001>
- Neffa, J. C., Panigo, D. T., Pérez, P. E., & Persia, J. (2000). *Actividad, empleo y desempleo: Conceptos y definiciones*. Buenos Aires: Asociación Trabajo y Sociedad : Programa de Investigaciones Económicas sobre Tecnología, Trabajo y Empleo.
- Organización Internacional del Trabajo. (2012, junio 20). *Analizar el desempleo y el subempleo* [Artículo]. Recuperado 15 de abril de 2021, de http://www.ilo.org/global/topics/employment-intensive-investment/publications/WCMS_563303/lang--es/index.htm
- Organización Mundial del Trabajo. (2020). *XX COVID-19 y el Mundo del Trabajo: Punto de partida, respuesta y desafíos en Costa Rica*. 7.
- Organización Mundial de la Salud. (s. f.). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado 14 de noviembre de 2020, de <https://www.who.int/es>
- Organización Mundial del Comercio. (2020, abril 8). *Desplome del comercio ante la pandemia de COVID-19, que está perturbando la economía mundial*. Recuperado 28 de septiembre de 2020, de https://www.wto.org/spanish/news_s/pres20_s/pr855_s.htm
- Ortiz Ramírez, M. E. R. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos*. OmniaScience.

- Ozamiz, J. A. (2005). *El significado del trabajo en la sociedad informatizada reflexiones sobre la incidencia de la salud mental en las empresas del conocimiento*. Bilbao: Universidad de Deusto. Recuperado de <http://site.ebrary.com/id/10732464>
- Pachón, E., Acosta, F., & Milazo, M. (2002). *Economía y Política 1 Edición actualizada*. Editorial Norma.
- Pardo, M., & Buendía, M. P. (2002). *La evaluación del impacto ambiental y social para el siglo XXI: Teorías, procesos, metodología*. Editorial Fundamentos.
- Patronato Nacional de la Infancia. (2020). *Preguntas de personas menores de edad*. Patronato Nacional de la Infancia PANI Costa Rica. Recuperado 28 de octubre de 2020, de <https://pani.go.cr/preguntas-frecuentes/1298-preguntas-de-personas-menores-de-edad>
- Paz, J. G. (2019). ¿Cómo se llegó a la Segunda Guerra Mundial?: Del rearme secreto de la República de Weimar a la Alemania nazi. *MILITARY REVIEW*, 13.
- Pérez, A. (2006). ¿CURARSE EN SALUD? *Apostillas antropológicas sobre una comparación epidemiológica*. 19.
- Pérez, J. R. (1994). Primera Guerra Mundial (1914-1918). Consideraciones y antecedentes generales. Estructura operativa. *Revista Chilena de Humanidades*, (15), ág. 17-35.
- Pichardo, M. A. (1989). *Evaluación del impacto social: Una metodología alternativa para la evaluación de proyectos* (1. ed). San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Pons, M. (2010). *INSTITUCIONES DE DERECHO FINANCIERO*. 22.
- Prieto, Alda, B. (2010). CAPÍTULO CUARTO EMPRESA, INFLUENCIA EN SU ENTORNO Y CONFLICTOS ARMADOS. En Instituto Español de Estudios Estratégicos (Ed.), *Los actores no estatales y la seguridad internacional: Su papel en la resolución de conflictos y crisis* (pp. 177-205). Madrid: Ministerio de Defensa, Secretaría General Técnica.
- Publicacions de la Universitat Jaume I (Ed.). (2009). *Contabilidad financiera I*. Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Raya, V. R. (2014). *Gestión de Proyectos (GRADO SUPERIOR)*. Grupo Editorial RA-MA.
- Renouvin, P. (1995). *La Primera Guerra Mundial*. Vilassar de Mar: Oikos-tau.
- Requeijo, J. (2010). *Anatomía de las crisis financieras*. Madrid: McGraw-Hill.
- Roos, J. (2020). How plagues change the world. *New Statesman*, 149(5520), 24-28.
- Rosales Obando, J. (2000). *Elementos de micro economía*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

- Rosselli, D. (2020). *EPIDEMIOLOGÍA DE LAS PANDEMIAS*. 8.
- Ruiz Medina, M. Ii. (2011, marzo 25). *POLÍTICAS PÚBLICAS EN SALUD Y SU IMPACTO EN EL SEGURO POPULAR EN CULIACÁN, SINALOA, MÉXICO*. Recuperado 4 de febrero de 2021, de https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/fuentes_informacion.html
- Salinas Meruane, P., Music Cáceres, A., Calderón Carvajal, C., & Mayol Miranda, A. (Eds.). (2008). *Métodos de investigación social: Una aproximación desde las estrategias cuantitativas y cualitativas*. Antofagasta: Ed. Univ. Católica del Norte.
- Sánchez, H. (2005). *Historia universal*. México: Pearson Educación.
- Sánchez, L. (Ed.). (2012). *Geografía humana: Conceptos básicos y aplicaciones* (Primera edición). Bogotá D.C., Columbia: Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales-CESO, Departamento de Historia. Recuperado de <https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=5636590>
- Sepúlveda, I. (2006). *Gestión internacional de crisis*. Madrid: Instituto Universitario «General Gutiérrez Mellado» de Investigación sobre la Paz, la Seguridad y la Defensa.
- Silva, E. F. (1991). *Geografía de Costa Rica*. EUNED.
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (2020). Recuperado 2 de noviembre de 2020, de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=59729&nValor3=97717&strTipM=TC
- Solórzano Aveiga, K. L. (2018). La economía informal en zonas de influencia con financiamiento micro empresarial: Caso de estudio, El Carmen, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(5), 243-247.
- Stone, D. (2011). The Black Death and its Immediate Aftermath: Crisis and Change in the Fenland Economy, 1346–1353. En M. Bailey & S. Rigby (Eds.), *Town and Countryside in the Age of the Black Death* (pp. 213-244). Turnhout: Brepols Publishers. <https://doi.org/10.1484/M.TMC-EB.1.100562>
- Superintendencia de Pensiones, Costa Rica. (2020, octubre 1). *Trámites para pensionarse—SUPEN*. Recuperado 28 de octubre de 2020, de <https://www.supen.fi.cr/tramites-para-pensionarse>
- Tarodo, C., & Sánchez, Ó. (2012). *Gestión contable*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.

- Tassell, N. (2019, octubre 26). El Crack del 29: Cómo ocurrió la peor crisis en la historia de Wall Street hace 90 años. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50189619>
- Tokman, V. E. (1978). Las relaciones entre los sectores formal e informal. *Revista de la CEPAL*.
- Tomasi, D. S. N. (2020a). *HISTORIA DE LAS PANDEMIAS MUNDIALES Y LA ECONOMÍA*. 37.
- Tomasi, D. S. N. (2020b). *HISTORIA DE LAS PANDEMIAS MUNDIALES Y LA ECONOMÍA*. 37.
- Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*.
- Ulin, R. C. (1990). *Antropología y teoría social*. Siglo XXI.
- Urbano, D., Casero, J. C. D., & Mogollón, R. H. (2007). *La teoría económica institucional: El enfoque de North en el ámbito de la creación de empresas*. 35. Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, (8), 47-53.
- Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A. J., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A., & Leo-Amador, G. E. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15).
- Velarde Pastor, S. O. (2012). *Análisis del sistema financiero formal e informal como alternativa para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas: Caso Integración La Familia EIRL*.
- Vergara, N. (2012). *Marketing y comercialización internacional* (Primera edición). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Villegas, H. B. (1999). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario* (Séptima). Ediciones Depalma Buenos Aires.
- Viñas, V. E., & Ocampo Cobos, A. (2006). *Conceptos clave de seguimiento y evaluación de programas y proyectos. Breve guía*. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola.
- Virgili, A. (2012, agosto 17). La peste negra, la epidemia más mortífera. Recuperado 20 de septiembre de 2020, de [Historia.nationalgeographic.com.es](https://historia.nationalgeographic.com.es) website: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/peste-negra-epidemia-mas-mortifera_6280
- Yáñez, A. R., & Teruel, A. M. (1997). *Economía agraria*. EDITUM

Apéndices

Efectos directos e indirectos ocasionados por la pandemia del COVID-19 en las empresas del sector turismo.	Nombre de la mipyme	Consecutivo proceso				
<p>Buenos días/buenas tardes, Mi nombre es _____ estoy realizando una encuesta que es parte de una investigación para la tesis de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera de la Universidad Nacional, le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas que se relacionan con su ambiente de trabajo y actividades cotidianas en su jornada laboral. De antemano le agradecemos su sincera colaboración y se le garantiza que la información contenida en este cuestionario es confidencial y será utilizada para fines académicos.</p> <p>Cualquier duda o consulta puede comunicarse con _____ al siguiente número _____.</p>						
DATOS DEL ENTREVISTADOR						
Nombre del entrevistador:		Cód.:				
Fecha de la entrevista:		Hora inicio:				
Control de calidad de datos						
N.º de pregunta	Omisión	Inconsistencia	Doble marca	Mala redacción	Mal sondeo	Dato erróneo
Preg. N°						
Preg. N°						

MÓDULO: DATOS GENERALES

Favor completar los siguientes datos acerca del negocio:

D1 Nombre del negocio:

D2 Distrito donde se ubica la empresa:

D3 ¿En cuál de los siguientes cantones se encuentra su empresa?

Osa

Puerto Jiménez

Corredores

Golfito

Buenos Aires

Pérez Zeledón

D4 ¿Cuántos años posee la empresa?

Menos de 1 año

De 2 a 5 años

De 6 a 10 años

Más de 10 años

D5 ¿En cuál de las siguientes categorías se encuentra su empresa?

Emprendedor (solo el propietario)

Microempresa (10 colaboradores o menos)

Pequeña empresa (11 a 35 colaboradores)

Mediana empresa (36 a 100 colaboradores)

Grande (más de 100 colaboradores)

D6 ¿En cuál de los siguientes sectores económicos se encuentra su empresa?

Comercio

Manufactura.

Agrícola.

Pecuario.

D7 ¿Cuántos administradores o gerentes han tenido en la empresa en los últimos 5 años?

Uno

Dos

Tres

Más de tres

D8 ¿Cuál es el nivel académico de la persona a cargo de la empresa?

- Primaria incompleta
- Primaria completa
- Secundaria incompleta
- Secundaria completa
- Universitaria incompleta
- Universitaria completa

D9 ¿Cuál es su puesto en la empresa?

- Propietario
- Gerente / Administrador
- Otro. Especifique:

MÓDULO 1: ACCIONES

Favor indique el grado de implementación por parte de esta empresa para cada una de las siguientes acciones impuestas por el Ministerio de Salud para evitar el contagio del COVID-19.

	No lo ha implementado	Poca implementación				Completamente implementado
1.1 Toma de temperatura	0	1	2	3	4	5
1.2 Mayor limpieza de las áreas	0	1	2	3	4	5
1.3 Equipo de protección para ingresar a local (mascarillas, caretas)	0	1	2	3	4	5
1.4 Reducción porcentual de la capacidad	0	1	2	3	4	5
1.5 Rotulación e indicaciones de prevención	0	1	2	3	4	5
1.6 Colocación de alcohol en gel en lugares con mayor afluencia	0	1	2	3	4	5
1.7 Distanciamiento de 1.8 metros por persona	0	1	2	3	4	5

MÓDULO 2: EFECTOS

Favor indicarme su grado de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre los efectos inmediatos originados por la pandemia del COVID-19.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2.1 Faltante de efectivo para mantener las operaciones y personal.	1	2	3	4	5
2.2 Ausencia de trabajadores por estar en cuarentena o enfermos.	1	2	3	4	5
2.3 Escases de insumos y materias primas.	1	2	3	4	5
2.4 Aumento en los precios de insumos y materias primas.	1	2	3	4	5
2.5 Proveedores con dificultades para entregar materias primas e insumos.	1	2	3	4	5
2.6 Baja en la demanda de productos	1	2	3	4	5
2.7 Aumento en la demanda de productos	1	2	3	4	5

2.8 ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor el comportamiento de su negocio duran la crisis sanitaria?

No cerró el negocio.

Cerró el negocio por menos de 2 meses

Cerró el negocio de 2 a 3 meses

Cerró el negocio de 4 a 6 meses

Cerró el negocio de 7 a 10 meses

MÓDULO 3: IMPACTO

Indique como ha impactado la actual CRISIS COVID-19 a su empresa en los siguientes aspectos:

	No impactó	Muy poco impacto	Poco impacto	Impacto moderado	Alto impacto	Muy alto impacto
3.1 Nivel de ingresos	0	1	2	3	4	5
3.2 Nivel de rentabilidad	0	1	2	3	4	5
3.3 Nivel de liquidez	0	1	2	3	4	5
3.4 Inversiones	0	1	2	3	4	5
3.5 Puntualidad con los pagos a proveedores y entidades financieras	0	1	2	3	4	5
3.6 Cantidad de personal	0	1	2	3	4	5
3.7 La forma en que fijan los precios.	0	1	2	3	4	5

MÓDULO 4: FINANZAS

4.1 Para el año 2020, producto de la crisis por la COVID-19 ¿Qué porcentaje de reducción en sus ingresos presentó la empresa?

0% 20% 40% 60% 80% 100%

Favor indicarme su grado de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre las negociaciones realizadas por la empresa como consecuencia de la crisis sanitaria.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
4.2 Solicitud de arreglos de pago.	1	2	3	4	5
4.3 Ampliaciones del plazo de los créditos	1	2	3	4	5
4.4 Refinanciamiento	1	2	3	4	5
4.5 Aumento de capital social	1	2	3	4	5
4.6 Emisión de acciones	1	2	3	4	5
4.7 Venta de activos	1	2	3	4	5

Favor indicar que tan probable es que en los próximos meses su empresa enfrente las siguientes situaciones:

	Nada probable				Muy probable
4.8 Requiera un nuevo crédito para una inversión.	1	2	3	4	5
4.9 Necesite una ampliación del plazo del crédito	1	2	3	4	5
4.10 Necesite un crédito para unificar deudas.	1	2	3	4	5
4.11 No pueda hacer frente al pago de sus créditos	1	2	3	4	5
4.12 Tenga que reducir los servicios	1	2	3	4	5
4.13 Tenga que reducir los precios	1	2	3	4	5
4.14 Venda algún activo de la empresa	1	2	3	4	5
4.15 Ponga en venta el negocio	1	2	3	4	5
4.16 Cierre el negocio de manera permanente	1	2	3	4	5

MÓDULO 5: ESTRATEGIA

Favor indique el grado de implementación de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos para enfrentar las crisis del COVID-19.

	No lo ha implementado	Poca implementación				Completamente implementado
5.1 Cambios en los procesos operativos de la empresa.	0	1	2	3	4	5
5.2 Proceso de modificación en el presupuesto de la empresa	0	1	2	3	4	5
5.3 Proceso de redefinición del mercado meta	0	1	2	3	4	5
5.4 Descuentos y reducciones de precios.	0	1	2	3	4	5
5.5 Comunicación en redes sociales, correos electrónicos y medios digitales.	0	1	2	3	4	5
5.6 Publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, prensa).	0	1	2	3	4	5
5.7 Llamadas telefónicas a clientes actuales y potenciales.	0	1	2	3	4	5
5.8 Ventas en línea	0	1	2	3	4	5
5.9 Contratar una empresa de marketing	0	1	2	3	4	5

MÓDULO 6: EMPLEO

Por favor indique el porcentaje que corresponde en cada uno de los siguientes casos, como consecuencia del COVID -19:

6.1 Personal en teletrabajo	0%	20%	40%	60%	80%	100%
6.2 Personal con reducción de jornada	0%	20%	40%	60%	80%	100%
6.3 Reducción de personal	0%	20%	40%	60%	80%	100%
6.4 Personal oriundo del distrito donde se ubica la empresa	0%	20%	40%	60%	80%	100%

Por favor indique los siguientes datos sobre el empleo en su empresa:

6.5 Promedio de empleados durante el 2019:

6.6 Promedio de empleados en el 2020 durante la crisis de Covid-19:

6.7 ¿Cuál es la expectativa para el 2021 en cuanto a la cantidad de personal de la empresa?

1 Disminuir

2 Mantener

3 Aumentar

MÓDULO 7: PRODUCCIÓN

7.1 ¿Cuál fue el comportamiento en la cantidad de producción ante la situación del COVID-19?

1 Disminuyó

2 Se mantuvo

3 Aumentó

7.2 ¿Qué porcentaje que de pedidos fueron cancelados como consecuencia de la crisis sanitaria?

0%

20%

40%

60%

80%

100%

	Totalmente de acuerdo	En de acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
7.3 Disminución de mano de obra	1	2	3	4	5
7.4 Problemas con la maquinaria	1	2	3	4	5
7.5 Baja calidad de la materia prima.	1	2	3	4	5
7.6 Escasez de insumos y materia prima.	1	2	3	4	5
7.7 Espacio insuficiente para almacenar el producto terminado.	1	2	3	4	5
7.8 Renegociaciones de precios, plazos, y tiempo de entrega con proveedores.	1	2	3	4	5
7.9 Modificaciones en los productos terminado	1	2	3	4	5

Favor indicarme su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre los problemas de producción que ha tenido la empresa durante la pandemia.

MÓDULO 8: INGRESOS

En una escala da 1 a 5, donde 1 es poca influencia y 5 mucha influencia, favor indicar el grado de influencia de los siguientes aspectos en los ingresos durante la Pandemia.

	Poca influencia				Mucha influencia
8.1 Restricciones vehiculares.	1	2	3	4	5
8.2 Cierre de negocios.	1	2	3	4	5
8.3 Cierre de fronteras.	1	2	3	4	5
8.4 Pérdida de capacidad de producción.	1	2	3	4	5
8.5 Pérdida del poder adquisitivo de los clientes.	1	2	3	4	5
8.6 Disminución de mano de obra	1	2	3	4	5
8.7 Disminución del consumo o demanda.	1	2	3	4	5
8.8 Tendencia a reducir el gasto por temor de una crisis mayor	1	2	3	4	5

8.9 ¿Cuáles son las expectativas del comportamiento de los ingresos para el 2021?

1 Disminuir

2 Mantener

3 Aumentar

MÓDULO 9: COMERCIALIZACIÓN

Señale la frecuencia con que se presentaron las siguientes situaciones respecto a las compras a proveedores debido al Covid-19.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
9.1 Uso de catálogos de productos.	1	2	3	4	5
9.2 Pedidos por internet.	1	2	3	4	5
9.3 Uso de correo electrónico.	1	2	3	4	5
9.4 Empleo de WhatsApp.	1	2	3	4	5
9.5 Empleo de videollamadas.	1	2	3	4	5
9.6 Cambios en la forma de envío de los productos.	1	2	3	4	5

Señale la frecuencia con que se presentaron las siguientes situaciones respecto sus clientes debido a la pandemia.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
9.7 Solicitud de arreglos de pago	1	2	3	4	5
9.8 Aumento en el plazo del crédito	1	2	3	4	5
9.9 Cancelación de pedidos	1	2	3	4	5
9.10 Nuevos clientes	1	2	3	4	5
9.11 Solicitud de descuentos	1	2	3	4	5
9.12 Pérdida de clientes	1	2	3	4	5
9.13 Solicitud de envíos	1	2	3	4	5
9.14 Incorporación de catálogos de productos	1	2	3	4	5
9.15 Ventas por internet	1	2	3	4	5

MÓDULO 10: INNOVACIÓN

Favor indique el grado de implementación de su empresa para cada una de las siguientes estrategias para enfrentar las crisis del COVID-19.

	No lo ha implementado	Poca implementación				Completamente implementado
	0	1	2	3	4	5
10.1 E-mail o mensajería instantánea para comunicarse con clientes y proveedores	0	1	2	3	4	5
10.2 Página web	0	1	2	3	4	5
10.3 Presencia activa en redes sociales	0	1	2	3	4	5
10.4 Programas CRM para la gestión de clientes	0	1	2	3	4	5
10.5 Web con chatbot (ordenador que conversa con los clientes)	0	1	2	3	4	5
10.6 Lectores de código de barras	0	1	2	3	4	5
10.7 Lectores de código QR	0	1	2	3	4	5
10.8 Aplicaciones para video conferencias	0	1	2	3	4	5

MÓDULO 11: PERCEPCIÓN

En el contexto del COVID-19, favor indicarme su grado de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
11.1 El estado le ha brindado asesoría y apoyo para enfrentar la crisis.	1	2	3	4	5
11.2 El Estado ha implementado acciones concretas para apoyar al sector durante la crisis.	1	2	3	4	5
11.3 Se percibe un interés genuino por parte del Estado por ayudar al sector a superar la crisis.	1	2	3	4	5
11.4 Ha recibido apoyo organizaciones no gubernamentales para superar la crisis	1	2	3	4	5

En el contexto del COVID-19, favor indicar en una escala de 1 a 5 que tan satisfecho se encuentra con las siguientes medidas de reactivación económicas establecidas por el Gobierno de la República:

	Muy insatisfecho				Muy satisfecho
	1	2	3	4	5
11.5 Financiamiento	1	2	3	4	5
11.6 Políticas de empleo	1	2	3	4	5
11.7 Reapertura económica	1	2	3	4	5
11.8 Agilización de trámites	1	2	3	4	5
11.9 Tributación	1	2	3	4	5
11.10 Obligaciones patronales	1	2	3	4	5

En el contexto del COVID-19, favor indicar en una escala de 1 a 5 que tan satisfecho se encuentra con el desempeño de las siguientes instituciones:

	Muy insatisfecho				Muy satisfecho	No conoce la institución
11.11 Sistema Bancario Estatal	1	2	3	4	5	
11.12 Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC)	1	2	3	4	5	
11.13 Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	1	2	3	4	5	
11.14 Ministerio de Hacienda	1	2	3	4	5	
11.15 Ministerio de Salud (MS)	1	2	3	4	5	
11.16 La Asamblea Legislativa	1	2	3	4	5	
11.17 Universidades Públicas	1	2	3	4	5	
11.18 Municipalidad del cantón	1	2	3	4	5	
11.19 Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	1	2	3	4	5	

MÓDULO 12: REACTIVACIÓN

En una escala da 1 a 5, donde 1 es poca influencia y 5 mucha influencia, favor indicar el grado de influencia de las siguientes acciones para reactivar la economía.

	Poca influencia				Mucha influencia
12.1 Mantener la disminución en el pago de cargas sociales.	1	2	3	4	5
12.2 Reducción del pago del marchamo.	1	2	3	4	5
12.3 Reducción de las tarifas de servicios públicos.	1	2	3	4	5
12.4 Reducción en el I.V.A.	1	2	3	4	5
12.5 Reducción en el pago de alquileres.	1	2	3	4	5
12.6 Readecuación o flexibilidad en el pago de deudas.	1	2	3	4	5
12.7 Disminución de las tasas de interés.	1	2	3	4	5
12.8 Ayuda financiera no reembolsable	1	2	3	4	5
12.9 Plataforma de comercio electrónico.					
12.10 Proyecto de ley de jornadas flexibles.					