

Propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19, en las zonas francas de la Gran Área Metropolitana, que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo

Melissa Solano Vega¹, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología
2021

Resumen

Este trabajo de investigación busca actualizar la relación de simbiosis perfecta que existía entre las zonas francas y los encadenamientos como restaurantes, transporte y comercio en general, para que se adapte a la nueva realidad de trabajo que enfrentan los empleados de zonas francas, quienes ya no van a la oficina y donde se habla de un cambio en el paradigma de trabajo desde casa versus trabajo en las instalaciones de la empresa. El problema planteado en esta investigación es la identificación de una propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19, en las zonas francas de la Gran Área Metropolitana que permitan mejorar el impacto del PIB en el corto plazo.

El método utilizado en este trabajo es investigación descriptiva con enfoque cuantitativo, donde se utiliza una encuesta como técnica de recolección de datos a través de un cuestionario de 25 preguntas aplicado a 50 personas quienes trabajan en zonas francas de la Gran Área Metropolitana con muestreo no probabilístico de conveniencia.

Esta investigación identifica que la mayoría de la población encuestada frecuentaba muchas o pocas veces restaurantes, cafeterías o bares cercanos a la zona franca en que trabaja antes de la pandemia, quienes hoy extrañan ir a las instalaciones de la oficina por la interacción con otros compañeros de trabajo y el ambiente cómodo para trabajar.

¹ Licenciada en Contaduría Pública, Universidad de Costa Rica. Opta por el grado de Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT, correo electrónico melissa.solanov@gmail.com

Como resultado de este estudio se les recomienda a las empresas, que representaban esos encadenamientos, propiciar un acercamiento con las empresas de zonas francas a través de sus asociaciones solidaristas, esto para ofrecer beneficios específicos para los empleados mediante el uso del comercio electrónico, generar ese espacio de discusión y expresión de opciones, así como identificar nuevas oportunidades de negocio al apalancarse en la cantidad de empleados y comportamientos de consumo que los empleados de estas empresas tienen.

Palabras clave: zonas francas, encadenamientos, régimen, COVID-19, pandemia.

Abstract

This investigation pursues to update the perfect symbiosis relationship that used to exist before the pandemic, between the Free Zones and the chains as restaurants, means of transportation and commerce in general; in a way that it can be adapted to the work new reality that Free Zone employees face, as they do not go to the office and where is speak about a change in the paradigm of working from home versus work in the company facilities. The problem raised through this investigation is a proposal identification to recuperate the lost chains as part of the COVID19 pandemic, in the Free Zones of the Costa Rica's Gran Área Metropolitana that allows an improvement in the GDP (gross domestic product) impact in the short term.

The method used in this research is a descriptive investigation with a quantitative approach, employing a poll as data collection technique through a 25 questions survey applied to 50 people that works in Free Zones in Costa Rica's Gran Área Metropolitana with a non-probabilistic convenience sample.

This investigation identifies that most of the surveyed population frequented restaurants, cafeterias, dinners, bars, or pharmacies near of the Free Zones the work for many or few times before the pandemic. Whose nowadays miss go to the work premises due to the face to face coworker's interaction and the work comfortable environment.

As a result of this research it is recommended that companies that represented those chains, can promote a discussion with the Free Zone companies through their solidarity associations, in order to offer specific benefits to the employees, look for alliances, by using the electronic commerce and generating the discussion forum and alternatives presentation, to be able to identify new

business opportunities and additionally, leveraging with the amount of employees and consumer behaviors of these companies' employees.

Key words: free zones, chains, regime, COVID19, pandemic.

Introducción

Costa Rica es un país que posee una seguridad jurídica, democrática y civil alta para ser un país en vías de desarrollo; además, tiene una fuerza laboral calificada y bilingüe que hace atractiva la centralización de centros de servicio y manufacturas médicas, quienes, a través de la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE), se ven tentados a instaurar sus operaciones bajo el Régimen de Zona Franca.

Las empresas en zonas francas son normalmente transnacionales que aprovechan el beneficio de la exención de impuestos, principalmente de renta e importaciones, a cambio de un monto específico de inversión total, en un plazo establecido, que se traduce directamente en la contratación de mano de obra calificada; lo cual, al fin y al cabo, impacta las captaciones recibidas por la Caja Costarricense de Seguro Social, así como las arcas del Ministerio de Hacienda, en las retenciones de impuesto sobre la renta al salario. Estos beneficios no son vitalicios, sino que deben renovarse a cambio de acuerdos de inversión nuevos.

Sin lugar a duda, la pandemia del COVID-19 vino a cambiar la forma de trabajar y de operar de las empresas y aquellas bajo el Régimen de Zona Franca no son la excepción. Acostumbradas a un trabajo enfocado a objetivos y horario flexible, ahora tienen a la gran mayoría de sus empleados trabajando desde casa mientras se resuelven los temas de vacunación y se van levantando las restricciones.

La justificación de esta investigación se basa en la necesidad de actualizar la relación de simbiosis perfecta que existía entre las zonas francas y los encadenamientos como restaurantes, transporte y comercio en general, de manera que se adapte a la nueva realidad de trabajo que enfrentan los empleados de zonas francas, quienes ya no van a la oficina y donde aún hay incertidumbre sobre los días que trabajarán en ella en el corto plazo.

Este estudio está desarrollado pensando en empresas y emprendedores costarricenses o extranjeros, cuyos negocios comerciales se localizaban en un rango menor a 10 kilómetros de las

zonas francas del Área Metropolitana, como, por ejemplo, Zona Franca Coyol, Fórum 1 y 2, Centro Corporativo El Cafetal, entre otros, que desean identificar oportunidades de desarrollo de nuevos encadenamientos productivos, de manera que puedan alcanzar sus objetivos de utilidades al contribuir a dinamizar la economía y que se convierta en un factor adicional por considerar cuando se hable de los beneficios de las zonas francas en el país. Esto dado que, en los últimos meses, se han querido satanizar los beneficios para justificar la eliminación de los beneficios de impuestos que ofrecen.

Con este trabajo se busca favorecer a las empresas que se beneficiaban de esos encadenamientos, que crecieron alrededor de estas zonas francas del Área Metropolitana, quienes dependen del flujo de trabajadores hacia esos lugares, de manera que puedan encontrar nuevos encadenamientos.

Este proyecto pretende identificar oportunidades de nuevos encadenamientos generados desde las empresas en el Régimen de Zonas Francas que contribuyan a esa mejora en la economía nacional y, por consiguiente, en el PIB en el corto plazo.

El problema planteado en esta investigación es: ¿cuál puede ser la propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19, en las zonas francas de la Gran Área Metropolitana, que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo?

A fin de resolver dicho problema, se presenta como objetivo general de esta investigación analizar la posible propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19, en las zonas francas de la Gran Área Metropolitana, que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo. Además, se plantean tres objetivos específicos, el primero es describir las características de los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia en zonas francas del Área Metropolitana. El segundo es identificar los criterios que permiten la recuperación de los encadenamientos perdidos al permitir la mejora en el impacto en el PIB en el corto plazo. Y el tercero es mostrar la propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos en las zonas francas y, con ello, la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo en Costa Rica. A continuación, se presenta la revisión bibliográfica de esta investigación.

Revisión Bibliográfica

Las zonas francas son componente principal de este análisis, particularmente aquellas localizadas en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica. De manera que es relevante conocer ¿qué es una zona franca?, es el lugar donde se establece un grupo de empresas beneficiadas con el Régimen de Zona Franca. Por lo tanto, una empresa que se encuentre bajo este Régimen goza de un conjunto de incentivos y beneficios, otorgados por el Estado, para empresas que realicen inversiones nuevas en el país (Ley 7210, 1994), las cuales deberán ser mínimo por ciento cincuenta mil dólares o su equivalente en colones (1994). Importante aclarar que en esta investigación se utiliza la Ley 7210, emitida en 1994, ya que no hay una publicación más reciente.

Como parte de los beneficios que ofrece el Régimen, está la exención de todos los tributos a las utilidades. Para aquellas empresas ubicadas en la Gran Área Metropolitana, será de un 100 % hasta por un periodo de ocho años y de un 50 % en los siguientes cuatro años (1994). También gozan de exenciones de impuestos sobre importación de activos fijos, patentes municipales, remesas al extranjero, entre otros. Dependiendo del monto de la reinversión, el plazo de exención del impuesto sobre renta se modificará. Por ejemplo, tal como lo indica la Ley 7210 (1994), si la reinversión excede el veinticinco por ciento (25 %) de la inversión original, la exención será por un año adicional y así, sucesivamente, alcanzar una exención por cuatro años adicionales cuando sea del cien por ciento (100 %). El detalle a continuación:

1. Cuando excede del veinticinco por ciento (25 %) de la inversión original, la exención será por un año adicional.
2. Cuando excede del cincuenta por ciento (50 %) de la inversión original, será por dos años adicionales.
3. Cuando excede del setenta y cinco por ciento (75 %) de la inversión original, será por tres años adicionales.
4. Cuando excede del ciento por ciento (100 %) de la inversión original, será por cuatro años adicionales (Artículo 20, inciso 1).

Las empresas bajo el Régimen son bastante reguladas, ya que deben enviar reportes a la Promotora de Comercio Exterior y pueden ser sujetas a auditorías periódicas para asegurar el cumplimiento cabal con el Régimen, así como medición de resultados y beneficios aportados al país (COMEX, 2019). Sin embargo, también reciben asesoramiento y capacitación de parte de estas entidades, para facilitar la correcta apertura y obtención de los recursos humanos apropiados.

Las empresas que actualmente se encuentran bajo el Régimen se dedican a exportación de servicios, procesadoras de exportación que producen, procesan o ensamblan artículos, empresas no productoras que exportan bienes reempacados o manipulados, entre otros; las cuales evolucionaron, desde sus inicios, de maquilas a industrias que apuestan por investigación y desarrollo, análisis de datos, entre otros (2019). Lo anterior, gracias a la mano de obra calificada bilingüe que ofrece el país.

Esta investigación se enfoca sobre las empresas bajo el Régimen de Zonas Francas ubicadas en la Gran Área Metropolitana, la cual se compone por 1,779 kilómetros cuadrados, entre el Valle Central y Valle de El Guarco. Involucra, parcialmente, 4 provincias, Heredia, Alajuela, Cartago y San José. En donde habita alrededor del 50 % de la población total del país (Decreto Ejecutivo 38334, 2014), razón, por la cual, este trabajo se enfoca en esta área del país. Importante resaltar que el Decreto Ejecutivo 38334 es el más reciente que menciona la composición de la GAM, por lo tanto, se utiliza su información como hace referencia en esta investigación.

Alrededor del espacio geográfico en que estas zonas francas están ubicadas, siempre se desarrollan asentamientos urbanos y comerciales que permiten ofrecer servicios de alimentación y telecomunicaciones, esparcimiento, vivienda, eventos, transporte e, inclusive, hospedaje (turismo de negocios) a todos los empleados de estas empresas, generalmente provistos por Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) o emprendedores. Razón, por la cual, en la ley 7210 se detallan beneficios adicionales para aquellas empresas que decidan aplicar para el Régimen en zonas fuera del Área Metropolitana, ya que generan activación de la economía en la ubicación geográfica en la que se encuentran.

Los ejemplos anteriores detallan parte de los encadenamientos productivos que se generan a la hora de que estas empresas inician operaciones. De acuerdo con García (2016), un encadenamiento producto es la dependencia económica entre sectores y que permiten el incremento de la producción de un sector con los bienes y servicios que produce otro. Hay dos tipos de encadenamientos productivos: aquellos que se dan hacia adelante y los que se dan hacia atrás, en donde los primeros son aquellos complementarios a la producción o servicios de su sector y, los segundos, son aquellos que representan insumos del producto o servicio brindado por el sector respectivo (2016).

El Régimen de Zonas Francas, que tiene más de 380 empresas asociadas, representa aproximadamente un 8 % del Producto Interno de Costa Rica, lo cual brinda empleo directo a casi 120 mil personas, según lo mencionado por Quirós (2020). Este sector es considerado clave en el escenario pospandémico como generador de reactivación económica incluyendo encadenamientos y empleos indirectos, ya que han representado un crecimiento promedio anual del 10 % del 2015-2019 (PROCOMER, 2019). Además de un 156 % de tasa social de retorno sobre el incentivo, con una permanencia promedio de 10 años (2019).

En esta investigación se menciona el impacto de este Régimen en el Producto Interno (PIB) de Costa Rica; se considera relevante resaltar que representa una medida de la producción de la economía durante un periodo de tiempo (Hess, 2019). Una forma práctica de explicar este indicador económico es revisando el porcentaje en el que contribuyen las empresas en zona franca ya mencionado. Directamente influenciado por el crecimiento promedio anual del 12 % del 2015-2019, según datos de Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) (2019).

Los beneficios del Régimen de Zonas Francas no se limitan al porcentaje del PIB, también generan un diferencial del gasto nacional en compra de bienes y servicios; los salarios generados por el empleo directo son superiores a la media del sector privado, lo cual impacta directamente la recaudación de impuesto sobre la renta a personas físicas, cargas sociales producto del empleo directo u otros beneficios pagados a los trabajadores como seguro médico privado (PROCOMER, 2019).

Ninguna economía estaba preparada para enfrentar los efectos de una pandemia y menos una protagonizada por una enfermedad viral altamente infecciosa como el COVID-19 (OMS, 2020), que genera cuadros respiratorios de leves a moderados y donde se complica en adultos con problemas de presión alta y sobrepeso, factores que han dificultado su control.

Asimismo, las empresas, como producto de la pandemia, tuvieron que adaptar su forma de trabajar, donde la mayoría no tuvo opción más que asumir el teletrabajo para sus empleados. Este concepto no era extraño para muchas de las empresas en zonas francas, especialmente para aquellas del sector de servicios, donde algunas tenían modalidades de 3 días en la oficina y 2 días en casa.

Durante el 2020, se generaron 19,806 empleos nuevos, producto de la apertura de 26 empresas nuevas y 55 expansiones de proyectos de empresas existentes en territorio nacional (Avendaño, 2020). Números bastante alentadores durante un momento de incertidumbre económica comparado por diversos autores con los periodos de guerras.

Si bien se ha entendido esta situación como temporal, hasta que llegue la vacuna, ha cambiado para siempre el paradigma de que se puede trabajar más en casa de lo que la mayoría de las empresas conocía, esto es considerado por Araya *et al.* (2020) como un cambio abrupto en el funcionamiento del mercado laboral costarricense.

El hecho de que ya no haya el mismo flujo de trabajadores que había en el escenario prepandemia, ha generado la pérdida de los encadenamientos que se mencionaron. Es decir, los servicios de restaurante que diariamente recibían a los empleados para almorzar, Uber o taxis rojos, hoteles con énfasis en turismo de negocios, prácticamente entraron en su temporada cero, obligados a reinventarse.

Aunado a lo anterior, como parte de las medidas que el gobierno costarricense debe implementar propuestas al Fondo Monetario Internacional, se ha venido hablando de la eliminación de las exoneraciones de brindadas por el Régimen, a través de gravámenes sobre la renta e impuesto sobre ventas; este tema aún está en discusión, sin embargo, genera inestabilidad en el sector sobre el futuro de este en Costa Rica.

Importante resaltar que este modelo de zonas francas es utilizado por países con mejores beneficios y menores costos de inversión inicial, así como menores salarios y cargas sociales y demás gastos de operación como electricidad, como Manila y Mumbai, inclusive México. En dichos casos, hay mano de obra calificada bilingüe suficiente para asumir las funciones de cualquiera de las empresas que se tienen en el Régimen en Costa Rica, donde se tenía como ventaja competitiva la zona horaria, pero países del otro lado del mundo han empezado a hacer turnos que coinciden con el horario del este. A continuación, se detallan lo correspondiente a la metodología de investigación.

Metodología de Investigación

La metodología empleada en esta investigación es de tipo descriptivo, ya que se busca analizar la posible propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la

pandemia por COVID-19 en las Zonas Francas de la GAM que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo, sin alterar o manipular ninguna de las variables. Un diseño descriptivo es aquel que describe la población, situación o el fenómeno que rodea al estudio de la muestra seleccionada para generar conocimiento sobre el problema definido (Mejía, 2021).

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, ya que obtiene datos de cantidades, no necesariamente de cualidades de la información (2021). Implica mediciones, donde la aplicación de encuestas es uno de los mecanismos de captura de información, con etapas subsecuentes y no se pueden saltar pasos (Montero *et al.*, 2021). Con base en las preguntas se “establecen hipótesis y se definen variables, con un plan establecido para probarlas, se miden en un determinado contexto, normalmente estadístico, se analizan las mediciones obtenidas y se extrae una serie de conclusiones respecto de las hipótesis planteadas” (Hernández Sampieri, 2018, p.4).

Con base en los datos de la PROCOMER (PROCOMER, 2020), 420 son las empresas dentro de la GAM que se encuentran dentro del Régimen de Zona Franca en Costa Rica, las cuales representan un 83,33 % del total de empresas en este Régimen en el país. Donde 208 empresas corresponden a empresas de servicios, 56 empresas procesadoras, 49 administradoras de parques, entre otros. La mayor concentración de estas empresas se encuentra ubicado en Heredia (157), Alajuela (94), San José (82) y Cartago (51). En dichas empresas trabajan, aproximadamente, 150 mil personas, como consecuencia, la población se define como finita.

Como consecuencia del tipo de población, el tipo de muestreo será no probabilístico de conveniencia aplicado a 50 personas. Con respecto al muestreo no probabilístico, Muñoz (2018) menciona:

Las muestras que se eligen o los elementos no se seleccionan con base en probabilidad, sino respecto de características de la investigación o lo que el investigador considere pertinente. No es posible la aplicación de fórmulas. Selecciona los casos a los que se tiene acceso mediante la aplicación del cuestionario. Estos se consideran fáciles y económicos de muestrear (Muñoz, 2018), pero podrían ser inexactas y, por lo tanto, que sus resultados no puedan ser generalizados. (p.171)

Al considerar que el enfoque de este estudio es cuantitativo, se ha determinado el cuestionario como instrumento de recolección de datos, donde la técnica de recolección de datos es una encuesta aplicada a 50 personas. Muñoz (2018) menciona que el cuestionario “resulta primordial para recoger información y útil para el análisis de variables” (p.203). Mediante la aplicación de este cuestionario, se busca indagar con los encuestados que contribuyan en la identificación de los criterios para la propuesta de recuperación de encadenamientos perdidos como parte de la pandemia en las zonas francas de la GAM que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la investigación.

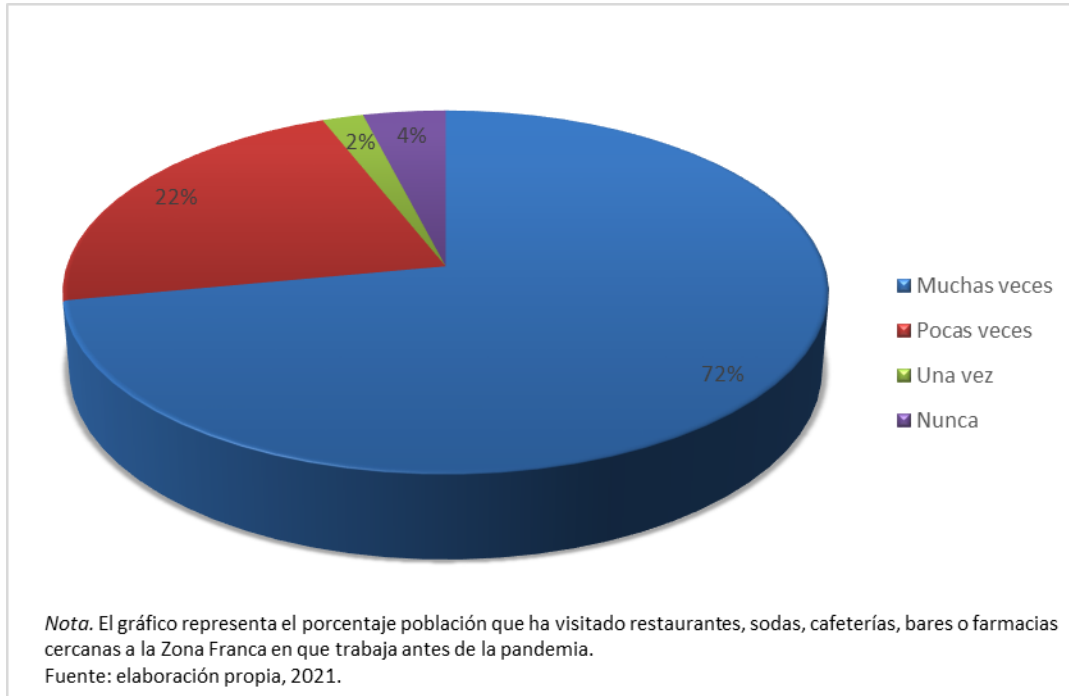
Análisis de la Investigación

Con el objetivo de atender los tres objetivos específicos de esta investigación, se realizan 50 encuestas con un cuestionario de 25 preguntas de opción múltiple a personas de la Gran Área Metropolitana, quienes trabajan en empresas bajo el Régimen de Zona Franca. De manera que se puedan proponer opciones de recuperación de los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19 en las zonas francas, las cuales permitan impactar positivamente el PIB en el corto plazo.

Esta investigación busca responder el primer objetivo de describir las características de los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia en zonas francas del Área Metropolitana. En el Gráfico 1 se observa que 94 % de los encuestados frecuentaban muchas o pocas veces restaurantes, sodas, cafeterías, farmacias o bares cercanos a la zona franca en que trabaja. Mientras que un 6 % de la muestra indicó que nunca fue o solo fue una vez a alguno de estos lugares. De manera que puede apreciarse la forma en que estos negocios dependen del flujo constante de trabajadores a sus instalaciones físicas, pues es inevitable que estos salgan a adquirir bienes o servicios que tengan al alcance de su mano.

Gráfico 1

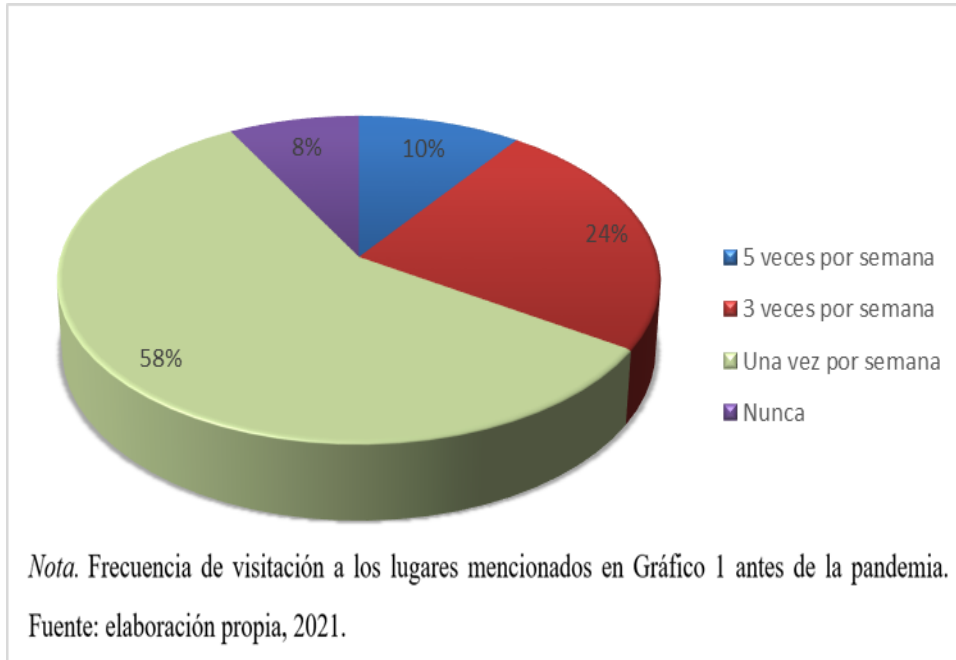
Frecuencia de visitas a comercios cercanos a la zona franca en que trabaja antes de la pandemia



En el Gráfico 2 se identifica que 58 % de los encuestados visitaba restaurantes, sodas, cafeterías, bares o farmacias cercanas a la zona franca en que trabaja al menos una vez a la semana, lo cual garantizaba un flujo constante en estos lugares, gracias a la presencia de zonas francas. Un 34 % los visitaba de tres a cinco veces por semana y solo un 8 % no los frecuentaba a menudo. En muchos de los casos esas frecuencias representaban salidas a almorzar con amigos, reuniones para hacer *networking* o, simplemente, porque no hubo tiempo en casa para preparar el almuerzo para llevar.

Gráfico 2

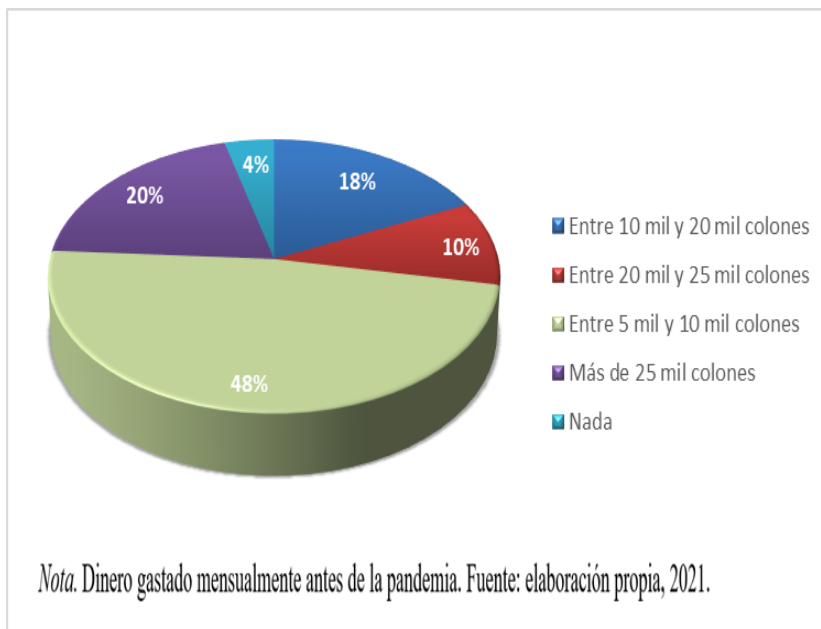
Frecuencia de visitación a los lugares mencionados en Gráfico 1



Como se observa en el Gráfico 3, un 48 % de los encuestados gastaba entre cinco mil y diez mil colones mensuales en salidas a restaurantes, bares, cafeterías, sodas, etcétera; un 20 % gastaba más de veinticinco mil colones al mes y un 18 % gastaba entre diez mil y veinte mil colones.

Gráfico 3

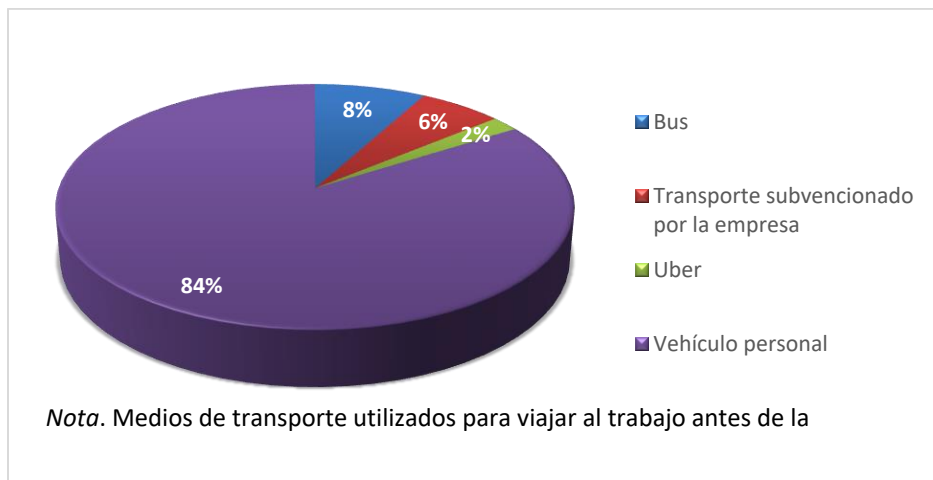
Dinero gastado mensualmente en visitas a los lugares referenciados en Gráfico 1



Adicionalmente, se revisó los medios de transporte para identificar si representaban un encadenamiento más para las zonas francas, sin embargo, el 84 % de los encuestados confirmó que se movilizaba al trabajo en su vehículo personal. Un 8 % indicó que se movilizaba en autobús y un 6 % en transporte subvencionado por la empresa, tal como se refleja en el Gráfico 4.

Gráfico 4

Medios de transporte utilizados para viajar al trabajo antes de la pandemia



Con el propósito de responder el segundo objetivo de identificar los criterios que permiten la recuperación de los encadenamientos perdidos al permitir la mejora en el impacto en el PIB en el corto plazo en aquellas empresas que trabajan bajo el Régimen de Zonas Francas en Costa Rica, se realiza una serie de preguntas a los encuestados para determinar posibles fechas de retorno a la oficina, opciones de retorno mixtas o la modificación en los comportamientos de consumo de los encuestados durante la pandemia y su impacto en los encadenamientos.

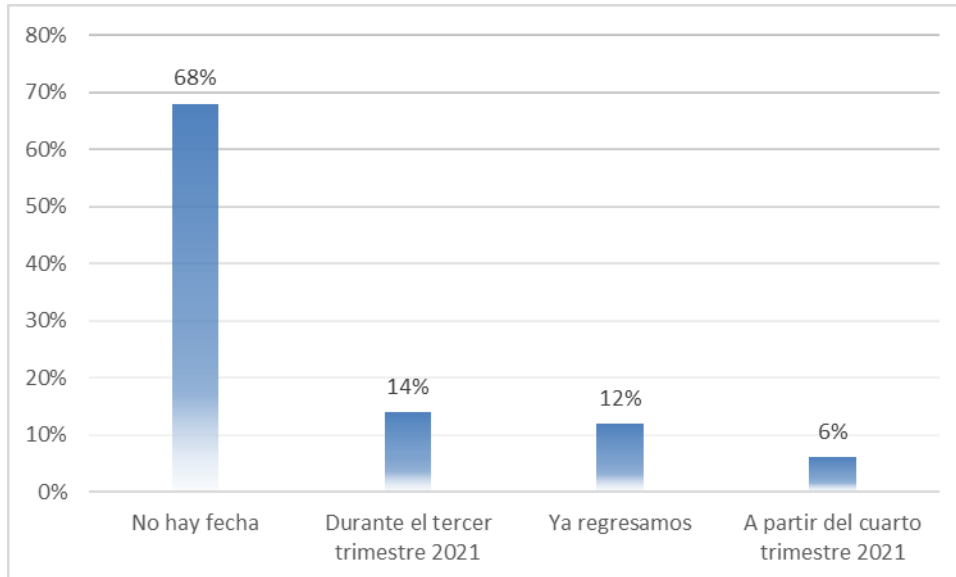
El Gráfico 5 muestra que el 68 % de los encuestados todavía no tienen una fecha definida para regresar a la oficina, comparado con un 14 % y 6 % que indica que regresarán en el tercer y cuarto trimestre del 2021 respectivamente.

Un año después de que las empresas enviaran a sus empleados a trabajar desde casa (Araya *et al.*, 2020), con aproximadamente 100,000 dosis de la vacuna aplicadas en el personal médico y la primera fase de adultos en riesgo, únicamente el 12 % de los encuestados que indica que ya regresaron a las instalaciones, lo cual denota la cautela de este tipo de empresas, en su mayoría transnacionales, para iniciar las operaciones en sus espacios físicos, tales como los conocíamos.

En muchos casos, estas empresas tienen el crecimiento estable de la cantidad de casos como un indicador de la modificación de sus acciones para coordinar el retorno de sus empleados.

Gráfico 5

Fecha planeada de regreso a las instalaciones de trabajo



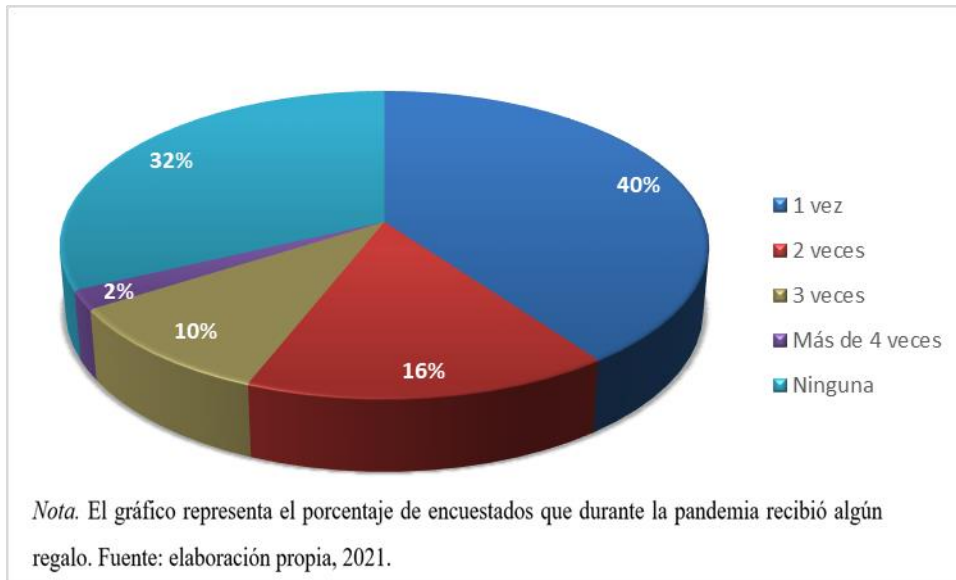
Nota. El gráfico representa el porcentaje de encuestados cuyas empresas han definido una fecha de retorno a la oficina. Fuente: elaboración propia, 2021.

Para poder conocer el comportamiento de consumo de los trabajadores de empresas bajo el Régimen de Zonas Francas, se consultó sobre cuántos empleados enviaron algún tipo de regalo a compañeros de trabajo o subordinados durante la pandemia, en donde los encuestados confirmaron que un 58 % enviaron algo y un 42 % indicó que no envió ningún artículo ni certificado de regalo o similar.

En este estudio se identifica que el 40 % de los encuestados recibió un regalo de parte de la empresa al menos en una ocasión, seguido por un 32 % de encuestados que no recibió ninguno y un 16 % recibió algún artículo en 2 ocasiones, tal como se observa en el Gráfico 6. Como efecto colateral de la pandemia, se dio un incremento en el comercio electrónico y, por consiguiente, en los envíos de regalos por medio de mensajería; de acuerdo con la información provista por los encuestados, un 66 % recibió algún artículo de parte de la empresa. El tipo de regalos recibidos, de acuerdo con los encuestados, varió entre artículos con logo de la empresa (20 %), comida (36 %); 36 % indicó diferentes tipos de regalos.

Gráfico 6

Número de veces en que los encuestados recibieron algún regalo de la empresa en que trabajan

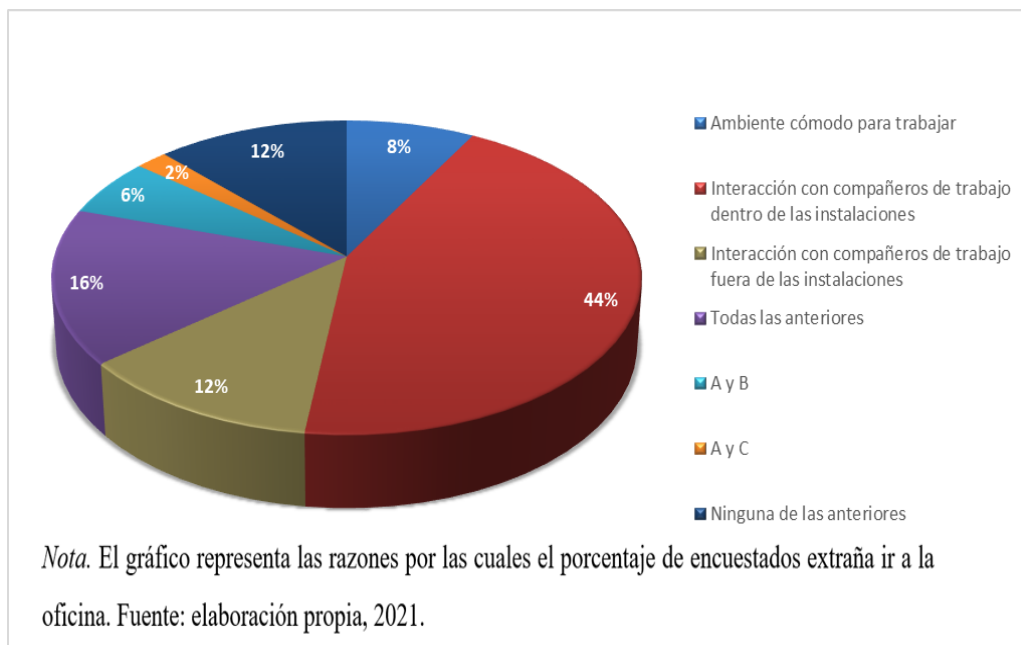


El tercero y último objetivo consiste en mostrar la propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos en las zonas francas y, con ello, la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo en Costa Rica. Para establecer esa propuesta es necesario considerar, primeramente, las razones por las que los encuestados extrañan ir a las instalaciones de trabajo, en donde se observa, en el Gráfico 7, que un 44 % de estos menciona la interacción con compañeros dentro de las instalaciones como su razón número 1, un ambiente cómodo para trabajar e interacción con compañeros de trabajo fuera de las instalaciones son las razones para un 8 % y un 12 % respectivamente y para un 16 % son todas las anteriores opciones.

Esta información confirma la gran importancia que tiene para las personas el socializar, incluso más aún después de un año de restricciones por la pandemia. Sin embargo, todavía se mantiene cierto escepticismo sobre cómo se retomarán los hábitos de consumo analizados en el primer objetivo, que representaban aquellos que se tenían en el escenario prepandemia, dado que un 42 % los encuestados respondieron que no saben si los retomarán, seguido por un 40 % que indica que sí piensa retomarlos y un 18 % que no los retomará.

Gráfico 7

Razones por las que los encuestados extrañan ir a las instalaciones de trabajo

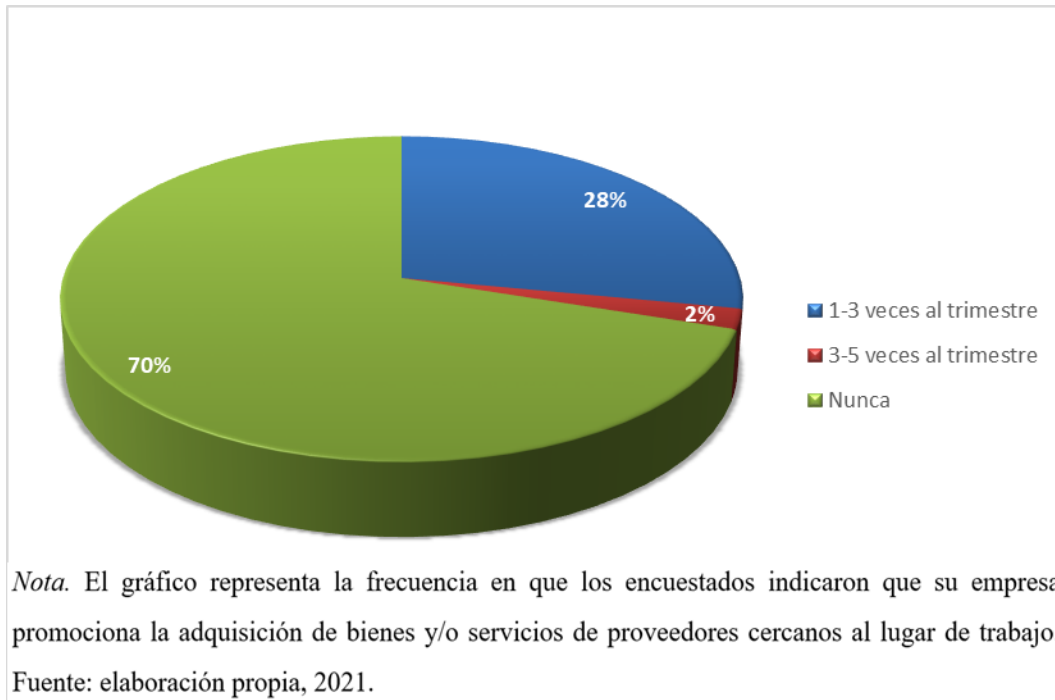


Adicionalmente, se les consultó a los encuestados si la empresa en la que trabajan ha promovido la adquisición de bienes o servicios suministrados por los proveedores que se encontraban cerca del lugar de trabajo y un 70 % respondió que nunca ha sucedido y un 28 % respondió que la empresa lo promovió de una a tres veces por trimestre. Es decir, refleja que no ha habido un acercamiento entre las empresas en zonas francas y estos proveedores de bienes y servicios.

A pesar de eso, 88 % de los encuestados confirmaron que la empresa y/o la asociación solidarista tienen convenios con distintos tipos de empresas, no necesariamente aquellas cercanas a las zonas francas. E inclusive, 58 % de los encuestados confirma haber adquirido servicios y/o productos de esas empresas con las cuales se tiene convenio, de una a tres veces al trimestre; versus un 36 % que indica que en todo el año de pandemia no han comprado ningún producto a estas empresas. Si se consolidan las respuestas de aquellos encuestados que afirmaron haber adquirido servicios y/o productos más aquellos que confirmaron haberlo hecho más de cinco veces al trimestre, se puede hablar de que un 64 % tiene inclinación hacia aprovechar este tipo de convenios entre proveedores y la empresa o asociación.

Gráfico 8

Frecuencia de promoción de adquisición de bienes y/o de servicios



Se identifica que 90 % de los encuestados utilizaron plataformas de envío de alimentos a domicilio, como Uber Eats o Globo, para los cuales 48 % de los encuestados confirmaron utilizarlos entre una y tres veces al mes y un 40 % entre tres y más de cinco veces al mes. Es decir, los datos arrojan una tendencia de consumo actual en los encuestados, que refleja la existencia de un mercado potencial que puede ser llenado por las empresas que forman parte de los encadenamientos en zonas francas.

Propiciar un acercamiento entre las empresas que representaban esos encadenamientos con las empresas bajo el Régimen de Zonas Francas a través de sus asociaciones solidaristas, principalmente, con beneficios específicos para los empleados, mediante el uso del comercio electrónico que entró en auge gracias a la pandemia y las restricciones de movilización que trajo. Puede resultar positivo para estas empresas que dependían de los encadenamientos para generar empleos y sus propias ganancias, generar ese espacio de discusión y expresión de opciones, para que, puedan identificar nuevas oportunidades de negocio al apalancarse en la cantidad de empleados y comportamientos de consumo que los empleados de estas empresas en zonas francas tienen.

Respecto al perfil de los encuestados, un 56 % corresponde a mujeres y 44 % a hombres, lo cual coincide con lo indicado por PROCOMER (2020), donde las mujeres representan un 57 % de la fuerza laboral en zonas francas en Costa Rica. Una buena parte, un 48 %, está en un rango de edad entre 35 a 49 años, mientras que un 42 % está dentro de un rango de 26 a 34 años. El 60 % ha trabajado en empresas bajo el Régimen por más de 7 años y un 24 % de tres a cinco años, por lo que se puede observar que estas personas se han estado consolidando en este tipo de empresas, en donde un 90 % de los encuestados trabajan en empresas con más de 700 empleados; donde se cuenta con un 48 % de personas con ingresos entre un millón y dos millones de colones, 32 % de personas que ganan más de dos millones de colones y un 18 % que gana entre quinientos mil y un millón de colones. A continuación, se presentan las conclusiones y recomendaciones planteadas para este estudio.

Conclusiones y Recomendaciones

Con respecto al primer objetivo que es describir las características de los encadenamientos perdidos, se concluye que estos negocios dependen del flujo constante y frecuente de trabajadores a sus instalaciones físicas de restaurantes, sodas, cafeterías, bares o farmacias cercanas a la zona franca y que la cercanía con estas empresas representa uno de los factores más importantes pues es inevitable que estos salgan a adquirir bienes o servicios que tengan al alcance de su mano. Al no estar recibiendo ese flujo constante, han perdido ventaja competitiva y posicionamiento en el mercado, ya que ahora compiten con productos y servicios cercanos a sus casas de habitación.

Se recomienda a los empresarios utilizar medios digitales para dar a conocer y promocionar sus productos y/o servicios, no solo para establecer ventas en su área geográfica, como parte de la oferta de productos en aplicaciones, sino aprovechando la experiencia previa con sus clientes e intentando establecer o fortalecer la lealtad de sus clientes con sus servicios. Adicionalmente, podrían ofrecer servicios de alimentación, por ejemplo, en fines de semana para atraer nuevamente a esos mismos clientes a sus instalaciones.

Continuando con el segundo objetivo que es identificar los criterios que permiten la recuperación de los encadenamientos perdidos, se concluye que, si bien en los primeros meses del 2021 se vislumbran pequeños indicadores de reactivación económica, las microempresas no

pueden depender únicamente del flujo de trabajadores a sus instalaciones físicas. Se identificaron nuevos hábitos de consumo como el hecho de enviar o recibir regalías, certificados de regalo o comida de la empresa hacia sus empleados, o entre empleados, como práctica para generar cercanía entre ellos.

Dado que no hay una fecha estimada de retorno a la oficina para la mayoría de los trabajadores en zonas francas, se recomienda revisar y modificar la oferta de productos y servicios para presentarla a las asociaciones solidaristas de estas empresas y establecer convenios para apalancarse en la cantidad de empleados, hábitos de consumo, distribución geográfica, entre otros.

Finalmente, con respecto al tercer objetivo que es mostrar la propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos en las zonas francas y con ello la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo en Costa Rica, se concluye que muchas personas hacen uso de los convenios que tienen sus empresas con los proveedores. Además, existen hábitos de consumo como compras mensuales vía aplicaciones de envío exprés de comidas, compras mediante ferias virtuales de asociaciones solidaristas, entre otros, que demuestran que el mercado meta tiene necesidades y se debe pensar cómo se pueden adaptar las empresas para satisfacerlas.

Por último, dado que no hay una fecha estimada de retorno a la oficina para la mayoría de los trabajadores en zonas francas, se recomienda presentar la oferta de productos y servicios a las asociaciones, así un plan de financiamiento en conjunto con ellas, publicidad, creación de paquetes semanales de alimentación, presencia en las respectivas páginas web de las asociaciones, agruparse con otras microempresas y negociar juntas, entre otros.

Referencias Bibliográficas

- Araya, Hall *et al.* (2020, diciembre). *Pandemia del COVID-19: Un empujón al teletrabajo en Costa Rica*. <https://economia.ucr.ac.cr/es/publicacion/pandemia-del-covid-19-un-empujon-al-teletrabajo-en-costa-rica>
- Artavia, R. (2021, enero). *La verdad sobre las zonas francas*. de <https://delfino.cr/2021/01/la-verdad-sobre-las-zonas-francas>
- Avendaño, M. (2020, 14 diciembre). *Costa Rica atrajo 81 nuevos proyectos de inversión en 2020, pese a impacto de la pandemia*. <https://www.nacion.com/economia/negocios/costa-rica-atrajo-81-nuevos-proyectos-de-inversion/XPQBJFDZEZHYZIBJVZ2XDHW4NE/story/>
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México, D.F.: McGraw-Hill
- Hess, H. (2019, 19 febrero). *Breve historia del PIB*. <https://www.larepublica.net/noticia/breve-historia-del-pib>
- Mejía, T. (2021, febrero). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019, 13 diciembre). <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2019/diciembre/cp-2442-aportes-de-zonas-francas-impulsan-desarrollo-del-pa%C3%ADs/>

Montero *et al.* (2021, enero). <https://delfino.cr/2021/01/los-procesos-de-investigacion-y-su-relacion-con-el-desarrollo-metodologico>

Muñoz, B. (2018, 12 julio). *Ventajas y Desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf#page13>

Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación* (primera edición ed.). Ciudad de México, México: Oxford University Press.

Organización Mundial de la Salud. (2020). https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

Procuraduría General de la República. (2021). *Decreto Ejecutivo 38334, 2014*.
http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?par=am1=NRTC&nValor1=1&nValor2=77104&nValor3=96513&strTipM=TC

Promotora de Comercio Exterior. (2005, 20 enero). https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/Ley-Regimen-Zonas-Francas-N-7210-22020-03-17_20-01-05.pdf

Promotora de Comercio Exterior. (2019, febrero). <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Balance-de-Zona-Franca-2019-2.pdf>

Promotora de Comercio Exterior. (2020, noviembre). <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/LISTA-EMPRESAS-ZONA-FRANCA-PUBLICA-WEB-07-11-2020.xlsx>

Quirós, E. (2020, 16 octubre). Zonas Francas: Generadoras de empleo y oportunidades en épocas de crisis. *La República*. https://www.elmundo.com/portal/opinion/columnistas/encadenamientos_productivos_y_empleo.php#.YCr6Xy1tUgo

Anexos

Anexo 1. Cuestionario con la técnica de encuesta

Encuesta dirigida a profesionales quienes laboran en las empresas bajo el Régimen de Zonas Francas en la Gran Área Metropolitana

Objetivo general del estudio: analizar la posible propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19, en las zonas francas de la Gran Área Metropolitana, que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo.

Tema de investigación: propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19 en las zonas francas, de la Gran Área Metropolitana, que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo.

Esta encuesta forma parte de la investigación realizada para optar por el grado de Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT). Sus respuestas serán anónimas y de uso únicamente para esta investigación. Gracias por su colaboración.

Objetivo específico 1: describir las características de los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia en zonas francas del Área Metropolitana.

1. ¿Ha visitado usted alguna vez alguno de los restaurantes, sodas, cafeterías, bares o farmacias cercanas a la zona franca en que trabaja?

- a. Muchas veces
- b. Pocas veces
- c. Una vez
- d. Nunca

2. ¿Qué tan frecuentemente visitaba estos lugares antes de la pandemia?

- a. 5 veces por semana
- b. 3 veces por semana
- c. Una vez por semana
- d. Nunca

3. ¿Cuál era su método de transporte para viajar de su casa al trabajo y viceversa?

- a. Vehículo personal
- b. Transporte subvencionado por la empresa
- c. Bus
- d. Taxi
- e. Uber

4. ¿Cuánto dinero gastaba mensualmente al visitar los restaurantes, sodas, cafeterías, bares o farmacias cercanas a la zona franca en que trabaja?

- a. Nada
- b. Entre 5 mil y 10 mil colones
- c. Entre 10 mil y 20 mil colones
- d. Entre 20 mil y 25 mil colones
- e. Más de 25 mil colones

Objetivo específico 2: identificar los criterios que permiten la recuperación de los encadenamientos perdidos, lo cual permite la mejora en el impacto en el PIB en el corto plazo.

5. ¿Cuándo planean regresar a las instalaciones de trabajo en su empresa?

- a. Ya regresamos
- b. No hay fecha
- c. Durante el tercer trimestre 2021
- d. A partir del cuarto trimestre 2021

6. ¿Ha tenido que ir a la oficina en alguno de los meses de la pandemia?

- a. Sí
- b. No

7. ¿Durante la pandemia la empresa les envió algún tipo de regalo a sus empleados?

- a. Sí
- b. No

8. ¿Qué tipo de regalo recibió?

- a. Comida
- b. Artículos con logo de la empresa
- c. Certificado de regalo
- d. Otro. Especifique: _____

9. ¿Cuántas veces recibió regalos de parte de la empresa?

- a. 1 vez
- b. 2 veces
- c. 3 veces
- d. Más de 4 veces
- e. Ninguna

10. ¿Usted les envió algún regalo a sus compañeros de trabajo o recibió alguno de parte de ellos?

- a. Sí
- b. No

11. ¿Qué tipo de regalo envió o recibió (de acuerdo con su respuesta a la pregunta 10)?

- a. Comida
- b. Adornos
- c. Certificado de regalo
- d. Otro. Especifique: _____

Objetivo específico 3: mostrar la propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos en las zonas francas y, con ello, la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo en nuestro país.

12. ¿Qué es lo que más extraña de ir a las instalaciones de trabajo?

- a. Ambiente cómodo para trabajar
- b. Interacción con compañeros de trabajo dentro de las instalaciones
- c. Interacción con compañeros de trabajo fuera de las instalaciones
- d. Todas las anteriores
- e. A y B
- f. A y C
- g. Ninguna de las anteriores

13. Una vez que regrese a trabajar desde las instalaciones de su empresa, ¿retomará sus hábitos de consumo indicados en las preguntas 2 y 4?

- a. Sí
- b. No
- c. No sabe

14. ¿La empresa en la que labora promueve, o ha promovido, la adquisición de bienes y/o de servicios suministrados por los proveedores que se encontraban cerca del lugar del trabajo?

- a. Sí
- b. No

15. ¿Con qué frecuencia su empresa promueve, o ha promovido, la adquisición de bienes y/o de servicios suministrados por los proveedores que se encontraban cerca del lugar del trabajo?

- a. Nunca
- b. 1-3 veces al trimestre
- c. 3-5 veces al trimestre
- d. Más de 5 veces al trimestre

16. ¿Tiene la empresa donde usted trabaja, o la asociación de esta, algún tipo de convenio con proveedores externos?

- a. Sí
- b. No

17. ¿Qué tan frecuentemente ha adquirido los servicios y/o productos de esos proveedores externos con los que su empresa tiene convenio?

- a. Nunca
- b. 1-3 veces al trimestre
- c. 3-5 veces al trimestre
- d. Más de 5 veces al trimestre

18. Durante la pandemia, ¿utilizó el servicio de UberEats o exprés?

- a. Sí
- b. No

19. Con qué frecuencia lo utilizó?

- a. Nunca
- b. 1-3 veces al mes
- c. 3-5 veces al mes
- d. Más de 5 veces al mes

20. ¿Cuánto dinero gastó mensualmente al usar UberEats o exprés?

- a. Nada
- b. Entre 5 mil y 10 mil colones
- c. Entre 10 mil y 20 mil colones
- d. Entre 20 mil y 25 mil colones
- e. Más de 25 mil colones

Perfil del encuestado

21. Seleccione su género

- a. Masculino
- b. Femenino
- c. No indica

22. Seleccione el rango de edad en el que se encuentra

- a. 20 a 25 años
- b. 26 a 34 años
- c. 35 a 49 años
- d. 50 a 59 años
- e. 60 años en adelante

23. Años trabajando en empresas en zonas francas

- a. 1-3 años
- b. 3-5 años
- c. 5-7 años
- d. Más de 7 años

24. Cantidad de empleados de su empresa en zona franca

- a. 100-300 empleados
- b. 300-500 empleados
- c. 500-700 empleados
- d. Más de 700 empleados

25. Rango de ingresos mensuales

- a. Menor a 500 mil colones
- b. Entre 500 mil y 1 millón de colones
- c. Entre un millón y 2 millones de colones
- d. Más de 2 millones de colones

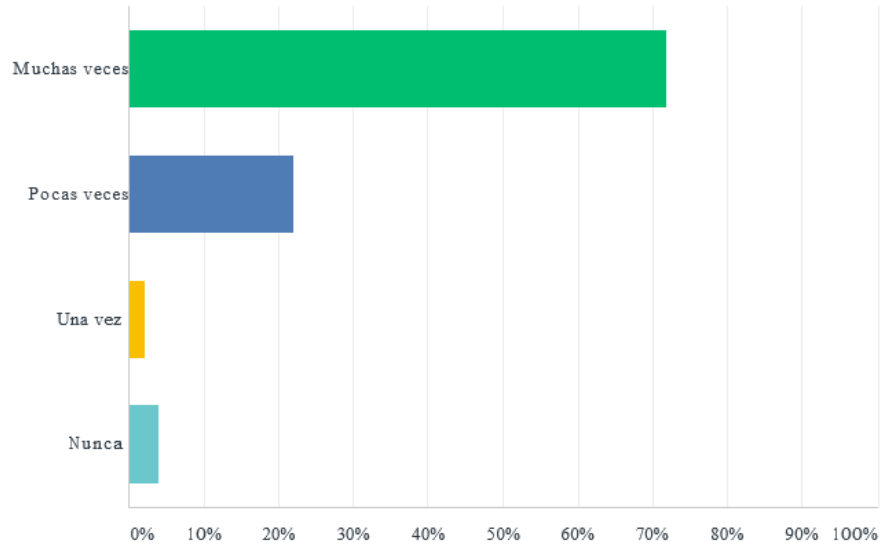
Anexo 2. Datos recolectados en las encuestas

Encuesta dirigida a profesionales que laboran en las empresas bajo el Régimen de Zonas Francas en el Gran Área Metropolitana

SurveyMonkey

P1 ¿Ha visitado usted alguna vez alguno de los restaurantes, sodas, cafeterías, bares o farmacias cercanas a la Zona Franca en que trabaja?

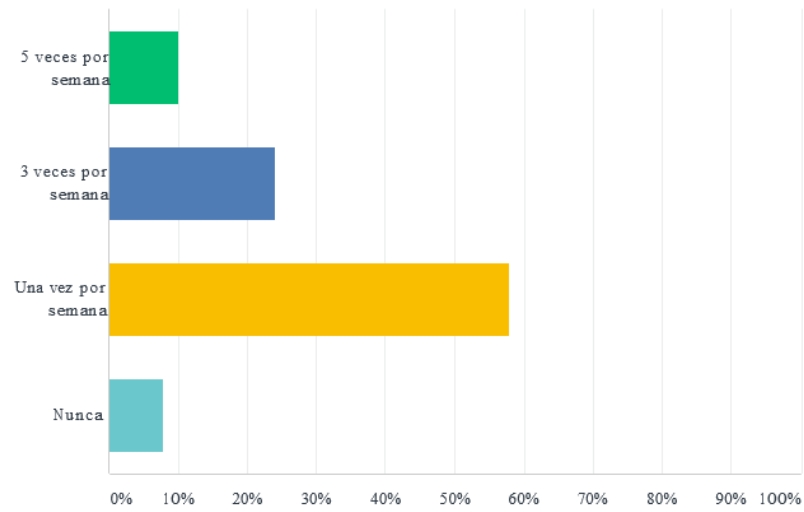
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Muchas veces	72.00%	36
Pocas veces	22.00%	11
Una vez	2.00%	1
Nunca	4.00%	2
TOTAL		50

P2 ¿Qué tan frecuentemente visitaba estos lugares antes de la pandemia?

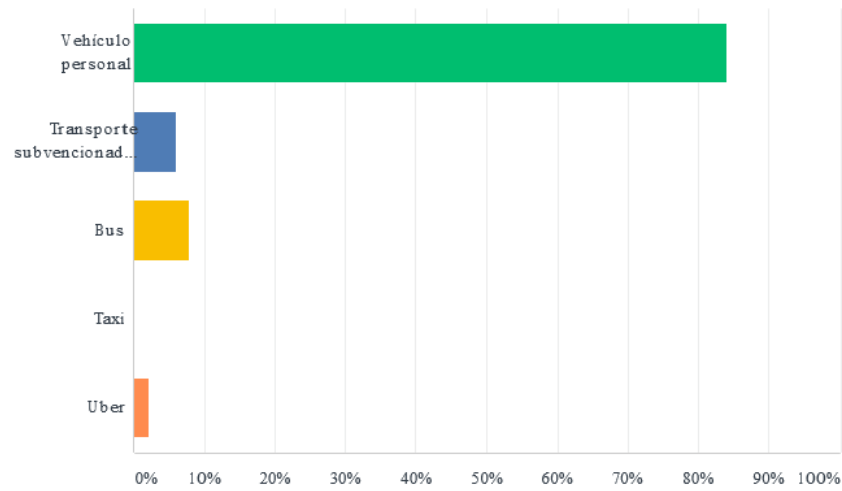
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
5 veces por semana	10.00% 5
3 veces por semana	24.00% 12
Una vez por semana	58.00% 29
Nunca	8.00% 4
TOTAL	50

P3 ¿Cuál era su método de transporte para viajar de su casa al trabajo y viceversa?

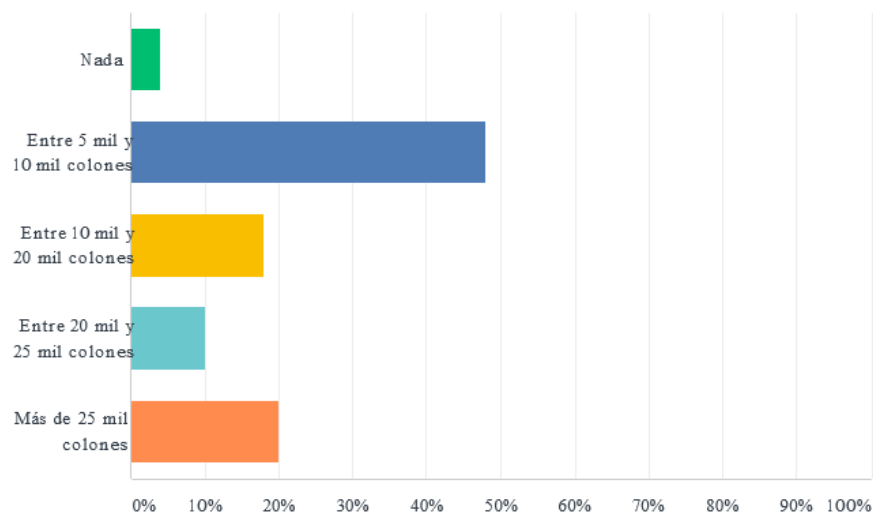
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Vehículo personal	84.00%	42
Transporte subvencionado por la empresa	6.00%	3
Bus	8.00%	4
Taxi	0.00%	0
Uber	2.00%	1
TOTAL		50

P4 ¿Cuánto dinero gastaba mensualmente al visitar los restaurantes, sodas, cafeterías, bares o farmacias cercanas a la Zona Franca en que trabaja?

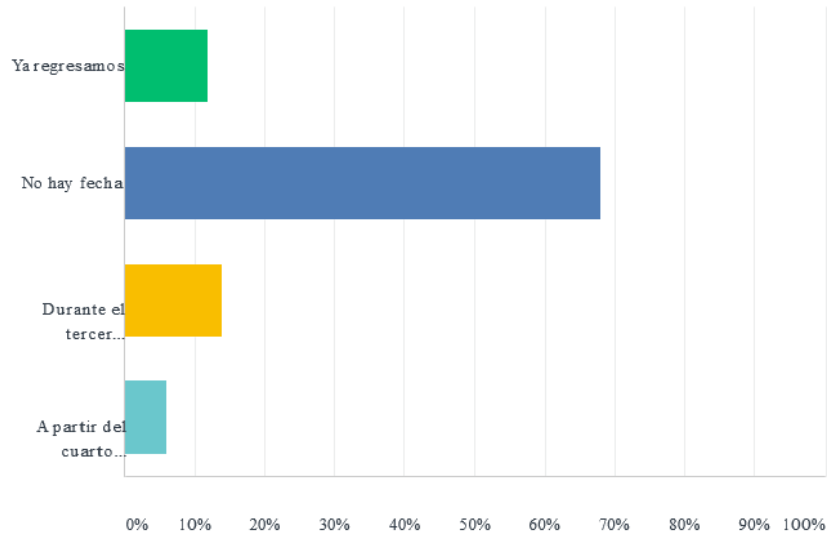
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Nada	4.00%	2
Entre 5 mil y 10 mil colones	48.00%	24
Entre 10 mil y 20 mil colones	18.00%	9
Entre 20 mil y 25 mil colones	10.00%	5
Más de 25 mil colones	20.00%	10
TOTAL		50

P5 ¿Cuándo planean regresar a las instalaciones de trabajo en su empresa?

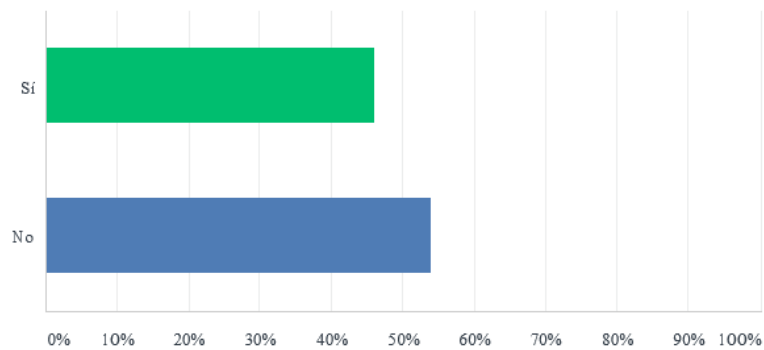
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Ya regresamos	12.00%	6
No hay fecha	68.00%	34
Durante el tercer trimestre 2021	14.00%	7
A partir del cuarto trimestre 2021	6.00%	3
TOTAL		50

P6 ¿Ha tenido que ir a la oficina en alguno de los meses de la pandemia?

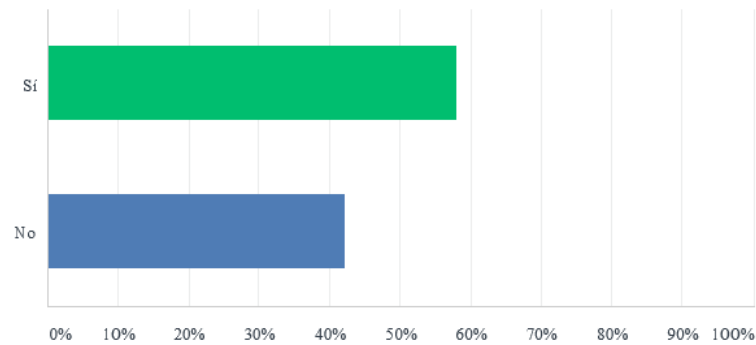
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Sí	46.00%	23
No	54.00%	27
TOTAL		50

P7 ¿Durante la pandemia la empresa envió algún tipo de regalo a sus empleados?

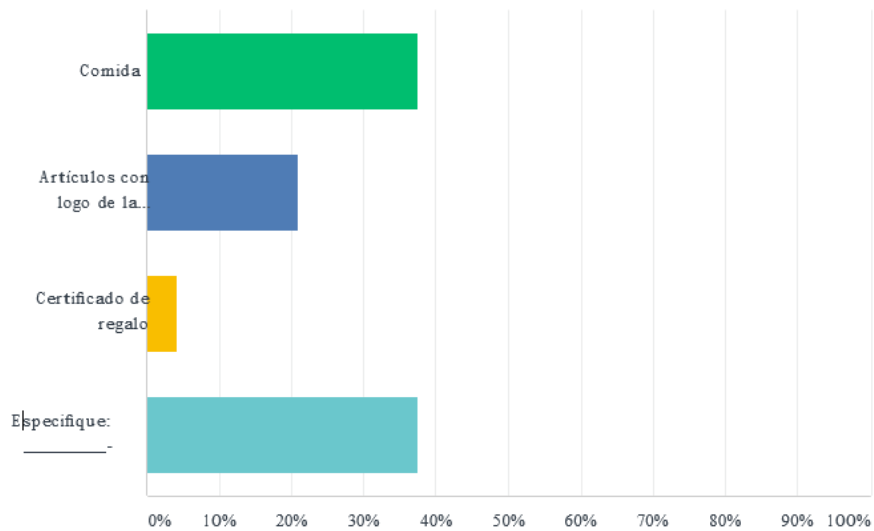
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sí	58.00%	29
No	42.00%	21
TOTAL		50

P8 ¿Qué tipo de regalo recibió?

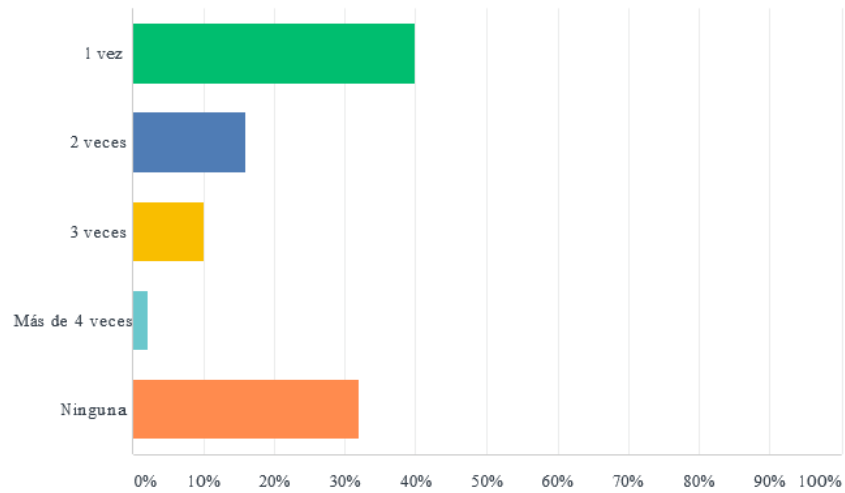
Respondidas: 48 Omitidas: 2



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Comida	37.50%	18
Artículos con logo de la empresa	20.83%	10
Certificado de regalo	4.17%	2
Otro. Especifique: _____	37.50%	18
TOTAL		48

P9 ¿Cuántas veces recibió regalos de parte de la empresa?

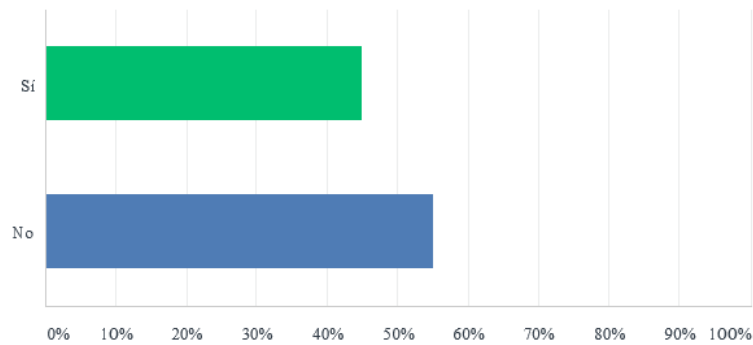
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
1 vez	40.00%	20
2 veces	16.00%	8
3 veces	10.00%	5
Más de 4 veces	2.00%	1
Ninguna	32.00%	16
TOTAL		50

P10 ¿Usted envió algún regalo a sus compañeros de trabajo o recibió alguno de parte de ellos?

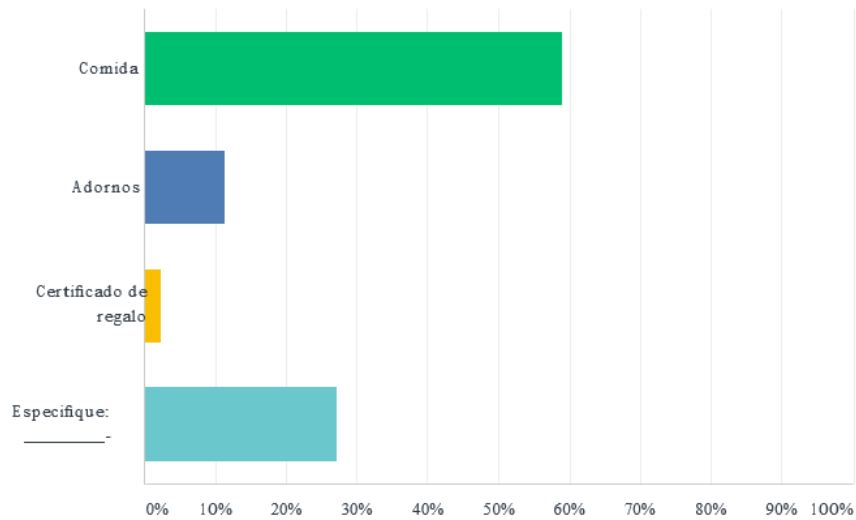
Respondidas: 49 Omitidas: 1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Sí	44.90%	22
No	55.10%	27
TOTAL		49

P11 ¿Qué tipo de regalo envió o recibió (de acuerdo con su respuesta a la pregunta 10)?

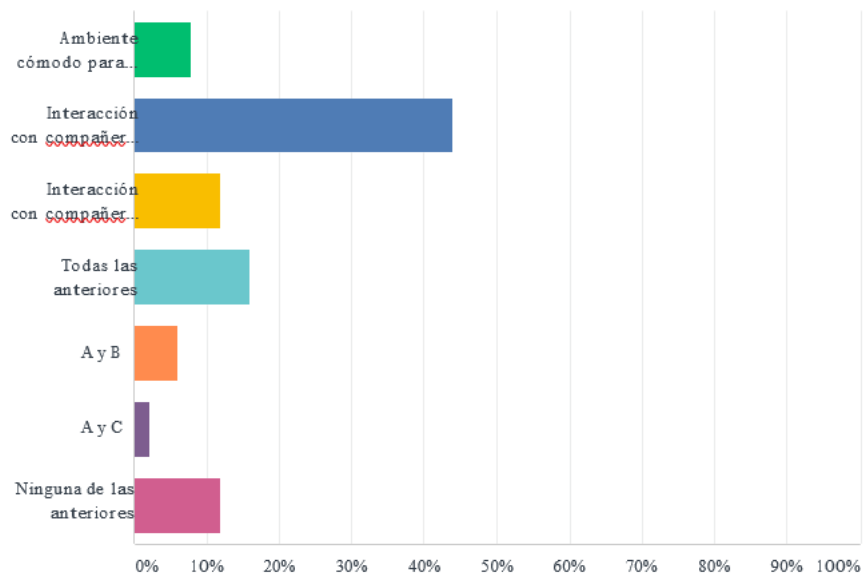
Respondidas: 44 Omitidas: 6



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Comida	59.09%	26
Adornos	11.36%	5
Certificado de regalo	2.27%	1
Especifique: _____	27.27%	12
TOTAL		44

P12 ¿Qué es lo que más extraña de ir a las instalaciones de trabajo?

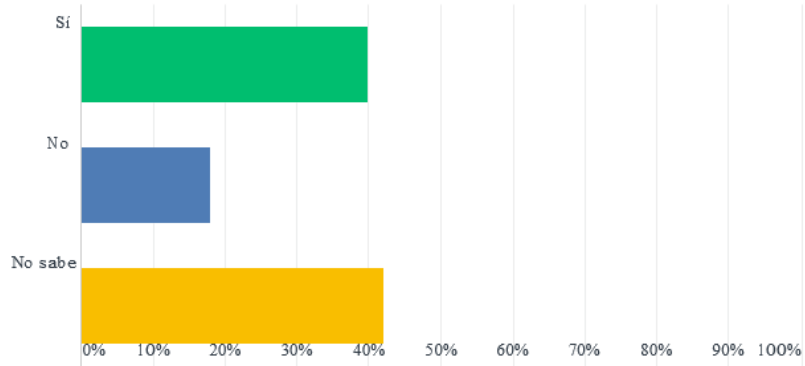
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Ambiente cómodo para trabajar	8.00%	4
Interacción con compañeros de trabajo dentro de las instalaciones	44.00%	22
Interacción con compañeros de trabajo fuera de las instalaciones	12.00%	6
Todas las anteriores	16.00%	8
A y B	6.00%	3
A y C	2.00%	1
Ninguna de las anteriores	12.00%	6
TOTAL		50

P13 Una vez que regrese a trabajar desde las instalaciones de su empresa, ¿retomará sus hábitos de consumo indicados en las preguntas 2 y 4?

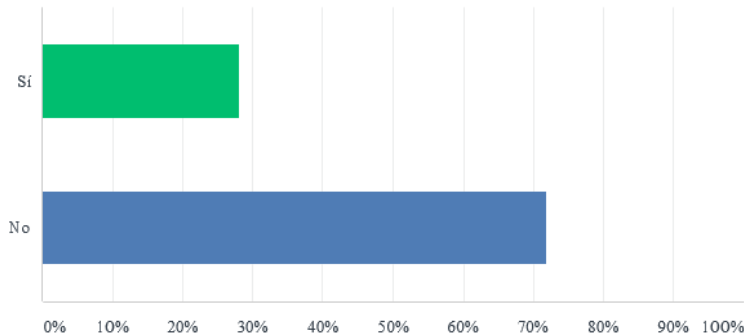
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Sí	40.00%	20
No	18.00%	9
No sabe	42.00%	21
TOTAL		50

P14 ¿La empresa en la que labora promueve o ha promovido la adquisición de bienes y/o de servicios suministrados por los proveedores que se encontraban cerca del lugar del trabajo?

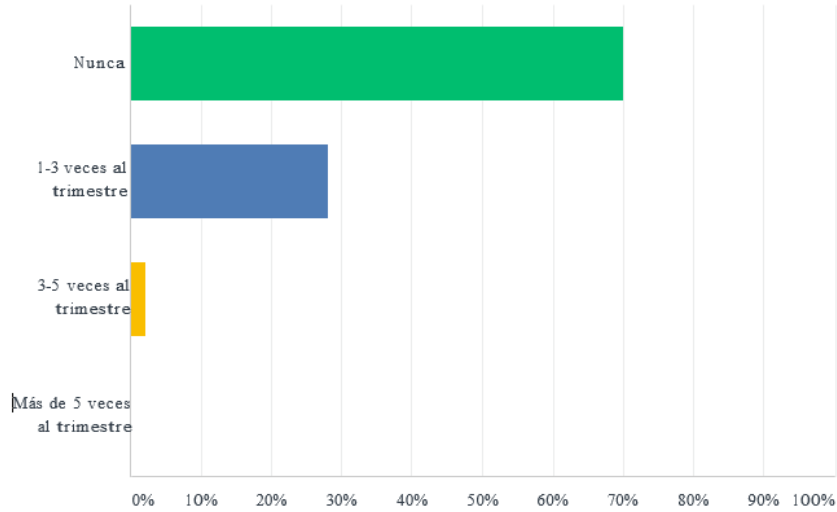
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Sí	28.00%	14
No	72.00%	36
TOTAL		50

P15 ¿Con qué frecuencia su empresa promueve o ha promovido la adquisición de bienes y/o de servicios suministrados por los proveedores que se encontraban cerca del lugar del trabajo?

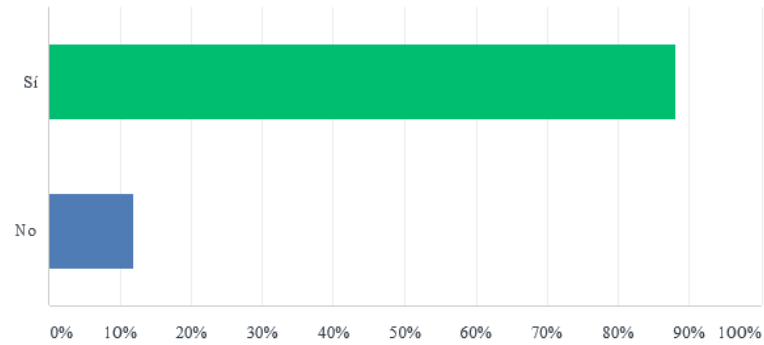
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Nunca	70.00%	35
1-3 veces al trimestre	28.00%	14
3-5 veces al trimestre	2.00%	1
Más de 5 veces al trimestre	0.00%	0
TOTAL		50

P16 ¿Tiene la empresa donde usted trabaja o la asociación de ésta, algún tipo de convenio con proveedores externos?

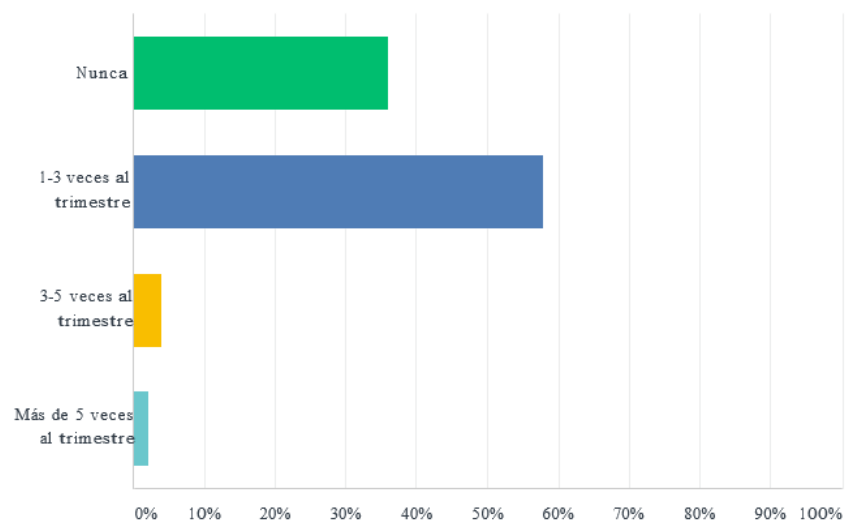
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sí	88.00%	44
No	12.00%	6
TOTAL		50

P17 ¿Qué tan frecuentemente ha adquirido los servicios y/o productos de esos proveedores externos con los que su empresa tiene convenio?

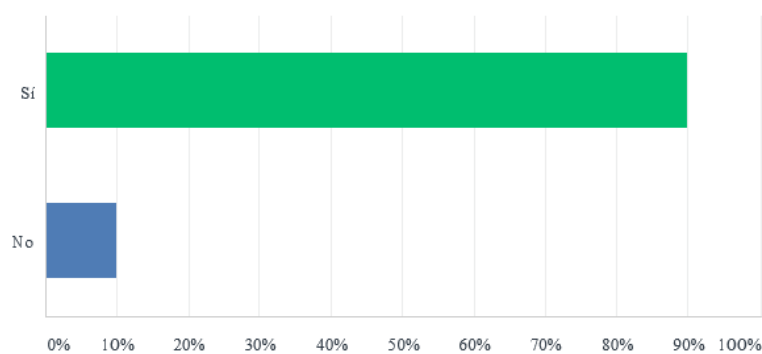
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Nunca	36.00%	18
1-3 veces al trimestre	58.00%	29
3-5 veces al trimestre	4.00%	2
Más de 5 veces al trimestre	2.00%	1
TOTAL		50

P18 Durante la pandemia, ¿utilizó el servicio de UberEats o express?

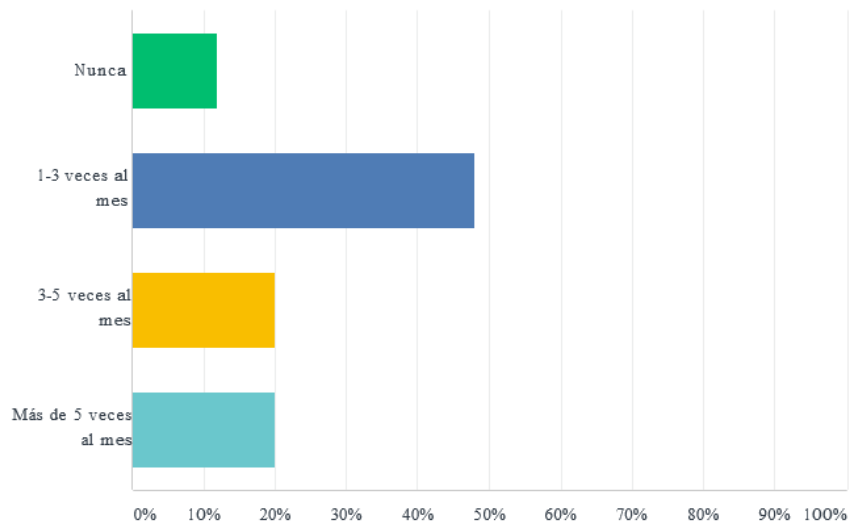
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Sí	90.00%	45
No	10.00%	5
TOTAL		50

P19 ¿Con qué frecuencia lo utilizó?

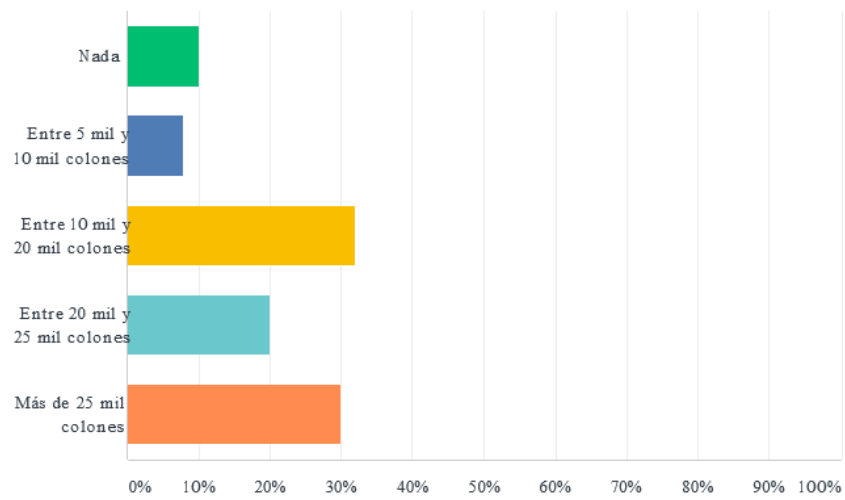
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Nunca	12.00%	6
1-3 veces al mes	48.00%	24
3-5 veces al mes	20.00%	10
Más de 5 veces al mes	20.00%	10
TOTAL		50

P20 ¿Cuánto dinero gastó mensualmente al usar UberEats o express?

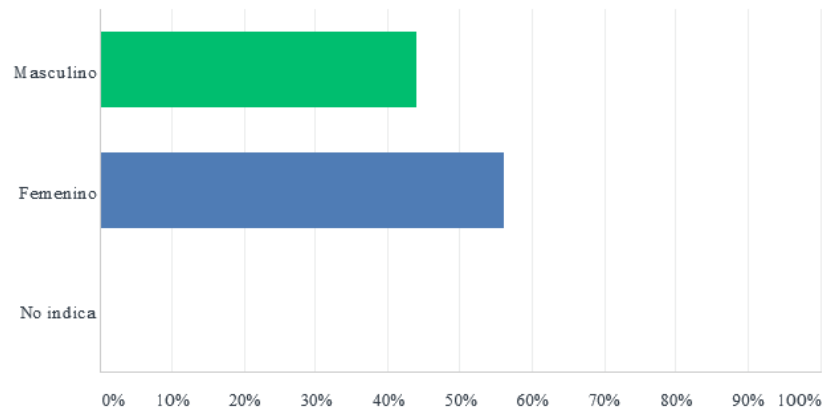
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Nada	10.00% 5
Entre 5 mil y 10 mil colones	8.00% 4
Entre 10 mil y 20 mil colones	32.00% 16
Entre 20 mil y 25 mil colones	20.00% 10
Más de 25 mil colones	30.00% 15
TOTAL	50

P21 Seleccione su género

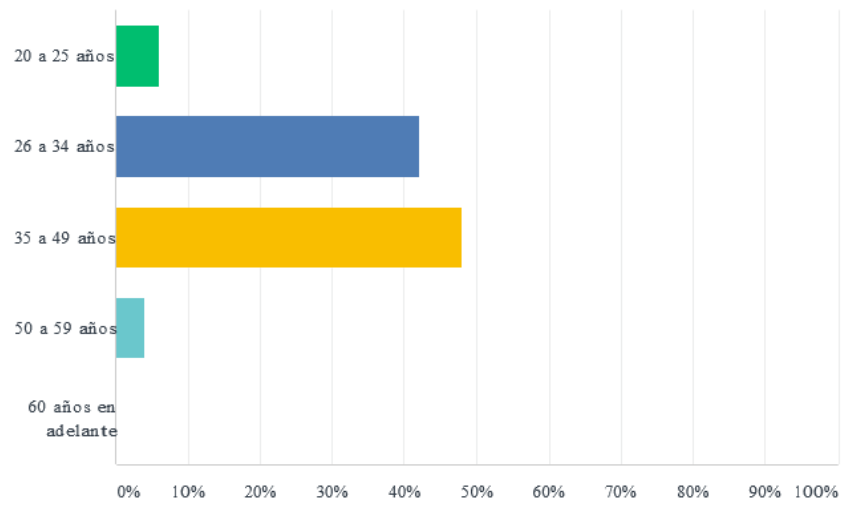
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Masculino	44.00%	22
Femenino	56.00%	28
No indica	0.00%	0
TOTAL		50

P22 Seleccione el rango de edad en el que se encuentra

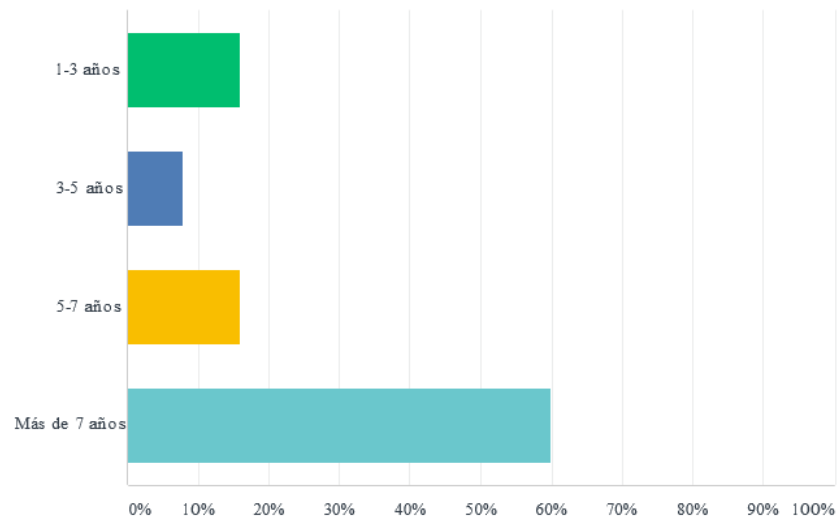
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
20 a 25 años	6.00% 3
26 a 34 años	42.00% 21
35 a 49 años	48.00% 24
50 a 59 años	4.00% 2
60 años en adelante	0.00% 0
TOTAL	50

P23 Años trabajando en empresas en Zonas Francas

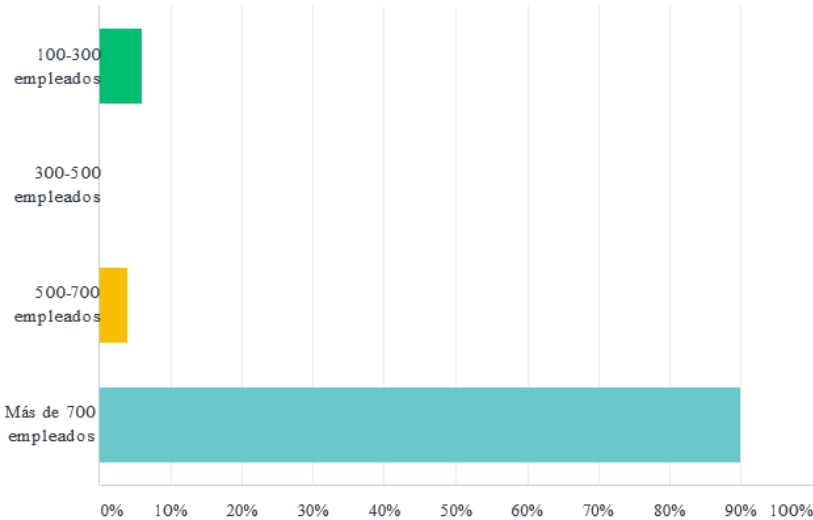
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1-3 años	16.00%	8
3-5 años	8.00%	4
5-7 años	16.00%	8
Más de 7 años	60.00%	30
TOTAL		50

P24 Cantidad de empleados de su empresa en Zona Franca

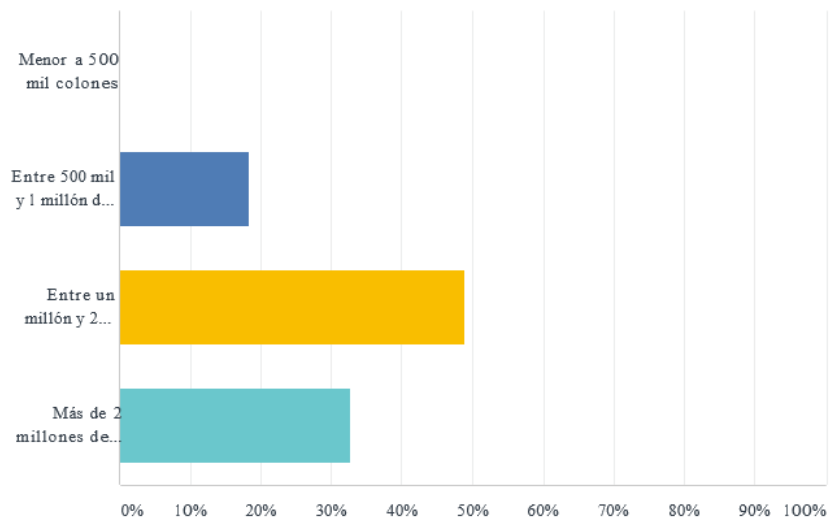
Respondidas: 50 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
100-300 empleados	6.00% 3
300-500 empleados	0.00% 0
500-700 empleados	4.00% 2
Más de 700 empleados	90.00% 45
TOTAL	50

P25 Rango de ingresos mensuales

Respondidas: 49 Omitidas: 1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Menor a 500 mil colones	0.00% 0
Entre 500 mil y 1 millón de colones	18.37% 9
Entre un millón y 2 millones de colones	48.98% 24
Más de 2 millones de colones	32.65% 16
TOTAL	49

Anexo 3. Certificación filólogo

21 de marzo de 2021

A quien corresponda

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación denominado: *Propuesta para recuperar los encadenamientos perdidos como parte de la pandemia por COVID-19, en las zonas francas de la Gran Área Metropolitana, que permitan la mejora en el impacto del PIB en el corto plazo*, elaborado por la estudiante Melissa Solano Vega para optar por el Grado de Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas.

Corregí el trabajo en aspectos tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como trabajo final de graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (Ulaicit).

Se suscribe cordialmente,



Carlos Díaz Chavarría

4- 0155- 0936 Teléfono: 83-26-28-65

Escritor - Profesor universitario

Filólogo - Maestría en Literatura (UCR)

Comentarista del programa PANORAMA (CANARA)

Presentador de la sección televisiva *Cuestiones del idioma*

Personaje Cultural 2013

Premio Internacional Pergamino de Honor al Mérito 2015

Premio Micrófono de Oro a la Excelencia Comunicativa 2015

Premio Mundial a la Excelencia Literaria 2019

Premio Mundial a la Excelencia Cultural 2021

Premio Excelencia 2021 a la Trayectoria Profesional