

**Universidad Hispanoamericana**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Administración de Empresas**

*Tesina para optar por el grado académico de  
bachillerato*

**Ventajas estratégicas de la creación de una  
oficina de gestión turística en la Municipalidad  
de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector  
turismo en el segundo cuatrimestre 2023.**

Paola Andrea Gonzaga Miranda

Noviembre, 2023

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>6</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>7</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>8</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
<b>1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales</b>	<b>13</b>
<b>1.1.2 Delimitación del problema</b>	<b>20</b>
<b>1.1.3 Justificación</b>	<b>20</b>
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	21
1.3 OBJETIVOS	21
<b>1.3.1 Objetivo general</b>	<b>21</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL</b>	<b>23</b>
2.1 MARCO TEÓRICO	23
2.2 MARCO CONCEPTUAL	38
2.3 MARCO CONTEXTUAL	39
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>40</b>
3.1 ENFOQUE	40
3.2 ALCANCE	42
3.3 DISEÑO	43
3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO	45
<b>3.4.1 Población</b>	<b>45</b>
<b>3.4.2 Tipo de muestra</b>	<b>45</b>
3.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	48

	4
3.6 VARIABLES O CATEGORÍAS	50
3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS	52
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b>	<b>56</b>
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN</b>	<b>97</b>
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>104 104</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>114</b>
<b>ANEXOS</b>	
<b>Lista de Anexos</b>	
<b>Anexo 1. Declaración Jurada</b>	
<b>Anexo 2. Consentimiento Informado</b>	
<b>Anexo 3. Carta de autorización de la entidad</b>	
<b>Anexo 4. Carta de aprobación del Tutor</b>	
<b>Anexo 5. Carta de aprobación del Lector/de la Lectora</b>	
<b>Anexo 6. Carta de aprobación del/la profesional en Filología</b>	
<b>Anexo 7. Licencia y autorización al CENIT</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<a href="#"><u>Tabla 1.</u></a> .....	25
<a href="#"><u>Tabla 2.</u></a> .....	34
<a href="#"><u>Tabla 3.</u></a> .....	46
<a href="#"><u>Tabla 4.</u></a> .....	48
<a href="#"><u>Tabla 5.</u></a> .....	50

## ÍNDICE DE FIGURAS

<a href="#"><u>Figura 1.</u></a> .....	24
<a href="#"><u>Figura 2.</u></a> .....	25
<a href="#"><u>Figura 3.</u></a> .....	27
<a href="#"><u>Figura 4.</u></a> .....	27
<a href="#"><u>Figura 5.</u></a> .....	29
<a href="#"><u>Figura 6.</u></a> .....	30
<a href="#"><u>Figura 7.</u></a> .....	32
<a href="#"><u>Figura 8.</u></a> .....	52
<a href="#"><u>Figura 9.</u></a> .....	54

## **AGRADECIMIENTOS**

A nivel académico especial agradecimiento a mi tutor por su apoyo, conocimiento y ser un guía fundamental para lograr desarrollar esta investigación con éxito.

En el nivel profesional agradezco a los comerciantes del sector turístico de La Cruz, Guanacaste, a la presidenta de ASCATUR y al gerente del Instituto Costarricense de Turismo de la regional de Liberia, que me colaboraron con las entrevistas aplicadas y me permitieron obtener información para el desarrollo de mi investigación.

En lo personal agradezco a mi familia, mi esposo y mis hijos por colaborarme en todo este camino del desarrollo de mi investigación, por su compañía en las visitas de campo a aplicar entrevistas y su apoyo incondicional para culminar con éxito mi proyecto final de graduación.

## **DEDICATORIA**

Esta investigación se la dedico a mis padres, quienes siempre me han apoyado en mi educación a lo largo de mi vida. A ellos los que nunca me abandonan y me han enseñado con su ejemplo a nunca abandonar mis sueños y siempre seguir adelante hasta lograr mis objetivos.

Han sido en mi vida un ejemplo de lucha y dedicación, a ellos que en los momentos más duros me han impulsado a continuar y que cuando no podía cubrir mis gastos universitarios siempre han estado ahí impulsándome a continuar y no abandonar.

Hoy les dedico mi trabajo final de graduación, porque lo logré gracias a ustedes.

## RESUMEN

Esta investigación tiene como propósito determinar las ventajas que puede generar la creación de una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Al realizar esta investigación se quiere determinar la necesidad que tiene el cantón de la creación de una oficina de gestión turística en el gobierno local, la cual fungiría como ente asesor, promotor y generador del crecimiento económico en el sector turístico cantonal. Esto debido a que no existe un ente del sector público en el cantón que sea el encargado de promover, capacitar y orientar al sector turístico de La Cruz y población en general; ya que este cantón tiene el potencial para ser aprovechado como un destino turístico con la capacidad de ofrecer diversidad de atractivos turísticos como playas, un volcán, ríos, petroglifos, parques nacionales entre los cuales se encuentran el Parque Nacional Santa Rosa y Parque Nacional Guanacaste, y diversidad de áreas protegidas; entre ellas el Refugio de Vida Silvestre Isla Bolaños el cual es de mucha importancia puesto que protege la anidación de aves, el archipiélago de Islas Murciélago y Roca Bruja en Playa Blanca misma que es de gran atractivo para los turistas que practican surf. Es por esto que se quiere promover la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz para aprovechar los recursos e incentivar y promover el crecimiento del turismo en el cantón de manera asertiva.

El objetivo principal de esta investigación es analizar los factores para determinar las ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023.

Con el propósito de desarrollar esta investigación se determinó que el enfoque de esta investigación es cualitativo, ya que se obtendrá información mediante la aplicación de entrevistas a empresarios del sector turismo en el cantón de La Cruz, Guanacaste, además se aplicará la

entrevista a una persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo en La Cruz, y a una persona representante del Instituto Costarricense de Turismo.

El alcance de esta investigación será descriptivo debido a que existen estudios sobre oficinas de gestión del turismo en las municipalidades.

Como principales conclusiones se destaca que La Cruz es un cantón que debido a su ubicación geográfica es un lugar que posee un amplio potencial para el desarrollo del turismo, aunado a esto posee empresas turísticas establecidas que tienen claro sus estrategias y la calidad del servicio que brindan, no existe una estandarización de precios en el sector, sin embargo, se basan en la calidad del producto o servicio que ofrecen. Son empresarios que aprovechan los recursos tecnológicos como herramienta para promocionar sus empresas, sin embargo, es un cantón que requiere más promoción para atraer turismo.

Se determina que el sector empresarial del turismo en este cantón requiere del apoyo por parte del gobierno local en temas como promoción del cantón, inversión y capacitaciones.

**Palabras Clave:** gestión, turismo, oficina, empresarios, municipalidad.

## **Abstract**

*The purpose of this research is to determine the advantages that can be generated by the creation of a tourism management office in the Municipality of La Cruz, Guanacaste.*

*When carrying out this research, we want to determine the need that the canton has for the creation of a tourism management office in the local government, which would serve as an advisory body, promoter and generator of economic growth in the cantonal tourism sector. This is because there is no public sector entity in the canton that is in charge of promoting, training and guiding the tourism sector of La Cruz and the population in general; since this canton has the potential to be used as a tourist destination with the capacity to offer a diversity of tourist attractions such as beaches, a volcano, rivers, petroglyphs, national parks among which are the Santa Rosa National Park and Guanacaste National Park, and diversity of protected areas; among them the Isla Bolaños Wildlife Refuge which is very important since it protects the nesting of birds, the Murcielago Islands archipelago and Roca Bruja in Playa Blanca, which is of great attraction for tourists who practice surfing. This is why we want to promote the creation of a tourism management office in the Municipality of La Cruz to take advantage of resources and encourage and promote the growth of tourism in the canton in an assertive manner.*

*The main objective of this research is to analyze the factors to determine the strategic advantages of the creation of a tourism management office in the Municipality of La Cruz Guanacaste related to the tourism sector in the second quarter of 2023.*

*With the purpose of developing this research, it was determined that the focus of this research is qualitative, since information will be obtained through the application of interviews with businessmen in the tourism sector in the canton of La Cruz, Guanacaste, in addition the*

*interview will be applied to a person in charge of Commerce and Tourism Development Association in La Cruz, and a representative of the Costa Rican Institute of Tourism.*

*The scope of this research will be descriptive because there are studies on tourism management offices in municipalities.*

*The main conclusions are that La Cruz is a canton that, due to its geographical location, is a place that has ample potential for the development of tourism. In addition to this, it has established tourism companies that are clear about their strategies and the quality of the service they provide. There is no standardization of prices in the sector, however, they are based on the quality of the product or service they offer. They are entrepreneurs who take advantage of technological resources as a tool to promote their companies, however, it is a canton that requires more promotion to attract tourism.*

*It is determined that the tourism business sector in this canton requires support from the local government in issues such as promotion of the canton, investment and training.*

**Key Words:** *management, tourism, office, businessmen, municipality*

# CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales

A) El estudio denominado “*Regional development and sustainability: cultural tourism in the southern region of Jalisco*” de José G. Vargas Hernández en el año 2013, se realizó con un enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo. El mismo realizó un análisis exhaustivo del macro ambiente enfocándose en la demanda del turismo en la zona, el impacto económico del sector turismo en México (Vargas,2013), mercado meta y además identificó los diferentes atractivos turísticos que ofrecen y sus características. Se desarrolló un análisis FODA en el cual analizó la factibilidad de los negocios del área para el buen desarrollo del turismo en la región y las áreas posibles de mejora, pudiendo definir la ruta a seguir para el mejoramiento y la promoción del turismo cultural en la región. En este análisis el investigador diseñó una ruta de municipios con destinos turísticos y los principales atractivos en cada uno de ellos lo que permitió tener un amplio panorama de que sitios pueden visitar el turista en la región lo que permitió que se tenga claro que se está ofreciendo al turista y las necesidades de mejora que tiene cada destino, por lo que permitió generar la ruta a seguir para determinar las estrategias de desarrollo en la región. En sus conclusiones y recomendaciones el investigador hace referencia a la importancia del apoyo de las instituciones gubernamentales, la buena planificación y administración de los recursos, el desarrollo, la comercialización y promoción de la zona es de vital importancia y puede mejorar la calidad de vida de los habitantes. A su vez manifiesta que para la promoción del turismo se requiere el fácil acceso a un sistema de gestión de la información turística (Vargas, 2013). Siempre teniendo en cuenta que es importante fijar la ruta conocer lo que se tiene para ofrecer las ventajas y

necesidades de cada uno de los lugares con atractivos turísticos, ya que esto nos permite fijar metas y realizar una planificación estratégica adecuada al entorno de cada una de las comunidades promoviendo el crecimiento económico del lugar y el fácil acceso a la información turística de los visitantes.

B) De acuerdo a lo que estableció en su trabajo de investigación *Rosa Isabel Medina Parra*, de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, denominado “La ventaja competitiva como elemento fundamental de la estrategia y su relación con el Sector Servicios de la actividad Turística, en el año 2013”, podemos determinar que debido al entorno global tan cambiante en el que vivimos y el fácil acceso de las personas a la información y las redes sociales, “las economías turísticas tradicionales deben recuperar su competitividad como fuente de crecimiento” (*Medina*, 2013).

En relación al sector turismo destacó que es un sector que no puede dejar de crecer y debe estar en un cambio constante mejorando sus ventajas competitivas y que la base del éxito de las empresas se basa en sus ventajas competitivas.

Basada en esto las ventajas competitivas la llevaron a su relación con el Modelo de las cinco fuerzas de *Porter*, mediante el cual indicó basar el desempeño de forma que le permita a las empresas emprender acciones y plantear estrategias para enfrentar a la competencia. No obstante, destaca que es importante antes de tomar en cuenta este modelo, analizar el entorno (Macroambiente) y las demás organizaciones que ofrecen los mismos productos y servicios. Todo esto para lograr determinar las estrategias claves para la competitividad en la industria.

En cuanto a las ventajas competitivas desde la perspectiva de los recursos, esta investigación destacó que hay que tener claro que no todas las empresas tienen los mismos recursos y capacidades por lo que las organizaciones deben plantear sus estrategias basadas en sus propios

recursos y capacidades, además indica que “la ventaja competitiva de las organizaciones radica al interior de las mismas a partir de sus integrantes” (Medina, 2013).

C) En la investigación denominada “*Gestión Turística en Pompeya y Herculano*” de Alberto Moreno Melgarejo e Ignacio Sariago López, de la Universidad Europea de Madrid (España), en el año 2014; podemos ver como realizaron un análisis del Macroambiente, no sólo dentro de la locación en estudio, sino que analizaron más allá en otras ciudades los destinos que ofrecen y la competitividad que ofrecen en cuanto a precios y atractivos turísticos. En cuanto a la gestión turística realizada en Campania nos indica que la gestión y el desarrollo del turismo están a cargo de instituciones públicas y estas se apoyan en otras instituciones para el diseño del destino turístico.

En el año 2011 en Campania se aprobó una ley, la cual tuvo como objetivo unificar las oficinas de gestión turísticas uniendo los entes públicos con los privados, sin embargo, en la investigación determinaron que falta mucho por desarrollar para poder lograr esa unificación ya que existió una propuesta en firme de la reorganización turística. También podemos destacar como los autores de esta investigación señalan la descentralización de la promoción turismo en la zona y que existe duplicidad de funciones por parte de varias instituciones, por lo que indican que es importante articular todos estos esfuerzos en uno sólo para permitir el correcto desarrollo en la zona.

Por lo tanto, se concluyó que es importante estructurar la gestión turística a nivel local, desarrollar estrategias y productos que generen la atracción de turistas, basados en la realidad del Macroambiente local y así lograr el desarrollo económico.

D) En el trabajo de investigación denominado “LA GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE: EL CASO ESPAÑOL”, de *Gema Ramírez Guerrero* en la Universidad de Cádiz en el año 2015; nos hace alusión a la gestión del turismo con base en tres pilares fundamentales como lo son el ámbito social, económico y la sostenibilidad ambiental. En ámbito social destacó aspectos como la preservación de la cultura, el bienestar de la comunidad receptora del turista, la participación de la comunidad y la seguridad local la cual influye directamente en los visitantes. Por su parte en el lado de la economía nos hace énfasis en la importancia de que se dé un buen aprovechamiento de los recursos económicos que brinda el turismo, se tenga una planificación regional, control del desarrollo, diseño y gama de productos y servicios, entre las cuales menciona la protección de la imagen/marca del destino y la satisfacción del turista. Por otra parte, menciona aspectos referentes a la conservación ambiental como el uso responsable de los recursos naturales, conservación del medio natural y la preservación de la biodiversidad. Aunado a esto esta investigación muestra que con una buena gestión del turismo y la creación de oficinas en el gobierno español encargadas de solventar los problemas en la actividad turística del país mediante las mismas se pueden ejercer funciones de cooperación y coordinación turística entre las comunidades y con los entes privados. Además, nos indica que la creación de Turespaña ha sido uno de los pilares estratégicos fundamentales para alcanzar la competitividad como destino turístico, destacando tres áreas de trabajo principales:

1. Impulsar el conocimiento, el emprendimiento y formación
2. Mejorar la oferta turística
3. Diversificar la demanda (*Ramírez, 2015*).

Por otra parte esta investigación nos demostró que los problemas que surgen en el área del turismo son debido a la mala gestión y entre sus recomendaciones podemos destacar el gestionar metas a

largo plazo procurando la calidad, impulsar productos turísticos, la cooperación entre instituciones que permitan el desarrollo del turismo, la importancia de una imagen de la localidad como destino turístico, el uso responsable de los recursos turísticos y la concientización del turista, desarrollar una planificación turística clara. Además, rescató la importancia de contar con un gobierno activo para lograr avances en cuanto al desarrollo del turismo optando medidas que se adapten al entorno y puedan brindar soluciones a la gestión del turismo local (*Ramírez, 2015*).

La investigación realizada es de tipo cualitativo y cuantitativo ya que se basó en evidencias de libros e investigación de la evolución del turismo en España a través de la historia y también realizó un análisis de la inversión del Gobierno Español en el sector turismo con respecto al presupuesto destinado a los demás sectores como energía y telecomunicaciones.

E) En el trabajo de fin de grado denominado “Estudio Exploratorio de las Oficinas de Turismo en Zaragoza” realizado por *Elena García Gil* de su trabajo de fin de grado en la Universidad de Zaragoza, en el año 2015. Se utilizó un método estudio cualitativo y cuantitativo, realizó un estudio del ingreso económico del turismo en Zaragoza e investigó la legislación artículos académicos y un estudio de campo en las oficinas de turismo. En su investigación define la oficina de turismo como un ente creado por la administración pública que entre sus funciones se encuentran promocionar, coordinar y la comercialización del turismo de la localidad (*García, 2015*).

También nos da a conocer que las oficinas de turismo permiten tener una centralización de la promoción y comercialización del turismo, y permite tener más clara la oferta de servicios a través de la coordinación de la administración local con los productores y empresarios de la comunidad. Entre las funciones de la oficina de turismo determinó que la oficina de turismo brinda

servicios tanto al turista como a la comunidad en la cual se encuentre, y al mismo tiempo las clasificó en función de la gestión, pública, privada o mixta.

Como misión de la oficina de turismo destacó en primer lugar la importancia de la gestión de la información y el conocimiento detallado de la oferta turística de la región, en segundo lugar la comunicación asertiva entre los agentes turísticos y la población local para lograr un intercambio de información importante entre ambas partes para el buen desarrollo del turismo, en tercer lugar destacar las ventajas competitivas que ofrece el lugar y la importancia de promocionarlo en diversos medios como por ejemplo, ferias, redes sociales, entre otros. Y en cuarto lugar la promoción del turismo mediante la organización de diferentes eventos como por ejemplo deportivos que logren atraer turistas y así se ve beneficiado el comercio local.

Por otra parte, en cuanto a la gestión de la oficina de turismo esta investigación nos indicó que la misión fundamental de las oficinas de turismo es la gestión administrativa, el desarrollo y la promoción de las actividades turísticas que se ofrecen en la zona. Además, tienen un amplio detalle de todas las actividades que se ofrecen y llevan estadísticas de los visitantes que recibe la zona, atiende consultas de los turistas mediante distintos medios como correo electrónico o llamadas, lo cual le permite generar un mayor control estadístico del turismo. Aunado a esto nos indica los beneficios de una buena gestión comercial, ya que indica que debido a la buena imagen y calidad de los servicios representa un incremento de recursos para el Gobierno de Aragón.

En las conclusiones recalcó el gran potencial turístico que tiene la ciudad de Zaragoza debido a su localización geográfica y que podría recibir muchos más turistas de los que recibió. Manifestó la importancia de la gestión de las oficinas de turismo para lograr que se le brinde un mejor servicio a los visitantes y por lo tanto lograr fidelizar a cada uno de ellos.

F) La investigación denominada “GESTIÓN LOCAL DEL TURISMO: EL MUNICIPIO Y SU ROL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO EN CHILE” de *Javier Rodríguez Valenzuela*, en el año 2015; utilizó un método cualitativo el cual se basó en el estudio análisis y revisión de informes y documentos. Entre los principales resultados de esta investigación arrojó que el municipio es “un actor clave para la gestión local del turismo” (*Rodríguez, 2015*) ya que conocen la oferta y el potencial del territorio lo que permite el desarrollo del turismo.

En Chile el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) empezó a implementar desde el año 2011 el Programa de Turismo Municipal el cual tuvo como objetivo: “Lograr que los municipios incorporen la actividad turística dentro de su gestión anual como un tema relevante, comprendiendo que el fortalecimiento y desarrollo de esta actividad se logra cuando se hace en forma sistemática y asociativa, ya que toda acción que se emprenda a nivel local puede tener implicancia a nivel regional y nacional” (Sernatur, 2016).

En el desarrollo de la investigación se destacó que, debido al crecimiento de la actividad turística a nivel nacional, se generó la importancia de la participación de los municipios en el desarrollo local aprovechando las oportunidades que brindan las comunidades, convirtiéndolos en un factor fundamental de la planificación.

Entre lo que podemos destacar de dicha investigación en Chile existen leyes que fomentan a la municipalidad como ente desarrollador del turismo basados en que las municipalidades tienen que velar por el desarrollo económico y la calidad de vida de la comunidad. En la gestión local de los municipios la investigación nos demostró que un 44,63% de los municipios en Chile cuentan con una oficina de turismo, en cuanto al recurso humano de estas oficinas indicó que están conformadas por un Coordinador Municipal de Turismo el cual es un “funcionario clave para desarrollar el turismo, el cual facilita los procesos de participación en instancias de desarrollo y de

planificación turística a nivel local” (Rodríguez, 2015). Este funcionario en algunos casos es profesional en turismo y en otros no; sin embargo, detalló la relevancia que tiene la profesión es turismo para este puesto por el conocimiento técnico que se requiere para el desarrollo correcto del turismo. Aunado a esto se encontró con que la mayoría de los municipios solo tienen a una persona trabajando en esta área, y se determinó que el número de personas trabajadoras en las oficinas de turismo incrementó en los municipios que se encuentran directamente ligados con el turismo llegando hasta 15 personas en una oficina.

Se concluyó que los municipios son importantes para el desarrollo del turismo, sin embargo, que no es una labor exclusiva de los mismos, sino, que se debe de desarrollar en conjunto actores turísticos, la municipalidad e instituciones externas tanto públicas como privadas logrando articular diferentes estrategias.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

Delimitación del problema en aspectos temporales: La investigación se llevará a cabo en el segundo cuatrimestre del año 2023.

Delimitación del problema en aspectos geográficos: la investigación se realiza en el cantón de La Cruz, Guanacaste, Costa Rica.

### **1.1.3 Justificación**

Al realizar esta investigación se quiere determinar la necesidad que tiene el cantón de la creación de una oficina de gestión turística en el gobierno local, la cual fungiría como ente asesor, promotor y generador del crecimiento económico en el sector turístico cantonal. Esto debido a que no existe un ente del sector público en el cantón que sea el encargado de promover, capacitar y

orientar al sector turístico de *La Cruz* y población en general; ya que este cantón tiene el potencial para ser aprovechado como un destino turístico con la capacidad de ofrecer diversidad de atractivos turísticos como playas, un volcán, ríos, petroglifos, parques nacionales entre los cuales se encuentran el *Parque Nacional Santa Rosa* y *Parque Nacional Guanacaste*, y diversidad de áreas protegidas; entre ellas el *Refugio de Vida Silvestre Isla Bolaños* el cual es de mucha importancia puesto que protege la anidación de aves, el archipiélago de *Islas Murciélagos* y *Roca Bruja* en *Playa Blanca* misma que es de gran atractivo para los turistas que practican surf. Es por esto que se quiere promover la creación de una oficina de gestión turística en la *Municipalidad de La Cruz* para aprovechar los recursos e incentivar y promover el crecimiento del turismo en el cantón de manera asertiva.

## **1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuáles serían las ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la *Municipalidad de La Cruz Guanacaste* relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo general**

Analizar los factores para determinar las ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la *Municipalidad de La Cruz Guanacaste* relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar el entorno competitivo del sector turismo en *La Cruz, Guanacaste*.

- Examinar el macro ambiente del sector turismo en *La Cruz, Guanacaste*.
- Catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la *Municipalidad de La Cruz, Guanacaste*.

## CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO TEÓRICO

#### I. El modelo de las cinco fuerzas de *Porter*.

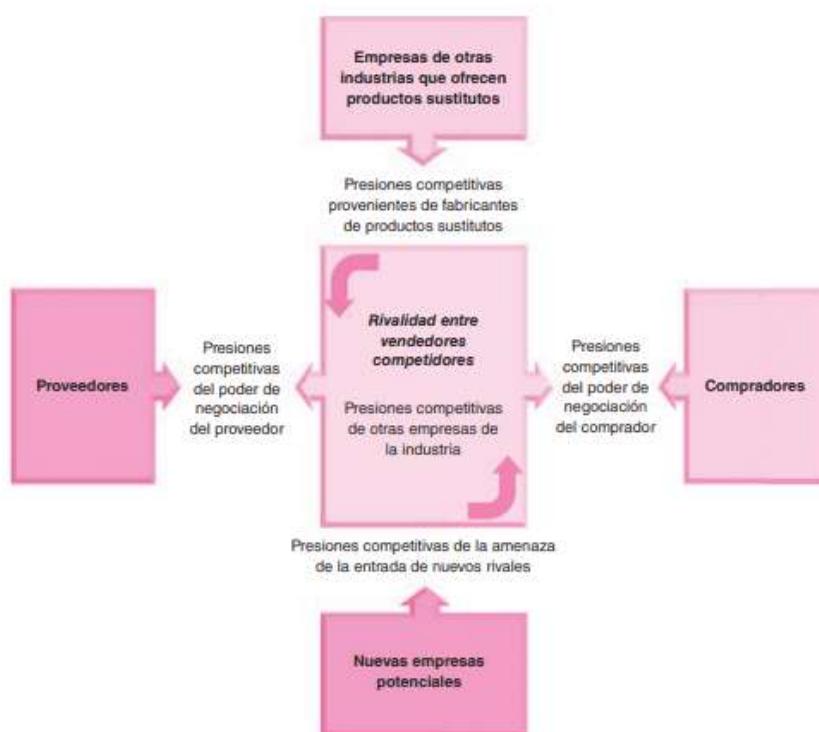
El carácter y la fortaleza de las fuerzas competitivas nunca son las mismas en cada industria. El modelo de competencia de cinco fuerzas es, por mucho, la herramienta más poderosa y de mayor uso para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una. Este modelo sostiene que las fuerzas competitivas que afectan la rentabilidad de la industria trascienden la rivalidad entre competidores e incluye presiones que nacen de cuatro fuentes coexistentes. Como lo ilustra la figura 1, las cinco fuerzas competitivas incluyen: (1) la competencia de vendedores rivales, (2) la competencia de nuevos participantes en la industria; (3) la competencia de los productores de productos sustitutos; (4) el poder de negociación de los proveedores; y (5) el poder de negociación de los clientes. (*Thompson et al.* 2018).

#### *Presiones competitivas asociadas a las maniobras competitivas entre vendedores rivales.*

La más fuerte de las cinco fuerzas competitivas es casi siempre la maniobrabilidad en el mercado y la competencia por la preferencia del comprador, presentes entre los vendedores rivales de un producto o servicio. En efecto, un mercado es un campo de batalla competitivo en donde la carrera por el favor del comprador es vertiginosa. Los vendedores rivales son proclives a emplear cualquier arma que tengan en su “arsenal” de negocios para fortalecer su posición en el mercado y obtener buenas ganancias. El reto es idear una estrategia competitiva que al menos permita que una empresa mantenga la suya contra sus competidores y que, idealmente, produzca una ventaja competitiva sobre los rivales. Sin embargo, cuando una empresa hace un movimiento estratégico

que produce buenos resultados, sus rivales suelen responder con movimientos ofensivos o defensivos para contrarrestarlo. Este patrón de acción y reacción, movimiento y respuesta a esa estrategia, ajuste y reajuste, genera un panorama competitivo en continua evolución, en el cual la batalla por el mercado presenta altibajos, en ocasiones giros y retornos, y crea ganadores y perdedores. (Thompson et al. 2018).

**Figura 1.**  
*Modelo de cinco fuerzas*



Fuentes: Adaptado de Michael E. Porter, "How Competitive Forces Shape Strategy," *Harvard Business Review* 57, núm. 2, marzo-abril de 1979, pp. 137-145; y Michael E. Porter, "The Five Competitive Forces That Shape Strategy", *Harvard Business Review* 86, núm. 1, enero de 2008, pp. 80-86.

Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.55) Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018). McGraw-Hill.

En la tabla 1 se pueden observar los tipos de armas competitivas y los efectos primarios de las mismas.

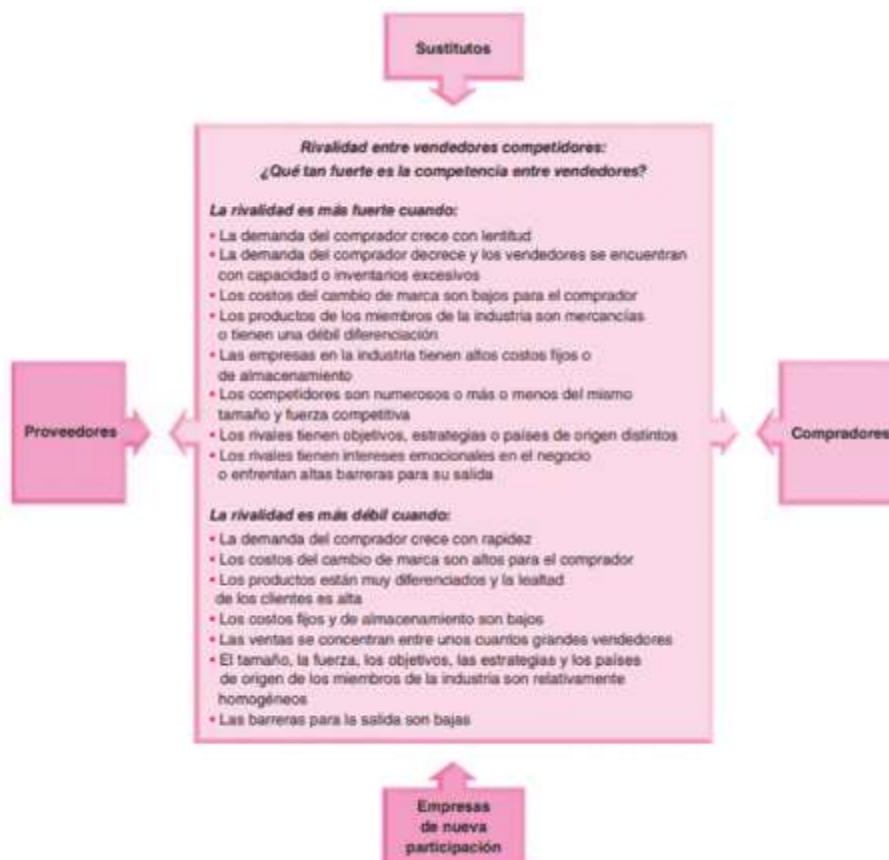
**Tabla 1.***Armas comunes para competir contra rivales***Tabla 3.2 "Armas" comunes para competir contra rivales**

Tipos de armas competitivas	Efectos primarios
Descuentos de precios, ventas de liquidación, remates	Reduce el precio ( $P$ ), impulsa el volumen total de ventas y acrecienta la participación en el mercado; baja los márgenes de utilidad por unidad vendida cuando los recortes de precios son grandes o los incrementos en volumen de ventas son relativamente pequeños
Cupones, publicidad de artículos en venta	Incrementa el volumen de ventas unitarias y los ingresos totales, baja el precio ( $P$ ), incrementa los costos unitarios ( $C$ ); puede bajar los márgenes de utilidad por unidad vendida ( $P - C$ )
Publicidad de características del producto o servicio, anuncios para mejorar la imagen o reputación de una compañía	Impulsa la demanda del comprador, incrementa la diferenciación del producto y el valor percibido ( $V$ ); incrementa el volumen total de ventas y la participación en el mercado puede incrementar los costos unitarios ( $C$ ) o reducir los márgenes de utilidad por unidad vendida
Innovación para mejorar el desempeño y calidad del producto	Incrementa la diferenciación y el valor del producto ( $V$ ), fortalece la demanda del comprador, actúa para impulsar el volumen total de ventas y participación en el mercado; es probable que eleve los costos unitarios ( $C$ )
Mejorar las características del producto o servicio o presentar otras nuevas, aumentar el número de estilos o modelos para ofrecer una mayor selección de productos	Eleva la diferenciación y valor del producto ( $V$ ), vigoriza la demanda de comprador y participación de mercado, impulsa el volumen total de ventas; a menudo incrementa los costos unitarios ( $C$ )
Elevar la personalización del producto o servicio	Aumenta la diferenciación y valor del producto o servicio ( $V$ ); incrementa los costos por cambio de marca o producto, impulsa el volumen de ventas y los costos unitarios ( $C$ )
Formación de una mejor y más fuerte red de distribuidores	Amplia el acceso a los compradores, impulsa el volumen total de ventas y la participación de mercado; puede elevar los costos unitarios ( $C$ )
Mejora de garantías, ofertas de financiamiento a intereses bajos	Eleva la diferenciación y valor del producto ( $V$ ), incrementa los costos unitarios ( $C$ ), incrementa los costos por cambio de marcas para el comprador, y eleva el volumen total de ventas y la participación de mercado

Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.56) *Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.* (2018). McGraw-Hill.

La intensidad de la rivalidad depende de identificar diferentes factores en las industrias. En la figura 2 se pueden identificar estos factores, tanto los que incrementan o disminuyen la rivalidad de los competidores en una industria.

**Figura 2.***Factores que afectan la rivalidad entre competidores*



Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.56) *Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.* (2018). McGraw-Hill.

### ***Presiones competitivas asociadas a la amenaza de nuevos participantes.***

Las empresas de nuevo ingreso a un mercado traen consigo una nueva capacidad de producción, el deseo de establecer para sí un lugar seguro en el mercado y, algunas veces, recursos sustanciales. La gravedad exacta de la amenaza de ingreso en un mercado particular depende de dos factores: las barreras al ingreso y la reacción esperada de las empresas ya en el mercado ante dicho nuevo ingreso. (*Thompson et al., 2018*)

La figura 3 representa los factores que establecen la fortaleza o debilidad de la amenaza competitiva de los ingresos.

**Figura 3.**  
Factores que afectan la amenaza de entrada



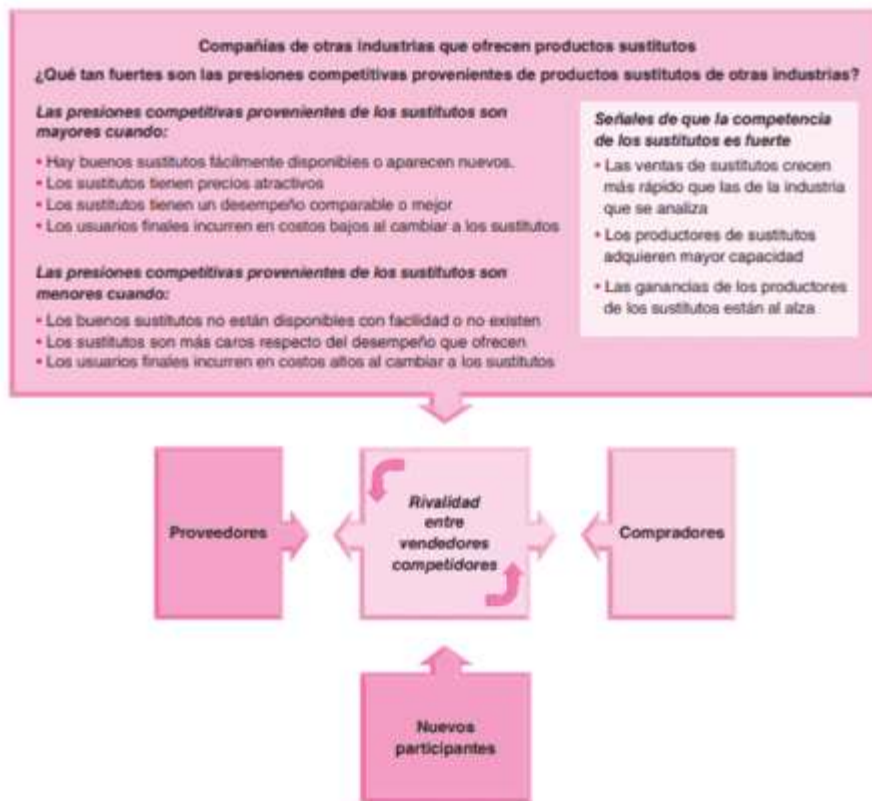
Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.62) *Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.* (2018). McGraw-Hill.

### ***Presiones competitivas de vendedores de productos sustitutos.***

Las empresas de una industria resisten una presión competitiva por las acciones de las compañías de una industria relacionada cuando los compradores consideran los productos de ambas industrias buenos sustitutos. (*Thompson et al., 2018*)

En la siguiente figura se pueden apreciar tres factores de los cuales proceden las presiones competitivas de productos sustitutos

**Figura 4.**  
Factores que afectan la competencia de productos sustitutos



Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.64) Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018). McGraw-Hill.

### ***Presiones competitivas provenientes del poder de negociación del proveedor.***

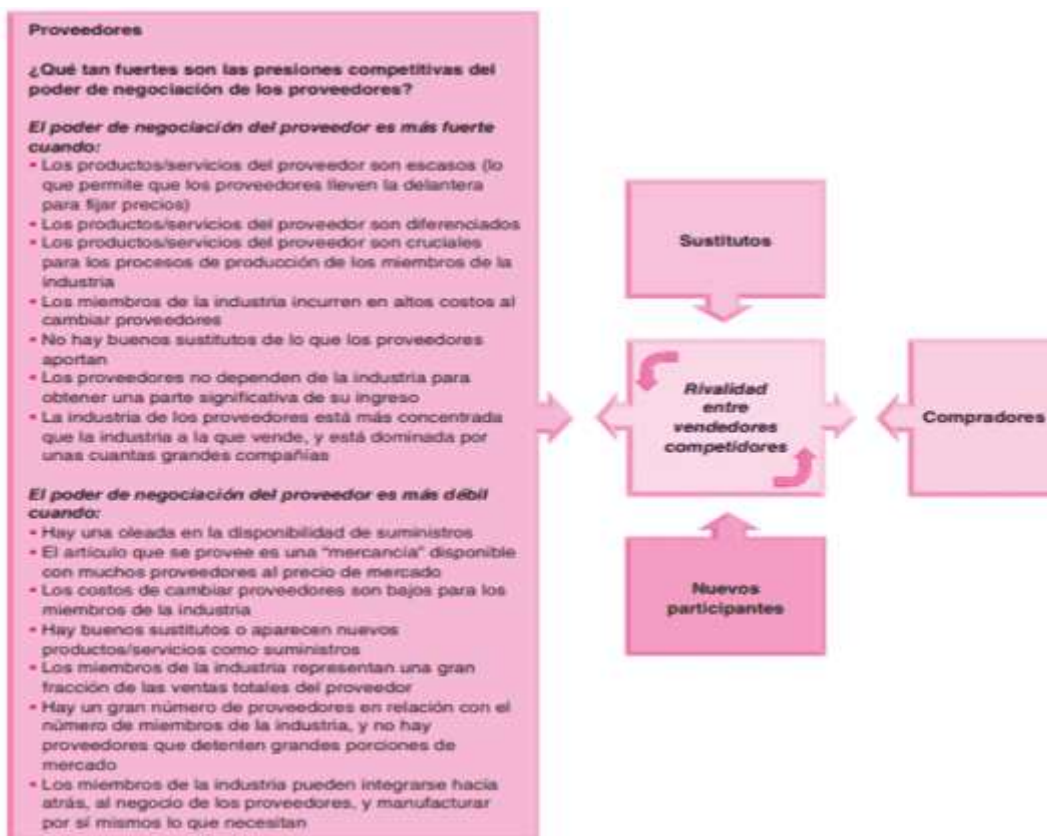
Los proveedores de los miembros de la industria representan una fuerza competitiva fuerte o débil dependiendo de si tienen el poder de negociación suficiente para influir en los términos y condiciones de la oferta en su favor. Los proveedores con fuerte poder de negociación pueden socavar la rentabilidad al cobrar precios más altos a los miembros de la industria, lo que repercute en sus costos y limita sus oportunidades para encontrar proveedores que ofrezcan condiciones más ventajosas. (Thompson et al., 2018)

Los minoristas de pequeña escala a menudo deben competir con el poder de fabricantes cuyas marcas gozan de prestigio, pues los consumidores esperan hallar el producto en sus anaqueles cuando compran. (Thompson et al., 2018)

El poder de negociación de un proveedor es también un factor competitivo en industrias en que los sindicatos organizan a la fuerza laboral (que suministra los trabajadores).

### Figura 5.

Factores que afectan el poder de negociación de los proveedores



Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.66) Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018). McGraw-Hill.

Al identificar el grado de poder de los proveedores en una industria es importante reconocer que es probable que varios tipos de proveedores tengan diferente poder de negociación.

Así, el primer paso es que los administradores identifiquen los diferentes tipos de proveedores, con atención particular a los que suministran insumos importantes. El siguiente paso es determinar el poder de negociación de cada proveedor por separado. (*Thompson et al., 2018*)

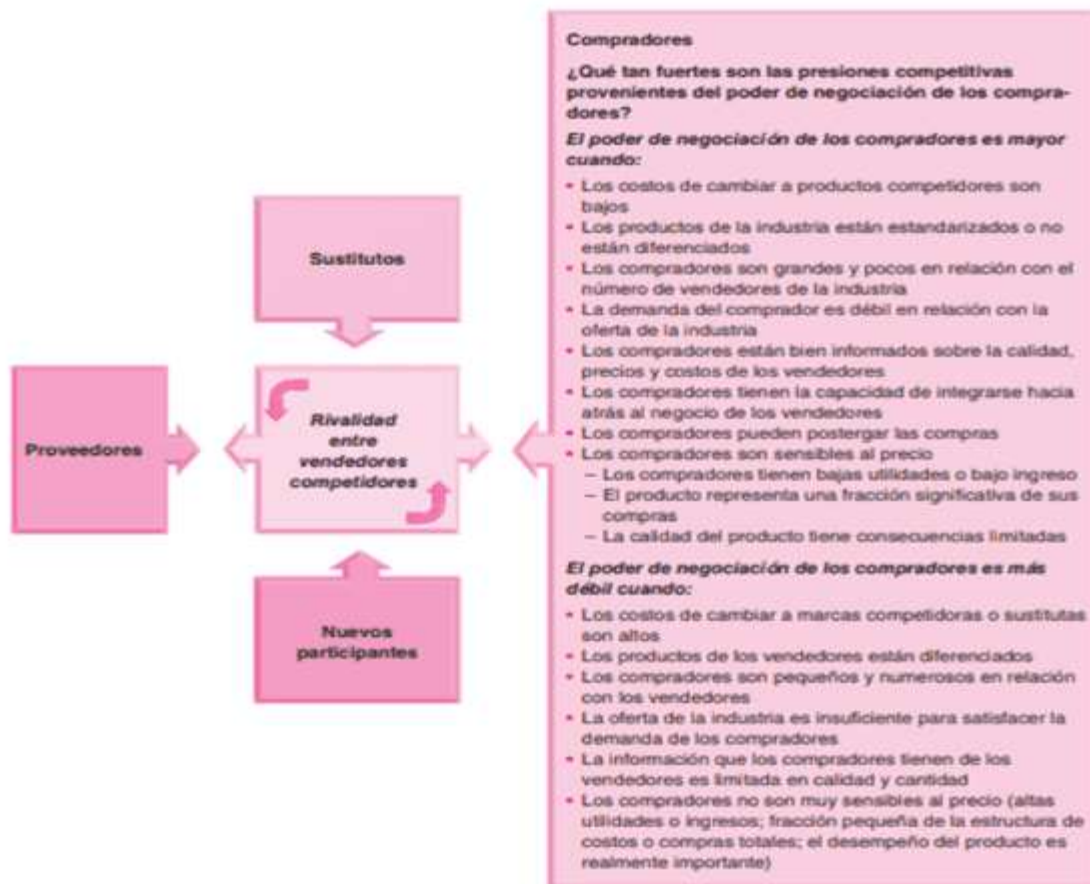
***Presiones competitivas que surgen del poder de negociación del comprador y de la sensibilidad al precio.***

Los compradores ejercen fuertes presiones competitivas sobre los miembros de la industria según 1) el grado en que los compradores tienen poder de negociación y 2) la medida en que los compradores son sensibles al precio. Los compradores con fuerte poder de negociación pueden limitar la rentabilidad de la industria al demandar concesiones de precios, mejores términos de pago o características o servicios adicionales que eleven el precio para los miembros de la industria. La sensibilidad al precio por parte de los compradores limita el potencial de utilidades de los miembros de la industria al restringir la capacidad de los vendedores de elevar los precios sin perder ingresos.

La fortaleza de los compradores como fuerza competitiva depende de una serie de factores que predicen el grado de poder de negociación y sensibilidad al precio, el cual varía de acuerdo con el grupo de compradores de que se trate (p. Ej. Mayoristas, grandes cadenas minoristas, pequeños minoristas o consumidores). (*Thompson et al., 2018*)

**Figura 6.**

*Factores que afectan el poder de negociación de los compradores*



Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.69) *Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.* (2018). McGraw-Hill.

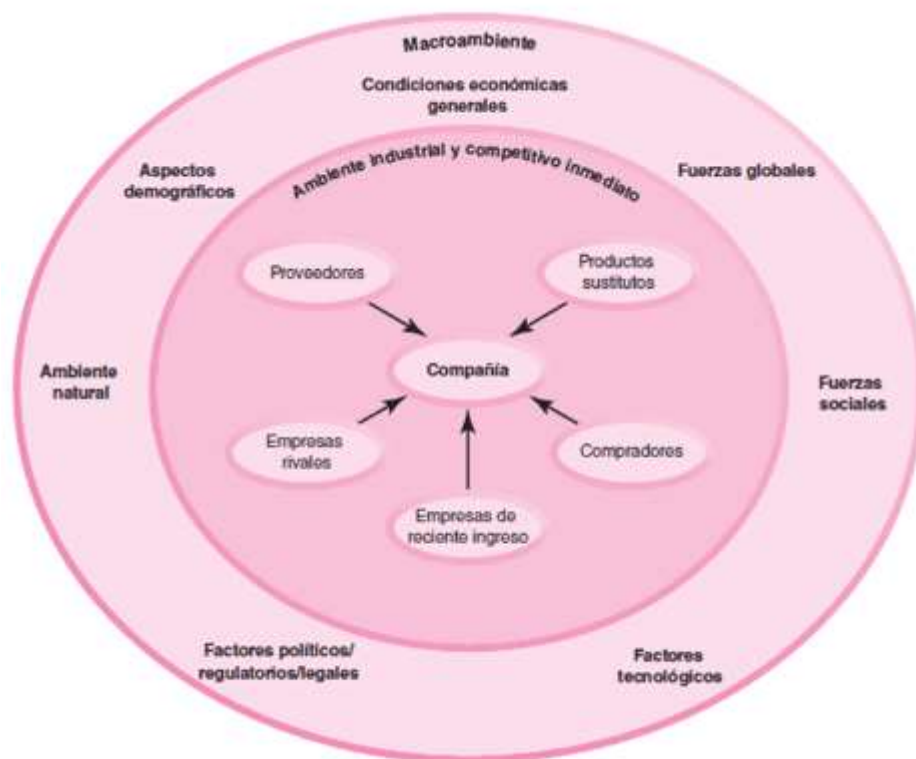
El punto de partida para el análisis de los compradores como fuerza competitiva es identificar los diferentes tipos de compradores a lo largo de la cadena de valor y luego analizar el poder de negociación y la sensibilidad al precio de cada tipo por separado. En general, los compradores ejercen una fuerte presión competitiva y obligan a bajar la rentabilidad de la industria si la mayoría de los miembros de la industria venden a grupos de compradores con un fuerte poder de negociación o una alta sensibilidad al precio. (*Thompson et al., 2018*)

## II. Análisis del Macroambiente

El Macroambiente engloba el amplio contexto ambiental en que se ubica la industria de una compañía. (*Thompson et al., 2018*)

Todas las empresas operan en un ambiente mayor que rebasa con mucho la industria en que opera; este Macroambiente incluye siete componentes principales; características demográficas; valores y estilos de vida de la sociedad; factores legales políticos y regulatorios; factores ecológicos y medioambientales; factores tecnológicos; condiciones económicas generales y fuerzas globales. Cada componente tiene potencial para afectar al ambiente competitivo y de la industria en que opera la empresa, aunque es probable que algunos tengan un efecto más importante que otros. Como los factores macroeconómicos afectan diferentes industrias en diversas formas y grados, es importante que los administradores determinen cuáles representan los factores más importantes desde el punto de vista estratégico fuera de los límites de la industria a la que pertenece la empresa. Por importantes desde el punto de vista estratégico queremos decir que tiene el peso suficiente para afectar las decisiones finales de la empresa sobre su rumbo, objetivos, estrategia y modelo de negocios. (*Thompson et al., 2018*)

**Figura 7.**  
*Componentes del Macroambiente de una compañía*



Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.51) *Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.* (2018). McGraw-Hill.

Lo que sucede en la parte externa del Macroambiente puede ser rápido o lento, con advertencias o sin ellas. Cuando los administradores de la compañía examinan el ambiente externo, deben estar alertas para detectar lo importante en el anillo exterior, evaluar su impacto e influencia, y adaptar la dirección y la estrategia de la compañía según se requiera.

Sin embargo, los factores y fuerzas en el Macroambiente de una empresa que tienen los mayores efectos en la formación de la estrategia por lo general se refieren al ambiente industrial y competitivo inmediato, como presiones competitivas, acciones de compañías rivales, comportamiento del comprador, consideraciones relacionadas con los proveedores, etc. (*Thompson et al., 2018*)

La tabla 2 muestra algunos de los factores que componen el Macroambiente y una breve descripción de estos.

**Tabla 2.**

*Los siete componentes del Macroambiente*

Componente	Descripción
<b>Aspectos demográficos</b>	Los aspectos demográficos abarcan el tamaño, tasa de crecimiento y distribución por edades de diferentes sectores de la población, su distribución geográfica y la distribución del ingreso, así como las tendencias en estos factores. Los aspectos demográficos tienen profundas consecuencias en industrias como la de la salud, donde los costos y las necesidades de servicio varían de acuerdo con factores demográficos (p. ej., edad y distribución del ingreso).
<b>Fuerzas sociales</b>	Las fuerzas sociales son los valores, actitudes, factores culturales y estilos de vida de la sociedad que impactan a los negocios. Las fuerzas sociales varían por localidad y cambian con el tiempo. Un ejemplo son las actitudes hacia las funciones de acuerdo con el sexo y la diversidad de la fuerza laboral; otro ejemplo es la tendencia hacia estilos de vida más sanos, que desvían el gasto en alcohol y comida chatarra hacia equipos de ejercicio y clubes deportivos.
<b>Factores políticos, legales y regulatorios</b>	Estos factores son las políticas y procedimientos políticos, así como la normatividad y leyes que las compañías deben cumplir. Algunos ejemplos son las leyes laborales, normas antimonopolios, política fiscal, políticas regulatorias, clima político y fuerza de las instituciones como el sistema judicial. Algunos factores políticos, como la desregulación bancaria, son específicos de una industria. Otros, como la legislación sobre salarios mínimos, afectan más a ciertos tipos de industrias (industrias intensivas en mano de obra, de bajos salarios) que a otros.
<b>Ambiente natural</b>	En este renglón se encuentran fuerzas ecológicas y ambientales como el clima y el cambio climático y factores asociados como la escasez de agua. Estos factores tienen un impacto directo en industrias como los seguros, la agricultura, la producción de electricidad y el turismo. También pueden tener un efecto indirecto pero sustancial en otras industrias, como el transporte y el suministro de servicios públicos.
<b>Factores tecnológicos</b>	Los factores tecnológicos son el ritmo de cambio tecnológico y los avances técnicos que llegan a tener amplios efectos en la sociedad, como la ingeniería genética, la popularización de internet y los cambios en las tecnologías de comunicación. Incluyen actividades e instituciones que intervienen en la creación de nuevo conocimiento y en el control del uso de la tecnología; un ejemplo de lo anterior son los consorcios de I+D, las incubadoras tecnológicas patrocinadas por universidades, leyes de patentes y de derechos de autor, y el control gubernamental sobre internet. El cambio tecnológico puede alentar el nacimiento de nuevas industrias, como las que se basan en la nanotecnología, y perturbar otras, como la disquera.
<b>Fuerzas globales</b>	Las fuerzas globales son las condiciones y cambios en los mercados globales, como sucesos políticos y políticas hacia el comercio internacional. También incluyen prácticas socioculturales y el ambiente institucional en que operan los mercados globales. Las fuerzas globales influyen en el grado de comercio e inversión internacionales mediante mecanismos como barreras comerciales, aranceles, restricciones a la importación y sanciones comerciales. Es frecuente que sus efectos sean específicos por industria, como las restricciones a la importación de acero.
<b>Condiciones económicas generales</b>	Se trata de los factores económicos en los ámbitos local, estatal o regional, nacional o internacional que afectan a empresas e industrias, como tasas de crecimiento económico, de desempleo, de inflación y de interés, déficits o superávits comerciales, tasas de ahorro y producto interno per cápita. Los factores económicos también son las condiciones en los mercados de acciones y bonos que afectan la confianza del consumidor y el ingreso para gasto discrecional. Algunas industrias, como la de construcción, son en especial vulnerables a las bajas económicas, pero se ven afectadas positivamente por factores como bajas tasas de interés. Otros factores, como las ventas al menudeo con descuento, son beneficiosos cuando las condiciones económicas generales se debilitan, pues los consumidores son más conscientes del precio.

Nota. Adaptado de Administración estratégica: teoría y casos (p.52) *Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.* (2018). McGraw-Hill.

### III. Modelo de Gestión de Cambio de Kurt Lewin

El filósofo y psicólogo social *Kurt Lewin* (1964), y uno de los fundadores de la psicología social moderna, propuso uno de los modelos de gestión de cambio más conocidos, y no sólo por ser uno de los pioneros. Elaboró el conocido modelo de las tres etapas: descongelamiento, cambio

y de nuevo congelamiento. Para explicarlo realiza un paralelismo entre el proceso de cambio y el de descongelar un bloque de hielo que posee una forma determinada para congelarlo nuevamente con una forma distinta. (Gómez, 2022)

Este modelo funciona como guía para que el cambio se dé de manera ordenada previniendo al equipo, aplicando y estableciendo métodos de cambio fuertes y definitivos.

A continuación, se detallan las tres etapas del Modelo de Gestión de Cambio de *Kurt Lewin*:

### ***I Etapa. Descongelamiento.***

En esta etapa se realiza un estudio de la empresa y se determina el punto de partida, cómo se va a realizar y los motivos del cambio. Además, se debe comunicar a los integrantes de la organización la necesidad de cambio para lograr un entendimiento y aceptación del cambio en la organización.

La etapa de descongelamiento busca crear la necesidad de cambio y aceptación del mismo en las personas u organizaciones, para que el mismo tenga una fácil aceptación.

En esta primera etapa del Modelo de Gestión de Cambio, según *Gómez (2022)*, existen una serie de procedimientos que se pueden seguir, los cuales se definió a continuación:

#### **Determinar qué debe cambiar:**

- Estudiar el estado actual de la empresa.
- Establecer las razones objetivas para el cambio.
- Definir qué y qué no cambiar.

#### **Asegurar el apoyo de las personas influyentes y de la dirección:**

- Definir los problemas a resolver desde una perspectiva global.
- Crear marco de confianza con la dirección de la organización.
- Identificar a líderes informales y a los grupos de personas que pueden influir.

- Establecer para cada persona lo positivo que les traerá el cambio a realizar.
- Informar con sinceridad en qué va a consistir el cambio y las implicaciones que conllevará.

**Crear la necesidad de cambio:**

- Difundir las razones objetivas del cambio, centrados en el porqué de esos cambios.
- Utilizar la visión como motivación.
- Comunicar la visión de forma inspiradora y en términos de los cambios necesarios.

**Gestionar la comunicación:**

- Responder a dudas y preocupaciones de todas las personas implicadas.
- Mostrar una actitud abierta hacia las mismas.
- Pedir y dar retroalimentación durante toda la fase de descongelamiento.

***II Etapa. Cambio o movimiento.***

Una vez reducido el rechazo al cambio en esta etapa se da el avance a un nuevo nivel. El desplazamiento hacia este nuevo nivel en la organización incluye cambios en el comportamiento y las costumbres, por lo que se deben de adoptar nuevas costumbres y valores.

En esta etapa lo importante es comprender que no todas las personas van a tomar a bien el cambio en la organización, por lo que en esta etapa de transformación lo importante es mantener una buena comunicación con todos los implicados en el cambio y también entender que se necesitará tiempo para asimilar el cambio. Por lo que esta esta etapa la buena comunicación y comprensión son vitales para el proceso de cambio en la organización.

En esta fase *Gómez (2022)*, indica que se deben seguir los siguientes pasos:

**Comunicar con frecuencia y gestionar los rumores:**

- Comunicar a lo largo de toda la planificación y posterior implementación.

- Preparar a todas las partes implicadas para el proceso de cambio.
- Explicar con detalle cómo afectará a cada una de ellas el cambio, mostrando pros y contras.
- Responder a las preguntas de forma honesta y abierta.
- Solucionar y resolver los problemas que surjan de inmediato.
- Describir el cambio en relación a las necesidades de la organización.

**Dotar de poder de decisión:**

- Establecer las formas de participación para todas las partes implicadas.
- Asegurar que los líderes proporcionen una dirección en el día a día.

**Involucrar a las personas en el proceso:**

- Generar objetivos a corto y medio plazo para reforzar el proceso de cambio.
- Negociar, si es necesario, con las partes implicadas fuera de la organización, como clientes o proveedores.

***III Etapa. Congelamiento.***

Esta tercera etapa se podrá establecer sólo cuando se hayan amoldado los nuevos cambios y la organización tenga establecidos los nuevos métodos de trabajo. El objetivo de esta etapa es establecer el nuevo cambio. Esta fase de congelamiento no quiere decir que la empresa está exenta a nuevos cambios o mejorar continuamente, pero si es importante que se solidifique para tener claro el panorama dentro la organización y sirva de base para futuros cambios. El objetivo de esta última etapa es brindar estabilidad a todos los involucrados en el cambio. En esta etapa según *Gómez (2022)*, estos son los pasos a seguir:

**Fijar el cambio cultural:**

- Identificar y empoderar a quien apoya el cambio.

- Identificar los obstáculos y solucionarlos de inmediato.

**Desarrollar estrategias para mantener el cambio:**

- Asegurar el apoyo de las personas influyentes en la organización.
- Adaptar la estructura de la organización, si fuera necesario.
- Establecer sistemas de retroalimentación y reconocimiento.

**Proporcionar formación y soporte:**

- Mantener a todas las partes implicadas informadas.
- Facilitar asistencia personalizada en caso de necesitarlo.

**Celebrar cada éxito:**

- Con acciones relevantes para todas las partes implicadas, de forma que todas ellas se vean como agentes cívicos en la transformación.

## 2.2 MARCO CONCEPTUAL

**Gestión:** Acción y efecto de administrar. Diccionario Real Academia Española  
(<https://dle.rae.es/gesti%C3%B3n>)

**Entorno:** Ambiente, lo que rodea. Diccionario Real Academia Española  
(<https://dle.rae.es/entorno>)

**Macroambiente:** Estudio del ambiente no controlable en el que se encuentra la empresa, constituido por elementos que determinan oportunidades y presentan amenazas que afectan los planes de marketing. (*Giese (2017)*)

## 2.3 MARCO CONTEXTUAL

Las oficinas turísticas pueden estar gestionadas por una empresa de titularidad pública, semipública, sin ánimo de lucro o privada. Normalmente, el gobierno central, regional o provincial dirige estas agencias, junto con algunos miembros del gobierno local. No obstante, existen diferencias significativas en el presupuesto, fuentes de ingresos y programas de comercialización de las oficinas turísticas de una región a otra.

Hoy en día las oficinas de turismo ejercen un papel esencial en el desarrollo de un territorio, pues las funciones que se les encomiendan son variadas y no estrictamente informativas.

Entendemos que el asesoramiento al turista es la base sobre la que operan, pero también se ocupan de:

1. Promociones la oferta de los productos turísticos del destino.
2. Planificar ciertas infraestructuras que darán cobertura al servicio turístico.
3. Promover la atracción del destino.

(Cruz, 2019)

Basados en los conceptos anteriores podemos definir que la principal labor de una oficina de gestión turística es potencializar el desarrollo turístico en la localidad, y funciona como enlace entre el gobierno local, los empresarios turísticos y los turistas. Aunado a esto funge como órgano asesor en materia de turismo, por lo que se puede determinar que *La Cruz, Guanacaste*; nuestro cantón en estudio, al ser un territorio costero con variedad de atractivos turísticos la creación de una oficina de gestión turística en el gobierno local generaría un mayor desarrollo de la zona y una población fortalecida en materia de turismo lo que repercute en el turista como un destino atractivo y para los inversionistas como un lugar seguro para invertir.

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 ENFOQUE

#### *Método Cuantitativo de la Investigación.*

El significado original del término cuantitativo (del latín “*quantitas*”) se vincula a conteos numéricos y métodos matemáticos (Niglas,2010). Actualmente, representa un conjunto de procesos organizando de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones. Cada fase precede a la siguiente y no podemos eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna etapa. Parte de una idea que se delimita y, una vez acotada, se generan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica. De las preguntas se derivan hipótesis y determinan y definen variables; se traza un plan para probar las primeras (diseño, que es como “el mapa de la ruta”); se seleccionan casos o unidades para medir en estas las variables en un contexto específico (lugar y tiempo); se analizan y vinculan las mediciones obtenidas (utilizando métodos estadísticos), y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (Hernández- Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018)

#### *Método Cualitativo de la Investigación.*

El término cualitativo tiene su origen en el latín “*qualitas*”, el cual hace referencia a la naturaleza, carácter y propiedades de los fenómenos (Niglas, 2010).

Con el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí, y revisado los estudios previos, ambas acciones de manera

simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018)

En la ruta cualitativa la realidad se define a través de las interpretaciones de los participantes y del investigador respecto de sus propias realidades. De este modo, convergen varios puntos de vista, por lo menos de los participantes, los del investigador y los que se producen mediante la interacción de todos los actores. Además, son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y son las fuentes de los datos.

El investigador se introduce y recopila información sobre las percepciones, emociones, prioridades, vivencias, significados y cualidades de los participantes, y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno analizado. También, le resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. Por ello, a lo largo del trayecto cualitativo adquiere un punto de vista tanto “interno” como “externo” y una doble perspectiva: analiza los aspectos explícitos, conscientes y manifiestos, así como aquellos implícitos, inconscientes y subyacentes. (Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018)

### ***Método Mixto de la Investigación.***

Esta tercera vía para realizar investigación entrelaza a las dos anteriores (cuantitativa y cualitativa) y las mezcla, pero es más que la suma de las dos anteriores e implica su interacción y potenciación.

Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018).

*Chen* (2006) define a los métodos híbridos 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, y señala que estos pueden ser conjuntados de tal manera que las rutas cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (forma pura de los métodos mixtos); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (forma modificada de los métodos mixtos). (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

Después de analizados los tipos de investigación se ha determinado que el enfoque de esta investigación es cualitativo debido a que se obtendrá información a través de entrevistas a personas y organizaciones las cuales están directamente relacionadas con el turismo en el cantón de La Cruz, Guanacaste.

### **3.2 ALCANCE**

Según *Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018)* los alcances son cuatro: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. No representan clases o tipos de investigación, ni son mutuamente excluyentes, sino que constituyen puntos entrelazados de un continuo de casualidad.

#### ***Alcance Exploratorio.***

Se llevan a cabo cuando el propósito es estudiar fenómenos y problemas nuevos, desconocidos o poco estudiados. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

#### ***Alcance Descriptivo.***

Tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

#### ***Alcance Correlacional.***

Investigaciones que pretenden asociar conceptos, fenómenos, hechos o variables. Miden las variables y su relación en términos estadísticos. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

#### ***Alcances Explicativos.***

Investigaciones en las que se tiene como propósito establecer las causas de los sucesos, problemas o fenómenos que se estudian. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

En el caso de esta investigación se utilizará el alcance descriptivo debido a que se ha podido determinar que existen estudios con respecto a oficinas de gestión del turismo en los municipios.

### **3.3 DISEÑO**

#### ***Diseño de Teoría Fundamentada.***

El investigador produce una explicación o teoría respecto a un fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto concreto y desde la perspectiva de diversos participantes (*Taylor y Francis 2013; Torrance, 2011; Sullivan, 2009; y Haig, 2006*). Los autores que sustentan este enfoque sostienen que las teorías deben inducirse de datos recolectados en el campo. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

#### ***Diseño Etnográfico.***

Los diseños etnográficos pretenden explorar, examinar y entender sistemas sociales: grupos comunidades, culturas y sociedades (Creswell y Creswell, 2018 y Whitehead, 2005), así como producir interpretaciones profundas y significados culturales (LeCompte y Schensul, 2013 y Van Maanen, 2011), desde la perspectiva o punto de vista de los participantes o nativos. Patton (2015) señala que tales diseños buscan describir, interpretar y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas presentes en tales sistemas. Incluso pueden ser muy amplios y abarcar la historia, geografía y los subsistemas económicos, educativos, político y cultural (rituales, símbolos, funciones sociales, parentesco, migraciones, redes y un sinfín de elementos). (Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018)

#### ***Diseños Narrativos.***

Los diseños narrativos pretenden entender la sucesión de hechos, situaciones, fenómenos, procesos y eventos donde se involucran pensamientos, sentimientos, emociones e interacciones, a través de las vivencias contadas por quienes los experimentaron. Se centran en “narrativas”, entendidas como historias de participantes relatadas o proyectadas y registradas en diversos medios que describen un evento o un conjunto de eventos conectados cronológicamente (Czarniawska, 2004). (Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018)

#### ***Diseños Fenomenológicos.***

Su propósito principal es explorar describir y comprender las expectativas de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias. (Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018)

#### ***Diseños de Investigación-Acción.***

Su precepto básico es que debe conducir a cambiar y por lo tanto este cambio debe incorporarse en el propio proceso de investigación. Se indaga al mismo tiempo que se interviene. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

Asimismo, se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos y reformas estructurales. *Sandín (2003)* señala que la investigación-acción pretende, esencialmente, propiciar el cambio social, transformar la realidad (social, educativa, económica, administrativa, etc.) y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

Esta investigación tiene un diseño cualitativo de investigación-acción, porque primero se va a investigar y luego se va a realizar una propuesta.

### **3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO**

#### **3.4.1 Población**

La población que será estudiada en esta investigación será 15 comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense de Turismo.

#### **3.4.2 Tipo de muestra**

##### ***Muestra probabilística***

Según *Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018)* la muestra probabilística es un subgrupo de la población en que todos los elementos de esta tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

En las muestras probabilísticas todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

### ***Muestra no Probabilística***

De acuerdo a *Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018)* la muestra no probabilística es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación.

En las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

Para efectos de esta investigación se utilizará el tipo de muestra no probabilística por conveniencia.

### **3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión**

Condiciones específicas para los individuos de la muestra.

**Tabla 3.**

*Criterios de inclusión y de exclusión*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Comerciantes del sector turismo	Comerciantes del sector turismo que tengan menos de un año de estar en operación.
Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz	Personas que tengan seis meses o menos de laborar para la Asociación Cámara de

---

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4.4 Consideraciones éticas

Según *Ames Ramello, P. y Merino, Amand F. (2019)* los principios éticos son: respeto por las personas, beneficencia y no maleficencia, justicia, integridad científica y responsabilidad; mismos que detalla a continuación.

#### ***Respeto por las personas.***

Esto implica la protección y respeto de sus derechos, en particular el derecho a participar voluntariamente y de manera informada en la investigación. Es sobre la base de este principio que se aplica el consentimiento informado, es decir la aceptación voluntaria e informada para participar en una investigación. (*Ames Ramello, P. y Merino Amand, F. 2019*)

#### ***Beneficencia y no maleficencia.***

Se centra en procurar el bienestar de las personas que participan en la investigación, es decir, actuar en su beneficio y evitar cualquier forma de daño, directo o indirecto, físico o psicológico. (*Ames Ramello, P. y Merino Amand, F. 2019*)

#### ***Justicia.***

Los investigadores e investigadoras deben tratar con equidad y justicia a los participantes en la investigación, absteniéndose de un trato injusto o preferencial con unos frente a otros. (*Ames Ramello, P. y Merino Amand, F. 2019*)

#### ***Integridad científica.***

Se refiere a un ejercicio adecuado de la profesión. Incluye el cuidado y uso honesto de los datos que se obtiene en la investigación, tanto en el ámbito académico como en el desempeño profesional. (*Ames Ramello, P. y Merino Amand, F. 2019*)

***Responsabilidad.***

Alude a la necesidad de ser consciente de las consecuencias de las decisiones tomadas en el curso de la investigación, que son responsabilidad del o la investigador o investigadora. (*Ames Ramello, P. y Merino Amand, F. 2019*)

Para efectos de esta investigación los datos recolectados van a ser confidenciales, la persona va a poder participar de manera voluntaria e inclusive va a firmar un consentimiento informado y la información se utilizará única y exclusivamente con fines académicos.

### **3.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

El libro indica que es importante analizar todos los instrumentos de recolección de la información y determinar cuál es el más adecuado para el objetivo del estudio que se va a realizar así mismo muestra la siguiente figura en la cual detalla cada uno de los instrumentos que se utilizan para la recolección de la información, así como las ventajas y desventajas de cada uno de ellos.

**Tabla 4.**

*Ventajas y limitaciones de los principales instrumentos para recolectar datos cualitativos.*

Instrumento	Principales ventajas	Limitaciones fundamentales
<i>Observación participante</i>	El investigador mantiene experiencias directas con los participantes y el ambiente.	El Investigador puede ser visto como intrusivo.
<i>Observación directa no participante</i>	Es factible observar cuestiones inusuales y el investigador puede captar datos directos de los participantes y el ambiente. Útil para temas que pueden incomodar a los participantes cuando se discuten con el investigador.	Requiere que el investigador posea la habilidad para captar cuestiones veladas y signos no verbales. La información personal puede no aflorar o no ser detectada.
<i>Observación mediante equipos</i>	El investigador puede grabar y estudiar el material una y otra vez.	Los participantes pueden sentirse incómodos al saber que se les graba y con algunos (como los niños) puede ser más complicado lograr la empatía.
<i>Entrevistas personales (incluyendo personalizadas por Internet)</i>	Los participantes pueden proveer información histórica. El investigador realmente está utilizando dos herramientas: la propia entrevista y la observación. Permite cierto control del entrevistador sobre los temas por incluir y excluir, mediante preguntas.	Los datos están filtrados por los puntos de vista de los participantes. A veces el ambiente no es natural para los participantes. No todos los participantes tienen las mismas habilidades para expresarse verbalmente ni por otros medios.
<i>Documentos</i>	Permiten al investigador estudiar el lenguaje escrito y gráfico de los participantes. Es una forma no invasiva cuando no se les pide elaborarlos, y en este caso, pueden ser consultados en cualquier momento y ser analizados cuantas veces sea preciso. No es necesario dedicar tiempo a transcribirlos.	No siempre se puede tener acceso a estos, particularmente los de carácter privado, y a veces es complicado encontrarlos. Debe asegurarse su autenticidad. Frecuentemente resulta necesario escanearlos o fotografiarlos. Pueden estar incompletos.
<i>Material audiovisual</i>	Si ya han sido elaborados, no es intrusivo y puede revisarse cuantas veces resulte necesario. Muchas veces proporciona información del contexto.	No siempre es accesible. Si se graba durante la investigación, el fotógrafo o camarógrafo puede ser invasivo.

Nota. Adaptado de Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. (2018) Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C.

Para efectos de esta investigación el método de recolección de información que se utilizará será la entrevista.

La entrevista según Valle Taíman (2022), se puede definir como un instrumento que nos permite preguntar a las personas sobre los aspectos que nos interesen para la investigación. Y se puede clasificar en tres tipos de entrevista:

1. Estructurada: en este tipo de entrevista el investigador aplica un cuestionario idéntico en todas las entrevistas.

2. Semiestructurada: es más flexible y permite al investigador volver a preguntar para aclarar ideas; para realizarla se emplea una guía con una relación de preguntas.
3. Abierta o profundidad: esta clase de entrevista transcurre como una conversación, luego de planteado el tema.

### 3.6 VARIABLES O CATEGORÍAS

**Tabla 5.**

*Cuadro de operacionalización de las variables*

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar el entorno competitivo del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.</li> </ul>	Entorno Competitivo	Ambiente, lo que rodea.	Se aplicarán entrevistas al personal del ICT, de la Asociación para el Desarrollo del Comercio y el Turismo de La Cruz y de comerciantes de la zona.	Cinco Fuerzas de Porter	Presiones competitivas asociadas a las maniobras competitivas entre vendedores rivales. Presiones competitivas asociadas a la amenaza de nuevos participantes. Presiones competitivas de vendedores de	Entrevista con preguntas abiertas.

					<p>productos sustitutos.</p> <p>Presiones competitivas provenientes del poder de negociación del proveedor.</p> <p>Presiones competitivas que surgen del poder de negociación del comprador y de la sensibilidad al precio.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Examinar el macro ambiente del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.</li> </ul>	Macroambiente	<p>Estudio del ambiente no controlable en el que se encuentra la empresa, constituido por elementos que determinan oportunidades y presentan amenazas que afectan los planes de marketing.</p>	<p>Se aplicarán entrevistas al personal del ICT, de la Asociación para el Desarrollo del Comercio y el Turismo de La Cruz y de comerciantes de la zona.</p>	Factores del Macroambiente	<p>Aspectos demográficos</p> <p>Ambiente natural</p> <p>Factores políticos</p> <p>Factores tecnológicos</p> <p>Fuerzas sociales</p> <p>Fuerzas globales</p>	<p>Entrevista con preguntas abiertas.</p>

					Condiciones económicas generales.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.</li> </ul>	Gestión de Cambio	Acción y efecto de administrar	Análisis de la información recopilada	Modelo de <i>Lewin</i>	Descongelamiento Cambio Congelamiento	Análisis

*Fuente:* Elaboración propia.

### 3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS

Según *Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018)* en el proceso cualitativo el investigador es el instrumento para la recolección de datos. En la siguiente figura se pueden observar los tipos de herramientas para el análisis o recolección de datos cualitativos.

**Figura 8.**

*Tipos de herramientas para el análisis o recolección de datos cualitativos*



Nota. Adaptado de Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. (2018) Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C.

Además, Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018) nos indica que en la observación cualitativa se requiere una participación activa del investigador, la cual requiere la participación de todos sus sentidos. En este tipo de observación se necesita saber identificar conductas no verbales, ser reflexivo, disciplinado y flexible. Define la entrevista cualitativa como íntima, flexible y abierta, y las caracteriza por:

1. El principio y el final de la entrevista no se predeterminan.
2. Las preguntas y el orden en que se hacen se adecuan a los participantes.
3. Ser anecdóticas
4. El entrevistador comparte con el entrevistado el ritmo y dirección de la entrevista.
5. El contexto social es considerado.
6. El entrevistador se ajusta al lenguaje del entrevistado.

Otra variable que nos muestra *Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018)* es que en la entrevista con enfoque cualitativo se pueden hacer preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones, atribuciones, entre otros.

Los **grupos de enfoque** consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a diez personas) en las cuales los participantes conversan en tono a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales que fomenta la interacción en la sesión. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

Las **biografías o historias de vida** son narraciones de los participantes sobre hechos del pasado y sus experiencias. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

La **codificación** en un segundo plano (axial y selectiva) consiste esencialmente en agrupar categorías en temas más generales e identificar las categorías centrales del fenómeno. (*Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. 2018*)

Basados en lo indicado por *Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018)* el proceso primordial en el análisis de datos cualitativos consiste en que recibimos datos no estructurados y se estructuran e interpretan.

### **Figura 9.**

*Proceso de análisis general en la investigación cualitativa*



Nota. Adaptado de Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. (2018) Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C.

Basados en que la investigación es cualitativa se aplicarán entrevistas, y los resultados serán transcritos a este documento.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

A continuación, en este capítulo se mostrarán los resultados de la aplicación de la entrevista a 15 comerciantes del sector turismo de *La Cruz*, un representante del *Instituto Costarricense de Turismo* y la persona encargada de la *Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz*; para el logro de los objetivos en esta investigación.

### 4.1 Objetivo 1

#### 4.1.1 Identificar el entorno competitivo del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.

##### Entorno Competitivo

**1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?**

“Si tengo identificada a mi competencia lo que me permite ofrecer experiencias diferentes lo cual aumenta mi demanda”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“La competencia si está identificada. En el área de alimentos; todas las ofertas son competencia, por tanto, la demanda se ve directamente afectada”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“Si, no afecta la demanda”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Si tengo identificada la competencia, y en realidad hasta el momento no a afectado nuestra demanda”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“Si afecta la demanda, siempre hay que dar valor agregado a nuestro servicio para ser considerados la mejor opción”. *Manuel Morice Montealegre, Let's Go Tours, La Cruz.*

“Si conocemos la competencia. Toda competencia afecta la demanda”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Un poco, a veces los turistas dicen que en la playa se encuentran mejores precios. Los vendedores de la playa tienden a traer productos No de CR. y a veces de manera ilegal provocando competencia desleal. Sin embargo, con todo lo anterior no siento afectación en demanda”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Desde inicios de operación se hizo un estudio de mercado para conocer a la competencia, así como los precios, ofertas y demás se llegó a la conclusión que, aun teniendo demasiada competencia no se vio afectación los clientes siguen prefiriendo nuestros servicios por la calidad brindada y no por precio bajo”. *Javier Franco Rodríguez, Franco's Adventures.*

“Ubicación pues quizás ya que Cuajiniquil no la tiene a ver como zona turística. Precios pues tratamos de competir contra todo”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Si, conocemos a la “competencia”, desconozco sus precios u ofertas. No afectan mi demanda puesto que están operando de manera informal”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Si tengo identificado mi competencia. En cierta medida si afecta; vendedores de playa son informales y tienen mejor posicionamiento con los clientes; lo mismo ocurre con Café Britt se ubican dentro del hotel”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“No” *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil.*

“Si las tengo identificadas, pero no le pongo el interés que debería”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“La demanda no se ve afectada”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Si, los tenemos identificados, sabemos la ubicación, precios y consideramos que en algunos casos si afecta la demanda”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

**2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?**

“Si claro, basado en mi conocimiento de la competencia, mercado y temporada, tomamos decisiones para procurar más afluencia de clientes”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“El contacto diario es necesario para capturar y mantener vivo el deseo de consumo de los clientes. Exponer los productos a la vista y oídos del cliente es una buena estrategia”. *Neftalí Mairena Corea*, comerciante vecino de *La Cruz*.

“Hacer el huésped 100% satisfecho, así le habla positiva y recomienda a otros visitar el mismo lugar”. *Guido Martin Sutter*, *Cabinas Cañas Castilla*.

“Mantener variedad de precios y variedad productos y siempre con un buen servicio al cliente”. *Yerlin Chavarría*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“Claro es indispensable ofrecer el mejor servicio para ser competitivos”. *Manuel Morice Montealegre*, *Let's Go Tours*, *La Cruz*.

“Si sabemos quiénes son nuestros competidores, hemos implementados estrategias para atraer los visitantes, sin embargo, es un aspecto que debemos mejorar, y no han sido suficientes”. *Estrella Vargas Díaz*, *Cabinas Santa Rita*, *La Cruz*.

“Google maps”, “Facebook” y el boca a boca en guías y choferes”. *Fernando Ortiz Sánchez*, comerciante de *Cuajiniquil*, *La Cruz*, *Guanacaste*.

“Hay diferentes estrategias que se están implementando desde regalías, así como marketing estratégico, publicidad en redes sociales y demás”. *Javier Franco Rodríguez*, *Franco's Adventures*.

“Pues una de nuestra estrategia es siempre el buen servicio y la calidad de nuestros productos y eso más ayuda en la posibilidad de boca en boca”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Mantenemos contratos con Agencias, DMCS, tour operadores que nos contratan como proveedores de servicios y así aseguramos los clientes”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Mediante guías y choferes tenemos un pacto; el souvenir comisiona por venta. Aparte ofrecemos muchas facilidades a los turistas; por ejemplo: precios en \$USD con impuestos incluidos precios más bajos que Café Britt, degustación café de CR, facilidades de pagos sin cargos adicionales cuando pagan c/ tarjeta”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Sí” *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil.*

“Me publicito más, utilizo las redes para wasap, Facebook”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Si claro que sí”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Si, realizamos promociones por redes sociales”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

**3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?**

“Costa Rica es el país de Centroamérica con más obstáculos para iniciar cualquier negocio, las cargas tributarias y las cargas sociales, hacen que más emprendimientos trabajen en la informalidad”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Las condiciones para establecer nuevas actividades comerciales en Costa Rica han variado. Ahora son más rápidas y menos costosas. Es posible establecer casi todo emprendimiento turístico en La Cruz, Guanacaste”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“Mucha burocracia... pero el Internet facilita mucha”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“En cierta forma si, en la actualidad está muy duro emprender por cómo está la economía y la inflación esto ha complicado todo para los pequeños empresarios”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“Creo que la única barrera puede ser la falta de trayectoria, pero es algo por lo que pasan todos al empezar”. *Manuel Morice Montealegre, Let's Go Tours, La Cruz.*

“Si claro”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Lo único que creo provoca barrera son lentitud en planes reguladores. Problemas con agua”.

*Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“En términos de apertura de oficina formal, sí, hay mucha Burocracia en términos de permisos y patentes municipales. En términos de tiempo, poder contar con los permisos necesarios se demora de 6 a 8 meses para la obtención de los documentos”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Pues en algunos casos pues tramitología lenta en algunos casos burocracia”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“No. Pienso que todo está en la formalidad que se quiera ofrecer”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Como pequeña empresaria y bajo mi experiencia no veo barreras. El tema de rutas (caminos) pronto la municipalidad dará mantenimiento interno, lo que nos afecta durante el diario vivir/trabajar es el tema de internet, red inestable y de igual forma con el agua y la electricidad”.

*Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Si” *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil.*

“considero que no, ahora hay menos burocracia”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Si hay muchas barreras, desde intentar que te den una patente, hasta llegar a tributación y la CCSS”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Si, dependemos de 1 solo hotel grande con mercado extranjero para todo el cantón y los operadores solicitan bastantes requisitos”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“Lo que considero es que hay exceso de requisito a la hora de gestionar las autorizaciones, inclusive a veces en las diferentes instituciones entran en contradicción porque cada una de ellas en virtud de su autonomía institucional le piden el mismo requisito a la misma vez y dejan al empresario en un estado de indefensión que les cuesta resolver y empezar a trabajar”. *Walter Torres Meléndez, director regional ICT, Liberia.*

“No lo considera”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

#### **4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?**

“Ninguna, todos son bienvenidos, entre más negocios mayor desarrollo, siempre y cuando sea una competencia leal y pareja”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“-Atento ante las nuevas noticias de establecimientos comerciales.

-Visita del nuevo competidor.

-Prueba de sus productos

-Evaluar su servicio.

-Consolidar y mejorar productos y servicios que ofrecemos”. *Neftalí Mairena Corea*, comerciante vecino de *La Cruz*.

“Dar muy buen servicio al cliente, poner un nuevo atractivo en el lugar”. *Guido Martín Sutter*, *Cabinas Cañas Castilla*.

“\*Mantener siempre un buen trato a los clientes.

\*Tener precios accesibles a todo público.

\*Tener variedad de productos y complacer los gustos de clientes a la hora de cambiar y agregar a los productos”. *Yerlin Chavarría*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“Muchas pequeñas acciones le dan valor a una empresa y aunque no lo parezca con el tiempo llegan a diferenciar a las buenas empresas; por ejemplo, la constancia en cuanto al aseo y mantenimiento de las móviles, darles seguridad a los pasajeros con conductores prudentes, pero también se invierte en seguridad como GPS y más dispositivos que garantizan que se le pueda dar seguimiento a las normas de seguridad nacionales e inclusive internacionales”. *Manuel Morice Montealegre*, *Let's Go Tours*, *La Cruz*.

“Hemos incorporado insumos en las habitaciones para generar más confort a nuestros clientes, entre ellas: colocación de mini refrigeradoras en todas las habitaciones, colocación de bandejas con vasos, colocación de paños de mano, rotulaciones, entre otros”. *Estrella Vargas Díaz*, *Cabinas Santa Rita*, *La Cruz*.

“Calidad productos, excelente atención al cliente”. *Fernando Ortiz Sánchez*, comerciante de Cuajiniquil, *La Cruz, Guanacaste*.

“Mejores promociones, regalías, amenidades sin costo alguno campañas de marketing con más alcance, mejores transportes”. *Javier Franco Rodríguez*, *Franco´s Adventures*.

“Pues la innovación de nuevos y mejores productos y mantener la calidad de productos y atención que los clientes están acostumbrados en nuestro negocio”. *Esteban Jesús Caballero León*, *Marisquería Boulevard*, Cuajiniquil.

“Mantenernos siempre de manera formal, cumpliendo todas las normativas para operar”. *Yessenia Lara Vanegas*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“Posicionamiento de más de 5 años, buena atención al cliente y excelente trato a guías y choferes. Además, estamos extendidos en otros puntos para apertura de más tiendas”. *Doris Alán Muñoz*, *Cuajiniquil*, *Tico Souvenir*.

“Mantenemos la calidad de servicios, así como, la calidez que nos permite potenciar nuestro eslogan (bienvenida a casa)” *Jorge Manuel Alán Fonseca*, *Cuajiniquil*.

“Mas publicidad, mejorar los precios y el servicio”. *Ericka Morales Martínez*, *Hotel Amalia*, *La Cruz*.

“Mejorar el servicio, instalaciones, descuentos”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Ofrecemos descuentos temporales”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

**5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?**

“La Cruz, por estar situada lejos de GAM adquiere productos a más altos precios, lo que encarece el producto final”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Algunos productos están en oferta a más de 60 kilómetros de La Cruz, Guanacaste. Implica invertir tiempo y demora o comprar con un costo de más del 50% en La Cruz, Guanacaste. Esto afecta NO el precio sino la utilidad”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“El acceso a proveedores como OTA es fácil, solamente se inscribe el servicio que se brinda, y hay que tomar en cuenta el costo (digamos la comisión que hay que pagar a ellos e incluir en el cálculo del precio”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Si es un factor muy importante y ahora todos los proveedores tienen todo super caro. Y debemos de estar en constante búsqueda de proveedores para poder mantener nuestros precios”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“El acceso a los proveedores para ofrecer los servicios no es difícil, inclusive en lo personal no fue difícil que nos dieran la oportunidad de trabajar con ellos, el reto más grande está en que lo continúen llamando con el paso del tiempo y seguir brindando el mejor servicio”. *Manuel Morice Montealegre, Let’s Go Tours, La Cruz.*

“Algunos proveedores llegan a nuestro hotel, sin embargo, muchos productos los compramos en Liberia o en San José y eso incrementa los gastos”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Difícil, hay proveedores que nos cobran hasta 3 envíos. GAM (empresa a transportes de entrega a Liberia) más el retiro en nuestro vehículo de encomiendas en Liberia. Si hay afectación en precio final de venta”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Claro que sí, es de muy fácil acceso a los proveedores, y claro que si es muy determinante para el costo final de los servicios”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Tratamos de ser solidarios y ayudarnos mutuamente con los proveedores y esto genera la frase (costo beneficio) ya que, en nuestro negocio, no nos limitamos a lo barato sino a la calidad”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Es cuestión de cumplir con todos los requisitos y estar capacitado para ofrecer un servicio de calidad”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Al ser por el momento los únicos clientes nos contactamos vía WhatsApp y se envían por encomienda o bien llegan hasta Liberia, por ello los costos se elevan”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“La mayoría son de fácil acceso, no es determinante” *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil.*

“No tengo problemas con proveedores”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“En la zona es un poco difícil el acceso a proveedores. No es determinante”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“El acceso es fácil, si es determinante para definir los costos de nuestros servicios”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

**6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?**

“No, existe una competencia desleal en algunos operadores turísticos, ya que venden a través de intermediarios”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Los precios están estandarizados porque están en manos de agencias y tour Operadores Turísticos que establecen los precios con antelación”. *Nefthalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“No”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Sí”. *Yerlin Chavarría*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“Pienso que es más una cuestión de oferta y demanda, porque no existe algo así como un tarifario”.

*Manuel Morice Montealegre*, *Let's Go Tours*, *La Cruz*.

“No”. *Estrella Vargas Díaz*, *Cabinas Santa Rita*, *La Cruz*.

“No. Grandes empresas obtienen mejores precios de compra por la cantidad adquirida vrs pequeños y medianos por compras mucho menores”. *Fernando Ortiz Sánchez*, comerciante de *Cuajiniquil*, *La Cruz*, *Guanacaste*.

“En su mayoría sí, salvo por los nuevos emprendedores que no hacen estudio de mercado para conocer los precios de mercado”. *Javier Franco Rodríguez*, *Franco's Adventures*.

“Sí”. *Esteban Jesús Caballero León*, *Marisquería Boulevard*, *Cuajiniquil*.

“Sí, lo malo es la competencia desleal por parte de operadores informales”. *Yessenia Lara Vanegas*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“No. Grandes empresas adquieren mejores precios de compra que un pequeño empresario esto por la cantidad a comprar”. *Doris Alán Muñoz*, *Cuajiniquil*, *Tico Souvenir*.

“No” *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil.*

“No”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“No, cada uno cobra lo que considere de acuerdo con su oferta”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Sí”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“En Costa Rica, existe la libre competencia por lo que no se pueden estandarizar los precios de los servicios turísticos, aunado a las diferentes amenidades que el sector le ofrece al turista consumidor.”. *Walter Torres Meléndez, director regional ICT, Liberia.*

“Depende de la categoría del hotel, pero si la Cámara trata de que sean estandarizados en el cantón”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

**7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?**

“Sí, correcto, debido a lo anterior”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Poseo clientes frecuentes están satisfechos con la calidad y el precio”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“Casi nunca pasa eso, solamente los ticos preguntan por un descuento por ser tico...

Con todas las OTA, se puede comparar bien los precios antes”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Por el momento no se han quejado ya que ofrecemos productos de varios precios y accesibles”.  
*Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“En algún momento tal vez se podría dar una negociación, pero en su mayoría justificamos nuestros precios y no cobramos caprichos”. *Manuel Morice Montealegre, Let’s Go Tours, La Cruz.*

“En algunas ocasiones”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Todos o la mayoría de los extranjeros piden descuento al igual que el nacional”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Si, pero se le convence diciendo que es un servicio más personalizado, privado y diseñado acorde a las necesidades específicas del cliente”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Pues no solicitan rebaja, ya que relacionan precio calidad. En 25 años ha sido la expresión de la mayoría”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Si están de acuerdo en pagar nuestro precio, ya que se les hace saber la importancia de comprar los servicios con una empresa que ofrezca respaldo”. *Yessenia Lara Vanegas*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“Nosotros hemos visitado otras tiendas y estamos ente los más económicos. Por cultura los clientes extranjeros siempre tienden a “regatear” precios”. *Doris Alán Muñoz*, *Cuajiniquil*, *Tico Souvenir*.

“De acuerdo” *Jorge Manuel Alán Fonseca*, *Cuajiniquil*.

“Los clientes son difíciles”. *Ericka Morales Martínez*, *Hotel Amalia*, *La Cruz*.

“Están de acuerdo con los precios. Si solicitan rebaja, algunos, es por costumbre”. *Marjorie Miranda Venegas*, *El Jobo*, *La Cruz*, *Casa del Árbol*.

“Algunas veces piden descuentos sobre todo si son nacionales”. *Keylin Geanina Lara E.* *Cuajiniquil Tours*, *Cuajiniquil*.

## **4.2 Objetivo 2**

### **4.2.1 Examinar el macro ambiente del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.**

#### **Macroambiente**

**1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)**

“No tuvimos limitantes”. *Otto Rojas Quirós*, *Hacienda Casa del Viento*, *Cuajiniquil*.

“Si cuentas con todos los requisitos no deberían existir limitantes. Las limitantes son mayormente relativas al emprendedor”. *Neftalí Mairena Corea*, comerciante vecino de *La Cruz*.

“-No existía línea eléctrica hasta el hotel -Caminos en mal estado por todo el cantón - poco flujo de turistas (años 1998-2004)”. *Guido Martin Sutter*, *Cabinas Cañas Castilla*.

“Políticas-ninguna

Sociales y económicas- las personas y los altos precios

Ambientales- ninguno”. *Yerlin Chavarría*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“Más que limitantes, lo que vimos fueron oportunidades de mejorar tanto a nivel de la empresa como personal, ya que adoptamos en la empresa como en las casas de los integrantes de la empresa conductas de reciclaje de lo que antes era basura”. *Manuel Morice Montealegre*, *Let's Go Tours*, *La Cruz*.

“De capital. También, algo muy importante es la carencia de recurso humano, entre ellos mucama, personal de seguridad, técnicos eléctricos, entre otros.

Es un negocio familiar, no hemos sido objeto de financiamiento para nuestra empresa con algunas garantías que nos benefician.

También hay limitaciones propiamente para todos lo que tiene que ver con hacienda, material laboral en especial lo regulado por el Ministerio de Trabajo.”. *Estrella Vargas Díaz*, *Cabinas Santa Rita*, *La Cruz*.

“No”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Sociales, esto a raíz de la presión de iniciar una empresa nueva donde en el mercado abundan muchas más empresas brindando el mismo servicio”. *Javier Franco Rodriguez, Franco’s Adventures.*

“En lo personal no tuve muchos problemas. Siempre y cuando cumples con lo que te solicitan”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Lentitud en los procesos de tener los permisos, muchos requisitos”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“No”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Ninguna” *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil.*

“Ninguno”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“El trámite de todos los permisos para funcionar”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Limitantes con el área de Conservación Guanacaste que no no permite ingresar al sendero de las islas Murciélago”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

**2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?**

“El fluido eléctrico y la conectividad son un problema”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“En La Cruz centro, NO.” *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“- Siempre hay interrupciones del fluido eléctrico y afecta mucho los domésticos

-El agua potable recibimos en el año 2008 y por dicha nunca le ha faltado”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“no”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“No tenemos problemas con agua o electricidad”. *Manuel Morice Montealegre, Let’s Go Tours, La Cruz.*

“En el distrito primero es muy frecuentes que se den problemas de suministro de agua, y en especial, hay un problema muy severo de picos de corriente”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Si constantemente y afecta la venta cuando no hay fluido eléctrico”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Regularmente no, pero esporádicamente si se presentan inconvenientes”. *Javier Franco Rodriguez, Franco’s Adventures.*

“No agua potable a pesar de ser zona difícil pues hemos esta super.

No así la electricidad la cual es super deficiente mínimo 10 cortes diario”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“No”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Si. El tema de agua es en todo el cantón y el fluido eléctrico si hay en ciertas épocas del año menos fluido. Ej. En verano las quemas y en invierno por derrumbes”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“El fluido eléctrico ES MUY Inestable”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“falta de agua potable”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“No”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“No”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“Si hay faltante de agua en el cantón, pero ya la Cámara está trabajando con AYA para mejorar el fluido del agua potable en la zona”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

**3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?**

“El estar rodeados de zonas protegidas es una gran ventaja para atraer turismo”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Si lo es”. *Nefalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“Si claro! Tiene las playas más lindas, paisajes, montañas, vida silvestre, miradores y gente amable”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Maso menos, le falta para atraer más clientes”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“La Cruz está rodeada en su mayoría por parques nacionales y Fincas lo que beneficia la buena imagen que tienen los turistas que nos visitan”. *Manuel Morice Montealegre, Let´s Go Tours, La Cruz.*

“La Cruz tiene un gran potencial y atractivo ambiental. Sin embargo, las atracciones turísticas son muy pocas, igualmente todo lo relacionado con la Ley 7600”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Sí, La Cruz y alrededores”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Claro que sí, la ubicación geográfica donde se encuentra tiene un alto potencial para atraer inversión”: *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Claro La Cruz es un cantón único como pocos en el mundo, con una diversidad climática sin igual, y ya muchas personas tienen los ojos hacia acá”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Sí”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Sí”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Sí”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“Sí es un paraíso”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Claro somos un cantón privilegiado”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Si. Cuenta con una zona geológica impresionante”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“Absolutamente, no me queda la menor duda que el entorno que se encuentra el Cantón de la Cruz, tiene un enorme potencial turístico del cual los ciudadanos locales, deben aprovechar para impulsar este Cantón.

También se requiere una buena estrategia de mercadeo para hacer más visible la oferta turística.

El entorno paradisiaco de este lugar les da un encanto invaluable aunado a los microclimas en diferentes lugares a muy corta distancia...”. *Walter Torres Meléndez, director regional ICT, Liberia.*

“Mientras que se cuide sí, es importante trabajar en campañas”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

#### **4- Con relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?**

“Actualmente el porcentaje entre unos y otros es muy similar”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Locales”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“Mas turistas extranjeros llegan a Cañas Castilla”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Nacionales”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“El 98 por ciento son extranjeros”. *Manuel Morice Montealegre, Let’s Go Tours, La Cruz.*

“Locales, la visitación de turismo es casi nula”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Depende de temporada, pero visitan más extranjeros”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Extranjeros (americano-canadiense-europeo)”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Locales, Nacionales en épocas de vacaciones y un 60% liberiana durante 25 años”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Extranjeros”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Depende de la temporada”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“50/50”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“locales”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Locales”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Extranjeros”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“Hay un equilibrio de visitación de un 50% tanto de Turistas Nacionales como Extranjeros”.

*Walter Torres Meléndez, director regional ICT, Liberia.*

“Ambos, más que todo nacional a Playa Rajada”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

**5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de esta ha tenido impacto en sus clientes?**

“Sí claro, por eso la necesidad de tener una mejor conexión a INTERNET”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Muy de acuerdo”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“De fijo, se cambió mucho el comportamiento de los huéspedes, el acceso al internet es indispensable... AC es estándar”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Si, pero en estos años he visto que tiene un mayor impacto el boca a boca”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“La tecnología es positiva porque nos da herramientas de control en caso de algún acontecimiento negativo y nos da a conocer para el resto del mundo”. *Manuel Morice Montealegre, Let's Go Tours, La Cruz.*

“Si claro, la tecnología es muy importante como por ejemplo el uso de internet”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Si. Impacto positivo hasta Que se va el fluido eléctrico”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“En gran parte, dado que el producto audiovisual que se distribuye tanto en redes sociales como página web atrae muchos clientes potenciales”: *Javier Franco Rodríguez, Franco's Adventures.*

“Es una doble vía, para bien y para mal. Pero al final la mayoría hace la diferencia las redes sociales hacen que las personas expresen lo bueno, también lo malo para ellos”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Si, muchos reservan por medio de página web, aplicación o redes sociales”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Si. Se dio la opción de pagar por medio de aplicación “Apple Pay” clientes no manejan efectivo. O bien en nacionales por medio de SINPE”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Sí”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“Sí mucho”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Claro, la tecnología es muy importante”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Si completamente”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“La dinámica de la actividad turística a nivel mundial hoy por hoy está fundamentada en la tecnología y Costa Rica no es la excepción, esto a pesar de que en cuanto a red hay mucho que mejorar, el turista se nutre de información mediante redes sociales y todo a través de dispositivos tecnológicos que hacen más eficiente la información. Nos permite conocer las necesidades de los clientes, dar respuestas personalizadas, ofertar productos turísticos y servicios competitivos y optimizar los recursos aumentando la rentabilidad financiera”. *Walter Torres Meléndez, director regional ICT, Liberia.*

“Es perjudicial cerca de la costa no hay buena cobertura se está trabajando en conjunto con ICE, ICT para mejoras”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

**6- Con relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?**

“El turismo es considerado como una actividad de riesgo por el sistema bancario nacional”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Algunas regulaciones son costosos y por ello retrasan o hacen desaparecer los emprendimientos”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“No”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Si y no, no tanto en el desarrollo, pero si en rentabilidad”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“No consideramos que alguna ley o regulación nos afecte, al contrario, por las regulaciones no hay exceso en la oferta”. *Manuel Morice Montealegre, Let´s Go Tours, La Cruz.*

“En este tema hemos sido poco asesorados, sin embargo, somos muy respetuosos de las leyes y normativas del país”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Si. Un refugiado tiene más opciones (desde capacitaciones) pymes hay sensación de ayuda nula”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“En gran parte, sobre todo en el tema de patentes y permisos municipales”. *Javier Franco Rodríguez, Franco´s Adventures.*

“No”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Una vez que cumplimos con todos los requerimientos hemos tenido mucho respaldo. El trámite para tener permisos es lento, pero vale la pena”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Considero que siempre las leyes están a favor de las grandes empresas. En todo el sentido van a verse afectadas las pequeñas y medianas y el turismo no es excepción”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Sí”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“Necesitamos más apoyo de los bancos estatales”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“No”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“INCOPECA cobra carne de pesca y solo tardan 8 días. INS pólizas muy altas.”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“No, han abierto más las puertas”. *Marina Peña Cerdas, ASCATUR La Cruz, Guanacaste. Cámara de Comercio y Turismo.*

**7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?**

“Lo que más ha afectado es la poca o nula publicidad, provocando en los nacionales la mala información o creencia de que La Cruz está muy lejos”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“La capacidad de los microempresarios es muy baja, quizá solo puedan sufragarse gastos de establecer la actividad comercial y NO cumplir con las exigencias del sector turístico”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“-que se encuentra algo lejos de la GAM

-que hay poca infraestructura turística (se cerró el Canopy) solamente los ATV, y cabalgatas, tours en lancha. Muchos tours con gente del Dreams van hasta Bijagua a ver un perezoso,

-falten más restaurantes como la Bodega...”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“En lo personal pienso que todo es muy caro y faltan cosas o acciones que llamen la atención del turismo”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“La temporada baja, infraestructura vial, falta de aprovechamiento de la frontera con nicaragua, (muchos turistas ingresan al país y paran directo hasta Liberia, sin conocer el cantón)”. *Manuel Morice Montealegre, Let's Go Tours, La Cruz.*

“No hay atractivos turísticos, como por ejemplo carencia de restaurantes, souvenir, falta de acondicionamiento del Mirador, el Play con nula iluminación, entre otros.

Hay algunos factores que están afectando al sector turísticos entre ellos:

Falta de conocimiento y asesoría para optar por financiamiento a de proyectos de turismo rural como el nuestro, el cual es un proyecto familiar, carecemos de información sobre Banca para el Desarrollo y otras opciones de financiamiento que nos beneficien.

Aumento de robos a establecimientos es alarmante.

El consumo, venta y distribución de drogas ilícitas va en aumento.

Falta de espacios recreativos y zonas de actividad física.

Dificultad para encontrar personal preparado para laborar en hotelería. En realidad, es muy escaso”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Actualmente creo que no. Cantón La Cruz a nivel gobierno parece olvidado, no giran recursos económicos a municipalidades y calle principal entre Hotel Dreams (único hotel grande) y demás zonas en muy mal estado”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“El poco comercio relacionado al turismo (souvenirs, tiendas)”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Pues tenemos que ir saliendo ya que creo la afectación económica a sido a nivel país. Y si creo que el Gobierno Local ha tratado de hacer lo posible para ayudar”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Inseguridad.

Falta de infraestructura vial”. *Yessenia Lara Vanegas*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“No hemos tenido tanta propaganda a nivel internacional incluso ICT hasta ahora nos está tomando en cuenta y estamos en la mira del mapa, creo que por Dreams Las Mareas”. *Doris Alán Muñoz*, *Cuajiniquil*, *Tico Souvenir*.

“La competencia con la península fue un atraso y competencia hace 20 años, hoy NO”. *Jorge Manuel Alan Fonseca*, *Cuajiniquil*.

“falta de promoción turística, falta apoyo municipalidad”. *Ericka Morales Martínez*, *Hotel Amalia*, *La Cruz*.

“La poca información que tienen del cantón, poca oferta de servicios”. *Marjorie Miranda Venegas*, *El Jobo*, *La Cruz*, *Casa del Árbol*.

“Generalmente el cruceño no hace tours de pesca deportiva ni atardeceres y no tiene capacidad de pago”. *Keylin Geanina Lara E.* *Cuajiniquil Tours*, *Cuajiniquil*.

“a) Falta de capital semilla para desarrollar proyectos de emprendedores locales.

b) Complejidad en los tramites de permisos y patentes.

c) Falta de capacitación de las personas de la localidad en atención al cliente.

d) Más énfasis en diferentes idiomas.” *Walter Torres Meléndez*, director regional ICT, *Liberia*.

“En pandemia se vio muy afectado, pero ya poco a poco se ha recuperado”. *Marina Peña Cerdas*, *ASCATUR La Cruz, Guanacaste*. Cámara de Comercio y Turismo.

### 4.3 Objetivo 3

#### 4.3.1 Catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

##### Modelo de Gestión de Cambio

**1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?**

“Si claro, las leyes y decisiones políticas se hacen en San José, con el desconocimiento de nuestras verdaderas necesidades”. *Otto Rojas Quirós*, *Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil*.

“Si, la distancia mata el AMOR. Te cansas de tratar con las llamadas en espera y las respuestas que NO responda a tus consultas”. *Neftalí Mairena Corea*, comerciante vecino de *La Cruz*.

“No, hoy en día se hace mucho a través del Internet...”. *Guido Martin Sutter*, *Cabinas Cañas Castilla*.

“Si”. *Yerlin Chavarría*, comerciante vecina de *La Cruz*.

“No afecta, más bien es para los otros trámites donde hay que desplazarse a Liberia por Hacienda y Consejo de Transporte Público”. *Manuel Morice Montealegre, Let’s Go Tours, La Cruz.*

“Si”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“No. En muni ahora prácticamente se facilita todo”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Si, la tramitología tanto municipales y gubernamentales es sumamente complicado o engorrosa”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“En lo personal NO”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Si”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“No lo creo”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“No”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“No, porque ahora todos los trámites se realizan en línea”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Si”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Definitivamente sí”: *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

**2- Con relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?**

“Completamente necesario”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Tengo un proyecto en proceso que va a requerir de mucho acompañamiento en materia de TURISMO y va a requerir de gran ayuda en los procesos y actividades comerciales”. *Nestali Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“Puede ser de gran ayuda para cualquier consulta... También tenemos 2 cámaras de comercio y turismo en La Cruz (ASCATUR y CETUR) que hacen muchos esfuerzos para atraer turismo a la zona, gestionan capacitaciones y ofrecer demás servicios a los afiliados”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Sí, sería bueno”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“En la municipalidad de La Cruz los trámites son muy ágiles, se hacen por internet o por teléfono y muy esporádicamente hay que presentarse a las oficinas”. *Manuel Morice Montealegre, Let's Go Tours, La Cruz.*

“Si claro”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“Si. Necesitamos visibilidad a nivel gobierno en esta zona”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

Si, sería de suma importancia para los empresarios locales o para futuros emprendimientos”. *Javier Franco Rodríguez, Franco´s Adventures.*

“Si”. *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Si, sería muy importante y facilitaría los trámites”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“Si”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“Si”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“sería muy importante y ayudaría mucho”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Claro sería muy importante”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Si sería muy importante”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“Es sumamente necesario que los gobiernos locales se involucren en esta actividad, como una forma de retribuir los recursos que recauda tanto a sus patentados como a los turistas y las personas de la localidad.

Que además de dar información que también gestione actividades que den a conocer la esencia del Cantón de la Cruz”. *Walter Torres Meléndez, director regional ICT, Liberia.*

### **3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?**

“El gobierno local actual, ha sido un aliado muy importante en cuanto a las gestiones de promoción y desarrollo del turismo y es necesario seguir trabajando juntos”. *Otto Rojas Quirós, Hacienda Casa del Viento, Cuajiniquil.*

“Sé que ya existe un edificio para establecer servicios turísticos en el cantón, y que es probable que la dirija una Asociación Turística, pero, también debe participar un colaborador del ICT, quizá bajo planilla de la Municipalidad de La Cruz Guanacaste para que ambas instituciones apoyen directamente las gestiones”. *Neftalí Mairena Corea, comerciante vecino de La Cruz.*

“El gobierno local puede promover el cantón en general, atraer eventos. Hacer un mapa turístico, etc. Así ayuda a aumentar el flujo de los turistas de la zona”. *Guido Martin Sutter, Cabinas Cañas Castilla.*

“Mayor margen de ganancias y que conozcan nuestros negocios ya que la mayoría pasamos desapercibidos”. *Yerlin Chavarría, comerciante vecina de La Cruz.*

“La promoción del cantón siempre es importante porque es la opinión que se llevan los turistas que lo visitan y eso alimenta la promoción de boca en boca”. *Manuel Morice Montealegre, Let’s Go Tours, La Cruz.*

“Muchas, porque el Gobierno Local dispone de recursos para promocionar el cantón de Liberia exaltando sus ventajas comparativas, realizando eventos nacionales, regionales, cantonales que logren atraer personas, familias, turistas, empresarios a la zona”. *Estrella Vargas Díaz, Cabinas Santa Rita, La Cruz.*

“ICT más atención a esta zona al haber oficina tramitadora y eficaz demás hoteles (inversionistas) podrían tener mejor apertura de dialogo con el gobierno”. *Fernando Ortiz Sánchez, comerciante de Cuajiniquil, La Cruz, Guanacaste.*

“Mas afluencia de turistas, mejor relación gobierno local-empresario.

Mejoras en la tramitología para obtención de permisos o patentes”. *Javier Franco Rodríguez, Franco’s Adventures.*

“Pues creo que promocionándolo como lo han venido haciendo, el crecimiento será aun mejor, ya que los ojos del país y puedo decir muchos hogares de mundo, ya sabe que La Cruz es un Tesoro por descubrir”: *Esteban Jesús Caballero León, Marisquería Boulevard, Cuajiniquil.*

“Con el actual gobierno local hemos tenido ese acompañamiento”. *Yessenia Lara Vanegas, comerciante vecina de La Cruz.*

“-Ordenamiento (ojalá que todos tengamos patentes y tener al día requisitos necesarios para el operar de la empresa o negocio)

-Ya tuvimos la pandemia y el sector que más se afectó fue el turismo, sentí que el gobierno y el ICT no veló por nosotros. Tal vez un mejor control de quienes laboramos en este sector ante cualquier eventualidad.

-Hacer crecer La Cruz y alrededores como destino”. *Doris Alán Muñoz, Cuajiniquil, Tico Souvenir.*

“-Crear un destino

-encadenamientos

-seguridad

-orden”. *Jorge Manuel Alán Fonseca, Cuajiniquil*

“muchas

-más publicidad

-las empresas se sentirían más acompañadas.

-podríamos optar por una plataforma turística”. *Ericka Morales Martínez, Hotel Amalia, La Cruz.*

“Mayor atracción de turismo”. *Marjorie Miranda Venegas, El Jobo, La Cruz, Casa del Árbol.*

“Disponibilidad de información

Agilidad de trámites”. *Keylin Geanina Lara E. Cuajiniquil Tours, Cuajiniquil.*

“La ventaja más importante sería el compromiso del gobierno local con el desarrollo sostenible del Cantón donde todos serían beneficiados de forma objetiva y esto lo llevaría a una aceleración económica que es tan importante en la buena gestión turística del mismo”. *Walter Torres Meléndez*, director regional *ICT, Liberia*.

“Claro, la municipalidad es vital”. *Marina Peña Cerdas*, *ASCATUR La Cruz, Guanacaste*. Cámara de Comercio y Turismo.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo procederemos a realizar una interpretación y análisis de los resultados obtenidos en el capítulo IV.

### 5.1 Objetivo 1

#### 5.1.1 Identificar el entorno competitivo del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.

##### Entorno Competitivo

De acuerdo a lo indicado en el trabajo de investigación de Rosa Isabel Medina Parra, mencionado en el capítulo I, resalta la importancia de las ventajas competitivas y su relación con el Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter para las empresas turísticas, ya que es un sector que se encuentra en constante crecimiento y un cambio constante por lo que deben estar mejorando sus ventajas competitivas. Esta variable tiene gran importancia dentro del entorno de las empresas turísticas, ya que les permite identificar su competencia para establecer la ruta a seguir, definiendo sus metas, objetivos, precios y determinar cuáles factores los diferencian de su competencia para atraer a sus clientes. Basado en los resultados obtenidos de la investigación en el capítulo IV se puede analizar que los empresarios turísticos del cantón de *La Cruz, Guanacaste* se caracterizan en su entorno competitivo por:

##### **Presiones competitivas asociadas a las maniobras competitivas entre vendedores rivales.**

Basados en los resultados de las entrevistas aplicadas en el capítulo IV se puede determinar que los empresarios del sector turismo en *La Cruz*, tienen identificados a sus competidores se ocupan por ofrecer un servicio de calidad en su área para enfrentar a la competencia, y buscan mediante la publicidad lograr fidelizar a sus clientes. Por lo tanto, al aplicar la entrevista se logra evidenciar

que cada una de las empresas entrevistadas tienen definida su estrategia para enfrentar las de los demás competidores del mercado.

**Presiones competitivas asociadas a la amenaza de nuevos participantes.** Según la figura 3 del capítulo II y basados en los resultados de la entrevista, se determina que la competencia que más preocupa es la que brinda servicios en la informalidad, sin patentes ni permisos de ley, sin embargo; los empresarios basados en la confianza que tienen en la calidad del servicio que ofrecen y el respaldo que pueden ofrecer al turista logran mantener la clientela. Sin embargo, se puede establecer que las amenazas de la entrada son menores debido a que los miembros de la industria turística en el sector tienen ventajas en cuanto a tecnología, experiencia en los servicios que ofrecen, mejor ubicación y lealtad de sus clientes.

**Presiones competitivas provenientes del poder de negociación del proveedor.** Analizando los resultados obtenidos en el capítulo IV, al ser *La Cruz* un cantón alejado de los principales comercios y proveedores, los comerciantes del sector turismo presentan afectación por los costos del traslado de sus productos, debido a esto y lo indicado en la figura número 5 del capítulo II se puede establecer que el poder de negociación del proveedor es mayor, ya que lo afectan factores como, los pocos proveedores que hay en la zona, los participantes de esta industria incurren en altos costos para obtener sus productos.

**Presiones competitivas que surgen del poder de negociación del comprador y de la sensibilidad al precio.** Al analizar los resultados de lo indicado por los comerciantes en el capítulo IV se determina que no existe una estandarización de los precios en el sector turismo, los comercios basan sus precios de acuerdo al servicio que brindan. Aunado a esto se evidencia que los precios son bien aceptados, sin embargo, aunque reciben solicitudes de descuentos son los costarricenses quienes tienden a regatear los precios. Basados en lo indicado se puede determinar que el poder de

negociación del comprador es bajo debido a que los servicios que ofrece la industria en este sector están diferenciados.

## **5.2 Objetivo 2**

### **5.2.1 Examinar el macro ambiente del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.**

#### **Macroambiente**

En el estudio realizado por José G. Vargas Hernández, citado en el capítulo I, realizó un análisis del macro ambiente enfocado en el turismo de México, haciendo referencia a la importancia del apoyo de las instituciones gubernamentales, la comercialización y promoción de la zona. En este punto se puede determinar que para el desarrollo del turismo en un lugar aparte de reconocer las bellezas naturales que ofrece la zona, es determinante que el hecho de que los empresarios del turismo cuenten con el apoyo de la parte gubernamental influye directamente en el desarrollo del mismo y basados en los resultados de la entrevista realizada a los comerciantes del sector turismo en *La Cruz*, se evidencia que el comercio turístico necesita este apoyo del gobierno local y central, promoción del cantón, capacitaciones y la inyección económica para activar la zona.

**Aspectos demográficos.** Basados en los resultados evidenciados en el capítulo IV se puede determinar que *La Cruz* es un cantón que por su belleza recibe tanto turistas nacionales como extranjeros, por lo que genera la posibilidad de ofrecer diversidad de servicios enfocados en las diferentes necesidades y capacidad de pago de cada consumidor. Es un cantón que depende en su mayoría del turista que lo visite, basados en la entrevista se evidencia un punto importante y es que los ciudadanos de este cantón no tienen la capacidad de pago para

consumir los productos y servicios ofrecidos por el turismo, por lo que se vuelve relevante la importancia del desarrollo turístico para *La Cruz*.

**Ambiente natural.** La entrevista aplicada a los empresarios turísticos del cantón de *La Cruz*, evidencia que este es un cantón que posee una inigualable belleza natural ubicado entre playas, ríos, áreas protegidas y volcanes, es un cantón que tiene diversidad de turismo para ofrecer. Por lo que se cuenta con un amplio potencial para explotar el turismo de la zona, es un lugar provechoso para el desarrollo de nuevos negocios, la gran riqueza natural con la que cuenta el cantón lo convierte en un destino importante y atractivo al turista, y con gran potencial para realizar más inversiones y desarrollos turísticos, para lograr el crecimiento del cantón.

**Factores tecnológicos.** El capítulo IV evidencia que tecnología es el principal aliado del comerciante del turismo en La Cruz, es la principal herramienta de promoción de sus productos y servicios. En La Cruz la tecnología es importante para los comerciantes del turismo, para la promoción de su empresa y atención al cliente, sin embargo, en las entrevistas se puede evidenciar que presentan afectación en la conectividad al internet, por lo que este factor puede ser una desventaja para los mismos empresarios debido a que la mayoría de turistas buscan poder tener acceso al internet durante sus estancias.

**Factores políticos.** En este punto la investigación evidencia que *La Cruz* es un cantón que carece de apoyo por parte de las autoridades gubernamentales, se necesita reforzar la inversión, capacitar a los emprendedores. En este punto la entrevista deja al descubierto que los empresarios sienten el poco apoyo de parte del gobierno, como se indicó en los resultados del capítulo IV.

**Factores sociales.** *La Cruz* es un cantón cuya economía depende en su mayoría del turismo por lo que el mismo juega un papel importante para controlar el desempleo del cantón. En

concordancia se debe explotar los recursos buscando un equilibrio entre el cuidado del ambiente y el desarrollo turístico con el fin de lograr sostener a lo largo del tiempo las opciones de empleo para los habitantes del cantón. Adicionalmente considerando que el cantón en cuestión es fronterizo en los resultados de la entrevista se evidencia que existen espacios inseguros, que hay riesgos por presencia de delincuentes, por lo que se debe de invertir en la recuperación de espacios y generar empleos, por lo que al involucrarse el gobierno local en el desarrollo turístico es una buena oportunidad para generar empleos y reducir los problemas sociales que existen.

**Condiciones económicas generales.** Como resultado de las entrevistas aplicadas se puede analizar que las condiciones económicas generales y la ubicación en algunos casos puede influir en el precio de los productos y las utilidades de las empresas. Como se mencionó en el punto anterior al ser *La Cruz* un cantón que depende económicamente del turismo es importante tener en cuenta que la volatilidad del tipo de cambio del dólar puede beneficiar o perjudicar al empresario, así como las alzas en combustible, por lo que es necesario que exista conocimiento y capacitación en los empresarios para que prevén estas situaciones y que los efectos en sus comercios no perjudiquen la visitación de los clientes o sus ingresos.

Adicionalmente según los resultados del capítulo IV de determina que *La Cruz* es un cantón que carece de promoción, tiene poco desarrollo y poca inversión. Depende de la visitación de los turistas por lo que es verdaderamente importante hacer énfasis en la necesidad que se tiene de promocionar el turismo y potenciar la inversión para el crecimiento y desarrollo económico del cantón.

### 5.3 Objetivo 3

### **5.3.1 Catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.**

#### **Modelo de Gestión de Cambio**

Respaldado con el estudio realizado por Elena García Gil en el que define la oficina de turismo como un ente creado por la administración pública y que entre sus beneficios permite tener centralizada la promoción y comercialización del turismo, aunado a esto ofrece una visión más clara de la oferta de servicios debido a la coordinación entre la administración local y los empresarios de la comunidad. también se puede recalcar que una oficina de gestión del turismo llegaría a estandarizar procesos, servicios, y la calidad de la oferta turística del cantón. Validando lo respondido por los empresarios del sector turístico de *La Cruz*, Guanacaste en la entrevista realizada, y basados en la variable de este tercer objetivo podemos determinar que los empresarios manifiestan la necesidad de contar con una oficina de gestión del turismo en el gobierno local, están abiertos a recibir la colaboración de la municipalidad y a fidelizar este cambio el cual les será enriquecedor para el desarrollo de sus empresas.

**Descongelamiento.** En esta etapa basados en los resultados de la entrevista indicados en el capítulo IV se puede determinar que el cambio es necesario, el sector turismo en *La Cruz* requiere más promoción, apoyo y el respaldo que el Gobierno Local puede brindarle, asociado a esto se puede establecer que existe la disposición al cambio y la aceptación por parte del comercio turístico a la creación de una oficina de gestión turística en la *Municipalidad de La Cruz, Guanacaste*.

**Cambio.** Considerando los resultados de las entrevistas los empresarios consideran de mucha importancia contar con una oficina de gestión del turismo en La Cruz, por lo que existe anuencia al cambio por parte de los involucrados, sin embargo, en la etapa de cambio se debe

considerar que se pueden encontrar obstáculos tales como la tecnología, debido a que algunas entidades permiten hacer sus trámites en línea, por lo que se debe hacer un análisis de cuáles servicios se pueden brindar y enfocar en los trámites que se requieren realizar de manera presencial, en la promoción del cantón como destino turístico y el soporte del gobierno local.

**Congelamiento.** Partiendo de los resultados de la entrevista los comerciantes del turismo en *La Cruz*, tienen amplias expectativas sobre los beneficios que pueden obtener de la oficina de gestión del turismo en la municipalidad por lo que afianzar esta oficina no va a ser complicado. Sin embargo, se debe tener en cuenta que puede existir una resistencia al cambio, por lo que es importante consolidar el cambio y siempre mantenerse abierto a que pueden existir variaciones en el camino las cuales se deben adaptar al proceso esto tomando en cuenta que se encuentra en un entorno tecnológico y el turismo es un sector muy cambiante las necesidades de los clientes y por ende de la industria están en una evolución constante.

## **CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se detallarán las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados obtenidos en el capítulo IV y el capítulo V de esta investigación.

### **6.1 Objetivo 1**

**6.1.1 Identificar el entorno competitivo del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.**

#### **6.1.1.1.2 Entorno Competitivo**

##### **6.1.1.1.2.1 Presiones competitivas asociadas a las maniobras competitivas entre vendedores rivales**

<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>
<p>Los empresarios del sector turismo en <i>La Cruz</i> tienen definidas sus estrategias para atraer a sus clientes y enfrentar a sus competidores.</p>	<p>Se recomienda mantengan sus estrategias para atraer clientes, es importante que se revisen periódicamente las acciones a tomar debido a que el turismo es un mercado cambiante y las necesidades de los turistas podrían cambiar. Es importante que estas revisiones se basen en infraestructura, calidad del servicio, publicidad e innovación para lograr ofrecer un producto y/o servicio de vanguardia a lo largo del tiempo.</p>

#### **6.1.1.1.2.2 Presiones competitivas asociadas a la amenaza de nuevos participantes.**

##### **Conclusión**

*La Cruz* posee un sector turístico que tiene definidas sus estrategias para mantener la atracción de sus clientes ante la llegada de nuevos competidores al cantón.

##### **Recomendación**

Como recomendación se les incentiva a que mantengan los permisos de ley al día, ya que ante cualquier eventualidad estos los respaldan como empresa, aunado a esto se recomienda mantener la calidad del servicio que ofrecen. También se incentiva a promover una competencia justa en la industria por lo que ante cualquier aparición de competencia ambulante se recomienda realizar las denuncias ante las autoridades correspondientes, con el fin de mantener una competencia sana y justa en esta industria del cantón.

#### **6.1.1.1.2.3 Presiones competitivas provenientes del poder de negociación del proveedor.**

##### **Conclusión**

La ubicación geográfica del cantón tiene influencia en el costo de la adquisición de la materia prima necesaria para la oferta de los servicios turísticos.

##### **Recomendación**

Para que el costo del transporte no tenga injerencia entre en el precio final de los productos o servicios y la percepción del cliente, se recomienda brindar un servicio de calidad para lograr la atracción y

permanencia de la visitación de los turistas a los establecimientos, esto con el fin de lograr un equilibrio entre precio y calidad para no afectar al cliente final. Como sugerencia se puede brindar un valor agregado al servicio brindado.

#### **6.1.1.1.2.4 Presiones competitivas que surgen del poder de negociación del comprador y de la sensibilidad al precio.**

##### **Conclusión**

Se concluye que a pesar de que no existe una estandarización de los precios en el sector turístico de *La Cruz*, la estrategia utilizada para determinar el precio de sus productos o servicios basados en la calidad del servicio que brindan funciona y logra mantener la atracción de los clientes.

##### **Recomendación**

Es importante que mantengan la estrategia de determinar sus precios basados en la calidad del servicio, sin embargo, se recomienda analizar los precios que ofrecen sus competidores directos con el fin de mantenerse en un margen aceptable dentro del entorno en que se encuentran. Se recomienda que debido a que el poder de negociación del comprador es bajo debido a la diferenciación que existe se tome ventaja del mismo e innovar para siempre mantenerse diferenciado de los competidores y mantener la atracción de los compradores.

## 6.2 Objetivo 2

### 6.2.1 Examinar el macro ambiente del sector turismo en La Cruz, Guanacaste.

#### 6.2.1.1 Macroambiente

##### 6.2.1.1.1 Aspectos demográficos.

<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>
<p>Se determina que <i>La Cruz</i> es un cantón cuya población depende económicamente de la afluencia de los turistas.</p>	<p>Es importante buscar ayuda de las instituciones gubernamentales con el fin de que se logre promocionar el cantón como destino turístico por medio de la realización de ferias locales o la participación en ferias a nivel nacional para incrementar la publicidad y promoción del cantón con el fin de incrementar la visitación del turista y así incrementar a inversión en la zona y el desarrollo económico de la población.</p>

##### 6.2.1.1.2 Ambiente natural

<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>
<p>Se concluye que <i>La Cruz</i> debido a su ubicación geográfica es un lugar con mucho potencial para desarrollar inversiones turísticas.</p>	<p>En este punto un factor determinante es lograr mantener un equilibrio entre el cuidado del medio ambiente y el desarrollo turístico, para preservar los mayores atractivos turísticos del cantón a lo largo del tiempo. Por</p>

lo que se recomienda promover un desarrollo sostenible entre los habitantes del cantón y los visitantes.

#### **6.2.1.1.3 Factores Tecnológicos**

##### **Conclusión**

De acuerdo a la investigación realizada se puede determinar que la tecnología cumple un papel importante en las empresas turísticas para realizar publicidad y brindar servicio al cliente.

##### **Recomendación**

Se recomienda mantener el uso de la tecnología como herramienta para la atención a los clientes y promocionar sus empresas, también sería importante tomen capacitaciones sobre marketing digital con el fin de adquirir nuevos conocimientos y sacar mayor provecho a los medios digitales. Ya que la tecnología es un medio que contribuye a la atracción de clientes nacionales como extranjeros y se puede volver su mejor aliado para potenciar el crecimiento de las empresas turísticas.

#### **6.2.1.1.4 Factores Políticos**

##### **Conclusión**

##### **Recomendación**

Basados en el estudio realizado se determina que el comercio de *La Cruz* carece de apoyo por parte del gobierno.

Como recomendación se insta a los comerciantes a acercarse a las cámaras de comercio, asociaciones, a la municipalidad o demás instituciones que les puedan ayudar a tener un acercamiento con el gobierno central para buscar el apoyo que se requiere para atraer mayor inversión turística a la zona e incrementar la promoción del cantón.

#### **6.2.1.1.5 Factores Sociales**

##### **Conclusión**

Las fuentes de empleo provienen del turismo por lo que al tener poca promoción y desarrollo se generan problemas sociales como delincuencia y la pérdida de espacios seguros.

##### **Recomendación**

Se recomienda al gobierno local de *La Cruz* promocionar y posicionar a este cantón como un destino viable para el desarrollo y la inversión turística, esto con el fin de incrementar las fuentes de empleo y así disminuir los problemas sociales como la delincuencia. Aunado a esto se recomienda la creación de espacios de recreación para fomentar los deportes y la sana convivencia en la comunidad, ya que una comunidad insegura se convierte en una zona poco

atractiva para el turista y esto perjudica el desarrollo de la misma.

#### **6.2.1.1.6 Condiciones económicas generales**

##### **Conclusión**

Se determina que la ubicación del cantón tiene injerencia en el costo de la adquisición de la materia prima para los diferentes servicios lo cual afecta las utilidades de las empresas. Aunado a esto es un cantón que económicamente depende del turismo.

##### **Recomendación**

Se recomienda la capacitación de los empresarios en temas de manejo de costos y las utilidades de sus empresas para que logren enfrentar con certeza el tema de los costos de transporte de sus productos, y así saquen mayor provecho de las utilidades de sus empresas promoviendo el crecimiento de las mismas además lograr aumentar la promoción del cantón como destino turístico para acrecentar la economía general en el cantón, ya que a mayor visitación mayor el poder adquisitivo de los empresarios y sus empleados, lo que provoca un mayor consumo local y así un beneficio general para todo el comercio del cantón.

### **6.3 Objetivo 3**

**6.3.1 Catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.**

**6.3.1.2 Modelo de Gestión de Cambio**

**6.3.1.2.1 Descongelamiento**

<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>
<p>Se denota que los empresarios ya se encuentran en la etapa de descongelamiento debido a que demuestran la necesidad y anuencia a tener una oficina de gestión del turismo en la <i>Municipalidad de La Cruz</i>.</p>	<p>Como recomendación los empresarios del sector turístico deben acercarse a las autoridades municipales y demostrarles la necesidad que tienen de la creación de la oficina de gestión del turismo, para fortalecer este sector del cantón. La cual no sólo vendría a incrementar la economía de este sector sino de todo el cantón en conjunto esto debido a que aumenta la economía de la población por lo tanto su capacidad de adquisición de productos en los demás comercios de la zona, por lo que esto representaría un incremento en los índices de desarrollo del cantón de <i>La Cruz</i>.</p>

**6.3.1.2.2 Cambio**

**Conclusión**

**Recomendación**

Como conclusión existe apertura y disposición al cambio por parte de los comerciantes ante el inicio de operaciones de una oficina de gestión turística en la *Municipalidad de La Cruz*.

Se deben determinar cuáles serán los servicios y trámites que va a ofrecer la oficina de gestión del turismo para los empresarios del cantón de *La Cruz*, debido a que por factores tecnológicos existe la posibilidad de tramitar solicitudes en línea en diversas instituciones.

Como parte de los servicios y para estar a la vanguardia en la tecnología esta oficina debe de ofrecer servicios mediante diversos canales tecnológicos ya que esto agiliza trámites y les ahorra tiempo a las personas al no tener que movilizarse hacia las instalaciones. Es importante tomar en cuenta que esta oficina será abierta a los empresarios existentes y a los que deseen emprender en el turismo en *La Cruz*, por lo que debe existir apertura a recibir nuevos competidores en el sector.

#### **6.3.1.2.3 Congelamiento**

##### **Conclusión**

##### **Recomendación**

Es importante en esta etapa concluir con la disposición de los empresarios a tener a una oficina de turismo por lo que solidificar esta oficina es de vital importancia para el desarrollo del turismo en el cantón.

La puesta en marcha de una oficina de turismo en el cantón de *La Cruz* será uno de los pilares principales para el desarrollo del turismo en el cantón, como parte fundamental del turismo en la zona se recomienda la apertura de la oficina de gestión del turismo en la *Municipalidad de La Cruz* la cual como ente regulador y gestor de la información del turismo en el cantón será la guía fundamental para la apertura de nuevas empresas e inversiones, y el apoyo fundamental que requieren los empresarios turísticos ya existentes en el cantón.

## REFERENCIAS

Ames Ramello P. y Merino Amand F. (2019)

Cruz Ruiz, E. (2019) Gestión de Destinos Turísticos, pág. 86-87

Diccionario Real Academia Española (<https://dle.rae.es/gesti%C3%B3n>)

Diccionario Real Academia Española (<https://dle.rae.es/entorno>)

Gamarra Giese G. (2017) Marketing, pág. 217

Hilario Gómez, S. (2022), Coaching de equipos, pág. 43

Hilario Gómez, S. (2022), Coaching de equipos

Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018

Hernández- Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 5

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 9

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 10

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C. (2018)

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018) Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 107

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 108

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 109

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 111

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 200

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 526

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 537

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 542

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 548

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 552

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C, (2018), Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, pág. 552

Hernández-Sampieri R. y Mendoza Torres C. (2018) Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018), Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., pág. 50

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018), Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 51.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018), Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., pág. 52.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 54

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.(2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 55.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.(2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 56.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., pág. 59

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A.(2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 62.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 63

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 64

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., Pág. 65

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., pág. 66.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018).  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., pág. 67

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Janes, A., Peteraf, M. A., Sutton, C., Strickland, A. (2018),  
Administración estratégica: teoría y casos. McGraw-Hill., pág. 69.

Valle Taíman (2022)

# **ANEXOS**

## **Lista de Anexos**

Anexo 1. Guía de entrevista

Anexo 2. Sistematización de Respuestas obtenidas

Anexo 3. Declaración Jurada

Anexo 4. Consentimiento Informado (personas mayores de 18 años)

Anexo 5. Carta de aprobación del TFG por parte del Tutor

Anexo 6. Carta de aprobación del TFG por parte del/ de la Lector(a)

Anexo 7. Carta de aprobación del TFG por parte del/ de la Profesional en Filología

Anexo 8. Licencia y autorización al CENIT para la utilización del TFG

# Anexo 1. Guía de Entrevista

## Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?
- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?
- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?
- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?
- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio?  
¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?
- 6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?
- 7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

## Macroambiente

- 1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)
- 2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?
- 3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?
- 4- En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?
- 5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?
- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

### **Modelo de gestión de cambio**

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?
- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?
- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

## Anexo 2. Sistematización de Respuestas Obtenidas

### Entorno Compelivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificadas a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que es/afecta su demanda?

Si, tengo identificadas mi competencia, la que me permite ofrecer experiencias de turismo lo cual aumenta mi demanda.

- 2- Identificadas sus competencias directas e indirectas, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Si claro, basado en mi conocimiento de la competencia, mercado y temporadas, tomamos decisiones para atraer más afluencia de clientes.

- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

Coste Rica es el país de Centroamérica con más obstáculos para iniciar cualquier negocio, los cargos de autoridades y los cargos sociales, hacen que más emprendimientos trabajen en la informalidad.

- 4- ¿Cuáles acciones aplica su empresa ante la entrada de nuevas competidoras?

Ninguna, todas son bienvenidas, entre más negocios mayor desarrollo, siempre y cuando sea una competencia leal y pareja.

- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

La Cruz, por estar situado lejos de GAMA adquiere productos a más altos precios lo que encarece el producto Final.

6. ¿Considera que los precios de los servicios de internet están estandarizados?

No, existe una competencia desleal en algunos operadores telefónicos, ya que venden a través de intermediarios.

7. ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o validan algún tipo de rebaja al encontrar que en otro lugar encontró un mejor precio?

Sí, correcto, debido a la historia

#### Microambiente

1. ¿Cuáles impactos tuvo al recibir su licencia turística? (Políticas, acciones ambientales)

No tantas variaciones.

2. ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con cosas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

El fluido eléctrico y la conectividad son un problema.

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el parador de La Cruz es beneficioso para la atracción del turista?

El estar rodeados de zonas protegidas es una buena ventaja para atraer turismo.

4. En relación a la contaminación, ¿la tienen más controlada (local o extranjera)?

Actualmente el porcentaje entre unos y otros es muy similar.

5. La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Sí claro, por eso la necesidad de tener una mejor conexión a INTERNET.

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

El turismo es considerado como una actividad de riesgo por el sistema bancario nacional.

- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

Lo que más a afectado es la poca o nula publicidad, provocando en los nacionales la mala información o creencias de que La Cruz está muy lejos.

#### Modelo de gestión de cambio:

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

Si claro, las leyes y decisiones políticas se hacen en San José, con el desconocimiento de nuestras verdaderas necesidades.

- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Completamente necesario.

- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

El gobierno local actual, ha sido un aliado muy importante en cuanto a las gestiones de promoción y desarrollo del turismo, y es necesario seguir trabajando juntos.

## Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?

La competencia si esta identificada. En el área de alimentos; todas las ofertas son competencia, por tanto la demanda se ve directamente afectada.

- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

El contacto diario es necesario para capturar y mantener vivo el deseo de consumo de los clientes. Exponer los productos a la vista y oídos del cliente es una buena estrategia.

- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

Las condiciones para establecer nuevas actividades comerciales en Costa Rica han variado. Ahora son más papadas y menos cototas. Es posible establecer casi todo simplemente turístico en La Cruz Guanacaste.

- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

- Alerta ante las nuevas noticias de establecimientos comerciales.
- Visita del nuevo competidor.
- Prueba de sus productos.
- Evaluar su servicio.
- Crear y mejorar productos y servicios que ofrecemos.

- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

- Algunos productos están en oferta a más de 60 kilómetros en La Cruz Guanacaste. Tarda mucho tiempo y dinero en comprar con un costo de más del 50% en La Cruz Guanacaste. Esto afecta NO al precio sino la utilidad.

6. ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

Los precios están estandarizados, porque están en manos de Agencias y Top Operators Turísticas que establecen los precios por publicación.

7. ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja alegando que en otro lugar encontró un mejor precio?

Por los datos que me han dado están satisfechos con la calidad y el precio.

#### Marcoambiental

1. ¿Cuáles instancias tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, acciones, programas)

Se cuenta con todas las regulaciones ya debidas de existir. También las limitaciones o impedimentos relativos al emprendedor.

2. ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

En La Cruz, no.

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el centro de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Sí, lo es.

4. En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Locales.

5. La tecnología en su negocio es un aliado para el crecimiento de las ventas. ¿Considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Muy de acuerdo.

6. En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

Algunas regulaciones son costosas y por ello retrasan a veces el desarrollo de las empresas locales.

7. Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

La capacidad de los miembros de la comunidad es muy baja, por lo que se necesita un mayor apoyo para establecer la actividad comercial y NO por culpa de las condiciones del sector turístico.

#### Modelo de gestión de cambio

1. Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

Si, la distancia evita al AMOR. Se cancela de trámite en los límites de la empresa y los requisitos que NO se pueden hacer en el sitio.

2. En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Tengo un proyecto en proceso que va a requerir de mucho acompañamiento en materia de TURISMO y va a requerir de gran ayuda en los procesos y actividades comerciales.

3. ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

Si que ya existe un edificio para establecer servicios turísticos en el cantón, y que es probable que la dirija una Asociación Turística, por lo tanto debe participar un colaborador del IET, que sea bajo pluma de la Municipalidad de La Cruz Guayaquil para que ambas instituciones apoyen efectivamente las gestiones.

### Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecta su demanda?

Si,  
no afecta la demanda

- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Hacer el huésped 100% satisfecho, así le habla positiva y recomienda a otros visitar el mismo lugar.

- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

Mucha burocracia... pero el Internet facilita mucha.

- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

Dar un muy buen servicio al cliente,  
poner un nuevo atractivo en el lugar



- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

El acceso a proveedores como OTA es fácil, solamente se inscribe el servicio que se brinda, y hay que tomar en cuenta el costo (digamos la comisión que hay que pagar a ellos e incluir en el cálculo del precio.

pero que una agencia de viaje le toma en cuenta es más costoso... igual hay que pagar comisión a ellos e incluir eso en el cálculo del precio.

- 6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

no.

- 7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja adicional que en otro lugar encuentre un mejor precio?

Casi nunca pasa eso, solamente los típicos preguntan por un descuento por ser loco...

Con todas las OTA, se se puede comparar bien los precios antes.

#### Microambiente

- 1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)



- No existe línea eléctrica hasta el hotel
- cámara en mal estado por todo el cantón
- poca flujo de turistas (años 1998 – 2004)

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

- siempre hay interrupciones del fluido eléctrico y siempre fuere las domésticas
- el agua potable recibimos en el año 2006 y por última nunca se ha faltado

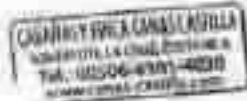
3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Si claro!  
 tiene las playas más lindas,  
 pesqueros,  
 montañas,  
 vida silvestre,  
 miradores  
 y gente amable

4- En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Más turistas extranjeros llegan a Cañas Castilla

5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?



De fijo, se cambio mucho el comportamiento de los huéspedes, el acceso al Internet es indispensable....  
AC es estandard

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

no

- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

- que se encuentra algo lejos de la GAM  
- que hay poca infraestructura turística (se cerro el Canopy) solamente los ATV, y cabalgatas, tours en lancha. Muchos tours con gente del Dreams van hasta Bijagua a ver un perizoso,  
- fallen mas restaurantes como la Bodega...

#### Modelo de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra atejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

No, hoy en día se hace mucho a través del Internet...

- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?



Puede ser de gran ayuda para cualquier consulta.

También tenemos 2 cámaras de comercio y turismo en La Cruz (Acazul y Catur) que hacen muchos esfuerzos para atraer turismo a la zona, gestionan capacitaciones y ofrecen demás servicios a los afiliados.

- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

El gobierno local puede promover el cantón en general, atraer eventos, hacer una mapa turístico, etc.  
Así ayuda a aumentar el flujo de los turistas a la zona.



CASARAY ENX CANAS CASILLA  
SOMOS LA UNO, SOMOS NOS  
Tel: 08505-8381-4030  
[www.casrayenx.com](http://www.casrayenx.com)

## Enunciado Competitividad

- 1- ¿Como empresario del sector turístico tiene dificultades a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Busca en esta cuestión que esto afecte su demanda?

Si tener identificadas las competencias y en realidad hasta el momento no a afectado nuestra demanda.

- 2- Identificas sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Mantener variedad de precios y variedad de productos y siempre ser un buen servicio al cliente.

- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

En cierta forma si, en la actualidad está muy duro comprender por como está la economía y la inflación está complicando todo para las pequeñas empresas.

- 4- ¿Cuáles razones ejerce el negocio ante la actitud de nuevos competidores?

\* Mantener siempre un buen trato a los clientes.

\* Tener precios accesibles a toda publico.

\* Tener variedad de productos y complacer los gustos de clientes a la hora de comprar y ofrecer a los

- 5- ¿Considera que debe facil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer el servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

\* Si es un factor muy importante y ahora todos los proveedores tienen todo aumentado y albarros de cobrar en ambiente burocrático de procedimientos para poder mantener nuestros precios.

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

Si

7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

Por el momento no se han quejado ya que ofrecemos productos de varios precios y accesibles

#### Macroambiente

1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)

Políticas - ninguna

Sociales y económicas - los precios y los altos precios

Ambientales - ninguna

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

no

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Más o menos, le falta para atraer más clientes

4- En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Nacionales

5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Si, pero en estos años ha visto que tiene un mayor impacto el boca a boca.

6. En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia turística, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

Si y no, no tanto en el momento actual, en lo futuro.

7. Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

La inflación para nosotros es muy alta y estar en un momento de recesión que tiene la repercusión en el turismo.

#### Módulo de gestión de correo

1. Debido a que La Cruz se encuentra al lado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una ventaja para la agilidad y el trámite de sus diferentes solicitudes como empresario?

Si.

2. En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Si, está bueno.

3. ¿Cree veriables creer que tendrá su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el sector?

Muchas cosas de promoción y ya conozco bastante respecto a lo que la municipalidad nos ofrece de servicios.

### Entorn Competitiu:

1. ¿Como empresario del sector turístico tiene identificadas a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecta su demanda?

Un poco. Porque los hoteles de lujo en la playa son exclusivos, porque tienen las comodidades de la playa también o tienen piscinas, etc. y nosotros como hotel pequeño tenemos que competir por el precio, pero los hoteles de lujo no se preocupan por el precio.

2. Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Como mejor, Facebook u el boca a boca en guías y folletos.

3. ¿Considera que para nuevas empresas que desean ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

La única que creo que existen barreras son los costos de explotación.

Problemas con agua.

4. ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

Ofertas puntuales, Establecer alianzas al Estado.

5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

Claro. Hay proveedores que no están aquí y nosotros como empresa tenemos que transportar el material de la zona. Pero el precio es mucho inferior al mercado en España. Si hay proveedores en zona local de aquí.

16. ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

NO. Cada empresa cobra sus propios precios de acuerdo por la actividad adquirida. Los precios y servicios por algunos están estandarizados.

17. ¿Los clientes que lo visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

Toda o la mayoría de las personas que visitan el lugar de la actividad.

#### Medioambiente

1. ¿Cuáles impactos tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sucesos ambientales)

NO.

2. ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

Si, constantemente y afecta la vida normal de los turistas.

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el centro de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Si, la Cruz y alrededores.

4. En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Depende de la época, pero visitan más extranjeros.

5. La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Si, depende particularmente de cómo se use el fluido eléctrico.

6. En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

Si. Un impacto tiene más que nada desde que hemos empezado a operar en este país.

7. Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

Actualmente con que nos afecta la Cruz o con el gobierno, pero al lado de que tenemos algunos problemas administrativos y de gestión entre otros (como el caso del gobierno) y desde que estamos más afectado.

Motivo de gestión de crédito

1. Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

No es una gran limitante, pero sí es un inconveniente.

2. En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Si, me gustaría tener una oficina dentro del gobierno en este caso.

3. ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

ICT más cercano a este caso, el haber otros terminales y otros datos sobre todo (económicos) que nos brinde mejor gestión de datos con el gobierno.

## Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?

Desde inicios de operación se hizo un estudio de mercado para conocer a la competencia, así como los precios, ofertas y demás. Se llegó a la conclusión que, aun teniendo demasiada competencia no se ve afectado, los clientes siguen prefiriendo nuestros servicios por la calidad brindada y no por precio bajo.

- 2- Identificados sus competidores directos o indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Hay diferentes estrategias que se están implementando desde regalias, así como marketing estratégico, publicidad en redes sociales y demás.

- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

En términos de apertura de oficina formal, si, hay mucha burocracia en términos de permisos y patentes municipales. En términos de tiempo, poder contar con los permisos necesarios se demora de 6 a 8 meses para la obtención de los documentos.

- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

Mejores promociones, regalias, actividades sin costo alguno. campañas de marketing con más alcance, mejores transportes.

- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

Claro que sí, es de muy fácil acceso a los proveedores, y claro que sí es muy determinante para el costo final de los servicios.

6. ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

En su mayoría sí, salvo por los nuevos emprendedores que no tienen estudio de mercado para conocer las pautas de mercado.

7. ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

Sí, pero se lo conocen demasiado que es un servicio más personalizado, privado y diseñado acorde a las necesidades específicas del cliente.

#### Microambiente

1. ¿Cuáles incentivos tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)

Sociales, más a raíz de la presión de iniciar una empresa turística donde en el mercado abundan muchos más negocios turísticos del mismo sector.

2. ¿El entorno ambiental tiene su empresa discutidas con temas como falta de agua potable o falta eléctrica?

Regularmente no, pero esporádicamente se presentan inconvenientes.

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el centro de la Caba es beneficioso para la atracción del turismo?

Claro que sí, la ubicación geográfica donde se encuentra tiene un alto potencial para atraer turistas.

4. En relación a la visitación, ¿o visitan más turistas locales o extranjeros?

#### Extranjeros (Americanos - Canadienses - Europeos)

5. La tecnología se ha vuelto un aspecto clave al crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

En gran parte, debo que el producto turístico se lo distribuye tanto en redes sociales como página web, entre muchos otros canales potenciales.

9- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿cómo cree que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

En gran parte, como todo en el tema de permisos y papeles municipales.

7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

El poco comercio relacionado al turismo (compras, tiendas.)

Medios de gestión de cambio:

1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requerimientos como empresario?

Si, la burocracia tanto municipal y gubernamental es bastante complicada e ineficiente.

2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Si, sería de suma importancia para los empresarios locales o para futuras emprendimientos.

3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

Más eficiencia de turistas, mejor relación gobierno local-empresario,

Mejora en la tecnología para obtención de permisos o papeles.

## Entorno Competitivo

1. ¿Cómo empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecta su demanda? *Ubicación pues, quizás ya que con internet, no se tiene que ir como zona turística - precios pues tratamos de competir contra ellos.*
2. Identifica sus competidores directos e indirectos, ¿existe algún tipo de estrategia para atraer más visitantes? *Pues una de nuestra estrategias, es siempre el buen servicio y la calidad de nuestros productos y eso nos ayuda en la publicidad de Boca en Boca.*
3. ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso? *Pues en algunos casos, pues tramitología, tanta en algunos casos. Burocracia.*
4. ¿Cuáles acciones ejerce su empresa ante la entrada de nuevos competidores? *Pues, la innovación de nuevas y mejores productos y mantener la vida de productos y atención que los clientes están acostumbrados en nuestro negocio.*
5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder chequear su servicios? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios? *Trabajamos de manera solidarios y equitativos mutuamente con los proveedores y esto genera la frase (costo beneficio) ya que en nuestra negocio, no nos limitamos lo barato sino a la calidad.*

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

SÍ

7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

Pues no solicitan rebaja, ya que relacionan precio calidad. En 25 años basada la experiencia de la mayoría

#### Macroambiente

1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales) En lo personal no tuve muchos problemas. Siempre y cuando cumpla con lo que se solicitan.

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

NO Agua potable y pesando ser zona difícil pues hemos estado superando. No así la electricidad la cual es super deficiente <sup>te</sup> mismo 10 cortes diario

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Claro la Cruz es un cantón único como pocos en el mundo, con una diversidad del climático singular, y ya muchas personas tienen los ojos <sup>hacia acá.</sup>

4- En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Locales, Nacionales en épocas de vacaciones y un 60% Liberiana durante 25 años.

5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Es una doble vía, para bien y para mal. Pero al final la mayoría hace la diferencia hacia los sociales. Hay que las personas expresen lo buena, también lo mala para ellos

6. En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

NO.

7. Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

Pues lo primero que ir señalando ya que creo la afectación económica a sido casual País. y si creo que el Gobierno Local ha tratado de hacer lo posible para regular

objetos de gestión de cambio

1. Considera si que La Cruz se encuentra al tanto de las principales políticas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario? En la persona NO

2. En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿se ofrece convenientemente disponible una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Si

3. ¿Cuáles ventajas cree que tendrá su empresa con el acompañamiento humano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el sector?

Pues creo que promocionando la como la gran variedad de servicios, el crecimiento sus servicios. ya que los ojos del País y mundo se van mirando a muchos lugares de mundo, ya se sabe que la Cruz es un tesoro por descubrir

## Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?  
Si, conocemos a la "competencia", conocemos sus precios y ofertas.  
No afectan mi demanda puesto que están operando de manera informal.
- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?  
Mantenemos contratos con Agencias, DMCs, toure operadores que nos contactan como proveedores de servicios y así aseguramos los clientes.
- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?  
No. Pienso que todo está en la formalidad que se quiera ofrecer.
- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?  
Mantenemos siempre de manera formal, cumpliendo todas las normativas para operar.
- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?  
Es cuestión de cumplir con todos los requisitos y estar capacitado para ofrecer un servicio de calidad.

6. ¿Considera que los precios de los servicios en turismo están aumentando?
- Si, lo más es la complejidad de tener por parte de operadores (Ahorro)
7. ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja al saber que en otro lugar encuentro un mejor precio?
- Si, están de acuerdo en pagar nuestro precio, ya que se les hace saber la importancia de comprar los servicios con una empresa que ofrece respeto.

#### Macroambiente

1. ¿Cuáles impactos tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)
- Lealtad en los procesos de tener las primicias, muchos requisitos.
2. ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?
- No.
3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se desarrolla el sector de la Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?
- Si.
4. En relación a la tecnología, ¿le visitan más turistas locales o extranjeros?
- Extranjeros.
5. La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias. ¿Considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?
- Si, muchos reservan por medio de pay web, app, o redes sociales.

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?  
Una vez que cumplimos con todas las requisistitas hemos tenido mucho respaldo. El trámite para tener permisos es lento para este la pena.
- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?  
Inseguridad  
Falta de infraestructura vial.

#### Modelo de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?  
Sí.
- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?  
Sí, sería muy importante y facilitaría los trámites.
- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?  
Con el actual gobierno local hemos tenido ese acompañamiento.

## Entorno Competitivo

1. ¿Como empresario del sector ¿cómo tiene identificada a su competencia por simple ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que está atacando su demanda?

Si tengo dificultades en competencia, En cuanto a la oferta si afecta: universidades de playa con internet y luz, mejor posicionamiento con los clientes, la marca asociada con el nombre Biff no atraer dentro del hotel.

2. Identifique sus competidores directos u indirectos, ¿existen algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Mediante guías y Cheleros tenemos un punto al 200 años comienza por venta. Aparte ofrecemos muchas facilidades a los turistas, por ejemplo: precios en \$100 con impuestos incluidos precios más bajos que otros Biff, descuentos para el 20% facilidades de pago sin cargos adicionales cuando pagar el turista.

3. ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado existen muchas barreras de ingreso?

Como pequeña empresario y bajo en las inversiones: no 1000 dólares. El tema de tasas (compra) por lo bilingüe debe pertenecer al idioma, lo que nos atrae dentro al idioma vivir (hablar es el tema de internet, es inevitable y de igual forma como que la abstracción.

4. ¿Cuáles acciones requiere su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

Posicionamiento de más de 20 años atrás, tanto atraer al cliente y escuchar todo a guías y cheleros. Además estamos extendiéndolos en otros puntos por apertura de más tiendas.

5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

El que por el momento los únicos y clientes, nos contactamos vía whatsapp y se venían por recomendación o bien llegar hasta Liberec, pero la los costos de atención.

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

No. Grandes empresas adquieren mejores precios de compra que en pequeños empresarios esto por la cantidad a comprar.

7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

Nosotros hemos visitado otras tiendas y restaurantes en las los más turísticos. Por cultura los clientes extranjeros siempre tienen "regateos" precios.

#### Macroambiente

1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)

No.

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

Si. El tema de agua es un tema al Cañón y el fluido eléctrico se hay en ciertos época del año menos fluido. Ej. en verano los quemos y en invierno por derrumbes.

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cañón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Si.

4- En relación a la visita, ¿le visitan más turistas locales o extranjeros?

Depende de la temporada.

5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias. ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Si. Se dio la opción de pagar por medio de aplicaciones "Apple pay". Clientes no siempre efectivos. O bien en restaurantes por medio de sinpe.

6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

Considero que siempre las leyes están a favor de las grandes empresas. En todo el sentido van a veces afectando a las pequeñas y medianas y el turismo no es excepción.

7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

No hemos tenido tanta propaganda a nivel internacional e incluso ICT hasta ahora nos está tomando en cuenta y estamos en la mira del mapa, como que por Dizeña las Mareas.

#### Modelo de gestión de cambio

1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

No lo creo.

2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Si

3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

- Ordenamiento (ojalá que todos tengamos patentes y tener otros requisitos necesarios para el operar de la empresa o negocio)

- Ya tuvimos la pandemia y el sector que más se afectó fue el turismo, sentí que el gobierno y el ICT no valió por nosotros. Tal vez un mejor control de quienes laboramos en este sector ante cualquier eventualidad.

- Hacer crecer La Cruz y alrededores como destino.

### Entorno Competitivo

1. ¿Cuáles empresas del sector tienen líneas identificadas e si competidoras por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto consideras que está afrente su demanda?

SI

2. Identifique sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

SI

3. ¿Considera que para tener empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

SI

4. ¿Existen acciones ejecutadas por empresas ante la entrada de nuevos competidores?

razones como la calidad de servicios, a su forma de  
ofertas que nos permite potenciar nuestra oferta  
(bien desde a Casa)

5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es solo determinante para definir el costo de sus servicios?

La mayoría son de fácil acceso,  
no es determinante

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

no

7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

de Acuerdo

#### Macroambiente:

1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)

Ninguna

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

El fluido eléctrico es muy inestable

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Si

4- En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

50/50

5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Si

6. En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido abstracción en el desarrollo de su empresa?

SI

7. Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

La competencia con la provincia de Ica y otros departamentos  
falta de infraestructura

#### Modelo de gestión de cambio

1. Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

NO

2. En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le permitiría contar con una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

SI

3. ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el sector?

- Crear un destino
- encadenamientos
- Seguridad
- orden

## Entorno Competitivo

1. ¿Como empresario del sector turístico tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u otras? ¿Basado en esto considera que esto afecta su demanda? Si las tengo identificadas, pero no le pongo el interés que debería.
2. Identifique sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?  
me publicito más, utilizo las redes para por whatsapp, facebook
3. ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?  
considero que no, ahora hay menos burocracia.
4. ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?  
más publicidad, mejorar los precios y el servicio.
5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?  
No tengo problemas con proveedores.

6. ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están inflacionados? No

7. ¿Los clientes que lo visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja? Algunos que en otro lugar encontró un mejor precio  
los clientes son difíciles

#### Medioambiente

1. ¿Cuáles impactos tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticos, sociales, ambientales) Ninguno

2. ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fultos eléctricos? Falta de agua potable

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el parón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo? Si es un paraíso

4. En relación a la estación, ¿le visita más turistas locales o extranjeros? Locales

5. La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de los negocios. ¿Considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes? Si mucho

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?  
Necesitamos más apoyo de los bancos estatales.
- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz? falta de promoción turística, falta apoyo municipalidad.

#### Modelo de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario? No, porque ahora todos los trámites se realizan en línea.
- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?  
Sería muy importante y ayudaría mucho.
- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón? muchas
- más publicidad,
  - los empresarios se sentirían más acompañados.
  - podríamos optar por una plataforma turística.

### Entorno Competitivo

1. ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en estos factores que esto afecta su demanda?

La demanda no se ve afectada

2. Identifique sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Si claro que si

3. ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

Si hay muchas barreras, desde intentar que te den una patente hasta llegar a tributación y la CCSS.

4. ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

Mejorar el servicio, instalaciones, descuentos.

5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

En la zona es un poco difícil el acceso a proveedores, no es determinante.

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

No, cada uno cobra lo que considere de acuerdo a su oferta.

7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja o incluso van en otro lugar en busca de un mejor precio?

Están de acuerdo con los precios. Si solicitan rebaja, algunos, es por costumbre.

#### Macroambiente

1- ¿Cuáles ventajas tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales ambientales)

El trámite de todos los permisos para funcionar.

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fuido eléctrico?

No.

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Claro como un cantón privilegiado.

4- En relación a la ubicación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Locales.

5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las empresas. ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Claro, la tecnología es muy importante.

- 6- En relación a la política, leyes y siendo regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

No

- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

La poca información que tienen los del caudal, poca oferta de servicios

#### Módulo de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

Si

- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parecería convenientemente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Claro sería muy importante

- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento Cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

Mayor atracción de turismo

## Entorno Competitivo

1. ¿Como empresario del sector turismo tiene identificadas a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecta su demanda?

Si, los tenemos identificados, sabemos la ubicación, precios y consideramos que en algunos casos si afecta la demanda.

2. Identificadas sus competidoras directas e indirectas, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Si realizamos promociones por redes sociales.

3. ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

Si dependemos de una sola hotel grande con mercado extranjero para todo el confort y los operadores solicitan bastante requisitos.

4. ¿Cuáles acciones realiza su empresa ante la entrada de nuevas competidoras?

Ofrecemos descuentos temporales.

5. ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer el servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

El acceso es fácil, si es determinante para definir los costos de nuestros servicios.

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

Si.

7- ¿Los clientes que lo visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludendo que en otro lugar encontraron un mejor precio?

Algunas veces piden descuentos sobre todo si son nacionales.

#### Macroambiente

1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)

Limitantes en el área de Conservación Guatuzuma II que antes permitía ingresar al sendero de los 10 los Mineralogos.

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

NO.

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el centro de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

Si. Cuenta con una zona geológica impresionante.

4- En relación a la visitación, ¿le visitan más turistas locales o extranjeros?

Extranjeros.

5- La industria se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el caso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Si completamente.

6. En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

INCONVENIENTE como consecuencia de poco y solo tener 3 días.  
Muy pocas muy altas

7. Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

Generalmente el turismo no hace tours de por el departiva ni estadísticas, y no tiene capacidad de pago.

#### Modelo de gestión de cambio:

1. Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es un obstáculo para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

Definitivamente sí

2. En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parecería conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Sí sería muy importante

3. ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

Disponibilidad de información

Agilidad de trámites

## Entorno Competitivo

1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?

2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

No lo considera

4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

6. ¿Considera que las normas de los edificios de turismo están actualizadas?

Depende de la categoría del hotel pero si la Cámara trata de que sean estandarizadas en el cantón.

7. ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o buscan algún tipo de rebaja justificada que en algún lugar encuentren un mejor precio?

#### Medioambiente

1. ¿Cuáles incidentes tuvo al iniciar su empresa turística? (Purificación, sociales, ambientales)

2. ¿En el tema ambiental tiene alguna dificultad con temas como falta de agua potable o furtos eléctricos?

Si hay faltante de agua en el cantón pero ya la Cámara está trabajando con AVA para mejorar el flujo del agua potable en la zona.

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es favorable para la atracción del turismo?

Mientras que se cuida si es importante trabajar en compañías.

4. En relación a la vertedero, ¿se visitan más turistas locales o extranjeros?

Ambos, más que todo nacional es playa Roca.

5. La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias. ¿Considera que el uso de la energía ha crecido gracias a sus clientes?

Es perjudicial en la zona de la costa, no hay buena cobertura está trabajando en conjunto con ICE, ICE.

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

No han abierto más las puertas

- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turístico en La Cruz?

En pandemia se vio muy afectado pero ya poco a poco se ha recuperado

#### Método de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las acciones gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresa?

- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o solicitudes en materia de turismo?

- 3- ¿Cuáles ventajas trae que tienda su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

Claro, la municipalidad es vital

## Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?  
*Si afecta la demanda, siempre hay que dar valor agregado a nuestro servicio para ser considerados la mejor opción.*
- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?  
*Claro, es indispensable ofrecer el mejor servicio para ser competitivos.*
- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?  
*creo que la única barrera puede ser la falta de trayectoria pero es algo por lo que pasan todas al empezar.*
- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?  
*Muchas pequeñas acciones le dan valor a una empresa y aunque no lo parezca con el tiempo llegan a diferenciar a las buenas empresas, por ejemplo la constancia en cuanto el aseo y mantenimiento de las móviles, darle seguridad a los pasajeros con conductores prudentes, pero también se invierte en seguridad como GPS y mas dispositivos que garantizan que se le pueda dar seguimiento a las normas de seguridad nacionales e inclusive internacionales.*
- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?  
*El acceso a los proveedores para ofrecer los servicios no es difícil, inclusive en lo personal no fue difícil que nos dieran la oportunidad de trabajar con ellos, el reto más grande está en que lo continúen llamando con el paso del tiempo y seguir brindando el mejor servicio.*
- 6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?  
*Pienso que es más una cuestión de oferta y demanda, porque no existe algo así como un tarifario.*

- 7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?  
En algún momento tal vez se podría dar una negociación pero en su mayoría justificamos nuestros precios y no cobramos caprichos.

#### Macroambiente

- 1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)  
Más que limitantes, lo que vimos fueron oportunidades de mejorar tanto a nivel de la empresa como personal, ya que adoptamos en la empresa como en las casas de los integrantes de la empresa conductas de reciclaje de lo que antes era basura.
- 2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?  
No tenemos problemas con agua o electricidad.
- 3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?  
La Cruz está rodeada en su mayoría por parques nacionales y Finca lo que beneficia la buena imagen que tienen los turistas que nos visitan.
- 4- En relación a la visitación, ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?  
El 98 por ciento son extranjeros.
- 5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?  
La tecnología es positiva porque nos da herramientas de control en caso de algún acontecimiento negativo y nos da a conocer para el resto del mundo.
- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?  
No consideramos que alguna ley o regulación nos afecte, al contrario, por las regulaciones no hay exceso en la oferta.
- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

*La temporada baja, infraestructura Vial, falta de aprovechamiento de la frontera con nicaragua, (muchos turistas ingresan al país y paran directo hasta Liberia, sin conocer el cantón)*

#### Modelo de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

*No afecta, mas bien es para los otros trámites donde hay que desplazarse a Liberia por Hacienda y Consejo de Transporte Público*

- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

*En la municipalidad de La Cruz los trámites son muy ágiles, se hacen por internet o por teléfono y muy esporádicamente hay que presentarse a las oficinas*

- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

*La promoción del cantón siempre es importante porque es la opinión que se llevan los turistas que lo visitan y eso alimenta la promoción de boca en boca*

#### Entorno Competitivo:

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considera que esto afecte su demanda?

Si, conocemos la competencia. Toda competencia afecta la demanda.

- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establece algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?

Si sabemos quienes son nuestros competidores, hemos implementado estrategias para atraer los visitantes, sin embargo, es un aspecto que debemos mejorar, y no han sido suficientes.

- 3- ¿Considere que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?

Si claro.

- 4- ¿Cuáles acciones ejecute su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

Hemos incorporado insumos en las habitaciones para generar más confort a nuestros clientes, entre ellas: colocación de mini refrigeradoras en todas las habitaciones, colocación de bandejas con vasos, colocación de paños de mano, rotulaciones, entre otros.

- 5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

Algunos proveedores llegan a nuestro hotel, sin embargo, muchos productos los compramos en Liberia o en San José y eso incrementa los gastos.

- 6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

No.

7. ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

En algunas ocasiones:

#### Macroambiente:

1. ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa-turística? (Políticas, sociales, ambientales)

De capital. También algo muy importante es la carencia de recurso humano; entre ellos mucama, personal de seguridad, técnicos eléctricos, entre otros.

Es un negocio familiar, no hemos sido objeto de financiamiento para nuestra empresa con algunas garantías que nos beneficien.

También hay limitaciones propiamente para todos lo que tiene que ver con hacienda, material laboral en especial lo regulado por el Ministerio de Trabajo.

2. ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

En el distrito primero es muy frecuentes que se den problemas de suministro de agua; y en especial, hay un problema muy severo de picos de corriente.

3. ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

La Cruz tiene un gran potencial y atractivo ambiental. Sin embargo, las atracciones turísticas son muy pocas, igualmente todo lo relacionado con la Ley 7600.

4. En relación a la visita: ¿lo visitan más turistas locales o extranjeros?

Locales, la visita de turismo es casi nula.

- 5- La tecnología se ha vuelto un aliado para el crecimiento de las industrias, ¿considera que el uso de la misma ha tenido impacto en sus clientes?

Si claro, la tecnología es muy importante como por ejemplo el uso de internet.

- 6- En relación a la política, leyes y demás regulaciones del país en materia de turismo, ¿considera que ha tenido afectación en el desarrollo de su empresa?

En este tema hemos sido poco asesorados, sin embargo, somos muy respetuosos de las leyes y normativas del país.

- 7- Con respecto a las condiciones económicas generales, ¿cuáles factores han afectado al sector turismo en La Cruz?

No hay atractivos turísticos, como por ejemplo: carencia de restaurantes, souvenir, falta de acondicionamiento del Mirador, el Play con mala iluminación, entre otros.

Hay algunos factores que están afectando al sector turísticos entre ellos:

Falta de conocimiento y asesoría para optar por financiamiento a proyectos de turismo rural como el nuestro, el cual es un proyecto familiar, carecemos de información sobre Banca para el Desarrollo y otras opciones de financiamiento que nos beneficien.

Aumento de robos a establecimientos es alarmante.

El consumo, venta y distribución de drogas ilícitas va en aumento.

Falta de espacios recreativos y zonas de actividad física.

Dificultad para encontrar personal preparado para laborar en hotelería. En realidad es muy escaso.

#### Modelo de gestión de cambio

- 1- Debido a que La Cruz se encuentra alejado de las principales oficinas gubernamentales en materia de turismo, ¿considera que esto es una limitante para la agilidad y el trámite de sus diferentes requisitos como empresario?

Si.

- 2- En relación a la agilidad y disponibilidad de la información, ¿le parece conveniente disponer de una oficina dentro del Gobierno Local donde pueda gestionar sus trámites o consultas en materia de turismo?

Si claro.

- 3- ¿Cuáles ventajas cree que tendría su empresa con el acompañamiento cercano del Gobierno Local en temas de promoción y desarrollo del turismo en el cantón?

Muchas: por que el Gobierno Local dispone de recursos para promocionar el cantón de Liberia exaltando sus ventajas comparativas, realizando eventos nacionales, regionales, cantonales que logren atraer personas, familias, turistas, empresarios a la zona.

## Entorno Competitivo

- 1- ¿Como empresario del sector turismo tiene identificada a su competencia por ejemplo ubicación, precios u ofertas? ¿Basado en esto considerará que esto afecte su demanda?
- 2- Identificados sus competidores directos e indirectos, ¿establezca algún tipo de estrategia para atraer más visitantes?
- 3- ¿Considera que para nuevas empresas que deseen ingresar al mercado turístico existen muchas barreras de ingreso?  
Lo que considero es que hay exceso de requisito a la hora de gestionar las autorizaciones, inclusive a veces en las diferentes instituciones entran en contradicción porque cada una de ellas en virtud de su autonomía institucional le piden el mismo requisito a la misma vez y dejan al empresario en un estado de indefensión que les cuesta resolver y empezar a trabajar.
- 4- ¿Cuáles acciones ejecuta su empresa ante la entrada de nuevos competidores?

5- ¿Considera que tiene fácil o difícil acceso a los proveedores para poder ofrecer su servicio? ¿Es esto determinante para definir el costo de sus servicios?

6- ¿Considera que los precios de los servicios de turismo están estandarizados?

En Costa Rica existe la libre competencia por lo que no se pueden estandarizar los precios de los servicios turísticos, aunado a las diferentes amplitudes que el sector le ofrece al turista consumidor.

7- ¿Los clientes que le visitan están de acuerdo con sus precios o solicitan algún tipo de rebaja aludiendo que en otro lugar encontró un mejor precio?

#### Macroambiente

1- ¿Cuáles limitantes tuvo al iniciar su empresa turística? (Políticas, sociales, ambientales)

2- ¿En el tema ambiental tiene su empresa dificultades con temas como falta de agua potable o fluido eléctrico?

3- ¿Considera que el entorno ambiental en el que se encuentra el cantón de La Cruz es beneficioso para la atracción del turismo?

## Anexo 3. Declaración Jurada

Yo, Paola Andrea Gonzaga Miranda, mayor de edad, cédula de identidad número 1-1419-0620, en condición de egresada de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Hispanoamericana, y advertido(a) de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que para optar por el título de Bachillerato, mi trabajo de graduación titulado "Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023," es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las leyes penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en el *Diario Oficial La Gaceta* número 226 del 25 de noviembre de 1982, especialmente el numeral 70 de dicha Ley en el que se establece: "Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original". Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de Tibás, el 27 de noviembre del año dos mil ventitis.

PAOLA ANDREA  
GONZAGA  
MIRANDA (FIRMA)  
Paola Andrea Gonzaga Miranda

Firmado digitalmente por  
PAOLA ANDREA GONZAGA  
MIRANDA (FIRMA)  
Fecha: 2023.11.27 10:48:11  
UTC

Cédula de identidad: 1-1419-0620

# Anexo 4. Consentimiento

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS

### Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023.

Nombre de la persona participante: Otto Rojas Avila

Nombre de la persona investigadora: Paula Cruzana Miranda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 5023-1180 / pcruzanamia@outlook.com

Nombre de la persona Titulo del trabajo: San Francisco Chacón Arce

#### PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se entrará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su cámara y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante: 

### CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla.  
Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en  
forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las  
condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en  
este estudio.

OTO REJIS BUIAS UG/PA 204400563  
Nombre, firma y cédula de la persona participante.

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad.

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora.

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del tesigo.

Hacienda Coco del Viento, Cujíjigal 11/10/23 10:04am  
Lugar, fecha y hora.

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante  
la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá  
una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante:

UG/PA

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero concreto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, el riesgo podría consistir en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no reciba un beneficio directo, detalle si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione qué tipo de devolución se hará para que las personas participantes tengan o conozcan los resultados del estudio.

## CARACTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede aceptar o rechazar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su aceto o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el máximo manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si se detallarán utilizadas a futuro para publicaciones, diagnósticos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como las medidas o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Permita que la confidencialidad de la información esté firmada por el legislador en la legislación correspondiente.

Firma de la persona participante





**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Nofelí Mariona Corea  
Nombre de la persona investigadora: Pablo Gonzalo Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 8423-1160 pgonzalez@outlook.com  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Dr. Francisco Obispo Achi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante: 

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante:



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Y Nestali Nájera Corea  15.580.2217603  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

La Cruz, Guasacito, octubre 15 de 2023, 10:30 a.m.  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante





**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Guido Martín Sutter, Orobaitu, Carlos, Costilla

Nombre de la persona investigadora: Prisca Gonzales Meseda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 8433-1163 / gonzalesprisca@uho.edu.cr

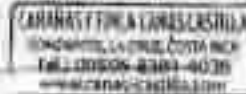
Nombre de la persona Titular del trabajo: San Francisco, Daniel Adán

**PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo representantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Gremial de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

La participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y realizar una entrevista Una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante: [Firma]



## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incómodidad o ansiedad. De la misma manera, con riesgo posible causal en la pérdida de la confidencialidad. No mínimo mencione los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que los datos de investigación se usarán para que los presentes participantes tengan a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede retirarse o participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

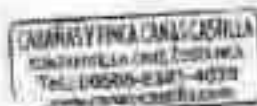
## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el máximo secreto y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para cumplirla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Mencione que la confidencialidad de la información está limitada por el dogma en la legislación correspondiente.

Firma de la persona participante:



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta forma antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Código: \_\_\_\_\_ Matrón: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_  
17560000321E

Nombre, firma y cédula de la persona participante

Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal (del menor de edad)

Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

Nombre, firma y cédula del testigo

Guayaquil, el 05 de octubre 2023

Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autoricado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante u de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS:**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guatemalteco relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Yvelin Chocón

Nombre de la persona investigadora: Paula Encarnación Masade

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante  
el proceso: 8973 1160 paucagarcia@ulh.com

Nombre de la persona Titular del trabajo: San Francisco Chocón de la Cruz

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta encuesta a 10 personas incluyendo comerciantes del sector turístico, la persona encargada de la Asociación Cívica del Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Guatemalteco del Turismo.

En participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una encuesta una única vez, posteriormente fotografías escritas tomadas en la encuesta se utilizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, analizar el funcionamiento del sector turístico en La Cruz y catalogar recomendaciones para una la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guatemala.

Fecha de la encuesta participante: 15/05/2023



## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero preciso, detale los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deberá tener en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No mencione nunca los riesgos.

Detalle si como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione qué tipo de divulgación de sus datos que las personas participantes tengan a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Evalue que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho. Si a por cualquier de ninguna forma por su retiro a fase de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Evalue que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y fases de la investigación, así como los medios y medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación correspondiente.

Firma de la persona participante



**CONSENTIMIENTO**

He leído y entiendo bien los términos descritos en esta Hoja de Consentimiento. Se me ha explicado el contenido de las preguntas y otras actividades contenidas en forma adecuada. Por lo tanto, entiendo que entiendo de que todo el proceso de entrevistas de mi participación y estoy de acuerdo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

x Yochan Chacama  12474613  
Nombre, firma y número de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y número de persona representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y número de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y número del testigo

x La Cruz G. Rojas 608 pm  
Código, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma y sello de la Hoja digital, ya sea persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibir una copia de este documento firmada para su uso personal.

\_\_\_\_\_  
Firma de la persona participante 

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona asignada: David Mora Montalvo

Nombre de la persona investigadora: Felix Enriquez Moya

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de duda, dentro  
de horas: 3402-1100 - ecorrespond@uh.ac.cr

Nombre de la persona tutora del título: Dr. Francisco Chacón Adán

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta encuesta a 15 personas incluyendo representantes del sector turístico, la persona encargada de la Asociación Cámara de Comercio del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en asistir a la persona investigadora en su convenio y contestar una encuesta una única vez, posteriormente los registros serán formados en la encuesta se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, evaluar el funcionamiento del sector turismo en La Cruz y elaborar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona asignada: David Mora Montalvo

#### RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

#### CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

#### CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante:



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Harold RIVERA M 110130781  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Lets Go Tours, La Cruz 2/10/23  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante **NO** perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante: Harold RIVERA M



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: x Estrella Vargas Díaz  
Nombre de la persona investigadora: Paula Garriga Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante  
el proceso: 8423 1160 p.garriga@uaeh.ac.cr  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Dr. Sr. Francisco Chacón Achi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz; por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante: x Estrella Vargas Díaz

#### **RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR**

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

#### **CARÁCTER VOLUNTARIO**

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

#### **CONFIDENCIALIDAD**

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante:



### CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmar.  
Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Estrella Vargas Díaz Estrella Díaz 502560530  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Coburas Santo Rita, La Cruz, Costa Rica 7/10/23  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante:  Estrella Díaz



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Fernando Ortiz Sanchez  
Nombre de la persona investigadora: Paula Georgina Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 84231160 pgeorgina@outlook.com  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Dr. Francisco Chacón

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste

Firma de la persona participante: x 

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, describa los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. Minimice tanto los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, describa si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione qué tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su refusa o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como las medidas o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación correspondiente.

Firma de la persona participante: \_\_\_\_\_



## CONSENTIMIENTO

He leído o es me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y acuerdo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Fernando Ortiz Sanchez 2284452002   
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del trabajo

03/10/23, 03:00 PM, Compañía de la Cruz, Guayaquil  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autenticado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO posee ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante  \_\_\_\_\_

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Javier Fruto Rodríguez  
Nombre de la persona investigadora: Rich George Moore  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 8423 1160 rjmoore@unh.edu.cr  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Soc. Francisco Alarcón H.

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante x

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante: \_\_\_\_\_



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de qué trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

x Javier Franco Rodriguez 5-377-654   
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

x Franco Arduendo 1-10-23 11:00am  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante: x \_\_\_\_\_



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Esteban Caballero León  
Nombre de la persona investigadora: Pala Gonzaga Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 84231160 pgonzagam@uho.ac.cr  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Dr. Francisco Chacón Achí

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste

Firma de la persona participante: \_\_\_\_\_



## **RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR**

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que pueda significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## **CARÁCTER VOLUNTARIO**

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## **CONFIDENCIALIDAD**

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante:



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmar.  
Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en  
forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las  
condiciones de mi participación y acepto a participar como sujeto de investigación en  
este estudio.

Catalina Jesús Caballero Díaz 880230329  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Maricruz B. Boulvard, Cajunquil 4/10/23 11:00am  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante  
la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá  
una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Messenia Lara Vargas

Nombre de la persona investigadora: Roberto González Miranda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 84231160 rgonzalez@outlook.com

Nombre de la persona Tutora del trabajo: Sara Francisca Chorrón Achi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante: [Firma]

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante: 





**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Doris Alan Huico

Nombre de la persona investigadora: Pablo Gonzaga Miranda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 8423-1160 pgonzaga.m@caibank.com

Nombre de la persona Tutora del trabajo: Sar Francisca Alvarado Alchí

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante: 

## **RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR**

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## **CARÁCTER VOLUNTARIO**

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## **CONFIDENCIALIDAD**

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante: \_\_\_\_\_



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

David Ben [Firma] 14180696  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Comunidad Tiro Suroeste 25-7plancha de 2013 3-027-  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá un copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante [Firma]

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Jorge Manuel Alán Fonseca  
Nombre de la persona investigadora: Paola Gonzaga Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante  
el proceso: 8423 1160 pgonzaga@uca.ac.cr  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Seir Francisco Chacón Jochi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste

Firma de la persona participante: 

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante:



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Jorge Manuel Alán Fonseca 1560419  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad


\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Quiniwíl 27/9/23 16 Horas 1560419  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante 

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESINAS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: x Ericka Morales Martínez  
Nombre de la persona investigadora: Pablo Gonzalo Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 8473 1160 pgonzaga@outlook.com  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Señor Francisco Chacón Achi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste

Firma de la persona participante:

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero preciso, detalle los riesgos o inconvenientes reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione qué tipo de devolución se hará para que las personas participantes logren a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante



## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

x Ericka Morales Martínez  302780625  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

x Hotel Amalia, La Cruz 29-09-23 3:02 p.m.  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante x 

## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS

### Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023.

Nombre de la persona participante: Marjorie Miranda V.  
Nombre de la persona investigadora: Doña Gonzaga Miranda  
Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 8423-1160 gmiranda@outlook.com  
Nombre de la persona Tutora del trabajo: Señor Francisco Chacón Achí

#### PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste

Firma de la persona participante

Marjorie MV

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que pueda significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

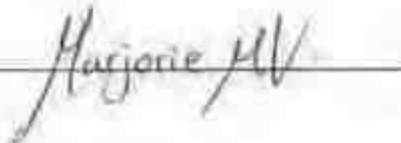
## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Magorie MV", is written over a horizontal line.

## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Marijane Miranda V. 1704 149 Marijane Miranda V  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

El Voto, La Cruz, Casadel Arbol 27 oct 13:48 pm  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante: Marijane Miranda V.

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante: Keylin Geannina Lara Espinoza

Nombre de la persona investigadora: Pola Góngora Miranda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 84231160 pgonzalez@outlook.com

Nombre de la persona Tutora del trabajo: Sra. Francisca Chacón Achi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Su participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante:

Geannina Lara E.

## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante:

Geannina Lora E.

## CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Keylin Geannina Lara E. Geannina Lara E. 5-360-395  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Cajiniquil, 27-09-2023. Cajiniquil Taur.  
Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante:

Geannina Lara E

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS**

**Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de  
gestión turística en la Municipalidad de La Cruz  
Guanacaste relacionado con el sector turismo en el  
segundo cuatrimestre 2023.**

Nombre de la persona participante:

Yessica María Acosta

Nombre de la persona investigadora:

Paola González Miranda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante  
el proceso: 8423-1100 agonzalez@uho.edu.cr

Nombre de la persona Tutora del trabajo:

Señor Francisco Chacón Achi

**PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz; por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación del Instituto Costarricense del Turismo.

Si participación en esta investigación consistirá en recibir a la persona investigadora en su comercio y consistirá una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos tomados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y catalogar recomendaciones para la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante:



## RIESGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando lenguaje sencillo pero correcto, detalle los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incomodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Detalle si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. En caso de que no exista un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione que tipo de devolución se hará para que las personas participantes lleguen a conocer los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Explique que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su retiro o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Explique que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluya si los datos serán utilizados a futuro para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Incluya información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como los medios o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surja de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

Firma de la persona participante: \_\_\_\_\_



## CONSENTIMIENTO

Hé leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, declaro que entiendo de que trata el proyecto, las condiciones de mi participación y accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

Ylberia Bina Cardenas 801080698  
Nombre, firma y cédula de la persona participante

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del padre/madre/representante legal del menor de edad

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

\_\_\_\_\_  
Nombre, firma y cédula del testigo

Quintana Roo, Quintana Roo, Primera de Enero  
Lugar, fecha y hora 13-10-2023

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que será participante o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y recibirá una copia de este documento firmada para su uso personal.

Firma de la persona participante

[Firma]

## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA TESIS Y TESIS

### Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023.

Nombre de la persona participante: Walter Torres Meléndez

Nombre de la persona investigadora: Patricia González Miranda

Teléfono y correo para contactar a la persona investigadora en caso de dudas durante el proceso: 3423-1150 patrizia@unihi.com

Nombre de la persona Titular del trabajo: Señor Francisco Chacón Acuña

#### PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es determinar las ventajas estratégicas de crear una oficina de gestión del turismo en la Municipalidad de La Cruz, por lo tanto se estará aplicando esta entrevista a 15 personas incluyendo comerciantes del sector turismo, la persona encargada de la Asociación Cámara de Desarrollo del Comercio y Turismo de La Cruz, y una persona en representación de Instituto Costarricense del Turismo.

Si la participación en esta investigación consiste en recibir a la persona investigadora en su comercio y contestar una entrevista una única vez, posteriormente los registros escritos formados en la entrevista se analizarán para identificar el entorno competitivo en La Cruz, examinar el macroambiente del sector turismo en La Cruz y elaborar recomendaciones para poder la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste.

Firma de la persona participante:

WALTER TORRES  
MELENDEZ  
Firma

Instituto de Investigaciones Económicas  
WALTER TORRES MELENDEZ  
ITIC  
Firma

## RISGOS Y BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Utilizando el siguiente espacio para declarar, declare los riesgos o molestias reales y potenciales que puede significar la participación en la investigación, tanto para la salud física como emocional. Se deben tomar en cuenta aspectos como el riesgo de la pérdida de privacidad, la incómodidad o ansiedad. De la misma manera, otro riesgo posible consiste en la pérdida de la confidencialidad. No minimice nunca los riesgos.

Declare si, como producto de participar en la investigación, la persona obtendrá algún beneficio real o potencial. Incluya en este apartado cualquier tipo de compensación económica por concepto de alimentación o transporte. Si sabe que no existe un beneficio directo, declare si la participación en el estudio podrá tener beneficios para otras personas o para la sociedad. Además, mencione qué tipo de devolución se hará para que las personas participantes registren o conozcan los resultados del estudio.

## CARÁCTER VOLUNTARIO

Declaro que la participación en esta investigación es voluntaria y que la persona puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin perder los beneficios a los cuales tiene derecho, ni a ser castigada de ninguna forma por su refugio o falta de participación.

## CONFIDENCIALIDAD

Declaro que el investigador garantizará el estricto manejo y confidencialidad de la información y las medidas que se tomarán para asegurarla. Incluso si los datos serán utilizados o futuros para publicaciones, congresos, exposiciones, etc.

Indique información sobre las personas que tendrán acceso a los registros para verificar procedimientos y datos de la investigación, así como las medidas o medidas tomadas para que cada participante pueda acceder a la información que surge de la investigación.

Recuerde que la confidencialidad de la información está limitada por lo dispuesto en la legislación costarricense.

WALTER TORRES  
MELENDEZ  
FIRMA

Firma registrada  
por UNACTA (INDE)  
4415502 (IBAN)  
Fecha: 2023-10-11  
15:00:00 -05:00

Firma de la persona participante: \_\_\_\_\_

## CONSENTIMIENTO

Habiendo leído y entendido toda la información contenida en esta forma de consentimiento, he decidido voluntariamente aceptar la participación en este estudio. He leído y entendido que el propósito de este estudio es investigar sobre el uso de la tecnología móvil en el aula. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún riesgo físico o psicológico para mí. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún costo para mí. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para mí. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para mi escuela. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para mi comunidad. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para mi país. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para el mundo. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para nadie más que yo mismo. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para nadie más que mi familia. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para nadie más que mi comunidad. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para nadie más que mi país. He leído y entendido que el estudio no tiene ningún beneficio para nadie más que el mundo.

Walter Torres Meléndez S-00710-04

WALTER TORRES  
MELENDEZ  
(FRMA)

Identificación  
del participante  
M-1234567890  
Fecha: 2023-10-27  
Página: 1 de 1

Nombre, firma y cédula de la persona participante

Nombre, firma y cédula del representante legal del menor de edad

Nombre, firma y cédula de la persona investigadora

Nombre, firma y cédula del testigo

Lugar, fecha y hora

Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma o mediante la huella digital, de la persona que está participando o de su representante legal.

La persona participante NO perderá ningún derecho por firmar este documento y quedará una copia de este documento firmada para sus usos personales.

Firma de la persona participante

WALTER TORRES  
MELENDEZ  
(FRMA)

Identificación  
del participante  
M-1234567890  
Fecha: 2023-10-27  
Página: 1 de 1

## Anexo 5. Carta de aprobación del Tutor/de la Tutora

### CARTA DEL TUTOR

San José, 24 de noviembre de 2023

**Destinatario**  
**Carrera**  
**Universidad Hispanoamericana**

Estimado señor:

La estudiante **Paola Andrea Gonzaga Miranda**, cédula de identidad número 1-1419-0620, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Bachillerato en administración de empresas.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	15
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20
	TOTAL		95

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,   
SEÑOR FRANCISCO CHACÓN ACHI (FIRMA)

Tutor(a) Responsable  
del TUB (2023)  
FRANCISCO CHACÓN ACHI  
Cédula de Identidad N° 108480930  
Carné Colegio Profesional N° 38245

**Nombre Señor Chacón Achi**  
**Cédula Identidad N 108480930**  
**Carné Colegio Profesional N 38245**

## Anexo 6. Carta de aprobación del Lector/de la Lectora

### CARTA DE LECTOR

6 de febrero de 2024

Señores  
Servicios Estudiantiles  
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor


El estudiante **PAOLA GONZAGA MIRANDA**, cédula de identidad **0114200620** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Bachillerato en Administración de Negocios**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,

**LUIS ALBERTO  
VARGAS ZUÑIGA  
(FIRMA)**

 Firmado digitalmente por LUIS  
ALBERTO VARGAS ZUÑIGA  
(FIRMA)  
Fecha: 2024.02.06 21:28:13 -06'00'

**Lic. Luis Vargas Zúñiga.**

Cédula de identidad 0107090057

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

**Anexo 7. Licencia y autorización al CENIT**  
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA,**  
**LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE**  
**LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN**

Guanacaste, 27 de noviembre de 2023.

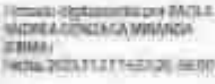
Señoras y señores  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)  
Universidad Hispanoamericana

Estimadas personas:

La suscrita, Paola Andrea Gonzaga Miranda con número de identificación 1-1419-0620, autora del trabajo de graduación titulado "Ventajas estratégicas de la creación de una oficina de gestión turística en la Municipalidad de La Cruz Guanacaste relacionado con el sector turismo en el segundo cuatrimestre 2023.", presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar por el título de Bachillerato en Administración de Empresas. **SI** autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, anexo los términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional.

Cordialmente,

PAOLA ANDREA  
GONZAGA  
MIRANDA (FIRMA) 

Paola Andrea Gonzaga Miranda  
Cédula 1-1419-0620

**ANEXO 1**  
**LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DEL AUTOR/DE LA AUTORA PARA**  
**PUBLICAR Y PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

**Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional**

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) **El autor/La autora** acepta que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncia a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) **El autor/La autora** manifiesta que se trata de una obra original sobre la que tiene los derechos que autorizan, y que es **él/ella** quien asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre de la persona autora y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores, bajo los límites definidos por la Universidad en las “Condiciones de uso de estricto cumplimiento” de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), **EL AUTOR/LA AUTORA** GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.