

Universidad Latina de Costa Rica
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela de Administración de Negocios

Licenciatura en Administración de Negocios
Énfasis en Banca y Finanzas

Trabajo Final de Graduación
Modalidad: Tesis

Tema:

“Estudio de factibilidad para la puesta en operación de un restaurante de gastronomía nicaragüense para promover la cultura y empleo, tanto de profesionales migrantes provenientes de dicha nación como de personas costarricense, al primer cuatrimestre del 2022”

Autores:

Rebeca Arias Villalta
Rodolfo Portobanco Quiroz

San Pedro, 2022

Facultad de Ciencias Empresariales

Tribunal examinador

Este proyecto titulado “Estudio de factibilidad para la puesta en operación de un restaurante de gastronomía nicaragüense para promover la cultura y empleo, tanto de profesionales migrantes provenientes de dicha nación como de personas costarricense, al primer cuatrimestre del 2022, fue hecho por los estudiantes **Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Portobanco Quiroz** y fue aprobada por el Tribunal examinador de la carrera de Administración de Negocios de la Universidad Latina, Sede San Pedro, como requisito para optar por el grado académico de **Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas**



Lic. Victor Sanabria Sandoval

Tutor



Licda. Zailyn Espinoza Alvarado

Lector



MBA. Edgardo Muñoz Valenciano

Lector

Facultad de Ciencias Empresariales

Consejo asesor

Este proyecto titulado “Estudio de factibilidad para la puesta en operación de un restaurante de gastronomía nicaragüense para promover la cultura y empleo, tanto de profesionales migrantes provenientes de dicha nación como de personas costarricense, al primer cuatrimestre del 2022, fue hecho por los estudiantes **Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Portobanco Quiroz** y fue aprobado por el Consejo Asesor de la carrera de Administración de Negocios de la Universidad Latina, Sede San Pedro, como requisito para optar por el grado académico de **Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas**



Lic. Victor Sanabria Sandoval

Tutor



Licda. Zailyn Espinoza Alvarado

Lector



MBA. Edgardo Muñoz Valenciano

Lector

Declaración jurada

Los suscritos Rebeca Arias Villalta cédula de identidad número 1-1618-0709 y Rodolfo Álvaro Portobanco Quiroz con pasaporte número C02371071, declaramos bajo fe de juramento, que conocemos las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio. Por lo tanto, somos los autores del presente trabajo final de graduación, modalidad tesis; para optar por el título de licenciatura en Administración de negocios con énfasis en banca y finanzas de la Universidad Latina, Sede San Pedro, y que el contenido de dicho trabajo es obra original del suscrito.

San Pedro, 16 de abril de 2022



Rebeca Arias Villalta
Cédula.: 1-1618-0709



Rodolfo Álvaro Portobanco Quiroz
Pasaporte: C02371071

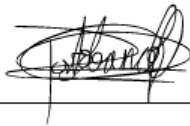
Manifestación sobre exoneración de responsabilidad

Los suscritos Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Álvaro Portobanco Quiroz con cédula de identidad número 116180709 y C02371071, exonera de toda responsabilidad a la Universidad Latina, Sede San Pedro; así como al Tutor (a) y Lector (a) que han revisado el presente trabajo final de graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Latina, Sede San Pedro; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo. Asimismo, autorizo a la Universidad Latina, Sede San Pedro, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitando el mismo en el sitio web; así como en el CRAI.

San Pedro, 29 de abril de 2022.



Rebeca Arias Villalta
Cédula.: 116180709



Rodolfo Álvaro Portobanco Quiroz
Pasaporte: C02371071

Licencia de Distribución no exclusiva

Licencia De Distribución No Exclusiva (carta de la persona autora para uso didáctico)

Universidad Latina de Costa Rica

Yo (Nosotros):	Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Álvaro Portobanco Quiroz
De la Carrera / Programa:	Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas
Modalidad de TFG:	Tesis
Titulado:	Estudio de factibilidad para la puesta en operación de un restaurante de gastronomía nicaragüense para promover la cultura y empleo tanto de profesionales migrantes provenientes de dicha nación como personas costarricenses, al primer cuatrimestre del 2022.

Al firmar y enviar esta licencia, usted, el autor (es) y/o propietario (en adelante el "AUTOR"), declara lo siguiente: **PRIMERO:** Ser titular de todos los derechos patrimoniales de autor, o contar con todas las autorizaciones pertinentes de los titulares de los derechos patrimoniales de autor, en su caso, necesarias para la cesión del trabajo original del presente TFG (en adelante la "OBRA"). **SEGUNDO:** El AUTOR autoriza y cede a favor de la UNIVERSIDAD U LATINA S.R.L. con cédula jurídica número 3-102-177510 (en adelante la "UNIVERSIDAD"), quien adquiere la totalidad de los derechos patrimoniales de la OBRA necesarios para usar y reusar, publicar y republicar y modificar o alterar la OBRA con el propósito de divulgar de manera digital, de forma perpetua en la comunidad universitaria. **TERCERO:** El AUTOR acepta que la cesión se realiza a título gratuito, por lo que la UNIVERSIDAD no deberá abonar al autor retribución económica y/o patrimonial de ninguna especie. **CUARTO:** El AUTOR garantiza la originalidad de la OBRA, así como el hecho de que goza de la libre disponibilidad de los derechos que cede. En caso de impugnación de los derechos autorales o reclamaciones instadas por terceros relacionadas con el contenido o la autoría de la OBRA, la responsabilidad que pudiera derivarse será exclusivamente de cargo del AUTOR y este garantiza mantener indemne a la UNIVERSIDAD ante cualquier reclamo de algún tercero. **QUINTO:** El AUTOR se compromete a guardar confidencialidad sobre los alcances de la presente cesión, incluyendo todos aquellos temas que sean de orden meramente institucional o de organización interna de la UNIVERSIDAD **SEXTO:** La presente autorización y cesión se regirá por las leyes de la República de Costa Rica. Todas las controversias, diferencias, disputas o reclamos que pudieran derivarse de la presente cesión y la materia a la que este se refiere, su ejecución, incumplimiento, liquidación, interpretación o validez, se resolverán por medio de los Tribunales de Justicia de la República de Costa Rica, a cuyas normas se someten el AUTOR y la UNIVERSIDAD, en forma voluntaria e incondicional. **SÉPTIMO:** El AUTOR acepta que la UNIVERSIDAD, no se hace responsable del uso, reproducciones, venta y distribuciones de todo tipo de fotografías, audios, imágenes, grabaciones, o cualquier otro tipo de

presentación relacionado con la **OBRA**, y el **AUTOR**, está consciente de que no recibirá ningún tipo de compensación económica por parte de la **UNIVERSIDAD**, por lo que el **AUTOR** haya realizado antes de la firma de la presente autorización y cesión. **OCTAVO**: El **AUTOR** concede a **UNIVERSIDAD**, el derecho no exclusivo de reproducción, traducción y/o distribuir su envío (incluyendo el resumen) en todo el mundo en formato impreso y electrónico y en cualquier medio, incluyendo, pero no limitado a audio o video. El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD** puede, sin cambiar el contenido, traducir la **OBRA** a cualquier lenguaje, medio o formato con fines de conservación. **NOVENO**: El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD** puede conservar más de una copia de este envío de la **OBRA** por fines de seguridad, respaldo y preservación. El **AUTOR** declara que el envío de la **OBRA** es su trabajo original y que tiene el derecho a otorgar los derechos contenidos en esta licencia. **DÉCIMO**: El **AUTOR** manifiesta que la **OBRA** y/o trabajo original no infringe derechos de autor de cualquier persona. Si el envío de la **OBRA** contiene material del que no posee los derechos de autor, el **AUTOR** declara que ha obtenido el permiso irrestricto del propietario de los derechos de autor para otorgar a **UNIVERSIDAD** los derechos requeridos por esta licencia, y que dicho material de propiedad de terceros está claramente identificado y reconocido dentro del texto o contenido de la presentación. Asimismo, el **AUTOR** autoriza a que en caso de que no sea posible, en algunos casos la **UNIVERSIDAD** utiliza la **OBRA** sin incluir algunos o todos los derechos morales de autor de esta. **SI AL ENVÍO DE LA OBRA SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA U ORGANIZACIÓN QUE NO SEA UNIVERSIDAD U LATINA, S.R.L., EL AUTOR DECLARA QUE HA CUMPLIDO CUALQUIER DERECHO DE REVISIÓN U OTRAS OBLIGACIONES REQUERIDAS POR DICHO CONTRATO O ACUERDO. La presente autorización se extiende el día 16 de Abril de 2022 a las 12:08**

Firma del estudiante(s):

Rebeca Arias Villalta



Rodolfo Álvaro Portobanco Quiroz



Tabla de contenido

Capítulo I Introducción y Propósito	6
Estado actual de la investigación.....	7
Introducción.....	7
Descripción.....	8
Antecedentes.....	8
Información existente	9
Estudios previos.....	10
Información obtenida del trabajo final de grado en curso	11
Delimitación del tema	14
Aporte de los investigadores	15
Delimitación espacial	15
Delimitación temporal.....	16
Formulación del problema de investigación	16
Sistematización del problema.....	17
Objetivos de estudio	18
Objetivo general de la presente tesis de grado	18
Objetivos específicos de la presente tesis de grado.....	19
Justificación del estudio de investigación	19
Justificación práctica	19
Justificación teórica.....	19
Justificación metodológica	20
Alcances y limitaciones de la investigación.....	21
Alcances	21
Limitaciones	21

Capítulo II Marco Teórico	23
Marco Situacional	24
Antecedentes de la empresa.....	24
Marco Filosófico	25
Visión	25
Misión.....	25
Valores.....	28
Organigrama de la empresa.....	28
Análisis FODA	29
Características de la empresa	31
Ubicación	31
Marca.....	32
Logotipo	32
Frase de posicionamiento o Slogan.....	33
Promesa básica	34
Ventaja competitiva.....	34
Mercado meta.....	35
Mercado meta secundario.....	35
Mezcla de marketing	36
Productos y/o servicios.....	36
Precio.....	74
Canales de distribución.....	78
Promoción.....	79
Mercadeo directo	79
Marco teórico	80
Mercado.....	80
Estrategia	80

Mezcla de promoción	80
Mezcla de mercadotecnia	81
Competencia	81
Mercado meta	81
Distribución	82
Canal de distribución	82
Plaza	82
Precio	83
Promoción.....	83
Cliente.....	83
Percepción	84
Empresa	84
Capítulo III Marco Metodológico.....	85
Enfoque de la investigación	86
Diseño de la investigación.....	88
Seccional.....	89
Método de investigación	90
Analítico	90
De campo.....	90
Tipo de investigación	92
Exploratoria	92
Descriptiva.....	93
Fuentes de información	94
Fuentes primarias.....	95
Fuentes secundarias	96
Población y muestra	97

Población	97
Muestra	98
Tipo de muestreo	100
Aleatorio	100
Probabilístico	100
Instrumentos	100
Cuestionario	101
Técnicas	102
Encuesta	102
Confiabilidad y validez de la información	102
Operaciones de variables	103
Primera variable: Mercado meta	103
Segunda variable: Necesidades y deseos del cliente	104
Tercera variable: Técnicas de Merchandising	105
Cuarta variable: Competencia	107
Permisos necesarios en Costa Rica para la apertura del restaurante “Nicaragua en tu Mesa”	108
Composición accionaria de SERGASCO, S. A. (2022).....	111
Personería jurídica de SERGASCO, S. A. (2022)	112
Capítulo IV Análisis e Interpretación de Resultados	114
Aplicación de encuestas y análisis de resultados	115
Alfa de Cronbach	116
Métodos de pago	138
Calculadora del préstamo	139
Resultados obtenidos del cálculo del flujo operativo del negocio	140

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones.....	145
Conclusiones	146
Recomendaciones.....	148
Referencias.....	151
Anexos	153

CAPÍTULO I
Introducción y Propósito

Estado actual de la investigación

Introducción

Este Trabajo Final de Grado ha sido elaborado con la finalidad de ser un soporte investigativo para un estudio de factibilidad de la puesta en operación de un centro de gastronomía nicaragüense en San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica, en el período 2022-01. La intención del presente documento es poder analizar dicho centro gastronómico como una maquinaria compuesta por capital humano capacitado que, al trabajar bajo un mismo propósito, es capaz de mover el proyecto hacia adelante con dedicación y empeño.

El presente documento abarca de manera coherente, concisa y muy detallada todos aquellos factores -tanto exógenos como endógenos- que han sido contemplados para la correcta puesta en marcha del centro gastronómico nicaragüense, haciendo uso de todos los recursos investigativos disponibles con el fin de garantizar un resultado de calidad, buscando generar un negocio rentable tras un espacio bien pensado con un buen menú de gastronomía nicaragüense que prometa gran calidad a un precio justo. Pero sobre todo conservando la cultura, sabor y tradición que caracteriza a Nicaragua en su excelente oferta gastronómica.

El contenido del documento se encuentra seccionado por capítulos, cada capítulo aborda temáticas distintas, pero de gran importancia para la conformación del presente estudio en su totalidad. El primer capítulo, por ejemplo, es un vistazo general a las características del negocio; el segundo capítulo comprende información como misión y visión, valores institucionales, etc., mientras que el tercer capítulo se basa en aspectos propios de la investigación -como población y muestra-. Bajo este mismo criterio se desarrolla el resto de la tesis, seccionando la información filtrada por capítulos, con el fin de facilitar la comprensión y análisis del presente documento.

La oferta gastronómica nicaragüense en Costa Rica es un mercado que está ligeramente desatendido, hecho que no va acorde a la realidad de que Nicaragua -por ser un país hermano en condiciones más vulnerables- ha registrado una gran inflación en la tasa migratoria hacia Costa Rica en los últimos años. El concepto que se lleva en este proyecto es el poder ofertar gran variedad de alimentos, bebidas y artículos propios de la cultura y gastronomía

nicaragüense; dicho de otra manera, es mostrar Nicaragua a quienes gusten degustar su gastronomía y cultura desde nuestro local en San Pedro, Montes de Oca.

Desde bibliografía referente a la composición y estructuración de centros gastronómicos de calidad, hasta datos de carácter numérico-matemático relacionados con el estudio financiero que da soporte al presente documento.

Es por ello, que a continuación se presenta el documento, esperando que le resulte de gran aporte para el aprendizaje acerca de la puesta en funcionamiento de un centro gastronómico.

Descripción

Este proyecto pretende ejecutar la implementación de un centro gastronómico en San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica, cuyos platillos sean 100% nicaragüenses, esto porque si bien existen lugares donde se venden ciertos bocadillos nicaragüenses, la calidad no es la misma, además de que, a nivel de local como tal, decoración y ambiente, se tiene como objetivo que las personas puedan sentirse como si realmente estuvieran en Nicaragua, se quiere que exista un ambiente cálido, familiar, agradable y ameno y no como si las personas estuvieran en un restaurante más, y en el caso de las personas costarricenses o de otras nacionalidades que deseen visitar este centro, que tengan la oportunidad de conocer más de cerca la gastronomía nicaragüense, así como su cultura.

Otra de las finalidades que se tiene con la implementación de este centro gastronómico es brindarles trabajo tanto a personas costarricenses como a personas nicaragüenses en condición migrante y con esto poder aportar un poquito a la disminución de la tasa de desempleo que está teniendo Costa Rica, con miras a que a largo plazo sea un restaurante bien posicionado en el mercado gastronómico y con esto lograr brindar más empleos y hacer un aporte más grande a la disminución de la tasa de desempleo de Costa Rica.

Antecedentes

Según Schiffman y Kanuk (2005): “El comportamiento del consumidor se define como el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades”. p.25

Costa Rica se ha convertido en el nuevo hogar de más de 275.000 personas procedentes de Nicaragua, quienes habitan a lo largo de todo el territorio nacional, pero mayormente se encuentran en la ciudad de San José. Tras los antecedentes sociopolíticos del 2018 en Nicaragua se registra un alza significativa de migrantes procedentes del hermano país en Costa Rica; se considera a este grupo -junto a comensales de otras nacionalidades que deseen probar el menú ofertado- como un buen nicho de mercado.

Por otro lado, en Costa Rica no existe una oferta gastronómica bien desarrollada para abastecer el mercado de comida nicaragüense; la mayoría de comercios en este rubro se encuentran desatendidos, descuidados y la oferta culinaria es de mala calidad. Al mismo tiempo muchos de estos comercios ofrecen una calidad deficiente y cobran un precio muy alto, es igual de común probar algunos alimentos que no tienen el sabor característico de la gastronomía nicaragüense como tal.

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2007): “La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido del producto, en relación con las expectativas del comprador”.

Es por eso que a partir de estos datos se ha pensado como un proyecto viable el edificar y poner en funcionamiento un centro de gastronomía nicaragüense que oferte gran calidad y buen sabor a un precio justo; generando una actividad económica que pretende ser rentable y conformar un colectivo de capital humano profesional -tanto nicaragüenses como costarricense- al servicio de los comensales que gocen probar una oferta culinaria diferente e interesante.

Información existente

Dentro de la información existente que se ha revisado y procesado, se encuentran temas de interés dentro del rubro culinario -y de un negocio en general- tales como: alimentación, ciclo de vida de un proyecto, estudios técnicos/legal/organizacional/financiero, mercado meta, análisis de oferta-demanda, equipamiento y materiales, entre otros temas de interés que al ser analizados y llevados a la práctica van a ser un fundamento necesario para la correcta operación del negocio gastronómico.

Acerca de los temas en cuestión se ha encontrado información contenida en repositorios de instituciones académicas que brindan una gran cantidad de información -en forma de Trabajos Finales de Grado- acerca de los aspectos más importantes por tomar en cuenta para la puesta en funcionamiento de un centro gastronómico. Se revisa de igual manera información proveniente de otros recursos, con la finalidad de obtener suficiente bibliografía que brinde soporte a la investigación.

Estudios previos

1) Estudio previo 1

- a. Nombre del trabajo: Estudio de factibilidad para establecer un restaurante de comida rápida saludable en San Isidro, Pérez Zeledón, San José, Costa Rica.
- b. Autores: Eder Caballero Vargas y Rubén Segura Víquez.
- c. Fecha: septiembre 2014.
- d. Objetivos de la investigación:

Objetivo general del estudio previo 1

Analizar la factibilidad técnica, operativa y financiera para el establecimiento de un local de comida rápida saludable en el distrito primero del cantón de Pérez Zeledón, basado en una posible demanda, así como su aceptación por parte de la población meta.

Objetivos específicos del estudio previo 1

- Analizar la oferta y demanda existente para el establecimiento de un local que venda comidas rápidas saludables en el distrito primero del cantón de Pérez Zeledón.

- Determinar la localización, tamaño, equipo y materiales requeridos para el establecimiento de un local que venda comida rápida saludable en el distrito primero del cantón de Pérez Zeledón.
 - Determinar los requerimientos legales que deben cumplirse para el establecimiento de un local que venda comida rápida saludable en el distrito primero del cantón de Pérez Zeledón.
 - Identificar la estructura organizacional idónea para el establecimiento de un local que venda comidas rápidas saludables en el distrito primero del cantón de Pérez Zeledón.
- e. Síntesis de la situación problemática: Analizar la factibilidad técnica, operativa y financiera de establecer un local de venta de comida rápida saludable en el distrito primero del cantón de Pérez Zeledón.
- f. Metodología utilizada para el desarrollo del trabajo: De carácter descriptivo, evaluativo y exploratorio.
- g. Resultados y conclusiones más importantes: Las conclusiones de este trabajo investigativo están mayormente relacionadas con el sector salud (en relación directa con la alimentación), ya que el trabajo en sí se desarrolla bajo el concepto de un negocio de comida saludable. De igual manera se ha recopilado información relevante al caso de estudio del comercio de gastronomía nicaragüense.

Información obtenida del Trabajo Final de Grado en cuestión:

1. Permiso sanitario de funcionamiento: La operación de una empresa en Costa Rica tiene diferentes regulaciones desde su apertura y funcionamiento. En el caso de la una empresa comercial está regulada por lo contenido en el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud, Decreto Ejecutivo N° 39472 y que tiene por objeto establecer los requisitos y trámites que deben cumplir los establecimientos que desarrollan actividades industriales, comerciales y de servicios.

2. Procedimiento administrativo desde la perspectiva de ciclo: Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

2) *Estudio previo 2*

- a. Nombre del trabajo: Desarrollo de un plan de mercadeo para el restaurante Perla Verde, ubicado en la zona del Empalme de Costa Rica.
- b. Autora: Vivian Melania Calderón Cordero.
- c. Fecha: Mayo del 2020.
- d. Objetivos de la investigación:

Objetivo General del Estudio Previo 2

El principal objetivo de interés para el presente estudio es: Desarrollar un plan de mercadeo para el Restaurante Perla Verde ubicado en la Zona de Empalme de Costa Rica, mediante un análisis de su entorno y la situación actual de la empresa, que le permita posicionarse como una alternativa gastronómica contemporánea y personalizada en el período de mayo 2019 a abril del 2020.

Objetivos Específicos del Estudio Previo 2

En el marco del objetivo general indicado se deslindan cuatro objetivos específicos que buscan:

- Contextualizar la oferta gastronómica costarricense, a fin de identificar las principales características culturales, ambientales, sociales y económicas, que permitan describir el entorno del mercado culinario costarricense.
- Describir las principales características de la actividad comercial de la Zona del Empalme y su oferta gastronómica, que permitan inventariar sus elementos

diferenciadores, a fin de identificar sus condiciones y potencialidades como zona de paso.

- Analizar la situación actual de la empresa Restaurante Perla Verde, por medio una caracterización de su oferta gastronómica, el perfil de su mercado meta, el enfoque de su servicio al cliente, la competencia, su entorno comercial y el encadenamiento con la actividad económica local, a fin de generar una visión integral de la naturaleza de la empresa, sus actividades y su entorno.
 - Generar estrategias para mejorar el posicionamiento actual y la diferenciación de Perla Verde respecto a su competencia, como una alternativa contemporánea en la Zona del Empalme de alto valor para sus clientes.
- e. Síntesis de la situación problemática: Necesidad de la elaboración de un plan de mercadeo para el restaurante Perla Verde.
- f. Metodología utilizada para el desarrollo del trabajo: Exploratoria, descriptiva y correlacional.

Información obtenida del Trabajo Final de Grado en curso:

1. Fase de preinversión (del ciclo de vida de un proyecto).

Según la información investigada: “La fase de "preinversión", corresponde a todos los estudios que se precisa adelantar antes de tomar la decisión de canalizar recursos hacia algún objetivo particular” (Miranda, 2004, p. 26).

Es, probablemente, el momento más importante dentro del ciclo de vida de un proyecto como tal. Es cuando se hacen todos los estudios y análisis dentro del marco de lo posible con la finalidad de garantizar que el margen de error sea lo mínimo posible. De esta manera se garantiza el no dar un paso en falso, invertir en una operación que sea redituable en el mediano plazo.

2. *El estudio de mercado.*

Es muy importante realizar un buen estudio de mercado con el fin de asegurar las decisiones que se vayan tomando en el transcurso de la actividad comercial del negocio planteado.

Caballero Vargas y Segura Víquez, en el texto de Sapag (2007), expresa que: “Constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”.

De manera que, al hacer un estudio de mercado, lo que hacemos es anticiparnos a la aceptación que el proyecto tenga una vez puesto en acción. Haciendo un buen estudio de mercado se puede delimitar con más claridad si nuestro proyecto va a tener éxito y va a ser bienvenido en el mercado costarricense.

3. *Producto (de calidad).*

El producto, su calidad y buena presentación son determinantes al momento de definir si hay un caso de éxito o no. Es un hecho que ningún cliente prefiere pagar una suma de dinero por un producto de baja calidad.

Stanton (2007) define que: “Un producto o servicio es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” (p. 45).

De esta manera es importante poner nuestra atención en la calidad y presentación de nuestro producto. Un buen producto habla por sí mismo. Ofertar al mercado un producto convincente y a buen precio es una buena guía para el éxito de nuestro negocio.

Delimitación del tema

De acuerdo con Becerrol (1997): “...delimitar el tema quiere decir, entonces, conocer y exponer claramente los límites que el investigador se fijará en relación con el tema elegido” (p. 226).

Además, de acuerdo con Kotler y Armstrong (2007): “Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la compañía decide atender” (p. 213).

Tomando como base lo mencionado previamente, esta investigación tiene como finalidad la elaboración de un estudio con el que se identifica el comportamiento de compra que va a tener el mercado potencial para un centro gastronómico nicaragüense, esto con el objetivo de establecer cuál va a ser ese mercado meta.

Aporte de los investigadores

El aporte de los investigadores consiste en brindarle a la población, tanto costarricense como de otras nacionalidades, una opción gastronómica diferente a lo que se acostumbra a ver o degustar en el mercado gastronómico y así puedan conocer un poco más tanto de la cultura como de la gastronomía nicaragüense, mientras que a las personas nicaragüenses se les quiere dar la opción de que puedan estar en un lugar donde tengan la posibilidad de degustar la comida originaria de su país y que se sientan como en casa, logrando esto no solo con la gastronomía, sino también a nivel de ambiente del restaurante, asimismo se tiene como objetivo que las personas, tanto costarricenses como de otras nacionalidades, tengan la oportunidad de degustar y conocer un poquito más de la cultura nicaragüense.

Además de esto, se aporta a la disminución de la tasa de desempleo que tiene Costa Rica, esto se logra brindando empleo tanto a personas costarricenses como a personas nicaragüenses que se encuentren en condición de migrantes y gocen tanto de residencia libre condición como de la legalidad para trabajar en territorio costarricense y devengar un salario.

Delimitación espacial

De acuerdo con Becerrol (1997), la delimitación espacial consiste en: “... definir el lugar o espacio al que hace referencia la investigación” (p. 227).

Nicaragua en tu Mesa ha decidido abrir sus puertas al público desde un espacio en la ciudad de San José. La dirección exacta del espacio físico en el cual se lleva a cabo el proyecto

es: Calle 79, de la Iglesia de Lourdes 150 mts al sur, contiguo al Ministerio de Salud, San Pedro, San José, Costa Rica.

En este espacio físico se encuentran las instalaciones de Nicaragua en tu Mesa, desde donde se atiende tanto a los clientes que deseen comer en el restaurante, así como quienes opten hacer uso de una aplicación de envíos (Didi Foods, Uber Eats, etc.) o gusten su pedido para una entrega *pick up*.

Delimitación temporal

Con base en lo mencionado por Becerrol (1997), la delimitación temporal se relaciona con “especificar el tiempo al que se refiere la investigación” (p. 226).

Para Nicaragua en tu Mesa a través de SERGASCO, S. A. (2022) y tras hacer las investigaciones correspondientes, tomando en cuenta el aprovechamiento de la oportunidad que se presenta al haber detectado un nicho de mercado que se encuentra desatendido actualmente, se ha decidido que el proyecto se va a llevar a cabo a partir del primer cuatrimestre del 2022.

Se considera que este es un tiempo prudente para proceder a darle forma al proyecto, puesto a que con anterioridad se ha realizado el respectivo estudio de factibilidad del proyecto, el cual es muy completo y refleja la oportunidad que está presente en el mercado. La idea principal es crecer el negocio en el corto-mediano plazo.

Formulación del problema de investigación

¿Cómo diseñar un estudio de factibilidad que permita cuantificar la puesta en marcha de un restaurante de gastronomía nicaragüense, con el propósito de generar un espacio cultural y ser una fuente de empleo tanto para profesionales migrantes de dicho país como costarricenses, al primer cuatrimestre del 2022?

Este problema va a ayudar a tener un panorama completo de todos aquellos aspectos de gran relevancia para la puesta en marcha de un centro gastronómico, además va a dar a conocer la cultura y gastronomía nicaragüense tanto a personas costarricenses como de otras

nacionalidades que actualmente viven en Costa Rica, creando un espacio cálido y familiar para las personas nicaragüenses. Esto también ayuda a la generación de empleo tanto a personas migrantes de Nicaragua como a personas que actualmente viven en Costa Rica.

Sistematización del problema

El problema se separa en varias interrogantes, de manera que se le pueda analizar con mayor detenimiento. El objetivo de esta acción es el ser capaces de trazar cuál va a ser el mejor camino por seguir y también con la finalidad de proveer soluciones factibles al problema en investigación actual.

El desglosar el problema en varias partes permite hacer un análisis integral y más completo, de manera que es posible plantear interrogantes coherentes que estén acordes y alineadas con el enfoque de la investigación.

A continuación se presentan las interrogantes:

- ¿Qué aspectos se requieren para la elaboración de un estudio de factibilidad?
- ¿A quiénes se les va a dar empleo para la puesta en marcha del restaurante?
- ¿Dónde se va a hacer la implementación de dicho restaurante?
- ¿Cuál va a ser el presupuesto para la puesta en marcha del restaurante?
- ¿Qué elementos culturales y/o gastronómicos son indispensables en el restaurante?

Dichas interrogantes permiten:

- Determinar puntualmente cuáles son los aspectos por tomar en cuenta para la elaboración de un estudio de factibilidad que refleje apropiadamente el pensamiento y construcción teórica del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

- Definir quiénes van a conformar el colectivo de trabajo, es decir, previo al proceso de reclutamiento de personal se debe analizar el perfil que se busca en cuanto a colaboradores.
- Visualizar un lugar físico donde va a estar establecido el restaurante, de manera que se pueda planear y definir previamente la apariencia que se le quiere dar al espacio físico.
- Establecer con claridad el presupuesto con el que se va a contar para la puesta en marcha del proyecto, un paso muy importante para poder cumplir con una buena gestión de recursos y priorizar los elementos esenciales por tomar en cuenta.
- Planificar con suficiente anticipación la experiencia del consumidor. Es importante definir todos los elementos que se quieren exponer de la cultura, tradición y gastronomía de Nicaragua.

Objetivos de estudio

De acuerdo con Ortiz (2004): “Los objetivos de investigación son: las metas últimas que se propone el investigador en la solución de un problema planteado. Son generalidades amplias en las que habrá respuestas ‘claras, concretas y confiables’” (p. 119).

Tomando como base lo anterior se puede entender que los objetivos son el propósito de la investigación, ya que estos expresan el fin que se tiene como meta alcanzar, es por esto que toda la investigación debe girar en torno al logro de estos objetivos. Además, es de suma importancia que estos sean claros y precisos para evitar que existan confusiones o desviaciones.

Objetivo General de la Presente Tesis de Grado

Análisis de un estudio de factibilidad que permita cuantificar la puesta en marcha de un restaurante de gastronomía nicaragüense, con el propósito de generar un espacio cultural y ser una fuente de empleo, al primer cuatrimestre del 2022.

Objetivos Específicos de la Presente Tesis de Grado

- Establecer los elementos necesarios para desarrollar un estudio de factibilidad.
- Determinar las competencias idóneas que debe cumplir el personal de un restaurante especializado en comida nicaragüense.
- Consolidar un menú variado y con buenos precios que represente la calidad de la gastronomía nicaragüense en cada elemento.
- Elaborar una estrategia de *marketing* digital orientada a dar a conocer la oferta gastronómica nicaragüense del restaurante.

Justificación del estudio de investigación

Justificación práctica

Si bien en distintos lugares de Costa Rica se venden algunos platillos de origen nicaragüense, actualmente no hay un centro gastronómico cuyo menú sea con temática 100% nicaragüense y donde dichos migrantes puedan sentirse como en casa.

La intención es que el menú de este centro gastronómico sea de origen nicaragüense en su totalidad, y que las personas nicaragüenses puedan sentirse como en casa en un lugar cálido, ameno y familiar, y en el caso de las personas costarricenses o de otras nacionalidades que tengan el gusto de visitar dicho centro, que puedan conocer un poco tanto la gastronomía como la cultura de Nicaragua, sin tener la necesidad de tener que viajar a dicho país. Así como hacer un aporte a la disminución de la tasa de desempleo de Costa Rica.

Justificación teórica

La investigación propuesta busca aprovechar el nicho de mercado desatendido que se ha podido detectar, de manera que se pueda generar una nueva oferta gastronómica en el mercado costarricense y se dé cobertura a dicho nicho de mercado, abriendo un negocio que

lleva consigo la ventaja competitiva de ser el primero y único dentro de su categoría hasta el momento.

La elaboración de un estudio de factibilidad es de suma importancia cuando el objetivo es el levantamiento de un emprendimiento, especialmente cuando se trata del mercado gastronómico, esto porque es vital que aquellas personas que tengan el gusto de llegar a visitar dicho restaurante se lleven una buena primera impresión ya que de eso depende el que quieran volver, además de la recomendación del lugar, porque si bien la publicidad boca a boca no tiene tanto alcance como la que se llegue a colocar en redes sociales -por ejemplo-, esta es la más acertada ya que quienes recomiendan el lugar, ya sea de manera positiva o negativa, es porque ya tuvieron la oportunidad de tener esa primera experiencia y tienen un fundamento para brindar dicha recomendación.

Habiendo identificado y analizado el mercado meta (personas de Nicaragua, o con algún vínculo con el país), se pretende trabajar en el desarrollo de un plan de *marketing* digital -es decir, haciendo uso de las redes sociales como medio de difusión- que logre ser efectivo para llegar a gran cantidad de personas, generando una identidad y mención de marca para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Justificación metodológica

Kotler (2007), menciona que:

La segunda fase de la investigación de mercados consiste en desarrollar el plan más eficaz para recopilar la información necesaria. Para el proyecto de investigación se puede utilizar información secundaria, información primaria o ambas. La información secundaria es información que se ha recopilado para cualquier otro propósito y que ya existe, mientras que la información primaria es información original que se recaba con un fin específico o para un proyecto de investigación concreto (p.104).

Es por lo previamente mencionado que para esta investigación se utilizan fuentes de información tanto primarias como secundarias. La información primaria va a ser conseguida por medio de una encuesta que se le va a realizar a una población que es finita perteneciente a

la provincia de San José, mientras que las fuentes secundarias es toda aquella información que se obtenga de internet, revistas, libros artículos, entre otros.

Alcances y limitaciones de la investigación

Alcances

A raíz de la presente investigación se puede interpretar con facilidad el plan de puesta en operación/funcionamiento del centro de gastronomía nicaragüense en cuestión. Para obtener un resultado positivo llevaremos a cabo un estudio, revisando y filtrando bibliografía acerca de cómo proceder con profesionalismo y calidad al momento de la puesta en operación del sitio, procurando mantener un balance financiero adecuado y teniendo conocimiento general acerca de todos los procesos que conforman el resultado final del proyecto como tal.

Dentro de los alcances, se toma en cuenta que la bibliografía revisada y procesada es referente al éxito en la puesta en operación de centros gastronómicos. Se aborda también información financiera, rotación de inventarios, eficiencia en temas de servicio -atención al cliente- y, sobre todo, calidad en la oferta culinaria.

Para garantizar la solidez y calidad de la oferta gastronómica, se hacen pruebas de alimentos y encuestas referentes a estos con muestras de población en San José.

Limitaciones

A lo largo del proceso de investigación, las limitaciones mayormente son atribuidas a la distancia y al proceso de importación/compra de una gran cantidad de artículos que deben ser traídos desde Nicaragua para su posterior comercialización en San Pedro de Montes de Oca, San José Costa Rica. Se debe tomar en cuenta que para llevar a cabo el presente proyecto es necesario garantizar un flujo de inventario de artículos propios de la gastronomía y cultura nicaragüense, hecho que viene siendo una de nuestras principales limitaciones a lo largo del ciclo de vida del comercio.

Además, para llegar a tener un menú bien hecho se necesita obtener y revisar información propia acerca de la composición de los alimentos típicos nicaragüenses:

cantidades, porciones, tiempos de cocción, técnicas de cocina, etc., hecho que mayormente debe ser llevado a cabo por manos nicaragüenses con suficiente experiencia en la cocina, quienes conocen enteramente la sazón que caracteriza al hermano país. Se procura estandarizar el menú, de manera que se pueda llevar un mejor control de las cantidades producidas, al igual que buscando minimizar las mermas.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

Marco Situacional

Antecedentes de la empresa

La oferta gastronómica nicaragüense ofrece un portafolio variado de opciones que atraen al potencial consumidor; los nombres, presentaciones, calidad y sabores de los distintos platillos y bebidas ofertados resultan ser llamativos para visitantes y locales del vecino país. Naturalmente, por las elevadas tasas de migración de Nicaragua hacia Costa Rica, se podría suponer que la oferta gastronómica nicaragüense tiene una presencia importante y bien estructurada en el mercado costarricense, pero no es así.

En la actualidad, en el mercado costarricense existe una limitada oferta de gastronomía nicaragüense que -de forma general- ha sido mal atendida; la mayoría de los negocios de gastronomía nicaragüense con presencia en el país permanecen en la informalidad y no han sido capaces de mostrar productos bien posicionados en la oferta gastronómica costarricense. Los altos precios, mala calidad y presentaciones inapropiadas de los alimentos no hacen justicia a la verdadera oferta culinaria del vecino país.

De conformidad con lo explicado anteriormente, la empresa SERGASCO, S. A. (Servicios Gastronómicos Costarricenses Sociedad Anónima) ha identificado la oferta culinaria nicaragüense como un nicho de mercado que ofrece una gran oportunidad de crecimiento en el mediano-largo plazo, tanto en términos económicos como en el crecimiento integral del negocio y el capital humano que da vida al proyecto.

SERGASCO, S. A. como sociedad anónima nace en el 2021, tras haber identificado la oportunidad de crecer y desarrollar el mercado de gastronomía nicaragüense en Costa Rica, haciendo los estudios correspondientes a la factibilidad de la inauguración del primer restaurante de comida nicaragüense de la empresa, el cual lleva por nombre Nicaragua en tu Mesa.

Una de las mayores ventajas de la instauración de un centro de gastronomía nicaragüense en Costa Rica es que el mayor porcentaje de la materia prima son productos provenientes de la tierra, cuya comercialización es común dentro del territorio nacional; por ende, el ejercicio comercial como tal se trata de adaptar materia prima local con recetas propias

de la gastronomía nicaragüense, comercializar los productos terminados y obtener retribución económica en la práctica.

Marco Filosófico

Visión

Esta empresa, a pesar de ser muy reciente en el mercado costarricense, sabe que con esfuerzo y dedicación todo se logra, hecho que da lugar a que la visión formulada sea:

“Posicionarnos en el mercado costarricense con una oferta gastronómica nicaragüense de calidad, bien consolidada y con un propósito justo” SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

La empresa tiene como visión convertirse en una marca reconocida por su excelente oferta gastronómica, ya que según SERGASCO, S. A. (2022) el menú por consolidar ofrece una variada y muy representativa muestra de la calidad característica de la gastronomía nicaragüense, lo cual convierte a la empresa en un punto de referencia para degustar comida típica de Nicaragua en San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica.

Misión

La misión que tiene SERGASCO, S. A. (2022) es:

“Ser una empresa constituida por capital humano de calidad, dedicada a la comercialización de productos alimenticios típicos nicaragüenses de primera calidad” SERGASCO, S. A. (2022).

Tal como lo indica su misión, la empresa busca posicionarse como una oferta gastronómica nicaragüense de primera calidad que esté conformada por un capital humano bien capacitado, trabajando bajo un mismo propósito y conservando siempre el don del servicio a la sociedad.

Valores

Los valores con los que SERGASCO, S. A. (2022) ha definido trabajar en su trayectoria comercial son:

- **Responsabilidad:** Ser responsable implica ser capaz de tomar decisiones coherentes, pensar proactivamente y tener un mayor sentido de compromiso; una persona responsable piensa siempre en la mejor alternativa y cuando se equivoca es capaz de reconocer, aceptar y corregir su error. En Nicaragua en tu Mesa se considera un valor de gran importancia el sentido de responsabilidad dentro del capital humano.
- **Honestidad:** Ser honesto permite crecer -no solamente en el ámbito personal, sino también a nivel de equipos de trabajo- y trabajar con transparencia. La honestidad es un valor importante, tener un equipo de trabajo con comunicación fluida y sincera es una de las necesidades más grandes de todo negocio para el buen funcionamiento, poder crecer en un entorno laboral en el cual prevalece la confianza es fundamental.
- **Voluntad:** Requerida para el buen servicio. La voluntad es necesaria para garantizar que las necesidades y demandas de cada cliente van a ser satisfechas, que las tareas diarias son bien ejecutadas y que el ecosistema laboral sea positivo, propiciando el crecimiento personal y colectivo del capital humano al servicio de los demás.
- **Solidaridad:** La solidaridad como valor no puede ser pasada por alto en ningún momento, una de las claves para ser una gran persona es estar dispuesto a dar más de lo que se recibe sin esperar nada a cambio, es un valor de gran provecho cuando se trabaja en negocios de servicio. Atender a cada cliente con una buena actitud y queriendo hacerles sentir bien es, seguramente, una de las estrategias más valiosas que puede aplicar una empresa para crecer.

- Empatía: El saber ponerse en los zapatos del otro es el recurso más grande que tienen las personas para entender el sentimiento ajeno, la empatía como valor permite que las personas se acerquen entre sí y logren comunicarse de manera abierta y sincera. La empatía como valor aporta a conformar un equipo de trabajo que se entienda y comunique correctamente, además el poder ser empático con los clientes añade valor y calidad a la atención que se brinda.
- Respeto: El respeto es el valor que permite a las personas ponerse límites en su trato con los demás, de manera que ser respetuoso es un valor que todo equipo de trabajo debe practicar para poder comunicarse de forma madura y fluida, sin que la comunicación se vea estropeada por malos entendidos o palabras fuera de contexto. Por supuesto el respeto es igual de fundamental en el trato entre colaboradores y clientes, toda comunicación basada en el respeto permite que las personas lleguen a entenderse y coincidir sin generar división alguna.
- Gratitud: Ser agradecido en todo momento es un valor que, además de traer paz y bienestar al individuo, permite a las personas entender y percibir lo que les rodea con una buena actitud. La gratitud permite al individuo reconocer y aceptar con humildad cuando otra persona -o ser vivo/objeto- le presta servicio y contribuye a su bienestar.

Tal como lo indica la empresa SERGASCO, S. A. (2022), los valores enlistados son el pilar y principal fundamento de toda actividad comercial desarrollada para el bienestar de la empresa, los clientes y los colaboradores que conforman el equipo de trabajo. Toda acción, comunicación, servicio o atención debe ser dirigida con respeto, empatía y en pro del servicio a los demás.

SERGASCO, S. A. (2022) afirma que: “La práctica y enseñanza de los buenos valores ayudan a mantener altos estándares de calidad en atención y servicio al cliente; hecho que no solo ayuda al negocio a prosperar rápidamente en el entorno económico, sino que genera un entorno agradable y respetuoso entre el capital humano y los clientes del restaurante”.

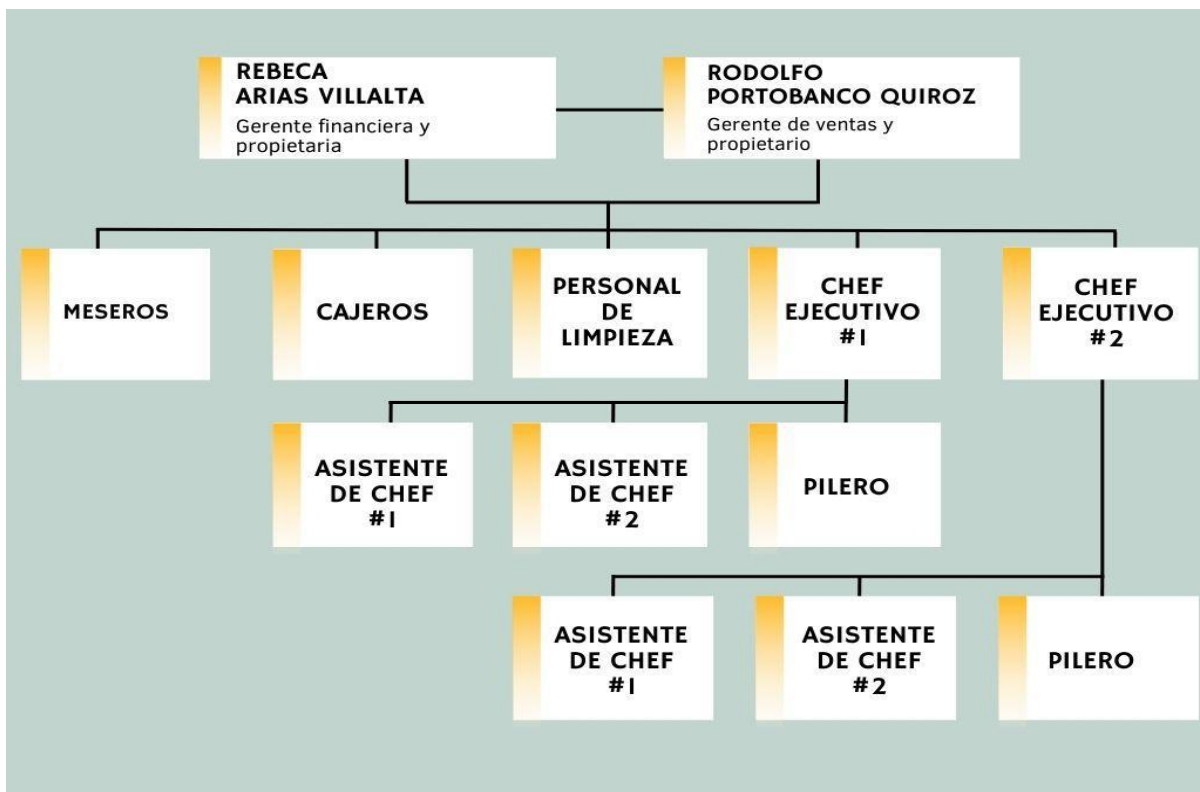
Es indispensable que los valores enlistados sean seguidos al pie de la letra por todo el equipo de colaboradores, por lo tanto, la empresa pone especial atención en capacitar el capital

humano para que aprendan a dar un servicio de excelente calidad, conservando los valores correctos que son un factor diferenciador de nuestra oferta gastronómica versus la oferta de la competencia.

Organigrama de la empresa

Figura 1

Organigrama inicial para la puesta en marcha del restaurante Nicaragua en tu Mesa, 2022



Nota. Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Según SERGASCO, S. A. (2022), la Figura 1 presentada previamente corresponde al organigrama inicial que se ha definido para arrancar con las operaciones comerciales del restaurante Nicaragua en tu Mesa en el tiempo y forma establecidos. El presente organigrama ha sido elaborado en conjunto a horarios de los colaboradores (ver Anexo 16) para asegurar que haya coherencia, velando por no exceder el límite de 48 horas trabajadas a la semana por colaborador, respetando de igual manera los tiempos debidos de descanso y de alimentación de los colaboradores, quienes son el motor del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Edificar un colectivo de trabajo bien organizado es la clave para llevar el proyecto hacia la pronta prosperidad financiera, con logística y administración apropiadas es posible crecer rápidamente y multiplicar el negocio en el mediano-largo plazo; el efecto esperado es que crezcan -de forma paulatina- tanto el negocio como el equipo de trabajo, permitiendo que el crecimiento de la capacidad de producción sea directamente proporcional al crecimiento de las ventas realizadas en el ejercicio comercial del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Análisis FODA

El siguiente cuadro se realiza con información suministrada por SERGASCO, S. A. (2022), en él se establecen las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del restaurante Nicaragua en tu Mesa como negocio. Según SERGASCO, S. A. (2022) la empresa cuenta con una ventaja competitiva que es a la vez una fortaleza, el hecho de que se atienda con altos estándares de calidad a un nicho de mercado que ha estado siendo mal atendido hasta la actualidad.

Tabla 1

Análisis FODA del restaurante Nicaragua en tu Mesa, 2022

Fuente: Elaboración propia

Fortalezas	Debilidades
Nicho de mercado desatendido por la competencia.	Costos de importación de productos complementarios provenientes de Nicaragua.
Altos estándares de calidad en la preparación y presentación de alimentos.	Múltiples permisos y licencias que deben ser adquiridos para la puesta en funcionamiento del proyecto.
Oferta de productos complementarios manufacturados en Nicaragua.	La curva de aprendizaje debe ser atravesada para generar una actividad comercial fluida.
Capital humano bien capacitado en arte	

<p>culinario nicaragüense.</p> <p>Capacidad de producción de alimentos alta (alta rotación de inventarios).</p>	<p>No se cuenta con capital propio para llevar a cabo el proyecto (se debe acceder a financiamiento).</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Posicionarse como una marca referente en el nicho de mercado a atender.</p> <p>Crecer en cantidad de locales en el mediano-largo plazo.</p> <p>Conformar un colectivo de trabajo más grande.</p> <p>Generar un espacio seguro e inclusivo para clientes que gusten degustar la oferta culinaria.</p>	<p>Amenazas</p> <p>La constante amenaza de aparición de nueva competencia.</p> <p>Poca aceptación del producto en el mercado costarricense.</p> <p>No generar suficientes ventas para retribuir la inversión en el plazo previsto.</p> <p>Tener una alta rotación de personal.</p> <p>Márgenes de error propios de la curva de aprendizaje.</p>

El análisis FODA presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa representa de manera concisa, pero muy clara, los mayores elementos que se han tomado en cuenta dentro de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio como tal.

Ser capaz de administrar coherentemente los factores positivos (fortalezas, oportunidades) es necesario para poder tener la claridad suficiente al lidiar con los factores negativos que pueden incidir en el bienestar del negocio (debilidades, amenazas). Para esto se debe tomar en cuenta que los factores que inciden directamente en un negocio pueden ser exógenos (que se originan por causas externas) o endógenos (que se originan por causas

internas), por ende, no siempre se puede tener control absoluto de los acontecimientos, el rumbo o los altibajos que enfrenta el negocio.

Características de la empresa

Según SERGASCO, S. A. (2022), la empresa cuenta con un menú de distintos platillos de origen nicaragüense para todos los gustos, cuyo objetivo principal es que las personas nicaragüenses puedan sentirse como en casa, y que aquellas personas que no son de Nicaragua puedan conocer un poco más de la gastronomía y la cultura de este país.

Además, según SERGASCO, S. A. (2022) dentro de los activos físicos con los que cuenta el centro gastronómico se encuentra: las instalaciones físicas, las cuales están ubicadas en San Pedro, Montes de Oca en un área de 500 metros cuadrados aproximadamente, en este espacio se encuentra la cocina, con todos los implementos y maquinaria necesarios, el parqueo, el área donde la gente puede sentarse a comer y los baños.

Se tiene la posibilidad de poder ampliar la capacidad con la que cuenta actualmente, esto ayuda a que ante una alta demanda se puedan cubrir las necesidades del mercado que el centro gastronómico está enfrentando y así poder mejorar el servicio.

Ubicación

SERGASCO S. A. (2022) indica que el centro gastronómico Nicaragua en tu Mesa se encuentra en la provincia de San José, en el cantón de Montes de Oca, distrito de San Pedro, calle 79, de la iglesia de Lourdes 150 m al sur, contiguo a las oficinas del Ministerio de Salud de Montes de Oca.

Un porcentaje significativo de este cantón está dedicado al comercio, por ejemplo: barberías, restaurantes, cafeterías, veterinarias, supermercados, bancos, ferreterías, tiendas del hogar, etc., hecho por el cual hace mucho sentido que la ubicación del restaurante Nicaragua en tu Mesa sea en un lugar céntrico, con amplio parqueo, y que ofrezca todas las comodidades para la visita al restaurante, desde la llegada hasta la salida.

Marca

Según indica SERGASCO, S. A. (2022), la marca Nicaragua en tu Mesa simboliza la identidad y esencia del negocio como tal. El nombre del proyecto representa la experiencia que se desea brindar a cada cliente que opte por consumir productos de Nicaragua en tu Mesa, representando la calidad de la oferta gastronómica nicaragüense en San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica.

El nombre Nicaragua en tu Mesa surge en el 2021, después de pensar durante un largo período de tiempo en múltiples opciones, hasta coincidir en que la sencillez -pero gran significado- del nombre del restaurante sería capaz de atraer clientes y consolidar un negocio gastronómico bien estructurado.

Logotipo

Según lo indicado por SERGASCO, S. A. (2022), el logotipo definido para el restaurante Nicaragua en tu Mesa es el siguiente:



Figura 2

Logotipo oficial del restaurante Nicaragua en tu Mesa

Nota. Elaborado por el Lic. Dionisio López Palacios para SERGASCO, S. A. (2022).

Este logotipo fue creado por el Lic. Dionisio López Palacios para SERGASCO, S. A. (2022), con el fin de ser la imagen de Nicaragua en tu Mesa. Se escoge el logotipo tras haber

explorado diferentes opciones, colores y tipos de diseño que pudieran coincidir con la identidad que se desea dar al restaurante.

SERGASCO, S. A. (2022) afirma que:

El logotipo representa una muestra clara de la identidad del restaurante, un diseño sencillo, pero con un mensaje claro por la presencia de un elemento cultural nicaragüense muy importante: la obra de *El Gueguense*, acompañada de nuestro eslogan que indica la calidad de nuestros esfuerzos.

Los elementos por destacar del logotipo elaborado para el restaurante Nicaragua en tu Mesa son el eslogan y la presencia de dos figuras características de Nicaragua, parte de la obra teatral *El Gueguense*. Este logotipo resulta llamativo para el nicho de mercado que se atiende, pues, aunque sea un logotipo muy poco común -visualmente hablando-, despierta la atención de las personas pertenecientes al definido “mercado meta primario”, atrayendo -antes que nada- a personas vinculadas sentimental o sanguíneamente con Nicaragua.

Frase de posicionamiento o eslogan

Según la empresa SERGASCO, S. A. (2022) el mensaje que Nicaragua en tu Mesa desea transmitir a los clientes se relaciona con la calidad de la oferta gastronómica que hay en el menú, además de transmitir confianza y seguridad a los clientes, por ello la frase de posicionamiento es:

“Preparado con pasión” (SERGASCO, S. A., 2022).

Esta frase que acompaña al logo de Nicaragua en tu Mesa indica a los clientes que tras entrar por las puertas del local encuentran justo lo que buscan: atención de calidad, excelentes alimentos para todo tipo de paladar y un rato agradable entre amigos o familia. El eslogan se piensa tras la idea de generar un espacio -físico- agradable, pensado y diseñado para ser un espacio seguro, inclusivo y de alta calidad, donde los clientes y colaboradores puedan disfrutar.

Promesa Básica

Para SERGASCO, S. A. (2022) la promesa básica de Nicaragua en tu Mesa consiste en satisfacer a los clientes con una muestra de comida nicaragüense hecha con altos estándares de calidad, brindar una atención excepcional y posicionar la oferta gastronómica nicaragüense de manera positiva en la ciudad de San José. Se define la promesa básica de SERGASCO, S. A. como: Ofrecer alimentos de la gastronomía nicaragüense con calidad, pasión e ingredientes frescos, a un precio justo para las personas que nos visiten” SERGASCO, S. A. (2022).

SERGASCO, S. A. (2022) manifiesta a través de su promesa básica el compromiso que tiene el restaurante Nicaragua en tu Mesa con la población en atender y servir a todos los clientes con el mismo sentido de calidad, responsabilidad y pasión, entregando alimentos de calidad a un precio adecuado; permitiendo así que la gastronomía nicaragüense goce de mayor aceptación en el mercado costarricense y ser un punto de referencia para el nicho de mercado al que se apunta.

Ventaja competitiva

Según SERGASCO S. A. (2022), la principal ventaja competitiva con la que cuenta Nicaragua en tu Mesa es que son los pioneros en tener un restaurante de verdadera calidad que sea 100% dedicado a la gastronomía nicaragüense, la cual actualmente se encuentra un poco abandonada a nivel nacional (la oferta es insuficiente y de mala calidad), además de que cada platillo que se prepare en el restaurante va a tener la mejor calidad nicaragüense, sabor fresco y utilizando siempre los mejores ingredientes.

Otra ventaja competitiva que va a tener Nicaragua en tu Mesa es que los precios van a ser accesibles -se considera una buena oferta en relación precio-calidad/cantidad-, el objetivo de este centro gastronómico es que cada uno de sus platillos sea accesible para toda la población que vive en Costa Rica, y no solo para un sector de esta.

“Popularizar el restaurante Nicaragua en tu Mesa en el mercado costarricense no va a ser una tarea sencilla, pero que sabremos ejecutar con diligencia y buen servicio” SERGASCO, S. A. (2022).

Mercado meta

Según SERGASCO, S. A. (2022) el principal mercado meta del restaurante Nicaragua en tu Mesa son las personas que actualmente residen en el cantón de Montes de Oca, personas que al vivir en dicho cantón tengan la oportunidad de poder contar con un centro gastronómico diferente cerca de su hogar, que pueda ser considerado como opción para la hora del desayuno, almuerzo o cena; hecho que ha sido el generador de la idea completa del presente estudio de factibilidad, tras lo cual se pretende generar un espacio en el que las personas tengan la oportunidad de tener un acercamiento con la cultura y gastronomía de Nicaragua, desde Costa Rica.

Generar un espacio elaborado con temática, gastronomía y cultura nicaragüense en un mismo lugar, cumple con las expectativas del proyecto: ser capaces de promover un espacio único y diferente, donde se pueda vivenciar un poco de Nicaragua en Costa Rica.

Mercado meta secundario

Para SERGASCO, S. A. (2022) el mercado meta secundario del restaurante Nicaragua en tu Mesa son todas las personas que actualmente no residen en Montes de Oca y buscan experimentar sabores distintos y explorar nuevas ofertas gastronómicas dentro de la capital.

El mercado meta secundario es tan importante como el primario, ya que la buena aceptación de la mayoría del mercado depende de cuantas personas se atreven a explorar gastronomía perteneciente a un nuevo nicho. Cubrir el mercado primario es necesario, pero abrirse paso en el mercado secundario es lo que permite al negocio popularizarse y hacerse de un reconocimiento en el mercado costarricense.

En otras palabras, tanto el mercado primario como el secundario son de suma importancia para el desempeño y crecimiento del restaurante Nicaragua en tu Mesa elaborado por SERGASCO, S. A. (2022), no existe un mercado favorito en realidad.

Mezcla de *marketing*

Productos y/o servicios

Con base en SERGASCO, S. A. (2022), el restaurante Nicaragua en tu Mesa se dedica a la preparación de platillos de origen 100% nicaragüense. Este centro gastronómico cuenta con la ventaja de que la mayoría de ingredientes necesarios para la elaboración de cada una de las recetas se comercializan en Costa Rica, mientras que los ingredientes y productos complementarios de la composición del menú se obtienen por medio de importadoras costarricenses capaces de llevar a cabo dicha operación.

También se toma en cuenta que para la venta de distintas bebidas -alcohólicas y no alcohólicas-, junto a otros productos que son propios de Nicaragua, el método para adquirirlas es por medio de importadores locales que sean capaces de ingresar mercadería proveniente desde Nicaragua.

En cuanto a lo que es el producto como tal, dicho centro gastronómico cuenta con un menú variado que está conformado únicamente por platillos de origen nicaragüense que son elaborados con productos de la más alta calidad y que están puestos a la venta a precios accesibles, con el objetivo de que toda la población que vive en Costa Rica tenga acceso a degustarlos.

Oferta gastronómica de Nicaragua en tu Mesa. Es de suma importancia aclarar que dentro de este conjunto de elementos que conforman la oferta gastronómica de Nicaragua en tu Mesa se encuentran productos que no necesariamente son consumidos únicamente en el hermano país de Nicaragua. El estilo de vida y alimentación de las personas en América Latina tiene ciertas similitudes -en ingredientes o métodos de preparación- entre varias naciones del continente, esto se debe a que la estructuración alimenticia que podemos apreciar hoy como una realidad se ha venido construyendo con la historia y el pasar del tiempo en la región.

Desde los comienzos de la humanidad el hombre ha explorado las infinidades de recursos que ofrece la tierra para alimentarse, en el caso de América Latina, la historia nos deja ver que tras la llegada de los colonizadores en el siglo XV la alimentación y gastronomía de la región comienza a evolucionar y -junto al ingenio y creatividad de las personas que han gustado

de experimentar en la cocina- es que se ha ido construyendo la oferta gastronómica variada, exquisita y tan amplia que se conoce hoy en día.

Elementos tan comunes como maíz, cacao, arroz, frijoles, plátanos, leche, verduras, hortalizas, carnes (comúnmente de cerdo, res, pollo y pescado), etc. son los que conforman la base alimenticia de las personas nicaragüenses. De manera que los recursos necesarios para la actividad comercial no son de gran complejidad o muy difíciles de conseguir.

A continuación, SERGASCO, S. A. (2022) presenta una explicación más amplia de los alimentos y bebidas que conforman el menú del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

1. Alimentos

- Gallopinto



Figura 3

Gallopinto

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El gallopinto es un alimento típico muy común en la región latinoamericana; existen múltiples debates sobre su procedencia, que no es posible afirmar con total exactitud, pero existe un debate abierto acerca de si es un producto originalmente de Costa Rica o Nicaragua (por la cercanía de los países y su alto consumo en ambos). Lo cierto es que el llamado “gallopinto nicaragüense” tiene un sabor único por su forma de preparación, este producto sencillo elaborado a base de arroz y frijoles conforma una parte muy importante de la dieta de

las personas nicaragüenses, estando comúnmente presente en los platos de comida de las familias sin importar la hora a la que se consuma.

Llamado de varias maneras (entre ellas casamiento, moros y cristianos, tacu-tacu, entre otras) el gallopinto conforma una parte importante de la dieta de un porcentaje significativo de familias de algunas regiones latinoamericanas. La historia nos cuenta que el arroz -originario de Asia- fue introducido por los migrantes árabes a los españoles, quienes posteriormente lo trajeron a América Latina; la mezcla de arroz y frijoles empieza a ser un hecho cuando las tropas europeas alimentaban a los esclavos, ya que ambos recursos eran económicos y fáciles de hacer en grandes cantidades.

SERGASCO, S. A. (2022) afirma que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa el gallopinto va a estar ofertado mayormente en las opciones de desayuno (al cual se le agregan distintas opciones para conformar un desayuno a gusto del cliente) y para los servicios de fritanga, un famoso plato tradicional típico de Nicaragua, la fritanga se encuentra disponible en horarios de almuerzo y cena, de manera que el gallopinto está presente en todo momento como una opción disponible dentro del menú de Nicaragua en tu Mesa. El gallopinto es considerado como un esencial del restaurante, se espera alta rotación y disponibilidad en todo momento.

- Desayuno tradicional



Figura 4

Desayuno tradicional

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Un buen desayuno tradicional “nicaragüense” consiste de una buena porción de gallopinto, huevos al gusto, queso (natural o frito), plátano maduro y crema (llamada natilla en Costa Rica). Sin duda alguna, a este se le pueden agregar otros complementos como aguacate, chorizo, leche agria, pan o cualquier otro producto alimenticio a elección del cliente.

SERGASCO, S. A. (2022) explica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa hay variedad de opciones de desayuno, entre las cuales cambian algunos elementos, pero no la esencia. El gallopinto y los huevos son la base, y los demás ingredientes varían para adaptarse al paladar de cada cliente, dejando paso abierto también a adquirir productos como “extras” dentro del mismo menú, en caso de que el cliente así lo quisiera.

Es válido aclarar que este tipo de desayuno no es únicamente típico en Nicaragua, sino que también es visto en otros países de la región centroamericana, en Costa Rica por ejemplo. Pese a la contradicción de su procedencia, va a ser comercializado en el restaurante.

- Leche agria



Figura 5

Leche agria

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

La leche agria (previamente mencionada como un complemento de un desayuno nicaragüense) es leche natural de vaca -sin pasteurizar- a la cual se le agrega sal, y posteriormente se deja reposar en un recipiente a temperatura ambiente durante algunos días, de manera que la misma se “corta”, hecho que le da una consistencia un poco más sólida y la vuelve apta para comer con cuchara. La leche agria puede ser consumida sola, acompañada de pan/tortilla o bien, combinada con un buen gallopinto.

Se desconoce el origen exacto de la leche agria, ya que la data histórica indica que esta se consume en varias naciones desde hace miles de años; es un alimento comúnmente visto en Centroamérica y que durante generaciones ha formado parte de la dieta de aquellas personas más resistentes a la lactosa que gustan de su sabor.

En el restaurante Nicaragua en tu Mesa, SERGASCO, S. A. (2022) plantea tener leche agria disponible para los clientes en horario de desayuno, siendo una excelente opción para consumir sola (servida con tortilla) o acompañada de un buen desayuno al estilo nicaragüense.

- Nacatamal



Figura 6

Nacatamal

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El nacatamal es, sin duda alguna, una de las opciones de desayuno más famosas entre las familias nicaragüenses. Es un platillo 100% nicaragüense elaborado al vapor -y envuelto en hojas de plátano-, preparado a base de una masa de harina de maíz mezclada con carne

(comúnmente pollo y cerdo, aunque también puede ser vegetariano), verduras y arroz. El éxito de la receta está en los elementos que dan sazón al nacatamal, algunos como: tomates, chile dulce, ajo, cebolla, papas, pimienta, naranja agria, manteca de cerdo, hierbabuena, etc.

SERGASCO, S. A. (2022) plantea que en Nicaragua en tu Mesa el nacatamal es ofrecido únicamente durante los fines de semana -al menos durante la primera etapa del restaurante- ya que esa es la tradición nicaragüense (el nacatamal es un clásico de los domingos) y además es un producto desconocido en Costa Rica, de manera que darlo a conocer y contar con la aprobación y preferencia del público es un reto que se debe asumir con paciencia. En una etapa posterior, se planea tener disponible el nacatamal durante más días de la semana y tener disponibilidad de nacatamales congelados para llevar, convirtiéndolo en un producto de alta rotación, tal como en los restaurantes de Nicaragua.

- Tamal pisque



Figura 7

Tamal pisque

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El tamal pisque es un platillo típico muy parecido al nacatamal, elaborado a base de harina de maíz, envuelto en hojas de plátano y cocido al vapor; se pueden rellenar de muchas cosas, los rellenos más populares podrían ser: queso, frijoles, pollo, carne (mechada o molida), entre otros. La calidad y mezcla correcta de ingredientes es lo que da como resultado un buen tamal, sin duda alguna un alimento muy apreciado por las personas de toda la región centroamericana.

Por ser un alimento -como muchos otros- de origen precolombino, difícilmente podríamos afirmar que la procedencia del tamal es 100% nicaragüense; este es un alimento bastante visto en la región centroamericana en general; consumido y fácil de encontrar también en Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala y otros países de Latinoamérica.

Aunque en otros países el tamal es un alimento de temporada (en Costa Rica, por ejemplo, es común verlo en las fechas cercanas a Navidad), lo cierto es que en Nicaragua es consumido durante todo el año, es muy común ver comercios de pequeña escala y vendedores ambulantes ofreciendo, entre otras cosas, este manjar. Es por ello que SERGASCO, S. A. (2022) ha planteado que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se venden tamales con frecuencia diaria, y se procura tener un inventario suficiente de ellos.

- Vigorón



Figura 8

Vigorón

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El vigorón es un excelente plato de comida típica nicaragüense, y aunque es considerado como uno de los más emblemáticos, sus ingredientes son muy sencillos: yuca, chicharrón, ensalada de repollo (con un toque ligeramente picante) son los únicos tres componentes necesarios para dar vida a un buen vigorón. El secreto se encuentra en que los

tres componentes tengan un buen sabor, de manera que al ponerlos juntos se haga de la mezcla una obra maestra. Se sirve tradicionalmente en un plato sobre hojas de plátano.

Se dice que el vigorón es típico de Granada, Nicaragua, aunque este platillo es comercializado en todo restaurante típico del país. Es por ello que SERGASCO, S. A. (2022) plantea tener disponibilidad de vigorón en horarios de almuerzo y cena, siendo este parte muy importante del menú del restaurante Nicaragua en tu Mesa. Por sus sencillos componentes, no es un problema el tener disponibilidad suficiente de vigorón, ya que se pueden tener listos al momento de ser efectuada la orden, y solo se añaden y mezclan para conformar el producto terminado.

- Baho



Figura 9

Baho

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El baho es uno de los platillos típicos nicaragüenses más emblemáticos del país, es comúnmente consumido en horario de almuerzo pues el producto terminado es la mezcla de varios elementos “pesados” o de difícil digestión, es decir, no comúnmente consumidos para los horarios de desayuno y cena; sin embargo, hay personas que optan por consumirlo en horarios múltiples, es por ello que SERGASCO, S. A. (2022) explica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa el baho está disponible en los horarios de almuerzo y cena.

Para hacer un baho, es necesario contar con los siguientes ingredientes: carne de res, ensalada de repollo (con tomate y cebolla), yuca, plátanos (verde y maduro), ajo, naranja agria y, por supuesto, hojas de plátano para servirlo con la presentación tradicional nicaragüense.

SERGASCO, S. A. (2022) sobre el baho indica:

El baho es una parte importante de la gastronomía tradicional nicaragüense, un plato modesto, pero con gran sabor que tiene una gran trayectoria y ha alimentado durante generaciones a muchas familias nicaragüenses; encontrarlo en el restaurante Nicaragua en tu Mesa sin duda alguna para muchos clientes viene siendo como sentirse momentáneamente en el hogar.

Un buen baho es, de hecho, una excelente representación de la cuchara nicaragüense, puesto a que este es un plato muy consumido por un porcentaje significativo de la población nicaragüense; de hecho los negocios gastronómicos dedicados únicamente a la venta de baho y productos complementarios -como postres y bebidas- es una realidad totalmente común en Nicaragua, son múltiples los negocios y enormes las cantidades de personas que los transitan, lo cual convierte al baho -sin duda alguna- en un alimento de gran atractivo para toda persona nicaragüense, ya que es uno de los alimentos más emblemáticos para la población del hermano país.

- Güirilas



Figura 10

Güirilas

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

La güirila es un alimento típico nicaragüense hecho a base de maíz sin nixtamalizar - es decir, maíz tierno-, a la masa se le da una forma circular muy parecida a la de una tortilla, con la diferencia de que las güirilas tienen un sabor dulce característico y un olor muy singular; a la mezcla se le añade mantequilla y sal. Tradicionalmente, la güirila se sirve acompañada de cuajada (un derivado lácteo muy parecido al queso, con una textura más suave que este), crema (natilla), y para quienes gustan añadir un extra: frijoles cocidos.

Un alimento sencillo pero que llena bastante, sin duda alguna uno de los favoritos para los viajeros alrededor de Nicaragua, puesto a que las güirilas son consideradas comúnmente como un “alimento de carretera”. Es posible encontrar comercios gastronómicos dedicados únicamente a la venta de güirilas en varias de las carreteras del país -sobre todo en las regiones norte, occidente y centro de Nicaragua-, donde las personas hacen paradas rápidas para comprar este alimento que además de sencillo y económico, es una opción muy confiable para toda persona que quiera quitarse el antojo y continuar con su camino.

SERGASCO, S. A. (2022) indica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa hay disponibilidad de güirilas en todo momento, para los tres horarios (desayuno, almuerzo y cena), debido a que es un alimento confiable, fácil de preparar y que goza de una gran aceptación por parte de las personas nicaragüenses. Dado a que la masa puede ser elaborada diariamente, la güirila puede ser elaborada en el momento que un cliente ordene, y se puede colocar gran cantidad de ellas al mismo tiempo en la plancha, una gran ventaja para el negocio.

Por supuesto, las güirilas son muy similares a otros alimentos vistos a través de la región latinoamericana, en Costa Rica, por ejemplo, es posible encontrar “tortillas” muy similares rellenas de queso, al igual que en otros países sería posible encontrarlas en diferentes tamaños, presentaciones, con distintos elementos y hasta rellenas de gran variedad de productos alimenticios.

- Indio Viejo



Figura 11

Indio viejo

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El indio viejo es un plato típico nicaragüense muy abundante que se puede catalogar como una sopa espesa, el mismo es producto de una mezcla de tortillas de maíz y carne desmenuzada (o carne mechada, como se le conoce comúnmente en Costa Rica) junto a otros elementos para consolidar su excelente sabor. El indio viejo es un alimento preparado tradicionalmente para ocasiones especiales en Nicaragua -ya que es fácil de preparar en grandes cantidades-, sin embargo, también es un alimento servido en algunos comercios gastronómicos del país con mucha regularidad.

Para obtener como resultado un buen indio viejo, los elementos que se deben tener son: carne para mechar, plátanos, cebollas, chiltoma (llamado chile dulce en Costa Rica), ajo, tortillas de maíz, manteca y naranja agria; además de especias y demás especias a criterio del chef encargado del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Según SERGASCO, S. A. (2022), en el restaurante Nicaragua en tu Mesa el indio viejo está disponible en horarios de almuerzo y cena, siendo una excelente opción para personas que gusten de un plato no muy pesado, que incluya una porción adecuada de proteína (carne) y ofrezca gran calidad en el sabor. El indio viejo es, sin duda alguna, una excelente opción para comer en todo momento, ya que es una mezcla idónea de carne con maíz, dos alimentos que se encuentran muy presentes en la dieta de las personas de la región centroamericana.

- Sopa de queso



Figura 12

Sopa de queso

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Tradicional, deliciosa y muy fácil de hacer. La sopa de queso es un platillo típico de Nicaragua que se degusta comúnmente en Semana Santa, debido a que en estas fechas las personas devotas de la religión cristiana/católica se abstienen de consumir carnes. Esta consta de dos principales elementos: la sopa como tal, y las tortas de queso (hechas a mano, a base de harina y queso), y durante el proceso de preparación se agregan otros elementos para dar un sabor inigualable, tradicional y muy característico de este alimento.

La sopa de queso es una excelente opción para personas que optan por alimentos vegetarianos, y según SERGASCO, S. A. (2022) está disponible en Nicaragua en tu Mesa acorde a la disponibilidad de sopas del día; por supuesto en Semana Santa se planea tener disponibilidad de ella en grandes cantidades, previendo que su demanda aumente exponencialmente, atendiendo la demanda del mercado meta primario en esas fechas.

Este es un platillo típico que, por ser visto únicamente en fechas especiales, emociona a cualquier persona nicaragüense que sepa de su disponibilidad en un comercio gastronómico. Se espera que la rotación de este producto sea alta cuando esté disponible en Nicaragua en tu Mesa, al igual que las demás opciones de sopas que están ofertadas en el menú.

- Fritanga



Figura 13

Fritanga

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

La fritanga es el plato nicaragüense por excelencia, sin duda alguna el más famoso y - podría ser- el más consumido de Nicaragua. Su éxito en los comercios gastronómicos nicaragüenses ha sido tal que, el nombre del plato ha sido otorgado también a los comercios mismos que se dedican a comercializarle, siendo estos denominados “fritangas”. A cómo es posible observar, una fritanga se compone de varios elementos comunes dentro de la base alimenticia de las personas de la región centroamericana, pero ciertamente este platillo como tal es procedente de Nicaragua, muy famoso y altamente comercializado a través de toda la región.

Una buena fritanga se compone de: gallopinto, carne (res, pollo o -rara vez- cerdo), plátano (en tajadas o plátano maduro), ensalada y queso frito; se le pueden agregar extras a gusto del cliente, tales como: aguacate, tortilla, crema (natilla), etc.

SERGASCO, S. A. (2022) explica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa la fritanga se encuentra ofertada en los horarios de almuerzo y cena, siendo considerada como uno de los platos principales dentro de la oferta gastronómica plasmada en el menú.

- Quesillo



Figura 14

Quesillo

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El quesillo es un platillo típico nicaragüense muy fácil de encontrar en cualquier establecimiento gastronómico del hermano país, aunque la “fama” del quesillo nicaragüense realmente viene de la región de Nagarote, León, Nicaragua. En Nagarote es posible encontrar una enorme cantidad de comercios dedicados únicamente a la venta de quesillos y productos complementarios (como postres y bebidas), siendo estos comercios una excelente opción para todos aquellos viajeros que transitan este pueblo situado junto a una de las carreteras más transitadas del país.

Este sencillo, pero encantador platillo se compone de los siguientes elementos: tortilla de harina, queso (en presentación trenza o “láminas”), cebolla al gusto -opcional-, crema (natilla) y sal. Por la simplicidad que conlleva el producto terminado, SERGASCO, S. A. (2022) indica que el quesillo está disponible en Nicaragua en tu Mesa en todo momento.

2. Postres

- Cajetas



Figura 15

Cajetas (variadas)

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Las cajetas son dulces originarios de México que tienen una presencia innegable a lo largo y ancho de toda la región centroamericana, en Nicaragua son sumamente famosas en la categoría de postres; se pueden encontrar en cualquier establecimiento gastronómico del país además de supermercados, mercados, pulperías, negocios formales/informales, vendedores ambulantes, estaciones de servicio, etc., de manera que es posible afirmar que en el hermano país las cajetas conforman una parte importante de la tradición gastronómica de sus habitantes.

Cajetas las hay de múltiples colores, sabores, texturas, formas y tamaños. En Nicaragua algunas de las cajetas más famosas son: cajeta de leche, leche de burra, cajeta de coco, cajeta de piñonate, cajeta de coyolito, cajeta de maní y gofios, aunque por supuesto existe una enorme variedad más de cajetas que se producen y comercializan en el país a menor escala.

En todo buen restaurante nicaragüense debe haber cajetas disponibles en gran variedad, ya que tienen gran fama por sí solas entre la población nicaragüense, de manera que se espera que la rotación de este producto sea de mediana a elevada. SERGASCO, S. A. (2022) plantea que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa hay disponibilidad de cajetas en todo momento, las cuales se venden en presentación de “bandeja” sellada con múltiples unidades adentro, con el

fin de mantener tanto la asepsia del producto como la calidad de su presentación; la idea de poner múltiples unidades dentro del paquete es el lograr poner variedad de sabores dentro de él.

- Cosa de horno



Figura 16

Cosa de horno

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

En Nicaragua la cosa de horno es muy típica de los vendedores ambulantes, aunque también se encuentra fácilmente en los mercados, pulperías, panaderías y demás comercios del país. Es posible describir la cosa de horno como una repostería de textura seca con sabor a una mezcla de maíz, mantequilla, queso y azúcar; aunque dentro de la mezcla también se puede agregar leche agria para hacer que su sabor mejore mucho más.

Por ser un producto famoso de las calles y ser 100% nicaragüense, es innegable que la cosa de horno tiene un lugar muy sólido ganado dentro de la escogencia de postres de los paladares de los ciudadanos del hermano país, por ello SERGASCO, S. A. (2022) indica que hay disponibilidad de postres en todo momento, esperando que la rotación del producto sea de mediana a elevada para que se mantenga un flujo coherente de cosa de horno y el producto no se estanque, ni se acabe.

- Pío V



Figura 17

Pío V

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El Pío V (pronunciado “Pío Quinto”) es un postre 100% nicaragüense que consta básicamente de tres elementos que le conforman: un bizcocho (o mejor conocido como base, tal como si fuera un pastel), una sopa borracha (mezcla de azúcar, canela, ron y agua) y un atol de maicena (mezcla de maicena, leche, huevos, ron y azúcar) con pasas o uvas deshidratadas como complemento para la presentación del producto.

Esta interesante mezcla de elementos da como resultado un postre que es posible describir como una torta fría, de textura muy similar a la de un Tres Leches, pero con un sabor muy característico que deriva mayormente de la mezcla de la maicena, la canela y el ron. El Pío V es también un postre muy popular y muy interesante de probar, aunque es necesario mencionar el hecho de que debe permanecer refrigerado para poder conservar la calidad de su textura, lo cual le convierte en un alimento que genera mayores costos y es más difícil de encontrar (en términos de que no es común encontrarlo en la calle, con vendedores ambulantes o en pulperías).

En el caso de Nicaragua en tu Mesa, SERGASCO, S. A. (2022) explica que hay disponibilidad de Pío V en el restaurante y se ajusta según la rotación que vaya teniendo el postre como tal, ya que -por temas de costos de electricidad- se plantea que los alimentos refrigerados sean producidos y distribuidos en las recámaras acorde a su rotación y popularidad

dentro de las opciones del menú, de manera que las mermas y desperdicios se vayan minimizando o mitigando conforme se atraviese la curva de aprendizaje del negocio.

- Buñuelos



Figura 18

Buñuelos

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Los buñuelos son una verdadera delicia 100% nicaragüense que, al igual que muchos de los postres, resultan ser una excelente opción muy fácil de encontrar en los mercados, negocios informales y ofertados por los vendedores ambulantes con muchísima regularidad. Tienen una característica forma redonda y regularmente se sirven de 3 a 5 unidades de buñuelos por porción de postre.

Este excelente manjar se elabora a partir de la mezcla de una masa de yuca frita y queso, a la cual se le da forma redonda y se le adereza con una “miel” que se elabora a base de agua, azúcar, limón y canela. La forma tradicional de comerlos es dejándolos reposar en dicha “miel” por un par de segundos hasta que el buñuelo se humedezca y, posteriormente, se consume.

SERGASCO, S. A. (2022) indica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa hay disponibilidad de buñuelos, los cuales se comercializan en presentación de bandeja con 4 unidades de buñuelos y miel aparte. Sin duda alguna los buñuelos son una excelente opción de postre que tiene una gran fama y forma parte importante de la gastronomía nicaragüense, una

muestra más de que en Nicaragua la gastronomía es sumamente amplia y los sabores son muchísimos.

- Rosquillas somoteñas



Figura 19

Rosquillas somoteñas

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Rosquilla es un nombre que muchas personas están acostumbradas a escuchar a lo largo de la región centroamericana -e incluso latinoamericana en general- es posible encontrar rosquillas en distintas presentaciones, tamaños y colores, pero todas tienen un común denominador: su forma circular. Se hacen en base a una mezcla de harina de maíz, queso rallado, leche y para un tipo específico de rosquillas, un poco de dulce (que procede de una mezcla principalmente hecha a base de azúcar y se pone al centro).

En Nicaragua existen dos tipos de rosquillas que las personas aprecian mucho, los dos tipos son: rosquillas somoteñas y rosquillas rivenses, cuyos nombres derivan de Somoto -municipio del departamento de Madriz- y el departamento de Rivas respectivamente. En temas de sabor y preferencia, todo depende de la elección personal; las rosquillas rivenses tienen un sabor lácteo -derivado a su mezcla con queso-.

Lo cierto es que las rosquillas somoteñas son las únicas que a nivel de país se manufacturan con elementos esenciales como: un buen empaquetado, información nutricional, etiquetas y con todas las reglamentaciones correspondientes a la asepsia del producto como tal;

las rosquillas rivenses, por otro lado, aún no han conseguido llegar a dicho nivel de presentación del producto. Por lo antes mencionado, SERGASCO, S. A. (2022) indica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa existe disponibilidad de rosquillas somoteñas empacadas, cuya forma de adquirirlas es por medio de distribuidores costarricenses capaces de importar dicho producto satisfactoriamente.

- Raspados



Figura 20

Raspado

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Raspados, una delicia conocida en casi toda Centroamérica por su sencilla forma de preparación y refrescante sensación tras su consumo, llamados de muchas formas diferentes (en Costa Rica son copos o granizados, por ejemplo) y siendo el sustento de múltiples vendedores ambulantes que salen cada día a venderlos con sus carritos bajo el sol, en las calles de toda Nicaragua.

Un raspado está conformado por elementos muy sencillos: hielo y aderezos -o siropes- de sabores dulces (tales como uva, coco, chocolate, vainilla, etc.), se le pueden agregar otros elementos tales como barquillos, leche en polvo, leche condensada, repostería deshecha, entre otros. Es necesario recalcar que los raspados nicaragüenses tienen siropes de textura más densa -es decir, menos líquida- que los copos/granizados de Costa Rica, por ejemplo, esto se debe a que las mezclas de los raspados nicaragüenses son hechas a mano por las personas que les

comercializan, y el paladar nicaragüense no está acostumbrado a los raspados que lleven una sustancia como el sirope de Kola, por ejemplo.

Dada su fácil composición de hielo triturado y aderezos puestos encima, SERGASCO, S. A. (2022) no duda que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa hay disponibilidad de raspados en todo momento, añadiendo mezclas preparadas en el restaurante cuya textura y sabor sería similar a los raspados consumidos comúnmente en Nicaragua, y manteniendo una variedad de al menos seis sabores distintos disponibles (que por supuesto, también se pueden mezclar entre sí).

- Posicles



Figura 21

Posicles

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Llamados de diferentes maneras según la región o país en la que se esté, los posicles o “helados en bolsa” son un invento tan sencillo como común, no es más que un simple helado casero; puede ser elaborado a base de cualquier fruta, mezcla de frutas o mezcla de elementos alimenticios como chocolate, vainilla, avena, nueces (comúnmente maní), etc. Su elaboración es muy sencilla: se elabora una mezcla, se pone en una bolsa plástica sencilla y se mete al congelador hasta que se solidifique; sin duda una solución casera muy sencilla para aliviar el calor y recordar cuando éramos niños.

SERGASCO, S. A. (2022) indica:

El tener posicles disponibles en el menú de Nicaragua en tu Mesa es una forma sencilla, económica y llamativa de llamar la atención de consumidores y potenciales consumidores de nuestro comercio; una alternativa sencilla, económica y muy llamativa para atraer el apetito de los clientes.

En el restaurante Nicaragua en tu Mesa el nombre según menú es “posicle”, dado que es la forma en la que se les llama a estos helados en la región norte de Nicaragua, un nombre llamativo que -se relata- deriva del nombre “Pop-Sicle”, una marca de helados de Estados Unidos que en las décadas de los 70 y 80 eran importados al hermano país. Por un error de pronunciación, a los “Pop-Sicle” se les empieza a decir sencillamente “posicles” y desde entonces son comercializados con tan pintoresco nombre.

Se espera que la rotación de estos sencillos helados caseros sea alta, dado que son económicos, llamativos y refrescantes. Sin duda alguna un buen complemento para saciar el antojo de algo dulce y refrescante.

- Atolillo



Figura 22

Atolillo

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Por último, pero no menos importante, en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se puede encontrar disponible en el menú el atolillo nicaragüense, un postre 100% típico del hermano país que es hecho a partir de una sencilla mezcla de: arroz, agua, leche, azúcar, vainilla y canela -en polvo o en rajas- al gusto. A la mezcla también se le puede añadir ron, dándole un sabor único que deriva de la mezcla del postre con el espíritu de caña de azúcar.

Este es un postre sencillo, fácil de preparar y que sin duda alguna tiene un lugar muy sólido en los corazones y paladares nicaragüenses; el hecho de que deba mantenerse refrigerado es un impedimento para su venta en negocios informales o para vendedores ambulantes, pero en Nicaragua es igual de común encontrar en panaderías y comercios que cuentan con cámaras de refrigeración.

En el restaurante Nicaragua en tu Mesa SERGASCO, S. A. (2022) indica que existe disponibilidad de atolillo nicaragüense en todo momento, debido a que es un postre muy característico de la gastronomía nicaragüense y es muy sencillo de preparar. Sin duda alguna se espera que el atolillo sea un producto bien recibido por los clientes.

3. BEBIDAS

a. No alcohólicas

- Fresco de cacao



Figura 23

Fresco de cacao

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El fresco de cacao es uno de los más aclamados y consumidos en los comercios gastronómicos de Nicaragua, es un fresco de sencilla preparación cuyos ingredientes son: leche, semilla de cacao, arroz blanco, canela, clavo de olor y azúcar. Es posible encontrarle hasta en los comercios gastronómicos de más alto nivel dentro del territorio nicaragüense, de manera que además de ser una excelente opción para ofrecer en el menú del restaurante Nicaragua en tu Mesa, el fresco de cacao llama fácilmente la atención de todos aquellos clientes que ya han consumido productos propios de la gastronomía nicaragüense y hayan degustado dicho producto previamente (o quienes deseen explorar un nuevo sabor).

SERGASCO, S. A. (2022) indica “El fresco de cacao es una prioridad en el menú de Nicaragua en tu Mesa, en ningún momento puede faltar y debe ser hecho con medidas y porciones que garanticen el mismo sabor y calidad cada día”.

En el restaurante Nicaragua en tu Mesa se plantea tener disponibilidad de fresco de cacao en todo momento, de manera que este fresco es considerado como un indispensable en la cocina y su abastecimiento debe ser suficiente; de igual manera se oferta al público el fresco de cacao en presentación polvo, un cereal que al ser mezclado con porciones de leche y agua resulta en tan delicioso manjar típico de Nicaragua.

El fresco de cacao, tanto en presentación para consumo en el restaurante como en presentación para llevar y consumir en el hogar, es preparado desde cero en la cocina; esto se debe a que es la única manera confiable en la que se puede dar fe de la calidad de los elementos y la preparación de dicho refresco. El fresco de cacao está en todas partes en Nicaragua, de manera que es imposible administrar un comercio dedicado a la gastronomía nicaragüense y no tener fresco de cacao disponible.

- Fresco de chicha



Figura 24

Fresco de chicha

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El refresco o “fresco” de chicha nicaragüense es todo un clásico dentro de la oferta de bebidas en los comercios gastronómicos de Nicaragua, e incluso en los principales mercados de Managua es posible encontrar establecimientos dedicados únicamente a la comercialización de chicha, tanto lista para ser consumida en dichos comercios como en presentación para llevar y preparar en casa. Tiene un sabor dulce característico y un color rosado muy llamativo y fácil de apreciar, con un fondo comestible derivado de la mezcla de maíz con otros ingredientes.

La chicha se prepara a base de maíz blanco, piña, jengibre, vainilla, azúcar y esencia de frambuesa; para ayudar a dar su color característico se puede hacer uso de colorante rojo vegetal en mínima cantidad. Este refresco es técnicamente sencillo de preparar, siendo el más largo de sus pasos el de remojar el maíz -proceso que dura toda la noche-. De cualquier manera, en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se plantea que haya disponibilidad de refresco de chicha en todo momento.

Tener disponible en el restaurante la presentación de chicha para llevar y preparar en casa es una ventaja, dado que esta es una práctica común en los hogares nicaragüenses; en Nicaragua la chicha para preparar en casa es posible encontrarla comúnmente en supermercados, pulperías y demás comercios relacionados a la distribución de productos de

consumo masivo. Sin duda alguna, SERGASCO, S. A. (2022) afirma que la oferta de chicha en el restaurante Nicaragua en tu Mesa, tanto servida en el restaurante como para llevar, es una excelente idea desde la perspectiva de que este refresco es común y apreciado en los hogares nicaragüenses.

- Fresco de grama



Figura 25

Fresco de grama

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.



Figura 26

Planta de grama

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El fresco de grama es un refresco tradicional 100% nicaragüense, originario del departamento de Granada, es común que las personas -turistas y nacionales- que visitan Granada opten por acompañar su platillo de vigorón con un fresco de grama servido bien frío. La grama es una planta muy común que se encuentra en muchos de los hogares latinoamericanos, pero no es muy un hecho usual que las personas sepan que pueden crear un excelente refresco a base de esta planta.

El hecho de preparar la grama en sí es muy sencillo: la grama se corta y se deja secar durante unos días (en forma de moños). Posteriormente, al momento de preparar el refresco de grama se siguen los siguientes pasos: se ponen a hervir 4 moños de rama por cada 1.5 L de agua aproximadamente, y a la mezcla añadir ½ taza de limón, azúcar al gusto y un punto de sal.

Dado su sencillo proceso de preparación, SERGASCO, S. A. (2022) indica que la grama está expuesta como una de las opciones del menú y servida en el restaurante, se espera que su disponibilidad sea en todo momento, aunque la materia principal -es decir, la grama- debe ser adquirida por distribuidores costarricenses, de manera que es necesario encontrar una persona física o jurídica que tenga disponibilidad en grandes cantidades de dicho producto.

- AtoI



Figura 27

AtoI

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El atol nicaragüense es una excelente bebida para los días lluviosos, uno de los favoritos de los nicaragüenses que viven en las zonas más frías del país. Este es posible encontrarlo en varios comercios gastronómicos -formales e informales- de Nicaragua, al igual que en los mercados de los diferentes departamentos y también con vendedores ambulantes; igualmente es muy común que el atol se prepare en los hogares nicaragüenses, sobre todo en días en los que se tiene antojo de una bebida caliente que tenga un excelente sabor dulce.

Para hacer un buen atol, los elementos que se deben tener son: maíz tierno desgranado, agua, leche de vaca, azúcar y canela. El maíz desgranado se procesa en un molino y posteriormente se pone a hervir en leche con los demás elementos para que tome el sabor y consistencia característicos de un buen atol nicaragüense. Se sirve caliente y se le agrega canela en polvo al gusto encima.

A nivel del restaurante Nicaragua en tu Mesa, SERGASCO, S. A. (2022) afirma que se tiene disponibilidad en todo momento; al igual que el pinolillo, este es preparado desde cero en la cocina del restaurante, principalmente porque es la manera tradicional de hacerlo, pero además porque -a diferencia de otras bebidas típicas nicaragüenses- el atol no puede ser comercializado en presentación para llevar y preparar en el hogar.

- Fresco de pinolillo



Figura 28

Fresco de pinolillo

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El pinolillo es una bebida 100% nicaragüense de gran fama que nos demuestra una vez más lo exquisita y variada que puede llegar a ser la oferta gastronómica del hermano país. El pinolillo es un producto de alto consumo que tiene gran presencia en los hogares nicaragüenses, es posible encontrarlo fácilmente en los comercios gastronómicos del país y su éxito en territorio nicaragüense es tal que -al igual que los frescos de chicha, cacao y otros productos- es comercializado en presentaciones para llevar y preparar en casa, es decir, es posible comprar la mezcla en polvo de pinolillo listo para preparar (proceso es llevado a cabo a nivel industrial, con etiquetado, estándares de calidad e información nutrimental correspondiente).

Esta bebida típica ancestral se compone de dos principales elementos: maíz blanco tostado y semillas de cacao, ambos muy bien molidos; para lograr dar con su sabor característico se hace uso de otros elementos/especies alimenticias como canela, pimienta, clavo de olor, azúcar, etc. Al momento de su preparación nada más se debe agregar agua, azúcar al gusto y hielo; si la persona así lo prefiriese también se puede preparar con leche de vaca, una mezcla que le añade un sabor lácteo exquisito al pinolillo, práctica que es muy común dentro de los hábitos alimenticios de las familias nicaragüenses.

En el caso del restaurante Nicaragua en tu Mesa, SERGASCO, S. A. (2022) plantea que el pinolillo que está ofertado en el menú, el cual es hecho desde cero, ya que las presentaciones de pinolillo empaquetado que es posible encontrar en el mercado nicaragüense no hacen verdadera justicia a la calidad del sabor del pinolillo tradicional nicaragüense, hecho que puede deberse a la calidad -o cantidad- de los elementos utilizados, y porque es entendible que en las industrias se busca disminuir costos en todo momento.

El proceso entero desde la selección del maíz y hasta tener el producto terminado va a ser llevado a cabo manualmente, y en el restaurante Nicaragua en tu Mesa también está la posibilidad de comprar pinolillo en polvo para llevar y preparar en casa.

- Frescos naturales (llamados “batidos en agua” en Costa Rica)



Figura 29

Frescos naturales

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Los refrescos naturales (comúnmente conocidos como “batidos en agua” en territorio costarricense) son refrescos hechos a base de frutas (o mezclas de frutas), agua, azúcar (al gusto y de ser necesario) y hielo. Los refrescos naturales son sumamente comunes en la región centroamericana -y el resto del mundo, por supuesto-, hecho que se debe principalmente al clima tropical y la variedad de frutas que se encuentran a lo largo de la región; las frutas utilizadas para elaborar los refrescos naturales pueden variar según la región -clima, altitud, etc.- y la temporada del año en la que nos encontramos. También dentro de la selección de refrescos naturales es posible encontrar opciones con agregados -no frutas- como chía, linaza, avena y otros elementos.

Dada la sencillez de preparación de los distintos refrescos naturales, SERGASCO, S. A. (2022) plantea que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se cuenta con disponibilidad de refrescos naturales en todo momento, puesto a que son un excelente complemento para cualquier tipo de alimento que pueda ser consumido por los clientes, además de que son refrescantes y una opción segura para quienes gusten de refrescarse con estas opciones saludables.

Dado que las frutas disponibles en el mercado varían todo el tiempo, los sabores de refrescos naturales disponibles en el restaurante pueden variar; la disponibilidad de refrescos naturales del día es mencionada por los colaboradores del restaurante a los clientes, quienes

pueden escoger su opción preferida en el momento. También está la posibilidad de mezclar dos o más frutas, a escogencia del cliente, añadiendo un precio adicional.

La venta de refrescos naturales es algo que no se puede esquivar, dado que son una alternativa confiable en todo comercio gastronómico, fáciles de preparar y muy ricos.

- Pozol con semilla de jícaro



Figura 30

Pozol con semilla de jícaro

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El pozol o “pozole” como tal es una bebida ancestral originaria de México, su consistencia es espesa y su color es muy parecido al blanco; es muy nutritiva y con un excelente sabor que deriva de la mezcla de todos los componentes que se juntan para hacer dicha bebida. Por otro lado, el pozol con semilla de jícaro es una variante nicaragüense del tradicional pozol mexicano, al cual se le agrega, entre otros ingredientes, semilla de jícaro.

Esta bebida, al igual que muchas otras bebidas están ofertadas en el restaurante Nicaragua en tu Mesa, es producto de una mezcla principalmente compuesta de maíz y semilla de jícaro, a la cual se le agregan elementos como canela, azúcar y clavo de olor con la finalidad de que su sabor sea mucho mejor. Se sirve caliente, una opción ideal para acompañar los días fríos con una exquisita bebida típica de Nicaragua.

SERGASCO, S. A. (2022) indica que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se cuenta con disponibilidad de pozol con semilla de jícara en todo momento, debido a que Este es uno de los refrescos típicos nicaragüenses más famosos y emblemáticos. En los hogares nicaragüenses es común el consumo de pozol con semilla de jícara, su disponibilidad en el restaurante se considera como necesaria, dada la alta popularidad que tiene este refresco entre las personas del nicho de mercado escogido.

b. Alcohólicas

Es un hecho que las bebidas alcohólicas se encuentran disponibles únicamente para clientes mayores de edad, y es importante aclarar que en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se fomenta el consumo responsable de bebidas alcohólicas; midiendo con profesionalismo las cantidades de alcohol servidas a los comensales y atendiendo con detalle y calidad el área de coctelería y servicio de bebidas alcohólicas.

Dentro de las principales ofertas en bebidas alcohólicas nicaragüenses se encuentran:

- Cerveza Toña



Figura 31

Cerveza Toña

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

La cerveza Toña es, sin duda alguna, una de las marcas líderes de Nicaragua en cuanto a cervezas. De las favoritas por el público nicaragüense alrededor del mundo, Toña representa la calidad de producción que tiene Nicaragua en cuanto a bebidas alcohólicas, siendo además la única cerveza nicaragüense que se exporta de manera oficial a Costa Rica y Estados Unidos.

Según el sitio web de la Compañía Cervecera de Nicaragua S. A. (2016) (www.ccn.com.ni) Toña es “Marca líder de Compañía Cervecera de Nicaragua nacida en 1976. Es la Cerveza tipo lager con excelente balance entre cuerpo y sabor suave que representa las tradiciones y costumbres nicaragüenses”.

No cabe duda de que la cerveza Toña es una de las favoritas del nicho de mercado que Nicaragua en tu Mesa desea abarcar. Se importa por medio de distribuidores locales costarricenses que puedan efectuar dicha operación; se espera que el abastecimiento de cerveza Toña en el restaurante sea suficiente para suplir la demanda.

- Cerveza Toña Light



Figura 32

Cerveza Toña Light

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

La cerveza Toña Light es, sin dudas, una de las más controversiales entre la oferta de cervezas nicaragüenses; un porcentaje importante de personas le tienen entre sus favoritas, pero

otro porcentaje significativo opina diferente, esto se debe a que es la versión *light* de Toña, una cerveza que por sí sola se ha ganado el respeto de los paladares que la han degustado. Lo cierto es que existe un nicho de mercado para ella, ya que dentro de los comensales siempre hay quien opte por una opción menos nociva tras su consumo.

Según el sitio web de la Compañía Cervecera de Nicaragua S. A. (2016) (www.ccn.com.ni):

Toña Light es una cerveza estilo americano con un perfecto balance entre amargor, cuerpo y adecuado nivel de alcohol. Representa una opción para quienes buscan compartir con amigos en cualquier ocasión, mantener un estilo de vida energético y disfrutar de una cerveza ligera al final de su jornada, sin remordimientos.

El restaurante Nicaragua en tu Mesa plantea tener un abastecimiento suficiente, mas no excesivo de cervezas Toña Light disponibles en inventario. Es de conocimiento que existe un mercado para esta cerveza, sin embargo, no es potencialmente grande, por lo que se debe tener cautela en el proceso de compra de dicho producto. De cualquier manera, es certero que existe un nicho de mercado que consume esta opción de cerveza Toña Light.

- Cerveza Victoria Clásica



Figura 33

Cerveza Victoria Clásica

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

La cerveza Victoria Clásica es también una de las favoritas de los nicaragüenses, junto a Toña son las dos cervezas que dominan en el mercado; la inclinación del paladar nicaragüense puede ser hacia cualquiera de las dos principales opciones (cervezas Toña y Victoria Clásica), pero esto no significa que una sea mejor que la otra. Por el contrario, ambas son una opción segura para el deleite del paladar de toda persona nicaragüense que guste del consumo de cervezas, de manera que cualquiera de las dos opciones son un acierto seguro. La cerveza Victoria Clásica también es una gran opción para añadir a vasos michelados.

Según el sitio web de la Compañía Cervecería de Nicaragua S. A. (2016) (www.ccn.com.ni):

La cerveza Victoria Clásica surge en 1926 bajo el nombre de Cerveza Xolotlán. Es la representante del sabor auténtico de la cerveza con fórmula única que ofrece un carácter y sabor inigualables. Su nombre actual hace honor a la victoria obtenida por los aliados en la II Guerra Mundial.

Para el restaurante Nicaragua en tu Mesa, SERGASCO S. A. (2022) indica que en concepto de inventarios, al igual que para la cerveza Toña, debe haber un abastecimiento suficiente ya que se estima que su rotación sea elevada. El proceso se hace por medio de distribuidores locales costarricenses capaces de importar dicho producto.

- Cerveza Victoria (Selección Maestro) -por temporada-



Figura 34

Cerveza Victoria Selección Maestro

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Uno de los clásicos más aclamados de Nicaragua, la cerveza Victoria Selección Maestro es una edición especial de la tan famosa cerveza Victoria. Se puede encontrar disponible únicamente una vez al año, en las fechas cercanas a las festividades decembrinas (regularmente sale a la venta en el mes de noviembre).

Según el sitio web de la Compañía Cervecera de Nicaragua S. A. (2016) (www.ccn.com.ni) la cerveza Victoria Selección Maestro “Es la primera cerveza 100% malta de Nicaragua, la cual cuenta con una fórmula especializada que refleja el arte y tradición de la elaboración de una cerveza de alta calidad”.

En la medida de lo posible, ofrecer esta cerveza es un gran deleite para el restaurante Nicaragua en tu Mesa, ya que representa gran parte de la tradición y cultura nicaragüense, disponible y favorita en las fechas especiales donde las personas se reúnen con sus seres queridos a compartir y disfrutar de buenos momentos.

De acuerdo con SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa el abastecimiento de Victoria Selección Maestro debe ser suficiente, mas no excesivo, dado que es un producto de temporada que, si bien podría tener gran demanda, también es complicado de conseguir en cantidades significativas y además no es muy popular entre el público no nicaragüense, de manera que se convierte en una de las favoritas de un nicho de mercado más pequeño. Al igual que las demás cervezas, se plantea que su abastecimiento sea por medio de distribuidores locales costarricenses capaces de importar dicho producto sin inconvenientes.

- Micheladas (excelente complemento de las cervezas).



Figura 35

Vaso michelado con cerveza

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

Los vasos michelados conforman parte de una manera tradicional mexicana de tomar cerveza, que básicamente consiste en hacer una mezcla de varios elementos dentro de un vaso con hielo, al cual posteriormente se le agrega cerveza para su consumo. Entre los principales elementos que conforman una buena michelada es posible encontrar: jugo de limón, jugo de tomate, pimienta, sal, tamarindo, salsa inglesa y/o salsa Worcestershire, tajín en polvo, chile tabasco, etc. y, por supuesto, la cerveza a elección del cliente.

Si bien las micheladas no son de origen nicaragüense, lo cierto es que esta delicia de origen mexicano ha conquistado un porcentaje significativo de los paladares nicaragüenses; las cervezas micheladas son todo un hecho en los comercios gastronómicos de Nicaragua. Por otro lado, las opciones de elementos que se pueden agregar a una michelada son múltiples, de manera que se puede preparar a gusto del cliente en el momento, añadiendo o quitando ingredientes según el gusto; es un excelente complemento para ofrecer junto a las cervezas Toña y Victoria Clásica que son ofertadas en el menú del restaurante.

En Costa Rica el consumo de micheladas estilo mexicano es relativamente bajo (aunque es posible encontrarlas en restaurantes de comida mexicana o estilo Tex-Mex), se desconoce si esto se debe al poco hábito de consumo o es por la poca oferta que hay de ella en los comercios gastronómicos del país; por el contrario, en Costa Rica es comúnmente visto el consumo de “Chelada”, que consiste en añadir limón y sal únicamente. Es por ello que ofrecer buenas

opciones micheladas además de ser un placer, podría ser considerado como un potencial atractivo para personas que gusten de buenas micheladas en reuniones sociales o familiares, las cuales se encuentran siempre disponibles en el menú de Nicaragua en tu Mesa.

- Ron Flor de Caña



Figura 36

Botellas de Ron Flor de Caña

Nota. Tomado de Google Imágenes, 2022.

El Ron Flor de Caña es un ron nicaragüense de primera calidad con mucha historia y una sólida trayectoria que data desde el año 1890, dicho ron es producido en el departamento de Chinandega, a la sombra del volcán San Cristóbal. Ron Flor de Caña está hecho con los más altos estándares de calidad, producido de manera sostenible y destilado con energía 100% renovable. Ron Flor de Caña es, sin duda alguna, una de las reliquias que han puesto a Nicaragua en el mapa, demostrando que la calidad también puede ser exportada desde países pequeños en vía de desarrollo.

Ron Flor de Caña es posible encontrarlo en varias presentaciones, existe un portafolio de rones añejados entre los 4 y hasta los 30 años (siendo las versiones de 4, 5, 7 y 12 años las más populares); es un hecho que mientras más añejo es el ron, mayor es su valor, por ello las botellas de 18, 25, 30 años y ediciones especiales es menos común verlas en los comercios, ya que son más utilizadas como *souvenirs* o regalos en ocasiones especiales. Por otro lado, además del tradicional ron oscuro, es posible encontrar ediciones de Ron Flor de Caña blanco o

“transparente” (únicamente visto en presentaciones de 4 y 7 años), Ron Flor de Caña sabor coco y, finalmente, Ron Flor de Caña Spresso (sabor café).

Como un comercio gastronómico con sello nicaragüense, el Ron Flor de Caña es un esencial que no puede faltar de ninguna manera en el menú, ya que además de ser galardonado como el mejor ron del mundo, es un producto que representa la calidad de exportación que ofrece Nicaragua al resto del mundo.

Según SERGASCO, S. A. (2022), en el restaurante Nicaragua en tu Mesa se cuenta con un abastecimiento suficiente de botellas de Ron Flor de Caña, en gran variedad de presentaciones y disponibles al público para comprar en calidad de tragos o por botellas. Al igual que todas las bebidas alcohólicas que se planea comercializar en Nicaragua en tu Mesa, el Ron Flor de Caña es adquirido por medio de distribuidores costarricenses capaces de llevar a cabo el proceso de importación.

Precio

El siguiente cuadro elaborado por SERGASCO, S. A. (2022) muestra la lista de precios unitarios de los alimentos que son ofertados en el menú del restaurante Nicaragua en tu Mesa tras la apertura del primer establecimiento en el período 2022-01 en San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica.

De igual manera, SERGASCO, S. A. (2022) indica que la tendencia del menú de Nicaragua en tu Mesa en el corto-mediano plazo es crecer en variedad -tanto de alimentos como de bebidas-, permitiendo agregar nuevas opciones propias de la gastronomía nicaragüense, con la finalidad de ofrecer un menú completo que abarque la mayoría de los alimentos y bebidas típicos del vecino país.

Tabla 2

Tabla de precios del menú del restaurante Nicaragua en tu Mesa, 2022

Fuente: Elaboración propia

Elementos	Precio Menú
Alimentos	
Desayunos (Disponibles de 08:00 a. m. a 11:30 a. m.)	
Típico en tu mesa #1 (gallopinto, huevos al gusto y queso) (acompañado de tortillas)	₡2.600
Típico en tu mesa #2 (gallopinto, huevos al gusto, chorizo, maduro y queso) (acompañado de tortillas)	₡2.900
Típico en tu mesa #3 (gallopinto, huevos al gusto, chorizo, queso y porción pequeña de leche agria (acompañado de tortillas)	₡3.200
¡Vengo con el tigre! (gallopinto, huevo con chorizo al gusto, queso, maduro frito, porción de leche agria y tortillas)	₡3.600
Orden de frijoles en bala con queso y crema	₡2.100
Nacatamal sencillo (cerdo, pollo, vegetariano)	₡2.200
Nacatamal hermoso (cerdo, pollo, vegetariano)	₡2.600
Güirila con cuajada y crema	₡2.200
Orden grande de leche agria (acompañado de tortillas)	₡2.500
Orden de güirilas con cuajada y crema (3 uds de güirila, 2 uds de cuajada)	₡3.200
Platos fuertes	
Baho	₡3.800
Vigorón	₡3.500
Caballo Bayo	₡3.800
Fritanga (pollo, res o cerdo)	₡3.600

Tajadas con queso, boca de carne y ensalada	₡2.500
Indio Viejo	₡3.600
Sopa del día (mondongo, albóndigas, costilla alta, etc.)	₡3.500
Quesillo sencillo (tortilla envuelta con queso, natilla, cebolla picada y sal)	₡2.350
Quesillo doble (doble tortilla, doble porción de queso, con cebolla picada y sal)	₡2.700

Bocas

Tostones con queso y ensalada	₡2.200
Orden tamales pisques (3 uds)	₡2.350
Frijoles molidos con tajadas	₡2.200
Boca de sopa del día	₡2.200
Tajadas con queso	₡2.200
Enchiladas (res, pollo, vegetariana)	₡1.500

Adicionales

Orden de queso/cuajada	₡1.100
Orden de plátanos maduros	₡1.000
Orden de tajadas de plátano	₡1.200
Orden de gallopinto	₡1.200
Orden únicamente frijoles/arroz	₡900

Postres

Orden de cajetas (leche, coco, gofios, coyolito, etc.) (3 uds)	₡1.200
Tres leches	₡1.500
Cosa de horno	₡1.200
Pío V	₡1.500

Atol (vaso)	Ø1.500
Buñuelos (4 uds)	Ø1.500
Rosquillas somoteñas (bolsa sellada)	Ø2.000
Raspados (relleno, fresa, coco, etc.)	Ø1.500
Posicle (banano, maní, galleta, chocolate)	Ø900
Atolillo	Ø1.200

BEBIDAS

Típicas (naturales)

Fresco de Cacao	Ø1.500
Fresco de Pinolillo	Ø1.200
Fresco de Chía con Tamarindo	Ø1.100
Fresco de Grama	Ø1.100
Fresco de Tiste	Ø1.300
Refresco de Chicha	Ø1.300
Frescos de frutas naturales (banano, mora, fresa, etc.)	Ø1.200

Variadas

Café americano (gratis 1 refill)	Ø900
Línea Coca Cola presentación 330 ml	Ø1.500
Rojita presentación 330 ml	Ø1.600
Rojita presentación 2 L	Ø2.800
Kola Shaler presentación 330 ml	Ø1.800
Kola Shaler presentación 1.5 L	Ø2.800
Gatorade varias presentaciones	Ø1.500
Jugos Kerns varias presentaciones	Ø1.100
Agua embotellada 600 ml	Ø1.100
Agua embotellada 1 L	Ø1.600

Carta de Ron

Trago Ron Flor de Caña sabor Coco 4 años (botella 33 Oz)	¢2.000
Trago Ron Flor de Caña Ultra Lite 4 años (botella 25 Oz)	¢2.200
Trago Ron Flor de Caña Gran Reserva 7 años (botella 33 Oz)	¢3.500
Trago Ron Flor de Caña Centenario 12 años (botella 25 Oz)	¢4.000
Trago Ron Flor de Caña 18 años (botella 25 Oz)	¢5.000

Cervezas

Toña 330 ml	¢1.700
Toña Lite 330 ml	¢1.700
Victoria Clásica 330 ml	¢1.600
Victoria Frost 330 ml	¢1.600
Victoria Selección Maestro (en temporada)	¢1.600
Moropotente sabor variado 330 ml	¢2.200
Adicional Michelada Mix	¢500
Adicional Chelada Mix	¢500

Canales de distribución

SERGASCO, S. A. (2022) ha delimitado como principal canal de distribución minorista al restaurante Nicaragua en tu Mesa como tal, es decir, el principal canal de distribución es el restaurante, lugar donde los clientes tienen la oportunidad de llegar físicamente y -respetando los protocolos/lineamientos definidos por el Ministerio de Salud- degustar de la oferta gastronómica plasmada en el menú.

Como segundo canal de distribución para el restaurante Nicaragua en tu Mesa planteado por SERGASCO, S. A. (2022) se cuenta con los servicios tercerizados encargados de hacer *express/delivery* (apps como Uber Eats, Pedidos Ya, Didi Foods, etc.), de manera que la

empresa no cuenta con equipo de rodamiento con fin de repartición de productos dentro de sus activos.

Promoción

De acuerdo con la información brindada por SERGASCO S. A. (2022), se aplican una serie de promociones como parte de la estrategia de ventas de Nicaragua en tu Mesa, dentro de estas ofertas se encuentran:

- Ofertas 2x1 en platillos cuya rotación no sea tan elevada.
- Porcentajes de descuento durante todo el mes con tarjetas de bancos específicos.
- Distintos descuentos en días que sean de alta demanda, por ejemplo, cuando haya partido de la Selección de Costa Rica, transmisión de algún evento de categoría mundial, eventos organizados por la administración del restaurante para atracción/fidelización de clientela, etc.

Aparte de las ofertas mencionadas anteriormente, también se cuentan con el sistema de cliente frecuente, en el cual se les da a los clientes una tarjeta con la cual pueden ir acumulando puntos que eventualmente van a poder canjear por los productos que deseen, además de que para el día del cumpleaños de los empleados se les regala la cantidad de puntos equivalentes a un platillo y una bebida en específico que pueden canjear cuando así lo deseen.

Mercadeo directo

El mercadeo directo de Nicaragua en tu Mesa va a ser por medio de sus redes sociales, especialmente en Facebook e Instagram, en estas redes se informa a los clientes sobre distintos aspectos importantes, por ejemplo: información de horarios, anuncios de eventos, promociones, información de contacto, dirección, menú, entre otros.

Marco teórico

Mercado

Según Hernández, Araceli (2014) el mercado es: “Es ese momento donde los vendedores y los compradores se comunican para la compraventa de un producto o un servicio” (p. 15).

Para SERGASCO S. A. (2022), su mercado se compone tanto por clientes reales como por clientes potenciales, los clientes reales van a ser todos aquellos nicaragüenses que visiten el lugar, y los clientes potenciales son todas aquellas personas no nicaragüenses quienes puedan llegar a degustar la comida de Nicaragua en tu Mesa, pero que actualmente consumen en restaurantes similares.

Estrategia

Según Kotler y Armstrong (2003): “Es la lógica mediante la cual la unidad de negocio espera lograr sus objetivos de mercadotecnia”. (p.65).

Con base en lo planteado por SERGASCO S. A. (2022) la estrategia por seguir para Nicaragua en tu Mesa va a ser la implementación de promociones 2x1, descuentos y muestras con el fin de dar a conocer el restaurante. Conforme vaya creciendo el centro gastronómico el plan es continuar con las promociones y descuentos con el objetivo de mantener a los clientes y seguir creciendo a nivel de restaurante.

Mezcla de promoción

Uno de los factores fundamentales de las ventas es la promoción, por eso según SERGASCO S. A. (2022) se debe ser precavidos y aplicar la mezcla de promoción que mejor se adapte, con el objetivo de fortalecer e incrementar las ventas de Nicaragua en tu Mesa y conforme el centro gastronómico vaya creciendo así poco a poco se va a poder ir ampliando la variedad de platillos y bebidas, con el fin de tener un menú lo más amplio y variado posible.

Mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia consiste en un grupo de herramientas estratégicas como lo son el producto, el precio, la plaza y la promoción, lo que se hace es que estos cuatro elementos se mezclan para obtener lo que el mercado meta necesita (Kotler y Armstrong, 2003).

En el caso de Nicaragua en tu Mesa, la estrategia por seguir sería la de siempre mantener activas las redes sociales, dando a conocer diversas promociones 2x1 o descuentos, mantener siempre un precio accesible para toda la población, logrando que en el local se mantenga siempre un ambiente ameno y familiar, pero todo esto sin dejar de lado la calidad del producto.

Competencia

La competencia consiste en todos aquellos distribuidores o productos que se encuentran en el mismo nicho de mercado que una línea determinada de estos.

En el caso de Nicaragua en tu Mesa la competencia se encuentra en todos aquellos restaurantes o sodas que venden platillos nicaragüenses, por lo que Nicaragua en tu Mesa tiene esa responsabilidad de hacer los productos con la mejor calidad y así poco a poco ir superando a la competencia.

Mercado meta

Se define como: “El segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing” (Kotler, 2003)

El mercado meta viene a ser ese sector de la población a la que se va a dirigir SERGASCO S. A. (2022), y este se selecciona tomando como referencia ciertas características que establecen un patrón de consumo.

De acuerdo con lo mencionado por SERGASCO S. A. (2022), ya se tiene identificado al mercado meta y se le va a estar dando un seguimiento a su conducta de consumo con la finalidad de siempre estar mejorando y aplicando el mercado meta.

Distribución

La distribución consiste en la manera rápida, efectiva y eficiente en la que los productos o servicios de la empresa van a ser repartidos a los intermediarios o a los consumidores.

En el caso de Nicaragua en tu casa los productos van a ser distribuidos de 2 maneras: la primera es en el centro gastronómico propiamente para todos aquellos clientes que deseen y a comer en el lugar, y la segunda manera va a ser por medio de terceros, entre estos están: Rappi, Pedidos Ya, Uber Eats, Didi Food, entre otros.

Canal de distribución

“Un canal de distribución es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial” (Kotler y Armstrong, 2003, p.1).

Según lo comentado por SERGASCO S. A. (2022), Nicaragua en tu Mesa cuenta con un punto central, el cual es el restaurante para la adquisición de productos, también cuentan con la opción de servicio exprés por medio de terceros, como Uber Eats, Pedidos Ya, Didi Food, entre otros.

Plaza

La plaza se define como: “El lugar donde el intercambio entre producto/servicio y dinero se lleva a cabo” (Belch y Belch, 2005, p.13).

De acuerdo con SERGASCO S. A. (2022), el centro gastronómico Nicaragua en tu Mesa cuenta con las instalaciones apropiadas para poder recibir a los clientes que deseen ir a comer al restaurante directamente, así como su espacio para servicio exprés en donde se atienden los pedidos de todos aquellos que quieran ir a comprar para llevar, así como los pedidos que sean realizados por medio de terceros (Uber Eats, Pedidos ya, Didi Food, Rappi, entre otros).

Precio

Para Romero (1997), el precio de un producto es: “el importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto” (p. 130)

De acuerdo con SERGASCO, S. A. (2022) “Los precios establecidos en el menú han sido estudiados con el fin de ser accesibles, generar popularidad y permitir a Nicaragua en tu Mesa atender un gran sector de la población, que dentro de sus principales opciones tienen los lugares con precios accesibles”.

Promoción

La promoción es aquel método que se utiliza para poder entablar esa comunicación con los clientes. Esta es la manera más directa de hacerlo, por lo que es de gran importancia que toda promoción que se vaya a hacer sea dirigida directamente al público meta y así lograr el objetivo.

Algunas de las herramientas que Nicaragua en tu Mesa utiliza para la promoción de sus productos son: las redes sociales -tanto Facebook como Instagram-, las pancartas, los anaqueles, además de que se hacen eventos en el restaurante con el objetivo de darse a conocer en sus alrededores y poco a poco ir alcanzando su mercado meta.

Cliente

Los clientes van a ser aquellas personas que terminen adquiriendo el producto o el servicio de la empresa.

Para Nicaragua en tu Mesa los clientes van a ser todas aquellas personas que lleguen al centro gastronómico a degustar los distintos platillos y bebidas ofertados en el menú, así como todos aquellos que ordenen la comida por medio de las distintas plataformas (Uber Eats, Rappi, Pedidos ya, Didi Food, entre otros).

Percepción

La percepción consiste en cómo los clientes van a visualizar o comparar los productos o servicios de una determinada empresa.

En el caso de Nicaragua en tu Mesa, este tiene como objetivo sobresalir, no solo por ser un centro gastronómico pionero en ser un restaurante 100% dedicado a la gastronomía nicaragüense, sino que sus platillos sobresalgan por la calidad con la que fueron preparados, y porque cada una de las opciones del menú tenga un precio que sea accesible para toda la población y no solo para un sector en específico.

Empresa

Una empresa consiste en un grupo de personas que tienen un objetivo en común, y es el de brindar un bien o servicio para lograr satisfacer alguna necesidad en específico de un sector determinado de la población.

En el caso de Nicaragua en tu Mesa el hecho de que todos los colaboradores de dicho centro gastronómico trabajen con el mismo fin les va a permitir lograr su objetivo, que es el de satisfacer las necesidades de un sector que actualmente se encuentra desatendido, y es el sector nicaragüense.

CAPÍTULO III
Marco Metodológico

Enfoque de la investigación

Según SERGASCO, S. A. (2022), el enfoque de la investigación que da soporte al estudio de factibilidad del restaurante Nicaragua en tu Mesa es mixto, ya que la suma de los enfoques cuantitativo y cualitativo se complementan muy bien para dar coherencia y forma al proyecto, no solo desde el enfoque financiero -que desde luego es esencial, pues se pretende establecer un negocio rentable-, sino también desde la perspectiva del capital humano y de los clientes que dan vida al proyecto, tomando las opiniones y los datos que se puedan obtener de todo tipo de fuente con el objetivo de preservar la visión hacia la mejora constante.

Aunque el enfoque de la investigación sea mixto, a continuación se desglosan los principales aspectos cuantitativos y cualitativos que se toman en cuenta para abarcar los hechos que competen e interesan a Nicaragua en tu Mesa.

En cuanto a factores cuantitativos, SERGASCO, S. A. (2022) ha definido que los elementos esenciales por tomar en cuenta para el restaurante Nicaragua en tu Mesa son:

1. Datos contables del negocio:

Según SERGASCO, S. A. (2022) se pretende analizar y poder tener un amplio conocimiento acerca de los datos de carácter contable del negocio, en aras de mantener un flujo de efectivo coherente y supervisado, de manera que se minimicen los costos y se puedan aprovechar al máximo los recursos de los que se dispone a través del ejercicio comercial del restaurante Nicaragua en tu Mesa tras su apertura.

Toda la cadena de valor del restaurante Nicaragua en tu Mesa debe estar supervisada y medida, de manera que los desperdicios de alimentos y demás recursos deje -paulatinamente- de ser una opción. Más allá de la curva de aprendizaje del negocio, se pretende que la administración del restaurante sea responsable, permitiendo al negocio enfocarse en generar dividendos suficientes que posteriormente se usan en pro del bienestar y crecimiento del negocio, generando más empleo y más oferta de gastronomía nicaragüense de calidad en Costa Rica.

2. Factores comerciales:

Con “factores comerciales” SERGASCO, S. A. (2022) se refiere a los aspectos numéricos relacionados directamente con el negocio y el bienestar de este, además de su permanencia en el mercado costarricense.

Es importante tener una noción clara del porcentaje de mercado que Nicaragua en tu Mesa puede abarcar, tener una claridad acerca de los movimientos de la competencia, procurar la constante mejora y -al ser una opción de calidad superior en relación con la demás oferta existente- hacer uso de la ventaja competitiva que se tiene durante el tiempo que dure en aparecer la competencia en la misma gama de productos alimenticios nicaragüenses de calidad; de manera que se pretende estar en constante estudio acerca de la condición del mercado y cómo sacar mejor provecho de cada situación.

En cuanto a los aspectos cualitativos del negocio, SERGASCO S. A. (2022) ha definido enfocarse en los siguientes elementos de gran importancia para el negocio:

1. Satisfacción de los colaboradores:

SERGASCO, S. A. (2022) menciona que tomar en cuenta al capital humano de Nicaragua en tu Mesa es una práctica muy conveniente y necesaria, ya que garantiza un ecosistema laboral saludable y aumenta la productividad durante la jornada laboral, por ello es importante tomar en cuenta los aspectos cualitativos que incluyen el activo más importante del negocio: su gente.

Según SERGASCO, S. A. (2022), para Nicaragua en tu Mesa todo lo bueno que se refleja de un colectivo de trabajo viene desde adentro, los buenos valores y la calidad en la atención al cliente -al igual que la mejora y crecimiento constante- son cosas que se inculcan e instruyen adentro y se reflejan afuera; tener un personal bien capacitado es responsabilidad de la administración, tomar en cuenta sus aportes, necesidades y opiniones en todo momento solidifica un equipo de trabajo basado en confianza y buenas costumbres de trabajo en equipo al servicio de los demás.

2. Satisfacción de los clientes:

La satisfacción de los clientes es el indicador más claro del avance o retroceso del negocio como tal, por ello es importante permanecer atentos a toda retroalimentación recibida por parte de los clientes -recurrentes, nuevos y potenciales- en todo momento.

SERGASCO, S. A. (2022) afirma que un negocio sin clientes deja de ser un negocio, por lo tanto, y a través de herramientas como encuestas de satisfacción, espacios de quejas/sugerencias e incluso contacto directo con ellos, Nicaragua en tu Mesa se compromete a tomar en cuenta los aspectos cualitativos que involucran la satisfacción, tranquilidad y bienestar de todos los clientes del restaurante.

El enfoque mixto que va a ser puesto en práctica para Nicaragua en tu Mesa por SERGASCO, S. A. (2022) busca garantizar la prosperidad del negocio y sus colaboradores.

Diseño de la investigación

Diseñar la investigación como tal es una herramienta poderosa para el bienestar del negocio, pues se definen de manera concreta todos los parámetros de la investigación que se desean perseguir y se traza un camino más claro de hacia dónde se pretende dirigir la investigación; se alinean las preguntas y los parámetros con las respuestas y objetivos de la investigación como tal. En este caso, dicha investigación gira totalmente en torno a la prosperidad del restaurante Nicaragua en tu Mesa dirigido por SERGASCO, S. A. (2022).

“El diseño de la investigación determina qué preguntas deben formularse y responderse, cómo y cuándo reunir esos datos y cómo analizarlos” (Lamb, Hair y Mc Daniel, 2006, p.270).

La función número uno de un buen diseño de investigación es determinar qué preguntas formular y qué queremos obtener a cambio, definir muy bien cuáles son los datos y hechos más competentes al negocio que se desean analizar y desglosar por medio de la investigación realizada.

Para el restaurante Nicaragua en tu Mesa se ha definido que el diseño de la investigación, es el siguiente:

Seccional

Regularmente, en este tipo de investigación se explora y estudia a una comunidad específica durante un período de tiempo determinado. La investigación seccional a su vez permite medir múltiples variables con un mismo estudio, además de ser una alternativa generalmente económica.

Según Bernal (2006): “Recoge información del objeto de estudio en una oportunidad única” (p. 121).

La mayor desventaja es que, al ser hecha con base en un período de tiempo determinado, posteriormente se tiene que hacer una investigación seccional nuevamente. Otra desventaja que se debe tomar en cuenta es que regularmente la escogencia de la muestra es aleatoria, proceso tras el cual se podría dejar fuera a una muestra poblacional importante -o bien, podría sobrepoblarse la investigación como tal-.

SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa define que tras la apertura y puesta en operación del negocio como tal, la investigación seccional viene siendo una herramienta poderosa ya que permite -a rasgos generales- tener una mayor claridad acerca de la opinión de los clientes, estudiar durante un período de tiempo determinado el comportamiento y satisfacción del consumidor; esto permite definir sobre la marcha los aspectos que deben ser valorados para efectos de mejora y desarrollo óptimo del negocio.

Puntualmente, lo que se desea hacer tras el diseño de investigación seccional es poder estudiar la muestra poblacional escogida y tener la oportunidad de analizar con detenimiento su comportamiento y su relación con el entorno. De esta manera y tras el suficiente estudio, prueba y recolección de datos, es posible adaptar el espacio y la oferta gastronómica hacia lo que los clientes prefieren.

Método de investigación

Analítico

La investigación analítica es muy importante en tanto a la investigación de mercados, ya que a través de ella es posible entender la naturaleza y origen de múltiples fenómenos y generar una medición apropiada de su relación.

SERGASCO, S. A. (2022) indica que para el funcionamiento apropiado del restaurante Nicaragua en tu Mesa la investigación analítica viene siendo una herramienta de gran utilidad, ya que por medio de ella es posible analizar y dar respuesta a ciertas preguntas concernientes al negocio y su productividad como: ¿Cómo satisfacer las necesidades del capital humano? ¿Cómo decrecer o mitigar la tasa de absentismo del capital humano? ¿Cómo superar las expectativas en servicio de un cliente? ¿Cómo generar un ambiente laboral equitativo y saludable para el capital humano?, entre otras preguntas de gran relevancia para el bienestar y desarrollo óptimo de las actividades comerciales del negocio.

“La investigación analítica constituye, entonces, un proceso metódico de búsqueda de conocimiento que tiene por objetivo generar una crítica o una interpretación de un evento de estudio” (Hurtado, 2010, p.444)

El método analítico consiste en identificar un problema, elegir un proceso apropiado, formular una hipótesis acerca del problema, aceptar/modificar/rechazar la hipótesis, dar una solución al problema y finalmente proceder a la medición posterior de las medidas adoptadas como la alternativa ante el problema planteado.

De campo

Una investigación de campo es el proceso en el que se obtienen datos de la realidad y se estudian tal cual como son, sin alterar ni manipular ninguna variable. La investigación de campo se lleva a cabo tal cual en el campo, es decir, en el sitio donde se dan los hechos que se desean investigar/estudiar.

Taylor y Bogdan (1987) señalan que:

El trabajo de campo incluye tres actividades principales. La primera se relaciona con una interacción social no ofensiva: lograr que los informantes se sientan cómodos y ganar su aceptación. El segundo aspecto trata sobre los modos de obtener datos: estrategias y tácticas de campo. El aspecto final involucra el registro de los datos en forma de notas de campo escritas.

Para llevar a cabo una investigación de campo se hace uso de métodos como encuestas, recolección de datos estadísticos, corroboración de variables *in situ* y también se utilizan métodos propios del campo como la observación/análisis, toma de muestras, recopilación de datos, toma de apuntes acerca de los hechos/evidencias disponibles, etc. La investigación de campo, por ser llevada a cabo en el lugar de los hechos, permite que la información obtenida - siempre y cuando se haga de manera correcta- sea más acertada y próxima a la realidad de los hechos.

SERGASCO S. A. confirma que previo a la instauración del restaurante Nicaragua en tu Mesa se lleva a cabo un trabajo investigativo de campo, generando interacción y -por ende- recolección de datos con una muestra poblacional aleatoria de la GAM para realizar encuestas referentes a la instauración del negocio en sí, buscando medir si es una idea de negocio que tiene la oportunidad de gozar de buena aceptación en el mercado costarricense.

SERGASCO, S. A. (2022) indica que dicho proceso de encuesta y recolección de datos para la apertura Nicaragua en tu Mesa se hace en un punto estratégico de San Pedro de Montes de Oca que es regularmente frecuentado por personas de múltiples orígenes, aunque el enfoque sea principalmente encuestar al mercado meta: habitantes de Costa Rica que tengan interés, vínculo o sean de Nicaragua (o que tengan una cercanía cultural/sentimental con el hermano país).

Uno de los principales hechos negativos acerca de la investigación de campo es que se requiere de inversión para que esta sea llevada a cabo, pero cuando es dirigida con suficiente diligencia y con un enfoque hacia los resultados que se desea obtener tras la investigación misma, es posible sacar un enorme provecho de ella. Tras una investigación bien hecha, se pueden obtener respuestas acertadas, y tras las respuestas acertadas se procede a tomar acción

y decisiones en pro de lo que se desea trabajar -o bien, revertir la decisión de tomar acción puesto a que la investigación revela que esta no es factible-.

Tipo de investigación

SERGASCO, S. A. (2022) para Nicaragua en tu Mesa define que, de todos los tipos de investigación, el enfoque es puesto en los siguientes tipos:

Exploratoria

La investigación exploratoria se utiliza -generalmente- para estudiar un problema que no está definido con claridad, por lo tanto, la naturaleza de la investigación exploratoria es comprender el origen y factores alrededor de dicho problema, aunque sin llegar a algún tipo de conclusión o resultados concretos.

La investigación exploratoria requiere que el investigador esté dispuesto a correr riesgos, tener mucha paciencia y ser muy receptivo/abierto ante cualquier inconveniente o resultados que se puedan obtener sobre la marcha; el principal objetivo de la investigación exploratoria es poder responder a las preguntas qué, por qué y cómo. Por otro lado, la investigación exploratoria carece de una estructura definida, por lo que presta la facilidad al investigador de poder tomar el camino que le parezca más sencillo/coherente para llevar a cabo la investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen: “La investigación exploratoria, se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”. (p. 36)

SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa propone hacer uso de la investigación exploratoria como un recurso en el futuro, tras la apertura y puesta en operación del restaurante, ya que la investigación exploratoria es óptima para corregir errores que no fueron tomados en cuenta con suficiente anticipación, de manera que se tiene la opción de corregir sobre la marcha e ir atravesando satisfactoriamente la curva de aprendizaje.

Descriptiva

La investigación descriptiva es la que se encarga de puntualizar -describir- las características de la muestra poblacional de la que se habla en la investigación misma. La investigación descriptiva se centra más en el “qué” que en el “por qué”, en otras palabras, describe al tema de investigación sin dar respuesta a porqué ocurre lo que ocurre. Su función es definir, resumir, dividir y clasificar las características de una población.

Según Tamayo y Tamayo, (1992):

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (p.46)

Las principales características de la investigación descriptiva son:

1. Las variables no están controladas: Lo que sucede con las variables no está en manos del investigador. Ninguna de las variables puede estar influenciadas, puesto que la investigación descriptiva consiste en observar lo que ya está, con el fin de poder analizar a mayor profundidad las características de la población que se está investigando.
2. Es de carácter cuantitativo: La investigación descriptiva, por su naturaleza de ser dirigida hacia aspectos de la muestra poblacional, está supuesta a recolectar datos cuantitativos, que posteriormente puedan ser usados para fines analíticos y de estadísticas de la población que se estudia.
3. Base para investigación de mayor magnitud: La información y los datos obtenidos a partir de una investigación descriptiva pueden ser utilizados en estudios posteriores, que generalmente tienen como objetivo el profundizar más en todos los aspectos relacionados con el comportamiento de la población estudiada.

En cuanto a los principales tipos de investigación descriptiva, el sitio web www.economipedia.com indica que son los siguientes:

1. Método de observación: En este se hace uso de la observación tanto cualitativa como cuantitativa, es uno de los métodos más eficaces para llevar a cabo una investigación descriptiva. El investigador observa y anota lo que sucede, separa los datos cuantitativos de los cualitativos y procede con el resto de la investigación.
2. Método de estudio de caso: Es el más profundo en cuanto al análisis de las personas o grupos de personas. Generalmente conduce a una hipótesis y amplía el alcance de la investigación de un fenómeno; al no tener la capacidad de hacer predicciones precisas, el investigador no debe utilizarlo para intentar definir causa y efecto del fenómeno investigado.
3. Encuesta de investigación: Muy popular y útil al momento de llevar a cabo una investigación, es común que se lleve a cabo en momentos y lugares en los cuales se concentran personas (aulas de clase, espacios de trabajo, lugares públicos, establecimientos, etc.).

Fuentes de información

Las fuentes de información son todo aquello que contenga o genere datos/recursos sobre un tema o un área determinada. Según su nivel de importancia pueden ser clasificadas entre fuentes primarias, secundarias e inclusive terciarias; aunque para efectos del presente estudio de factibilidad, SERGASCO, S. A. (2022) hace uso únicamente de las denominadas fuentes primarias y secundarias con el fin de recolectar información de provecho para la apertura del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Maranto Rivera y González Fernández (2015) indican que: “Una fuente de información es todo aquello que nos proporciona datos para reconstruir hechos y las bases del conocimiento. Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de la información” (pág. 1).

Las fuentes de información tienen tres principales funciones dentro de una investigación:

1. Verificar: Comprobar o examinar la verdad detrás de algo.
2. Proporcionar antecedentes: Facilitar la localización de hechos acontecidos en el pasado, que aún continúan presentes, de manera que la fuente los explica y describe para que el investigador pueda tener información suficiente.
3. Aportar contexto: Aportar explicación de los elementos referentes al entorno sin los cuales no se podría entender la totalidad de la situación o el significado de algo que sucede.

Para SERGASCO, S. A. (2022) las fuentes de información son un activo muy valioso, ya que en todo momento es posible efectuar procesos de mejora o medir la satisfacción de los clientes en cuanto a productos/servicios ofertados, optando por mejorar constantemente.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias, tal cual lo indica su nombre, son las principales fuentes de las que se recoge información al llevar a cabo una investigación. Estas poseen información nueva y original, la información proveniente de las fuentes primarias es la base de la investigación tal cual. Las fuentes primarias deben ser bien identificadas, y distinguidas apropiadamente de las fuentes secundarias, con la finalidad de reconocer bien la estructura de importancia de la información recolectada por el investigador.

Maranto Rivera y González Fernández (2015) indican que:

Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluada por otra persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informes técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos

presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros. (p. 2)

Para SERGASCO, S. A. (2022) las fuentes primarias de información que se estudian son muy importantes y de gran ayuda para el restaurante Nicaragua en tu Mesa previo y posterior a la puesta en operación, puesto que tras la documentación adecuada se pueden tomar decisiones acertadas y dirigidas hacia tener éxito en el cumplimiento de objetivos de la investigación, generando un negocio de gran calidad.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son -generalmente- las creadas posteriormente por gente que no tuvo experiencia en el campo, o que no ha podido observar de primera mano lo que sucedió. Generalmente las fuentes secundarias son textos en forma de enciclopedias, compendios, artículos, etc.

Maranto Rivera y González Fernández (2015) afirman que:

Este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria. (p.2)

Las fuentes secundarias según SERGASCO, S. A. (2022) son también importantes en la recolección de información y bibliografía previo a la puesta en operación de Nicaragua en tu Mesa, pues aportan referencia e información que no se puede dejar de lado, referirse a múltiples fuentes de información es una de las claves del presente estudio de factibilidad en sí. Es importante tener referencias y fuentes de información clara en cuanto a temas administrativos, de calidad y de creación de un buen concepto gastronómico. La idea es generar una idea apropiada, novedosa y atractiva, por lo cual es conveniente documentarse.

Población y muestra

Población

La población es un conjunto de elementos que poseen un parámetro en común entre sí. Naturalmente se podría pensar que una población es un grupo de personas que habitan -o coinciden- en un área geográfica determinada, sin embargo, una población no es únicamente compuesta por personas; una población puede ser cualquier grupo de seres vivos o cosas que se deseen utilizar como un objeto de estudio (mascotas, animales no domésticos, tiendas, establecimientos, etc.).

Tamayo y Tamayo (1997) definen la población como: “La totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (p. 114).

Las principales características de la población son:

1. Los objetos de estudio (principalmente los seres vivos) tienen un ciclo de vida, esto quiere decir que conforme pasa el tiempo la población va cambiando y presentando nuevas características; en vista de esto, no es posible contar con que un mismo estudio va a ser de igual utilidad por más de un período de tiempo determinado.
2. Un objeto de estudio puede pertenecer a más de una población al mismo tiempo, esto depende totalmente de la perspectiva. Por ejemplo, un colectivo de personas que pertenecen a San José, también conforman una parte de la población de Costa Rica, al mismo tiempo que viven en zonas geográficas determinadas.
3. Los estudios realizados a toda una población son muy precisos, no contienen ningún margen de error -excepto por los errores humanos en tanto a la recolección de datos- pero estos no siempre son posibles. Si se tiene por ejemplo a una población conformada por 50 elementos, sería posible investigar a una

población completa en vez de únicamente una muestra, pero sería prácticamente imposible hacerlo para toda una comunidad, ciudad o país.

SERGASCO, S. A. (2022) indica que la población a la que van dirigidos los esfuerzos de estudio para instaurar el restaurante Nicaragua en tu Mesa son personas de origen o nacionalidad nicaragüense, o personas que tengan algún tipo de vínculo con la cultura y gastronomía nicaragüense, por ende la población tiene algo en común.

Tener la capacidad de definir apropiadamente la población es un paso importante previo al comienzo de un proceso investigativo, pues es una manera esencial de hacer efectivos los recursos, ahorrar tiempo/dinero y no desviarse del enfoque principal.

Muestra

$$n = \frac{Z^2(P*Q*N)}{(N-1)E^2+Z^2(P*Q)}$$
$$n = \frac{(1,65)^2*(0,5*0,5*62844)}{(62844-1)(0,10)^2+(1,65)^2(0,10*0,50)}$$
$$n = \frac{42773,1975}{628,566125}$$
$$n = 68,04884291$$

Figura 37

Muestra de la población por estudiar

Nota. Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Datos presentados en el cálculo:

Z: Nivel de confianza

N: Población

P: Probabilidad a favor

Q: Probabilidad en contra

E: Margen de error estimado

n: Tamaño de la muestra

Muy distinta a la población -que es el total de elementos que conforman al objeto de estudio-, una muestra (o también una “muestra poblacional”) es una parte más pequeña del total, es decir, un subconjunto de la población. Por ejemplo, al momento de realizar una encuesta, esta se aplica a una muestra de la población, no al total de la población.

Para que un estudio sea confiable, se requiere que la muestra tenga las mismas características que la población, esto por supuesto va en dependencia del enfoque y perspectiva de la investigación; varios elementos de la población pueden diferir en ciertos aspectos, pero deben coincidir en cuanto a lo que representa el interés del estudio tal cual.

En la fórmula que se muestra a continuación se puede ver que la población de Montes de Oca -según censos oficiales- es de 62.844 habitantes, lo que al aplicar la fórmula correspondiente nos deja como resultado una muestra de 68 personas por encuestar, de las cuales se procura obtener respuestas acertadas por el bienestar de la información que SERGASCO, S. A. (2022) va a procesar previo a la apertura del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Es de importancia aclarar que, en la fórmula, “E” (margen de error estimado) es del 10% por efectos de ser conservadores en tanto que la comida nicaragüense es un hecho medianamente novedoso en la oferta gastronómica actual del mercado costarricense, de manera que el margen de error acrecienta (hecho que desde luego se pretende corregir en el ejercicio comercial del restaurante, dando a conocer dicha oferta gastronómica a la población).

Tipo de muestreo

Aleatorio

Según Lamb et al. (2006), el muestreo aleatorio consiste en: “toda aquella oportunidad que tiene algún individuo o componente de la población de estudio al ser elegido y formar parte de la investigación” (p.9).

En esta investigación se utiliza un muestreo aleatorio, ya que cualquier persona que sea residente de la provincia de San José y que sea mayor de 18 años puede ser seleccionada.

Probabilístico

Según Lamb et al. (2006), el muestreo probabilístico es: “en donde todo elemento de la población tiene una probabilidad estadística conocida de ser seleccionado, también tiene como característica que es posible la utilización de reglas científicas que garantizan que muestra seleccionada si es representativa de la población” (p.9).

El muestreo probabilístico es aplicado a esta investigación de forma que la muestra seleccionada es obtenida por medio de una fórmula, generando así confianza en la información que se recopiló.

Instrumentos

Se citan varios de los tipos de instrumentos que pueden ser utilizados para la recopilación de la información que se necesita para la presente investigación.

El objetivo de esto es ver cuál es el instrumento más factible y que se puede adaptar a la necesidad de la información, ya que dependiendo del problema de investigación así se pone en práctica el instrumento.

Cuestionario

Según Hernández et al. (2010), el cuestionario es: “el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una variable a medir” (p. 217).

Con esta herramienta se recolecta toda la información que sea de relevancia de quienes son los posibles clientes de Nicaragua en tu Mesa, esto permite que exista una visión más amplia de la información que se recopila, logrando así cumplir el objetivo de la investigación.

La utilización del cuestionario como método para la recolección de información tiene dos funciones primordiales, en la primera función se utilizan una serie de preguntas con el objetivo de que las respuestas proporcionen la información necesaria para así poder alcanzar los objetivos de la investigación, y la otra función es la de ser de ayuda para el entrevistador en la tarea de motivar al informante para que este comunique la información que se necesita y que sea válida y confiable.

Para la elaboración del cuestionario que se utiliza en la presente investigación se hizo el uso de diferentes tipos de preguntas, entre estas están las preguntas de filtro, las de opción múltiple y las abiertas. También está la existencia de preguntas específicas de cada variable que ayudan a obtener la información clara y concisa.

En esta investigación se utiliza un cuestionario de 23 ítems que se aplica a cualquier persona cuya edad sea mayor de 18 años y que resida en la provincia de San José.

La información recolectada por medio de la aplicación del cuestionario es vital para así poder conocer el comportamiento de compra del posible cliente de Nicaragua en tu Mesa, sus gustos y sus necesidades, así como que busca y que desea a la hora de visitar un restaurante.

La información previa permite adaptar el restaurante y su entorno a los gustos y necesidades de todos aquellos posibles clientes, esto con la finalidad de crear un ambiente ameno y familiar que sea cómodo, seguro y tranquilo.

Técnicas

Encuesta

Según Kotler y Armstrong (2007), la: “investigación por encuesta: una recopilación de datos primarios a través de preguntas acerca de los conocimientos, las actitudes, las preferencias y los comportamientos de compra de las personas” (p. 114).

Esta encuesta va a ser aplicada a los posibles clientes del restaurante Nicaragua en tu Mesa mayores de 18 años, residentes en San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica.

Mediante la encuesta se logra obtener información que es de primera fuente, esta permite estudiar el comportamiento de compra del mercado potencial que va a tener Nicaragua en tu Mesa, así como aquellos detalles que debe tener el restaurante para incentivar el consumo y ofrecer a cada uno de los clientes platillos que sean de primera calidad, de manera que se logre sobrepasar sus expectativas.

Confiabilidad y validez de la información

Según Hernández-Sampieri (2013) la confiabilidad es: “Un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p.200).

Es de vital importancia que una investigación tenga como fundamento información que sea confiable, esto ayuda a su análisis, logrando así tener una investigación que esté garantizada.

La presente investigación es confiable ya que está fundamentada en la elección de una muestra aleatoria, que representa a la población que se está estudiando, donde cualquier persona que vive en la provincia de San José y que sea mayor de 18 años puede ser seleccionada como parte de la investigación.

El grado de validez que se maneja es alto, ya que se trabaja con un margen de error del 10% y un nivel de confianza de 90%.

Operacionalización de variables

Una variable consiste en aquella particularidad o aquel tamaño que está expuesto a ser analizado o manipulado en una investigación por lo que puede llegar a sufrir cambios (Arias, 2006).

Gracias a una estrategia utilizada con las variables, SERGASCO S. A. (2022) puede ver de forma puntual en qué están fundamentados cada uno de los objetivos de la investigación.

Primera variable: Mercado meta

Definición Conceptual. Según Kotler y Armstrong (2007), un mercado meta consiste en: “El mercado meta es el conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la compañía decide atender” (p. 213).

Definición Operacional. Esta variable tiene como objetivo el dar a conocer cuál es el comportamiento de compra y aquellos aspectos que van a tener en común todos los clientes que decidan ir a visitar Nicaragua en tu Mesa.

Definición Instrumental. Esta variable se obtiene por medio de la aplicación de una encuesta a la muestra de los que van a ser los posibles consumidores del restaurante, por medio de la información que estos brinden de primera mano y que permita marcar el mercado meta del restaurante.

Para lograr medir lo mencionado previamente el cuestionario cuenta con 11 preguntas, a continuación se especifica cuáles son:

El ítem número 1 permite conocer el sexo de las personas que vayan a visitar el restaurante, va a permitir saber quiénes visitan el restaurante.

El ítem número 2 permite tener una idea del distrito de residencia donde se encuentra concentrado el mayor porcentaje de los futuros potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa.

El ítem número 3 permite saber la edad promedio de toda aquella población que llegan a visitar Nicaragua en tu Mesa.

El ítem número 4 brinda la información de cuál sería el presupuesto para consumo en un restaurante de los posibles clientes de Nicaragua en tu Mesa, es decir, cuánto estarían dispuestos a pagar en el acto de consumir en un restaurante.

El ítem número 5 muestra información sobre el ingreso mensual que promedian los potenciales clientes del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

El ítem número 6 permite tener una idea de la frecuencia con la que los potenciales clientes del restaurante Nicaragua en tu Mesa deciden consumir alimentos en comercios gastronómicos.

El ítem número 7 tiene como objetivo definir el comportamiento de consumo de los potenciales clientes, en tanto a si acostumbran a comer en restaurantes por motivos de reuniones familiares, reuniones con amigos, en pareja o solos.

El ítem número 8 brinda información sobre cuáles son los motivos por los que la población va a consumir a un restaurante.

El ítem número 9 muestra un panorama sobre cuál es el tipo de platillo que aquellos clientes de Nicaragua en tu Mesa prefieren.

El ítem número 10 permite ver un aproximado de lo que los clientes potenciales de Nicaragua en tu Mesa gastan mensualmente yendo a comer a restaurantes.

Segunda variable: Necesidades y deseos del cliente

Definición Conceptual. Mollá, Berenguer, Gómez y Quintanilla afirman que la necesidad es:

Un estado de carencia, un desequilibrio que lleva al individuo a actuar poniendo en juego toda su energía y medios. Las necesidades reflejan una serie de

objetivos vitales que el individuo debe satisfacer, para recuperar el equilibrio perdido y volver a un estado placentero. (p.76)

Definición Operacional. Esta variable, al ser mixta, se mide por medio de dos indicadores, el primero es la razón y el segundo son los indicadores ordinales, al ser medida de esta forma va a permitir obtener una respuesta, la cual va a ser fácil de comprender, además de que es efectiva y así se logra saber cuáles son las necesidades del cliente.

De acuerdo con SERGASCO S. A. (2022), esto va a permitir a la dirección de Nicaragua en tu Mesa saber cuáles van a ser esos detalles de mayor preferencia o que van a ser vitales para el cliente a la hora de seleccionar el platillo y bebida que desean consumir, logrando así que cada uno se vaya satisfecho.

Definición Instrumental. En la encuesta realizada a la muestra de la población, esta variable presenta una serie de preguntas cuya finalidad es determinar cuáles van a ser aquellas necesidades vitales y esos deseos que va a tener el consumidor a la hora de realizar las compras.

En la encuesta existen dos ítems que van a permitir medir lo anterior, estos ítems son los siguientes:

El ítem número 11, que permite tener un mejor panorama de aquellos tipos de platillos que para los futuros clientes es vital que un restaurante tenga o que desean que sean parte del menú, definir si es importante tener bocas/entradas o no.

El ítem número 12 brinda una lista de aquellos aspectos que los clientes consideran que tienen gran importancia a la hora de ir a consumir un platillo al restaurante.

Tercera variable: Técnicas de Merchandising

Definición Conceptual. “Es un grupo de métodos utilizados en el momento en el que se van a realizar las ventas con el fin de que todas las partes que están detrás de esta venta salgan ganando, eso sí, siempre teniendo como meta común la satisfacción de la necesidad del cliente” (Palomares, 2009, p. 16).

Definición Operacional. Esta variable cuenta con el objetivo de conseguir respuestas que sean concisas y certeras sobre cómo va a ser distribuido el espacio físico, así como el diseño de Nicaragua en tu Mesa, sin perder de vista lo que se quiere lograr con este centro gastronómico así como que su menú sea de acuerdo con las necesidades, gustos y preferencias de los clientes y con esto poder lograr tener como resultado un lugar que sea ameno, familiar, tranquilo y seguro para cada uno de los clientes que decidan visitar y degustar la comida del restaurante.

Definición Instrumental. Esta variable es medida con una serie de preguntas que permiten tener un mejor panorama en cuanto a temas de decoración, diseño, ambiente, iluminación, entre otros. Esto brinda mayor visibilidad a las características que debe tener Nicaragua en tu Mesa para que sea del agrado y atracción de los clientes.

A continuación se muestran cuáles son estos ítems:

El ítem número 13 permite conocer cuáles son aquellos platillos de mayor preferencia para los potenciales clientes, entre las opciones de platillos dulces o salados

El ítem número 14 permite visibilizar si los potenciales clientes del restaurante Nicaragua en tu Mesa han tenido la oportunidad de degustar comida típica nicaragüense con anterioridad.

El ítem número 15 permite saber cuáles son los platillos nicaragüenses que los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa han tenido la oportunidad de degustar (en caso de haberlo hecho).

El ítem número 16 permite saber la frecuencia con la cual los potenciales clientes han consumido alimentos típicos nicaragüenses (en caso de hacerlo).

El ítem número 17 muestra la opinión que tienen los potenciales clientes acerca de la comida nicaragüense (quienes la hayan degustado).

El ítem número 18 permite obtener una lista de aquellos detalles o características que Nicaragua en tu Mesa debe considerar para que su diseño sea del agrado de los potenciales clientes.

El ítem número 19 brinda un panorama sobre cuáles van a ser aquellos colores apropiados que deba tener Nicaragua en tu Mesa, de acuerdo con el gusto de los clientes.

El ítem número 20 da a conocer, de acuerdo a los futuros clientes de Nicaragua en tu Mesa, cuál es la iluminación que ellos consideran adecuada, con el objetivo de que puedan tener la mejor experiencia posible en el restaurante.

El ítem número 21 muestra cuales son aquellos aspectos que el cliente busca a la hora de escoger un restaurante para ir a comer, con la finalidad de tener la mejor experiencia.

Cuarta variable: Competencia

Definición Conceptual. “Los competidores son empresas que compiten en el mismo mercado, ofrecen productos similares y tienen clientes meta similares” (Hitt, Ireland y Hoskisson, 2008, p. 342).

Definición Operacional. Esta variable tiene como finalidad el obtener respuestas claras que permitan a la dirección de Nicaragua en tu Mesa poder llegar a identificar aquellas fortalezas y debilidades que la competencia de este centro gastronómico está teniendo y poder tomar esta información como referencia para así que puedan poco a poco ir convirtiendo esas debilidades que tienen en fortalezas y así ir logrando un crecimiento progresivo de dicho lugar.

Definición Instrumental. En la encuesta realizada a quienes son los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa hay una serie de preguntas que ayudan a determinar las fortalezas y debilidades.

El ítem número 22 permite conocer qué tan satisfechos han quedado los clientes en experiencias pasadas con distintos restaurantes.

El ítem número 23 brinda un panorama de aquellos aspectos que los clientes destacan de restaurantes pasados, tanto positivos como negativos, y que sean tomados en cuenta para evitar la pérdida de clientes.

Permisos necesarios en Costa Rica para la apertura del restaurante Nicaragua en tu Mesa

Actualmente para abrir un negocio en Costa Rica, aparte de conseguir todo lo necesario para ponerlo en marcha, también hay ciertos requisitos a nivel legal que son indispensables para que dicho local funcione de la manera correcta. A continuación se detallan los pasos para poder estar al día ante las entidades gubernamentales.

- Lo primero que se debe hacer es verificar que el patrono se encuentre al día ante la Caja Costarricense del Seguro Social. Dicha consulta se puede realizar por medio del sitio web ccss.sa.cr/morosidad.
- Una vez que se confirma que el patrono está al día, se procede a solicitar el permiso de uso de suelo en la municipalidad correspondiente donde opera la empresa. Para esta solicitud se debe completar un formulario y también indicar qué tipo de actividad se va a llevar a cabo.
- Se debe tramitar también un Permiso Sanitario de Funcionamiento (PSF) en el área rectora del Ministerio de Salud del cantón donde se va a establecer el local. Para este permiso se pide:
 - Un formulario unificado (Ver Anexo 1)
 - Declaración jurada (Ver Anexo 2)
 - Copia del comprobante de pago de servicios
 - Copia de la cédula de identidad o DIMEX de quien va a ser el responsable legal. En caso de que sea una persona jurídica tiene que aportar la certificación registral o notarial de la personería jurídica vigente, esta no puede tener más de 1 mes de emitida.
- Como requisito 4 se debe solicitar una póliza de riesgos de trabajo en el Instituto Nacional de Seguros (INS) o solicitar su exoneración (esto se puede aplicar para personas físicas y trabajadores independientes) (ver Anexo 3).

- Adicional a lo previamente mencionado se debe inscribir ante el Ministerio de Hacienda la actividad empresarial que se va a realizar. Esta inscripción puede realizarse de dos maneras:

1. Régimen Tradicional

Este aplica para todas las actividades empresariales. Para realizar la inscripción por este medio debe:

- a. Completar la Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario (ver Anexo 4).
- b. Crear un usuario en la Administración Tributaria Virtual ya que el formulario debe ser subido ahí.
- c. Utilizar la factura electrónica, esto se puede hacer por medio del Sistema del Ministerio de Hacienda o contratar los servicios de un proveedor autorizado (ver Anexo 5).

2. Régimen Simplificado

Este es un régimen especial para ciertas actividades empresariales que está orientado a pequeñas empresas, para inscribirse las empresas deben:

- a. Completar la Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario (ver Anexo 4).
- b. Crear un usuario en la Administración Tributaria Virtual ya que el formulario debe ser subido ahí.

SERGASCO S. A. (2022) indica que en el caso de Nicaragua en tu Mesa se utiliza el régimen tradicional debido a que en dicho restaurante se realiza actividad comercial remunerada, con la cual se declara el impuesto correspondiente al Impuesto de Valor Agregado

(IVA), el cual equivale al 13%. Esto con la finalidad de poder facturar con completa legalidad, además de que el Impuesto de Valor Agregado (IVA) se le factura al cliente en su compra.

- Registrarse ante la CCSS ya sea como trabajador independiente, patrono, o ambos.

De acuerdo con SERGASCO S. A. (2022), Nicaragua en tu Mesa se registra como Patrono y como Persona Jurídica esto porque para la puesta en marcha de dicho centro gastronómico se requiere la contratación de personal capacitado en distintas áreas, además de que es un restaurante que necesita un seguro patronal. Para ello se va a requerir lo siguiente:

1. Documento de identificación del representante legal vigente y en buen estado:
 - Cédula de identidad, si es nacional
 - DIMEX, pasaporte o cédula de residencia si es persona extranjera
 2. Escritura de constitución de la sociedad (ver Anexo 6).
 3. Certificación de Personería Jurídica emitida por el Registro Nacional.
 4. Fotocopia de documento de identificación de cada persona trabajadora vigente y en buen estado:
 - Cédula de identidad, si es nacional
 - DIMEX, pasaporte o cédula de residencia si es persona extranjera
- Solicitar una patente o licencia comercial ante la municipalidad del cantón donde opera la empresa, para obtener esta patente se necesitan los siguientes requisitos:
 - El formulario de trámites para patentes y licencias firmado por todos los involucrados y autenticado por un abogado.
 - Aportar personería jurídica que se encuentre vigente, ya sea la original o la copia certificada con máximo 3 meses de expedida.

- El contrato de póliza de riesgos de trabajo o exoneración que haya sido emitido por el INS.
- El permiso sanitario de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud.
- El certificado de uso de suelo que esté vigente.
- Una constancia de la CCSS que se encuentre al día con las cuotas obrero-patronales o el documento de exoneración.
- La constancia de estar al día con los tributos municipales y con el fondo de asignaciones familiares.
- Estar inscrito como sujeto pasivo ante la administración tributaria.

Composición accionaria de SERGASCO, S. A. (2022)

Servicios Gastronómicos Costarricenses Sociedad Anónima (SERGASCO S. A. (2022)) está conformada por dos socios accionistas: Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Portobanco Quiroz, quienes han definido repartir las acciones, responsabilidades y dividendos en calidad de 50-50. Dicho de otra manera, tanto el aporte de ambos socios accionistas como la repartición de responsabilidades, bienes y dividendos generados en el ejercicio comercial del restaurante Nicaragua en tu Mesa va a ser asumida en dos mitades, de manera que todas las decisiones relacionadas con el bienestar del negocio como tal concierne a ambos representantes previamente mencionados.

Servicios Gastronómicos Costarricenses Sociedad Anónima (SERGASCO S. A. (2022)) se registra ante el Registro Nacional de Costa Rica con un capital social equivalente a ₡10.000,00, un monto simbólico que viene siendo asumido en dos mitades por cada uno de los socios accionistas que están tras el mando y actividad comercial de la sociedad; el registro de SERGASCO, S. A. (2022) ante las instituciones correspondientes es un proceso que se lleva a cabo con la asesoría de un notario público debidamente certificado y con experiencia previa en conformación de sociedades.

En cuanto a las acciones, al tener un monto simbólico para conformación de la sociedad, se ha definido que -inicialmente- SERGASCO, S. A. (2022) va a estar conformado por un total de 50 acciones, con un valor nominal de ₡200,00 cada una; dicho esto, se aclara que el total de acciones correspondientes para cada socio accionista es de 25 en total.

Para poder hacer efectiva la inscripción de SERGASCO, S. A. (2022) como sociedad anónima, es necesario contar con un Acta Constitutiva -elaborada por el notario representante de la sociedad- que contenga de manera explícita todos los elementos enumerados en el Artículo 18 del Código de Comercio de Costa Rica (ver Anexo 13).

Para lograr hacer efectiva la inscripción de SERGASCO, S. A. (2022) como Sociedad Anónima ante el Registro Nacional de Costa Rica es necesario formalizar los tres libros principales de toda sociedad: a) Libro de actas de Asamblea de Socios. b) Libro de Registro de Socios y) Libro de Actas del Consejo de Administración para las sociedades anónimas. Posterior al proceso de registro, es necesario salvaguardarlos para efectos de registro.

Personería jurídica de SERGASCO, S. A. (2022)

Una persona jurídica, al igual que una persona física, cumple con un ciclo de vida: nace, crece, se desarrolla y finalmente muere. En el caso de una empresa/institución, hablar de su ciclo de vida es una metáfora, ya que naturalmente una persona jurídica no “nace”, sino que se hace -o la hacen-. Una vez que se le da vida y forma a una persona jurídica, está lista para desarrollar actividades comerciales, emitir facturas (electrónicas y físicas), tener firma electrónica, manejar una planilla, afiliarse al Instituto Nacional de Seguros, etc.

Una persona jurídica es conformada por una persona o grupo de personas que dan forma a la idea, y posteriormente la inscriben/formalizan ante las instituciones correspondientes con la finalidad de llevar a cabo actividades comerciales remuneradas, ofertando productos y/o servicios (a excepción de las instituciones sin fines de lucro, quienes también pueden gozar de tener personería jurídica y no necesariamente llevan a cabo actividades comerciales remuneradas).

El proceso de inscripción de una personería jurídica no se puede hacer de manera independiente, es necesario presentarse ante un notario certificado y debidamente inscrito, quien viene siendo el puente entre el Registro Nacional de Costa Rica y la persona -o grupo de personas- que desean dar vida y forma a la persona jurídica en sí.

El notario es quien se encarga de velar por la formalidad, buen desarrollo y completa legalidad de todos los procesos correspondientes a la inscripción -y “nacimiento”- de la persona

jurídica, fungiendo como representante legal de esta. Para el proceso de selección de dicho representante legal, SERGASCO S. A. (2022) propone contactar a distintos oferentes de dicho servicio -notarios debidamente certificados-, haciendo las consultas pertinentes con el afán de tener pronto éxito en el registro y formalización de la sociedad.

Según información facilitada por Registro Nacional de Costa Rica en el sitio web oficial (2022):

El Registro de Personas Jurídicas tiene como fin la inscripción y publicidad de ciertos actos y contratos relacionados con la existencia, vigencia y representación de diferentes clases de personas jurídicas, así como de ciertos actos y afectaciones relativos a personas físicas; todo esto, con el objeto de dar seguridad jurídica a la sociedad.

Para poder llevar a cabo este proceso, es necesario tomar en cuenta que una personería jurídica proporciona a las instituciones una serie de derechos, pero también obligaciones/deberes que deben ser cumplidos y llevados a cabo con mucho profesionalismo y transparencia, de manera que la actividad comercial se desarrolle sin tropiezos ni contratiempos; apegándose en todo momento a los márgenes de la ley, cumpliendo con las obligaciones financieras del negocio y llevando un apropiado registro contable en los libros.

SERGASCO, S. A. (2022) plantea que la inscripción de la sociedad se lleva a cabo por medio de los servicios notariales de un profesional con experiencia en conformación de sociedades, de manera que se pueda contar en todo momento no solo con un aliado en temática legal, sino con un recurso fiable para todas las consultas y procesos legales correspondientes. Definir cantidad de acciones, aportes de los socios, porcentajes y responsabilidades son solo algunos de los hechos que se deben tomar en cuenta al momento de formalizar la inscripción de una persona jurídica.

CAPÍTULO IV
Análisis e Interpretación de Resultados

Aplicación de encuestas y análisis de resultados

A continuación, se mostrará de manera gráfica los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a una muestra poblacional de 68 personas residentes de la comunidad de Montes de Oca, esto con el fin de conocer un poco más acerca de quiénes serían los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa y cuáles son aquellos aspectos más relevantes para los potenciales clientes en el momento que deciden ir a comer a un restaurante (Anexo 7).

Resultados de las encuestas realizadas por SERGASCO, S. A. (2022) a la muestra poblacional encuestada para la apertura del restaurante Nicaragua en tu Mesa:

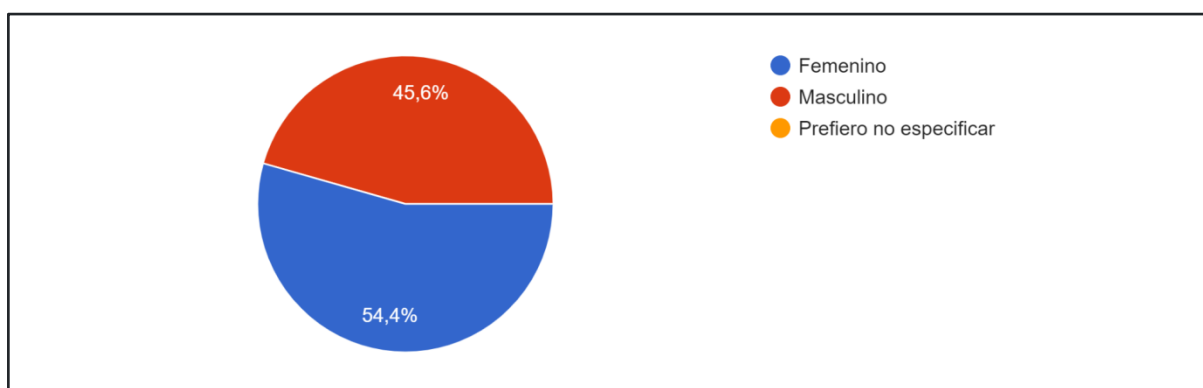


Figura 38

Indicador de diferencia en porcentajes de sexos de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

En la primera pregunta se encuentra el sexo, esto permitió ver que un 45,6% de los potenciales clientes que Nicaragua en tu Mesa tendría son hombres, lo cual equivale a 31 personas, mientras que un 54,4% de las personas son mujeres, es decir 37 personas del total de encuestados.

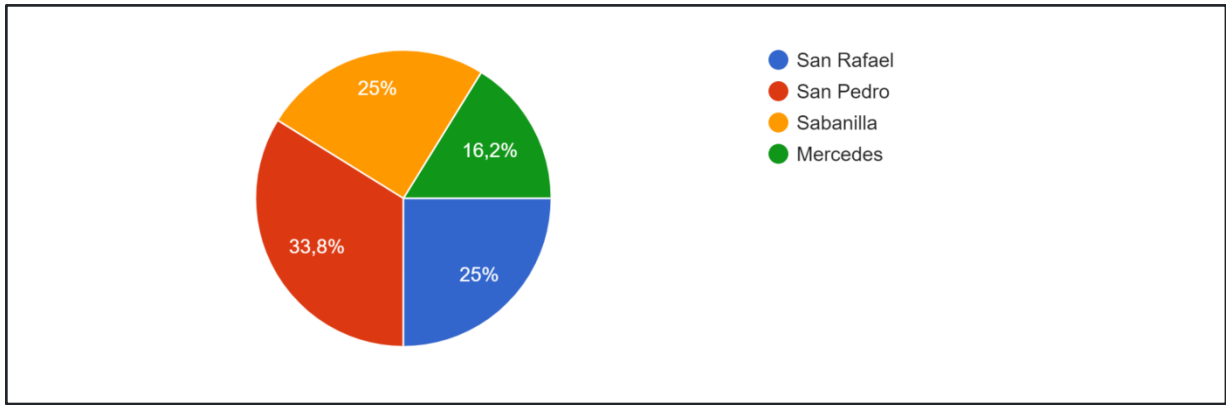


Figura 39

Distrito de residencia -en Montes de Oca- de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

En la segunda pregunta se analiza el distrito de residencia, actualmente Montes de Oca cuenta con 4 distritos, por lo que es importante saber específicamente de qué parte de dicho cantón las personas irán a visitar el restaurante Nicaragua en tu Mesa. Primeramente, están San Rafael y Sabanilla, los cuales están representados por un 25% del total de la población encuestada, es decir 17 personas de 68, seguidamente está San Pedro, este cuenta con un 33,8%, lo que quiere decir que 23 personas del total de encuestados residen en San Pedro y por último está el distrito de Mercedes, el cual cuenta con un 16,2%, esto equivale a 11 personas del total de encuestados.

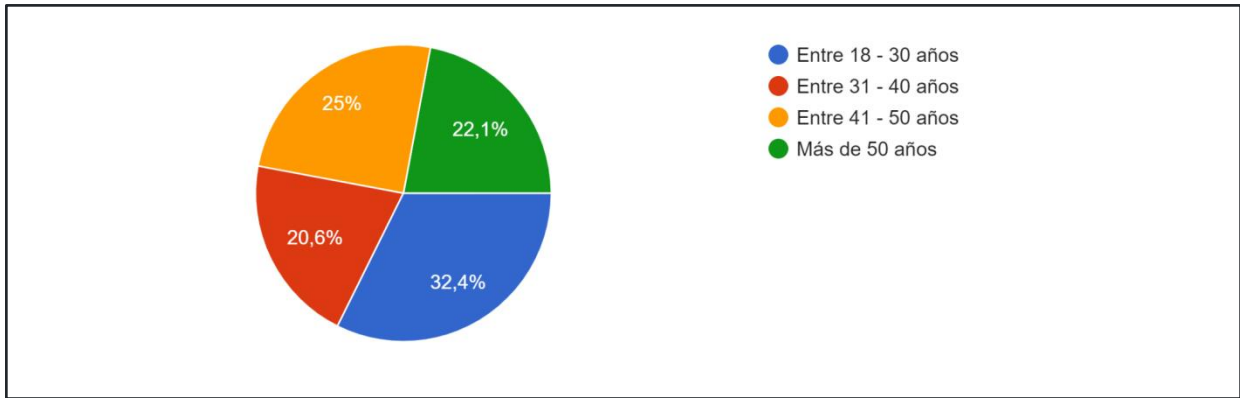


Figura 40

Indicador de rangos de edad de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

En la tercera pregunta se encuentran los rangos de edades de los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa. En primer lugar están los encuestados más jóvenes y con mayor porcentaje, los cuales son de 18 a 30 años que se ven reflejados en un 32,4%, es decir, 22 personas; en segundo lugar se encuentra la población entre 41 y 50 años, esto se puede ver en la sección amarilla con un 25%, lo que equivale a 17 personas; en tercer lugar, están las personas mayores de 50 años con un 22,1%, lo cual quiere decir que 15 personas del total de encuestados tienen 50 años o más y finalmente está la población entre 31 y 40 años con un 20,6%, esto significa que en este rango de edad hay un total de 14 personas.

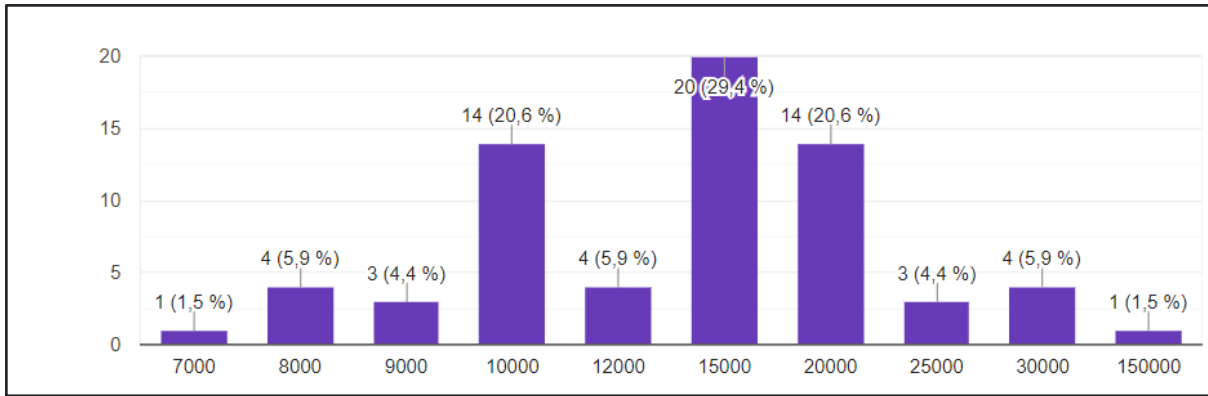


Figura 41

Precios promedios que la población encuestada pagaría por un servicio en un restaurante

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

El objetivo de la cuarta pregunta es tener una idea de cuánto estaría dispuesto a pagar un habitante de Montes de Oca por un servicio en un restaurante, es por ello que a la población encuestada se le ha dejado la opción a decidir . A continuación se pueden ver múltiples respuestas, de izquierda a derecha se observa que hay 8 personas dispuestas a pagar entre ₡7.000 y ₡9.000, dato que corresponde al 11.8%, luego de esto hay 18 personas que no tendrían problema con pagar de ₡10.000 a ₡12.000, esto se ve reflejado en un 26.5%.

Se puede ver además un 50% el cual numéricamente hablando hace referencia a 34 personas que estarían dispuestas a pagar entre los ₡15.000 y ₡20.000. Hay 7 personas, es decir un 10.3%, que pagarían ₡25.000 y ₡30.000, y finalmente se puede ver 1 única persona que no tendría problema en pagar ₡150.000, lo cual visto a nivel porcentual se ve en un 1,5%.

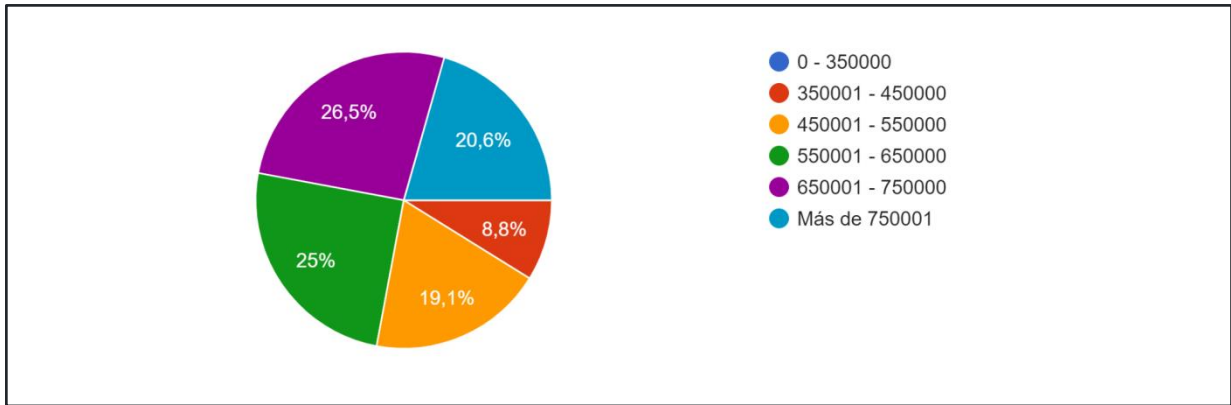


Figura 42

Rangos de ingreso mensual -en moneda CRC- de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

En la quinta pregunta se pueden ver reflejados los rangos del ingreso mensual de los encuestados. En la sección naranja están las personas que tienen un salario entre ₡350.001 y ₡450.000, este rango está representado por 6 personas y a nivel porcentual se habla de un 8,8% del total, después, están las personas que ganan entre ₡450.001 y ₡550.000, esta sección equivale a un 19,1%, es decir, 13 personas del total de encuestados, seguidamente están las personas que mensualmente reciben un salario entre ₡550.001 y ₡650.000 que se ven reflejados en un 25% y son 17 personas del total, en la sección morada están las personas que cuentan con un salario entre ₡650.001 y ₡750.000, aquí se habla de 18 personas del total y está reflejado por un 26,5%, y finalmente están las personas que ganan más de ₡750.001, este es el porcentaje mayor, el cual representa un 20,6% y hace referencia a 14 personas del total encuestado.

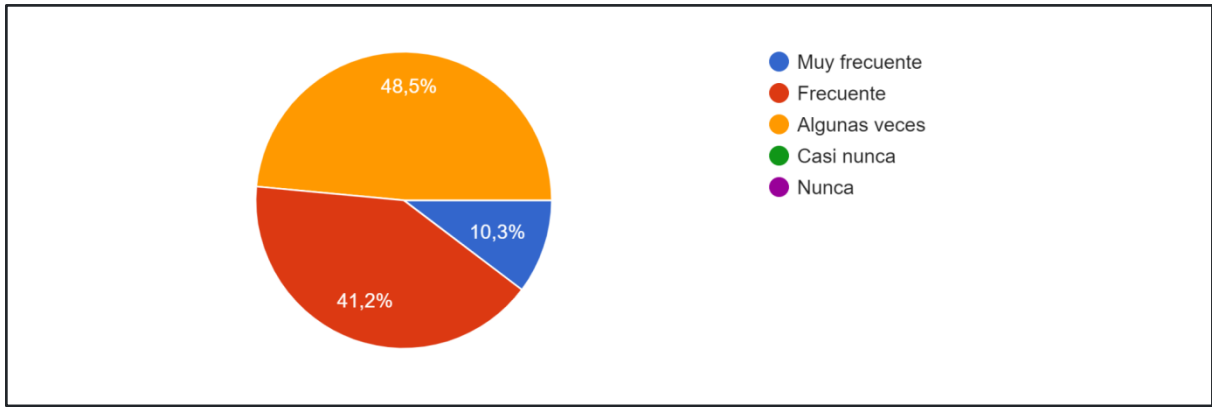


Figura 43

Frecuencia de consumo en restaurantes de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

En la sexta pregunta se puede ver reflejada la frecuencia con la que los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa consumen en un restaurante. En primera instancia están aquellos clientes que visitan restaurantes muy frecuentemente, esto se refleja en un 10,3%, es decir un total de 7 personas, seguidamente -con una diferencia importante- están aquellas personas que consumen en restaurantes de manera frecuente, aquí se habla de 28 personas y a nivel porcentual se ve reflejado en un 41,2%, y por último se encuentran las personas que suelen visitar restaurantes algunas veces, esta es la mayor frecuencia con un 48,5% y hace referencia a 33 personas.

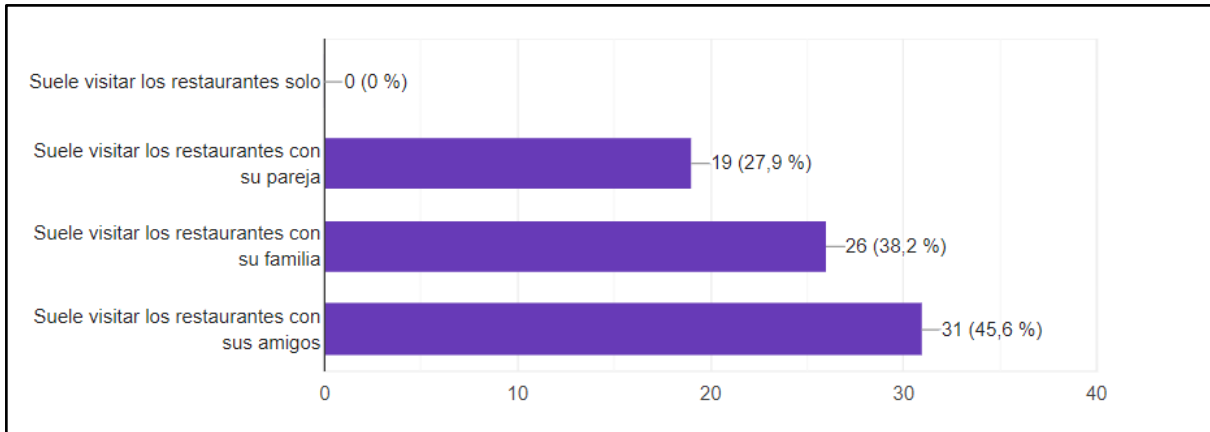


Figura 44

Indicador de comportamiento de consumo en restaurantes de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu mesa

En la séptima pregunta se puede apreciar una gráfica de barras que permite conocer con quiénes suelen visitar los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa los distintos restaurantes. Primeramente, se puede ver que hay 0 personas que suelen visitar los restaurantes sin compañía, lo cual equivale a un 0%, posteriormente hay 19 personas, lo cual se ve reflejado en un 27,9%, que suelen ir con sus parejas, seguidamente hay 26 personas que suelen visitar los restaurantes con su familia, esto a nivel porcentual está representado por un 38,2%, y finalmente hay un 45,6%, es decir, 31 personas del total de encuestados, que suelen ir a comer a un restaurante con sus amistades.

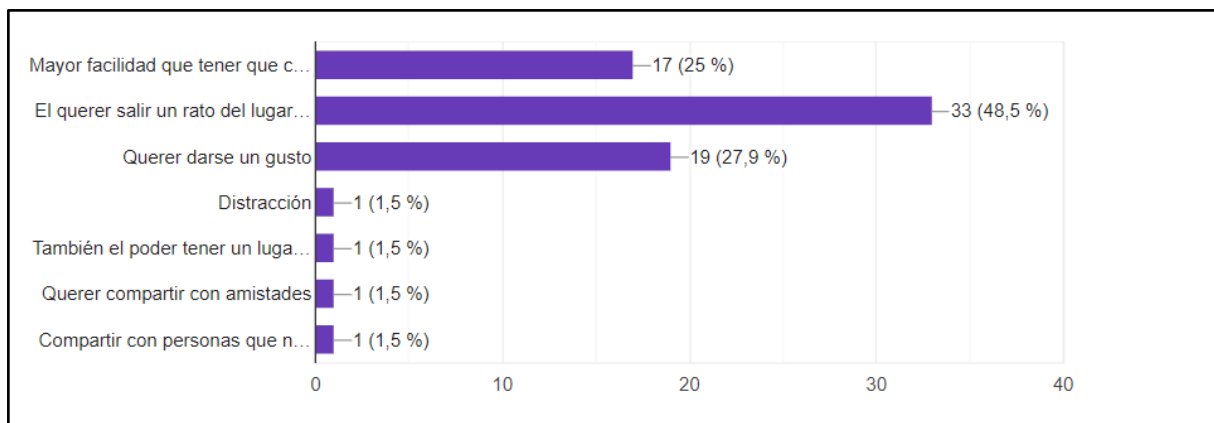


Figura 45

Motivos de consumo en restaurantes de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

La octava pregunta tiene como objetivo conocer la razón por la cual las personas de Montes de Oca van a visitar un restaurante. Se puede ver que 17 personas, lo cual equivale a un 25%, suelen visitar los restaurantes porque implica una mayor facilidad que tener que cocinar, seguidamente hay 33 personas que van a comer a un restaurante por el hecho de querer salir un rato del lugar de residencia, esto se ve reflejado en un 48,5%; posteriormente hay 19 personas -que representan un 27,9%- que lo hacen por querer darse un gusto, después, hay 1 persona (1,5%) que lo hace por distracción

Continuando, hay nuevamente 1 persona (1,5%) que lo hace por el hecho de poder tener un lugar para compartir con personas cercanas que no sea una casa, lo cual al igual que en el caso anterior, está representado por un posteriormente se puede ver que solo 1 persona (1,5%) lo hace para compartir con amistades, y finalmente se puede ver que nuevamente hay solo 1 persona (1,5%) que lo hace por querer compartir con personas que no ve tan frecuentemente.

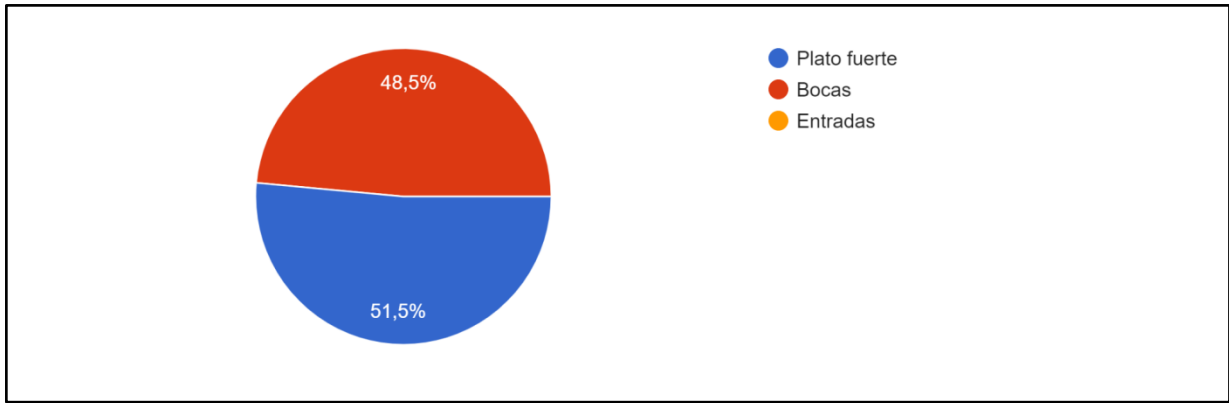


Figura 46

Platillos comúnmente consumidos por la población encuestada.

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

Con la novena pregunta se tiene como finalidad saber cuáles son aquellos platillos que los futuros clientes de Nicaragua en tu Mesa prefieren, para eso se sugirieron tres opciones que son plato fuerte, bocas y entradas. En la gráfica se puede ver que un 51,5% de la población encuestada, es decir, 35 personas prefieren un plato fuerte, mientras que el 48,5% restante (33 personas) prefieren las bocas. Esto deja ver que las entradas no son un platillo que atraiga la atención de los clientes, sino que las personas se inclinan más por un plato fuerte directamente o por unas bocas.

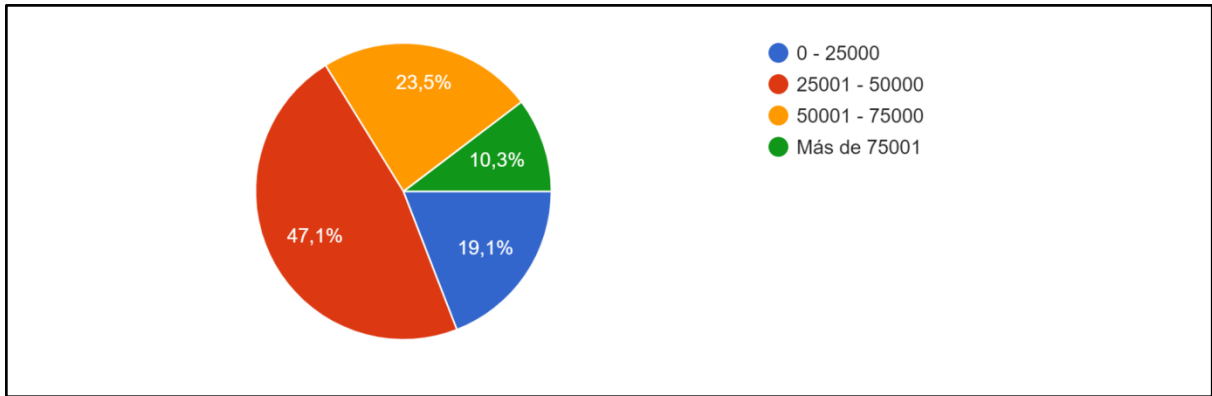


Figura 47

Promedio de gasto mensual en restaurantes -moneda CRC- de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Con la décima pregunta se pretende tener una referencia de cuál sería el gasto mensual de las personas de Montes de Oca en los restaurantes. En primer lugar, hay un 19,1% de la población (13 personas) que gastan mensualmente entre ₡0 y ₡25.000, seguidamente con un 47,1% hay 32 personas que por mes gastan entre ₡25.001 y ₡50.000, posteriormente hay 16 personas que mensualmente consumen en restaurantes entre ₡50.001 y ₡75.000, lo cual porcentualmente hablando se ve reflejado en un 23,5%, y finalmente con un 10,3%, 7 personas del total de los encuestados gastan más de ₡75.001 por mes.

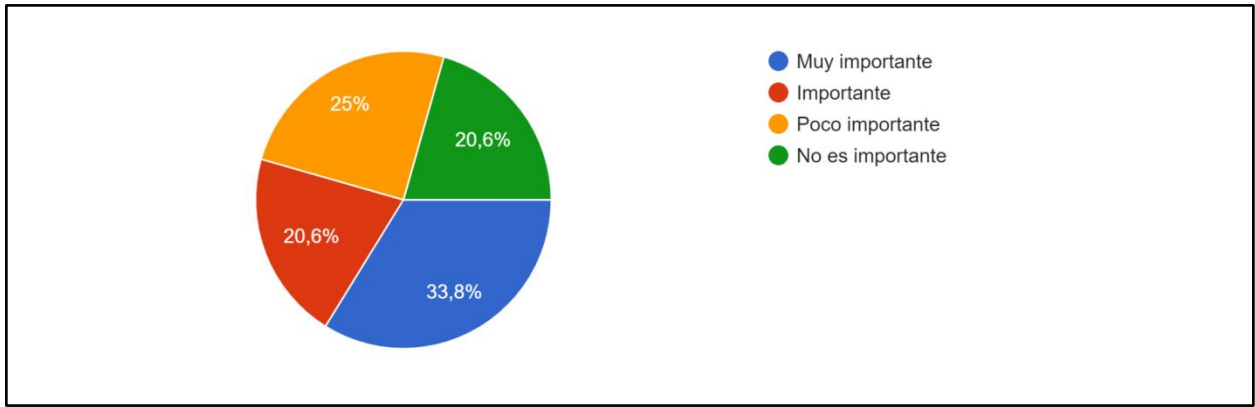


Figura 48

Indicador de importancia de las entradas/bocas ofertadas en el menú del restaurante

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

La meta de la administración de Nicaragua en tu Mesa es tener un menú lo más variado posible en cuanto a tipo de platillos, por eso esta pregunta tiene como objetivo conocer qué tan importante es para las personas de Montes de Oca que haya venta de platillos tipo bocas o entradas aparte de los platos fuertes.

Iniciando con la sección azul de la gráfica se puede ver que hay un 33,8% del total de la población encuestada, es decir, 23 personas, que consideran muy importante la venta de bocas o entradas aparte de los platos fuertes, seguidamente se puede ver un 20,6% (14 personas) que consideran importante que el menú incluya platillos tipo bocas o entradas, posteriormente con un 25% hay 17 personas que consideran poco importante la venta de este tipo de platillos, y finalmente un total de 14 personas (20,6%) consideran que no es importante que en el menú exista una sección de bocas o platillos.

Ingredientes
Presentación
Tamaño
Precio y tamaño
los ingredientes
Ingredientes y tamaño
presentación
Precio y tamaño de la comida
Presentación

Figura 49

Aspectos relevantes para las personas de la población encuestada al decidir consumir en un restaurante

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Nicaragua en tu Mesa está comprometido a siempre brindarle la mejor experiencia a sus clientes en cada aspecto, por esto el objetivo de la duodécima pregunta es conocer aquellos aspectos que para las personas son de relevancia a la hora de comprar un platillo en un comercio gastronómico. De la población encuestada, un 27.93% indica como un aspecto relevante la presentación --de los alimentos-, un 33.82% hace alusión al precio de los alimentos y aproximadamente el 44.12% hace mención de los ingredientes como un aspecto importante a tomar en cuenta; por otro lado, uno de los más destacados -el 33.82% de la población lo menciona- es el tamaño del platillo (hecho que devela a Nicaragua en tu mesa la importancia de tomar en cuenta las porciones a servir a cada consumidor. Otro aspecto a tomar en cuenta es que adicional a estos, de las personas encuestadas, el 15.62% también consideran importante que el platillo a consumir sea de su agrado, o en otras palabras, que tenga un buen sabor. Aproximadamente un 2% de la población encuestada hizo referencia a la higiene, hecho que desde Nicaragua en tu mesa se asume como un compromiso a mantener los más altos estándares de calidad en sus procesos.

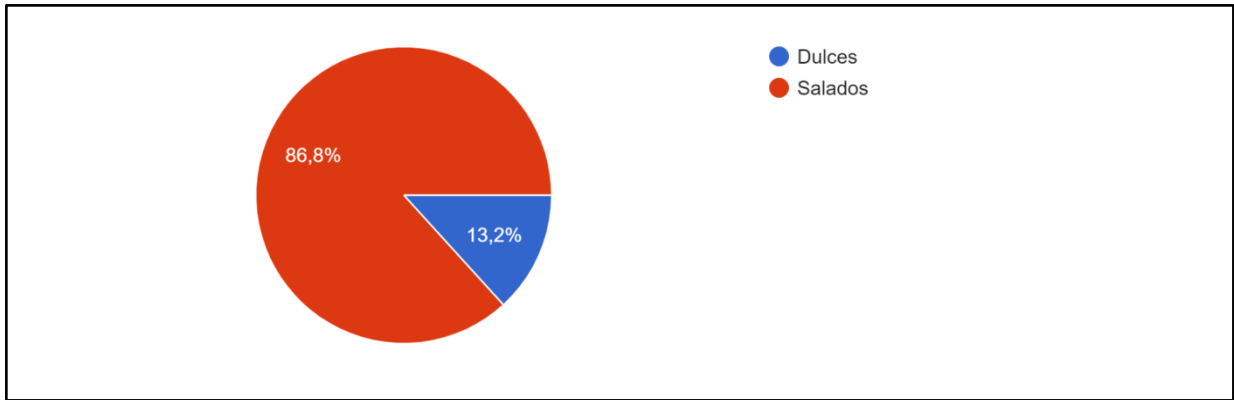


Figura 50

Indicador de preferencia de consumo de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

En la Figura 50 se pueden encontrar los platillos que las personas buscan a la hora de ir a comer a un restaurante. En rojo se tiene a 59 personas -86,8% del total- que prefieren consumir platillos salados, mientras que en azul hay 9 personas -13,2%- que cuando van a un restaurante prefieren comer algo dulce.

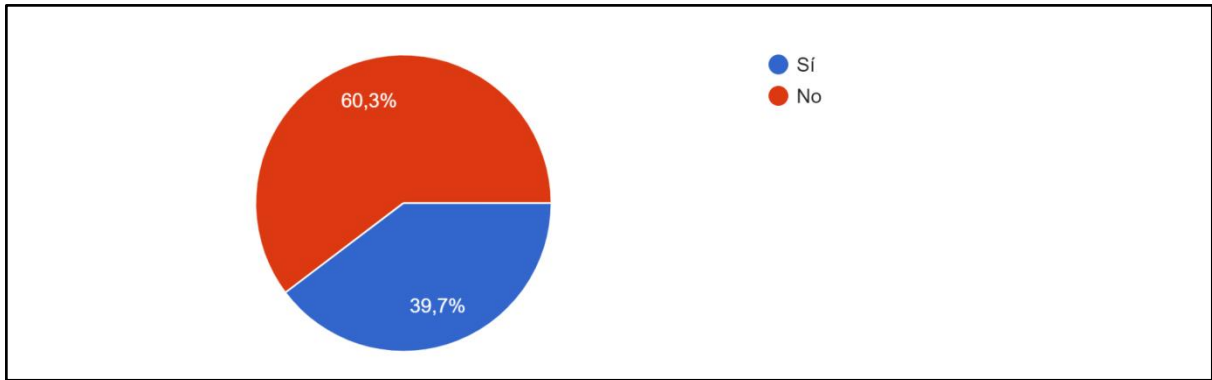


Figura 51

Herramienta de conocimiento sobre consumo previo de comida nicaragüense de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Para el personal de Nicaragua en tu Mesa es muy importante tener referencias sobre si la población de Montes de Oca ha probado la comida nicaragüense, y precisamente esa es la información que muestra la gráfica de la decimocuarta pregunta, 27 personas han probado la comida nicaragüense, es decir un 49,7% de la población encuestada, y el restante 60,3% (41 personas) no ha probado la comida nicaragüense.

Vigorón
Vigorón y fresco de pinolillo
Vigorón
El indio viejo y el fresco de pinolillo
fresco de pinolillo y nacatamal
Pío Quinto
Nacatamal y fresco de pinolillo
el vigorón y el fresco de pinolillo
Nacatamal, vigorón y el fresco de pinolillo

Figura 52

Indicador de platillos nicaragüenses previamente degustados por la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

El objetivo de la decimoquinta pregunta es conocer cuáles son aquellos platillos nicaragüenses que los costarricenses han tenido la oportunidad de probar. Se puede ver que la mayoría de personas (un 33.33%) ha probado el vigorón, hecho que pone a este platillo como uno de los favoritos a ofertar. Un 14.81% de las personas que respondieron indican haber probado el nacatamal, y un 8% hizo referencia a postres como rosquillas, pío quinto y cajetas.

Por otro lado, según los resultados obtenidos es posible ver que un aproximado del 33.33% de las personas han probado el fresco de pinolillo, y un porcentaje más pequeño (7.40% aprox.) indica haber probado otros refrescos, tales como chicha, tiste y atol.

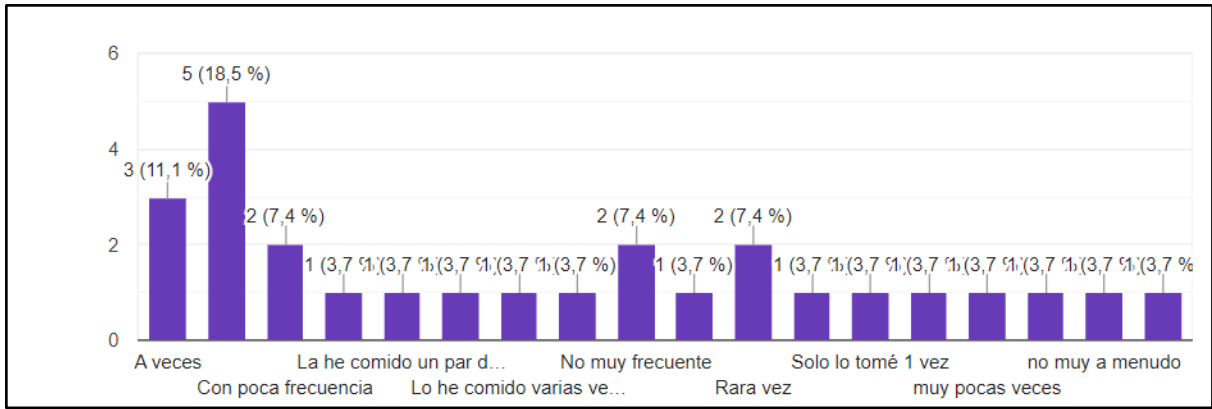


Figura 53

Indicador de frecuencia de consumo de comida nicaragüense de la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

En la decimosexta pregunta, debido a que se realizó una pregunta abierta, se tomó la decisión de agruparlas en tres categorías: casi nunca, algunas veces y frecuentemente.

Primeramente, están las personas que han consumido comida nicaragüense, pero casi nunca consumen comida de dicho país, aquí se está hablando de un 85,1% (23 personas), posteriormente hay 3 personas que algunas veces consumen comida nicaragüense, esto se refleja en un 11,1%, y por último en la categoría de frecuentemente se tiene 1 persona, que se refleja en un 3,7%.



Figura 54

Experiencia de consumo previa de comida nicaragüense según la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

Para Nicaragua en tu Mesa es muy importante saber cuál ha sido la experiencia de las personas en el momento que tuvieron la oportunidad de probar la comida nicaragüense, con el fin de que si la experiencia ha sido buena lograr mantenerla e incluso mejorarla, y si por el contrario, la experiencia no ha sido tan buena, que las personas tengan esa oportunidad de probar la comida nicaragüense con los más altos estándares de calidad, por eso el objetivo de la pregunta es justamente conocer la opinión de aquellas personas que han tenido la oportunidad de probar la comida nicaragüense.

En este caso, igual que en la pregunta anterior, al ser una pregunta abierta se tomó la decisión de dividir las respuestas en cuatro categorías: muy buena, buena, regular y mala.

En primer lugar, están aquellas personas cuya experiencia ha sido muy buena, son 3 personas (11,1%), seguidamente están aquellas personas que han tenido una experiencia buena, en esta categoría se encuentran 19 personas (70,3%), después se encuentran las personas cuya experiencia ha sido regular que en total son 3 (11,1%) y finalmente, como cuarta categoría, está una única persona que ha tenido una experiencia mala con la comida nicaragüense, la cual se ve representada en un 3,7%.

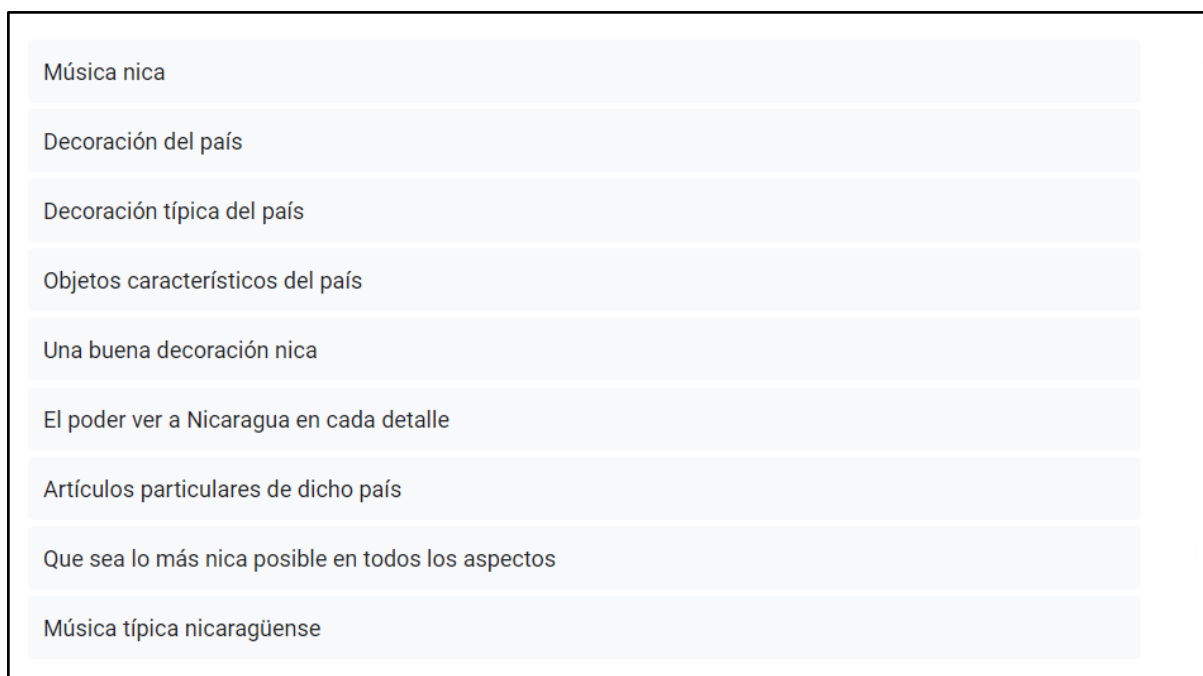


Figura 55

Aspectos relevantes para el diseño del espacio físico según la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Es de suma importancia para la administración de Nicaragua en tu Mesa conocer cuáles son aquellos aspectos que los futuros clientes consideran importantes para que la temática del lugar sea 100% nicaragüense. Dentro de las respuestas obtenidas, es posible ver que más del 13.23% de las personas indicaron que importa la música del lugar; un 88.23% hace mención a la decoración del espacio físico del restaurante, es decir, elementos decorativos alusivos a la temática del restaurante y buen diseño del espacio físico en sí.

En porcentajes más pequeños encontramos referencias a celebración de festividades típicas del país (7.35%), acceso a información de tradición y cultura (5.44%), y también se hizo una mención a la vestimenta de los colaboradores del lugar.

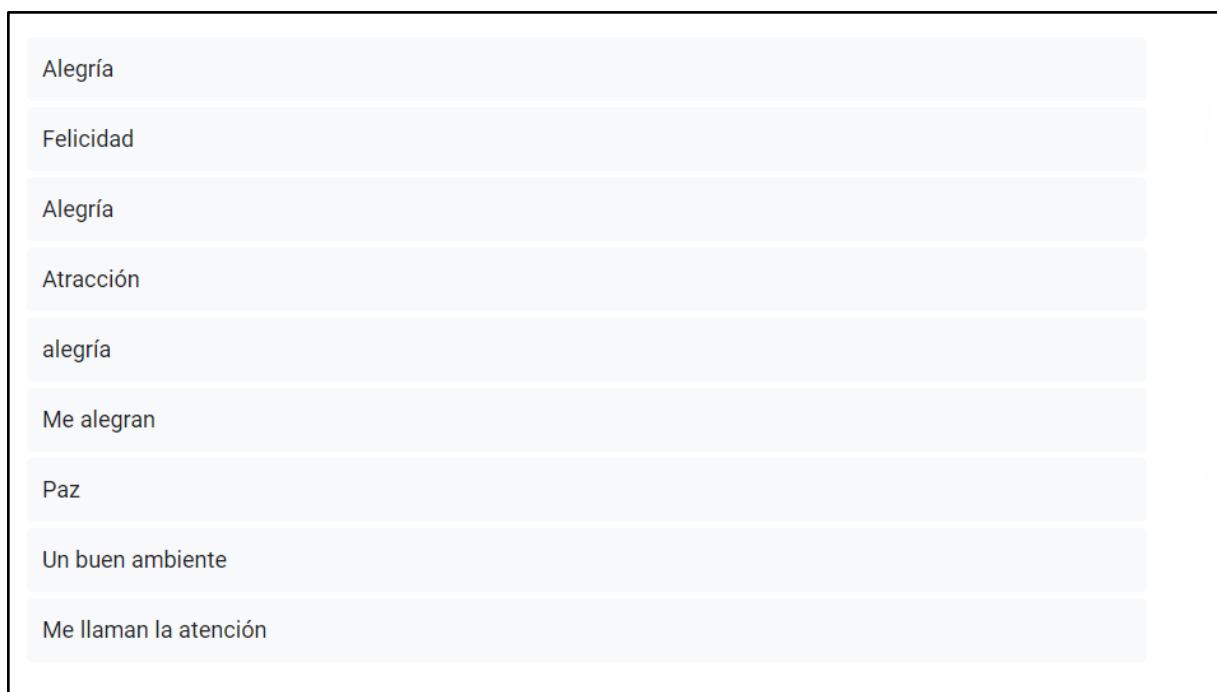


Figura 56

Indicador de preferencia por colores del ambiente según población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

Como parte de la decoración se quieren tomar en cuenta distintos colores, pero sin dejar de lado la opinión de quienes eventualmente serían potenciales clientes, es por esto que esta pregunta tiene como objetivo conocer la sensación o emoción que producen los colores en las personas. A continuación, se pueden ver algunas de las respuestas como: A un 35.29% de las personas los colores les generan alegría, emoción y atracción; un 25.12% que los colores les generan paz. Un 26.47% hacen referencia a que les indica cuando el lugar tiene buen ambiente. Es posible afirmar que a la mayoría de las personas los colores les provocan una buena impresión y sensación de frescura cuando son utilizados para adornar un espacio físico de manera adecuada.

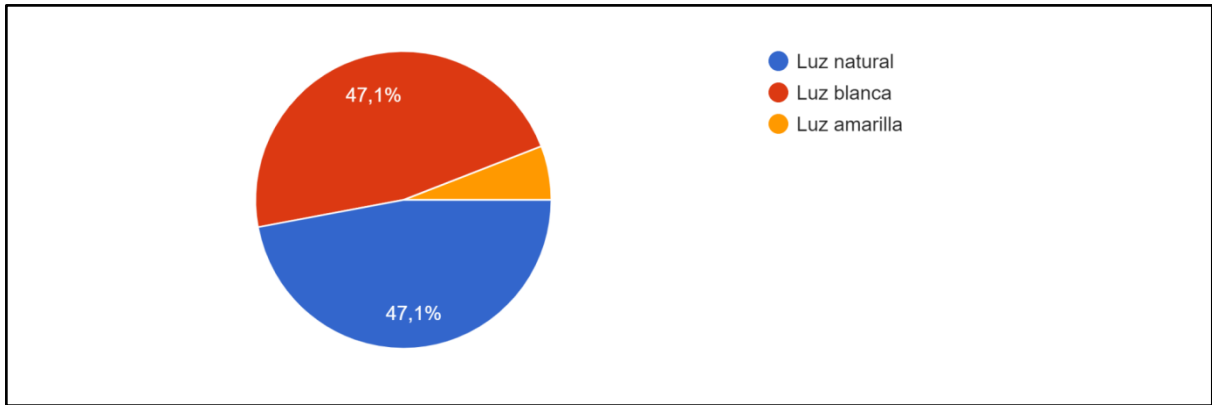


Figura 57

Preferencia en iluminación según la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Para la administración de Nicaragua en tu Mesa es muy importante saber cómo se sienten más cómodos quienes serían los futuros clientes, por eso se quiere saber con qué tipo de iluminación se sienten más cómodas las personas. En la Figura 57 se observa que un 47,1% de la población encuestada, es decir 32 personas en cada rubro, prefieren la luz natural y la luz blanca, mientras que un 5,9%, que equivale a 4 personas, se sienten más cómodas con la luz amarilla.

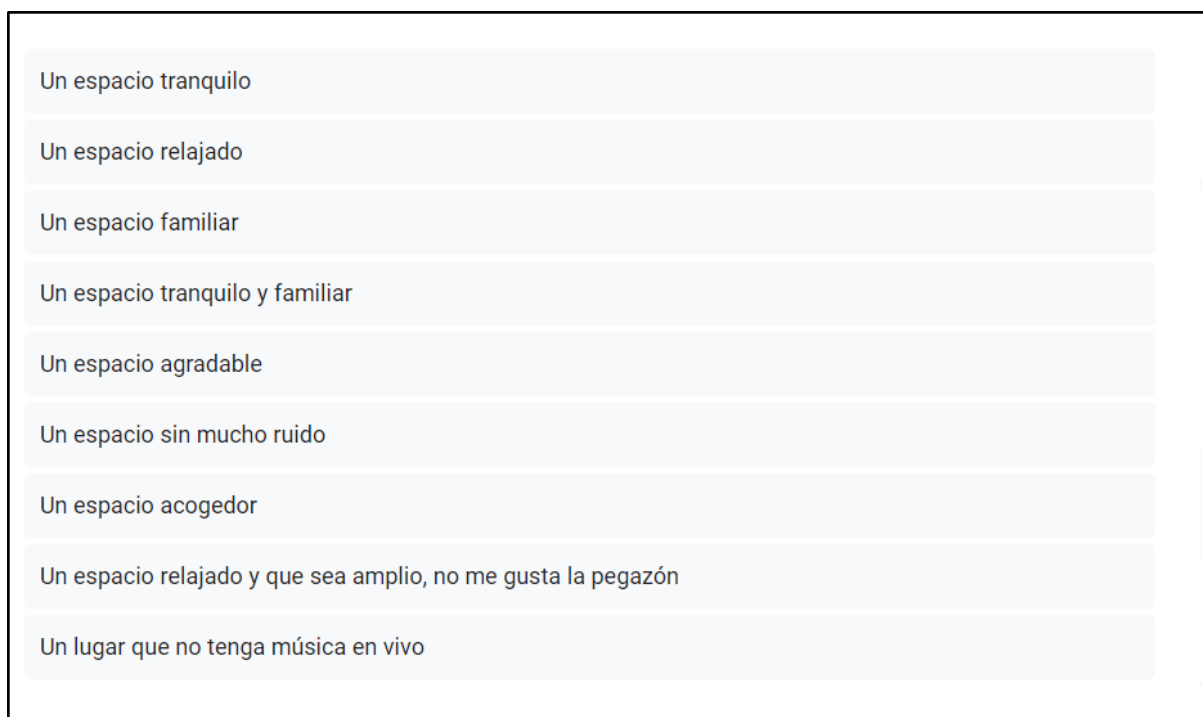


Figura 58

Preferencia de ambiente de restaurante según la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

La finalidad de la pregunta es el poder conocer qué tipo de ambiente buscan las personas a la hora de ir a comer a un restaurante. Se puede ver que un 89.9% de las personas buscan un espacio tranquilo, relajado, acogedor y familiar. Acorde a la música del ambiente, hay opiniones divididas (un 18.3% de las personas indican que les gusta ver música en vivo, mientras que un 9.8% indica que no). La mención de espacio inclusivo para toda la familia se puede ver en el 7.42% de las respuestas, de manera que se busca crear un espacio que sea apto para niños y personas de la tercera edad también.

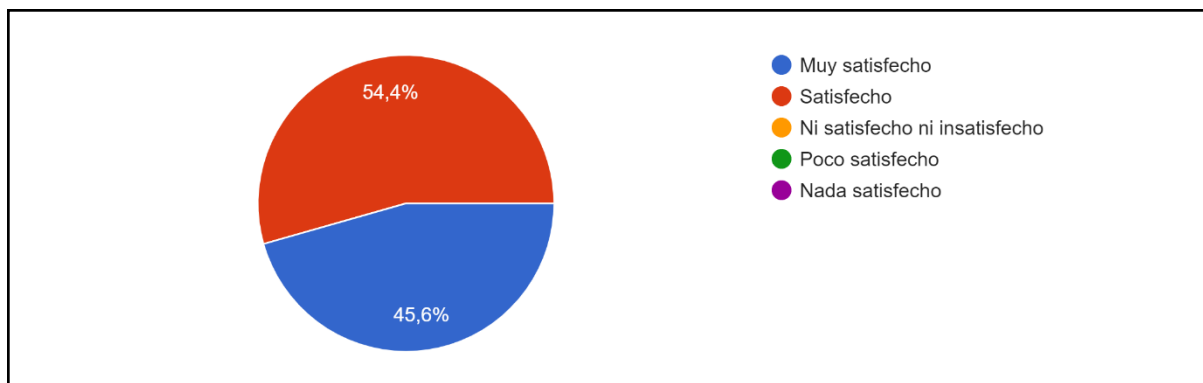


Figura 59

Experiencia de consumo previo en restaurantes según población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Con esta pregunta se tiene como objetivo conocer un poco más acerca de cómo ha sido la experiencia de los habitantes de Montes de Oca a la hora de visitar un restaurante. A pesar de que se les dio 5 opciones para marcar, se puede ver que solo 2 arrojan resultados, en primer lugar, está un 45,6% de la población encuestada (31 personas) que se ha sentido muy satisfecho después de visitar un restaurante y también hay un 54,4% (37 personas) que ha estado satisfecho una vez que ha visitado un restaurante.

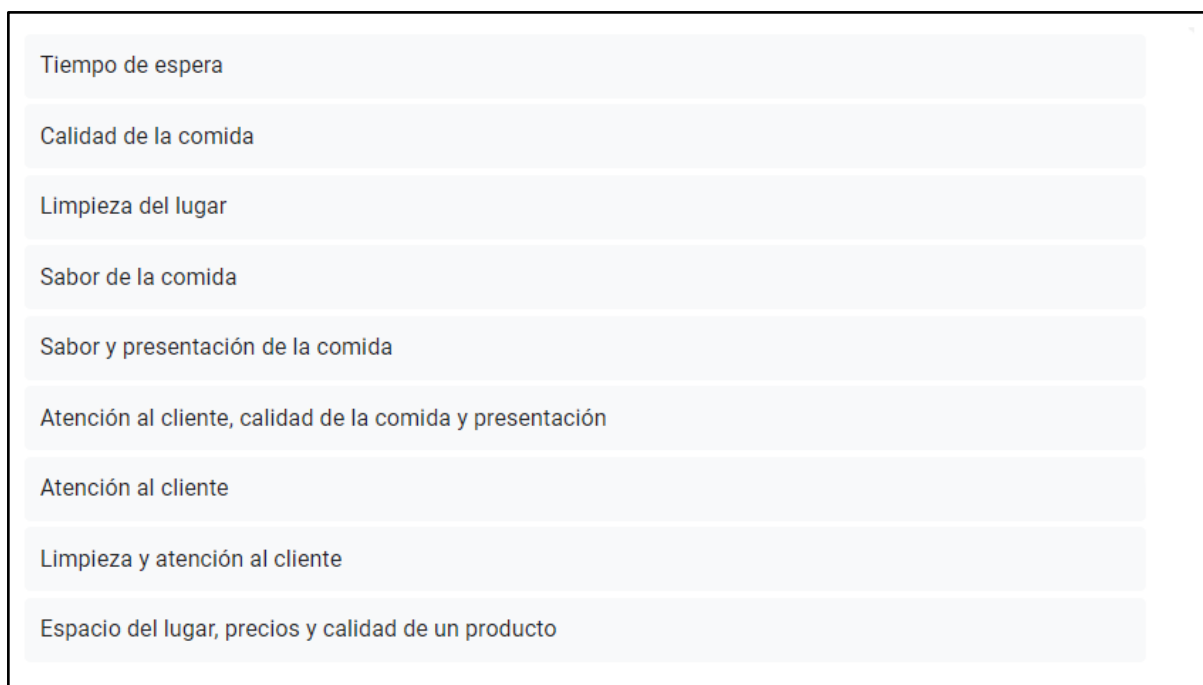


Figura 60

Fortalezas y debilidades de los comercios gastronómicos acorde a la población encuestada

Nota. Encuesta elaborada por SERGASCO, S. A. (2022).

Es de suma importancia conocer las fortalezas y debilidades que las personas pueden ver en la competencia, esto con el fin de que la administración de Nicaragua en tu Mesa lo pueda tomar como base para siempre tener un restaurante con los más altos estándares de calidad. A continuación, se pueden ver algunas fortalezas y debilidades identificadas en distintos restaurantes, por ejemplo: más del 89.70% de las personas hacen referencia al tiempo de espera, el 76.47% hacen referencia a la calidad de los alimentos, la limpieza del lugar ha sido mencionada por un aproximado del 38.23% de las personas, el sabor y la presentación de la comida fue una respuesta obtenida en el 82.35% de las respuestas, la atención al cliente es relevante para un 77.22% de las personas. Adicional a esto, en porcentajes inferiores al 20% los encuestados también opinaron que el tamaño de la comida, la tranquilidad del lugar, que sea un lugar amplio, ordenado, que cumpla con la ley 7600, la efectividad en la entrega de la comida, el ambiente del lugar y la música en vivo.

Alfa de Cronbach

El Alfa de Cronbach se trata de un modelo que se basa en el promedio de las correlaciones de los ítems, además es el modelo que mide la confiabilidad que tiene un test o una escala a medida. La presente investigación realizada muestra la fiabilidad de la encuesta realizada a 68 personas de Montes de Oca para la respectiva obtención de los resultados.

Navarro (2020) dice que:

La fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el Alfa de Cronbach, el método de consistencia interna permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida por medio de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o una única dimensión teórica de un constructo latente.

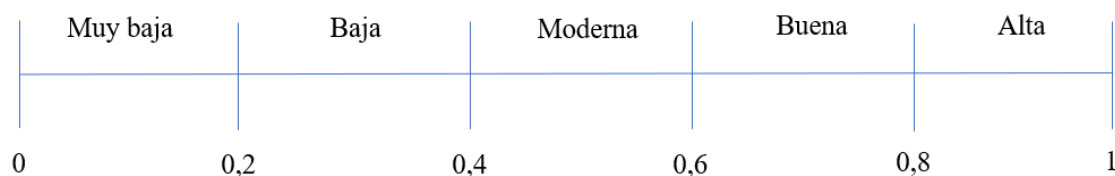


Figura 61

Resultados del Alfa de Cronbach

Nota. Método de cálculo elaborado por SERGASCO, S. A. (2022).

Tabla 3

Resultados del Alfa de Cronbach

Fuente: Elaboración propia

Items	14
n	68
Primer Parte	1.08
Segunda Parte	0.81
Alfa de Cronbach	0.87

De acuerdo con la Figura 61 y la fórmula del Alfa de Cronbach aplicada se concluye que la encuesta aplicada es confiable y veraz y esto es porque está dentro de los márgenes permitidos.

Métodos de pago

Como parte de las facilidades que Nicaragua en tu Mesa le quiere brindar a sus clientes, están las facilidades de pago. Es por ello que como parte de los métodos de pago se quiere incorporar la facilidad del pago con tarjeta, para lo cual se procede a hacer la respectiva solicitud del Banco de Costa Rica.

Esta solicitud se llena por medio de la página del Banco de Costa Rica (www.bancobcr.com), donde, primeramente, se debe completar la información personal de quien solicita el datáfono, el producto que se desea solicitar y la oficina donde se desea retirar (ver Anexo 8). Una vez que se completa la información, es necesario completar la información del negocio que utiliza dicho datáfono (ver Anexo 9), y una vez que ya se completa dicha información se procede a enviar la solicitud al banco.

De acuerdo con el Banco Central de Costa Rica, a partir del 14 de marzo del 2022 la comisión máxima por dicho datáfono va a ser del 2,25% sobre el valor del pago realizado con

tarjetas emitidas por un emisor nacional y del 2,50% sobre el valor del pago para las operaciones realizadas con tarjetas emitidas por un emisor extranjero.

Otro método de pago que Nicaragua en tu Mesa utiliza es el SINPE móvil. Para la implementación de este, se usa nuestra cuenta del Banco de Costa Rica, donde se inicia sesión. Seguidamente en el menú de la izquierda, en la opción de SINPE móvil se selecciona la opción de afiliación (ver Anexo 10) y finalmente se completa la información solicitada que sería el número de cédula, el teléfono móvil, la cuenta IBAN asociada y el nombre de usuario (ver Anexo 11).

Y finalmente, como tercer método de pago, está el efectivo.

Calculadora del préstamo

Calculadora Colones BCR:

Monto:

Plazo:

Resultado

Figura 63

Calculadora de préstamos del Banco de Costa Rica (BCR)

Nota. Herramienta facilitada por el BCR en la página web, 2022.

SERGASCO, S. A. (2022) ha definido que para la instauración formal del restaurante Nicaragua en tu Mesa es necesario acceder al crédito como método de apalancamiento financiero, con la finalidad de poder hacer efectiva una inyección de capital inicial, y que

producto de ello las operaciones comerciales fluyan conforme a los pronósticos realizados. Tras un proceso investigativo en el cual se evaluaron distintas instituciones bancarias, se ha escogido que el crédito se solicite al Banco de Costa Rica (BCR), una institución con una amplia trayectoria financiera y gran respaldo que ofrece buenas opciones de crédito para instituciones.

Se ha determinado que el total necesario para la apertura del restaurante Nicaragua en tu Mesa es de ₡28.811.173,00, monto al cual se le ha agregado un 10% extra, con la finalidad de poder tener liquidez inmediata en caso de alguna emergencia o necesidad, dejando como un gran total necesario el monto de ₡31.692.300,00. Dicho crédito es solicitado a un plazo de 12 años, lo cual deja como cuota mensual el monto de ₡303.516,85, que en los cálculos de SERGASCO, S. A. (2022) está contemplado como una obligación financiera a cubrir con responsabilidad en cada período, y -de ser posible- se realizan pagos extraordinarios según el ejercicio del negocio, para ayudar a cubrir la deuda en un plazo inferior al planteado de manera inicial.

Resultados obtenidos del cálculo del flujo operativo del negocio

A continuación, se muestran los resultados finales de los cálculos que se realizaron para la puesta en operación del restaurante Nicaragua en tu Mesa:

Tabla 4

Resultados obtenidos del primer cálculo del flujo operativo del negocio

Fuente: Elaboración propia

TASA DE DESCUENTO	2,85%
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	¢490.576.645,09
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	220%
ÍNDICE DE RENTABILIDAD (IR)	15,48%

Tabla 5

Resultados obtenidos del segundo cálculo del flujo operativo del negocio

Fuente: Elaboración propia

AÑO	1	2	3	4	5	6
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE	39.313,52	42.867,22	46.738,10	50.954,41	55.546,95	60.549,25
PUNTO DE EQUILIBRIO DEL EFECTIVO	38.824,70	42.334,84	46.158,27	50.322,92	54.859,19	59.800,20
PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO	72.926,26	80.209,45	88.215,57	97.016,39	106.690,81	117.325,56
APALANCAMIENTO OPERATIVO	¢30.196.742,57	¢33.548.580,97	¢37.272.473,47	¢41.409.718,04	¢46.006.196,76	¢51.112.884,61

Tabla 6

Interpretaciones de los resultados obtenidos de los cálculos del flujo operativo del negocio

Fuente: Elaboración propia

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	El Valor Actual Neto del proyecto es de ¢490.576.645,09 positivos, por lo tanto el proyecto es aceptable.
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	La Tasa Interna de Retorno es de 220%, al ser mayor a la solicitada el proyecto es aceptable.
ÍNDICE DE RENTABILIDAD (IR)	Por cada moneda invertida se obtiene un 15,48% de rentabilidad.
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE 1ER AÑO (PEC)	En el 1er año se necesitan vender 39.314 unidades para alcanzar el punto de equilibrio contable.
PUNTO DE EQUILIBRIO EFECTIVO 1ER AÑO (PEE)	En el 1er año se necesitan vender 38.825 unidades para alcanzar el punto de equilibrio de efectivo.
PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO 1ER AÑO (PEF)	En el 1er año se necesitan vender 72.926 unidades para alcanzar el punto de equilibrio financiero.
APALANCAMIENTO OPERATIVO (AO)	En el 1er año el proyecto depende de sus costos operativos en un monto de ¢30.196.742,57.
RENDIMIENTO CONTABLE PROMEDIO (RCP)	La utilidad contable del proyecto es de 4,79%, al ser mayor a la esperada el proyecto aceptable.
PERIODO DE RECUPERACIÓN CONTABLE (PRC)	La inversión inicial se recupera a nivel contable en 0,48 años.
PERIODO DE RECUPERACIÓN FINANCIERO (PRF)	La inversión inicial se recupera a nivel financiero en 0,49 años.

DESCONTADO (PRD) años.

CAPÍTULO V
Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Conclusión Objetivo 1

Con la finalización del presente Trabajo de Grado es posible concluir que se han logrado establecer y cuantificar los elementos necesarios para desarrollar el estudio de factibilidad de la puesta en marcha del restaurante Nicaragua en tu Mesa, hecho de gran importancia que fue planteado como el primer objetivo específico de la lista, siendo dicho estudio uno de los pilares fundamentales de toda inversión -de cualquier naturaleza- que se quiera llevar a cabo de manera correcta (persiguiendo el propósito de generar dividendos).

Dicho estudio de factibilidad indica ser positivo, dado que todos los datos a futuro del comercio indican que la recuperación de la inversión es pronta y el ejercicio comercial puede mantenerse a flote por sí mismo; por otro lado, el estudio de factibilidad ha sido elaborado con base en datos conservadores que se consideran coherentes a la realidad que puede vivir un comercio gastronómico de pequeña-mediana escala, de manera que es posible afirmar que están apegados a la realidad y el ejercicio comercial del restaurante sería positivo en caso de tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto.

Conclusión Objetivo 2

Con la finalización del presente Trabajo de Grado es posible concluir que, por medio de la definición correcta de lo que se busca en el equipo de colaboradores del proyecto, se han logrado determinar efectivamente las competencias idóneas que debe tener el colectivo de trabajo del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Entre muchos otros aspectos cualitativos, el objetivo tras la conformación del colectivo de trabajo de Nicaragua en tu Mesa es que este esté conformado por personas con buenos principios y valores correctos, gente responsable, honesta, honrada, con disposición de servicio y comprometida a trabajar en equipo tras el cumplimiento de objetivos, comunicándose asertivamente y con respeto para mantener un ambiente laboral saludable en todo momento.

Por otro lado, el equipo del restaurante Nicaragua en tu Mesa se encuentra conformado por profesionales -cada quien en su respectiva área de conocimiento- que se dediquen con esmero y disciplina a cumplir cada una de las tareas asignadas en el día a día, de manera que los resultados sean positivos y el negocio crezca a beneficio de cada una de las partes que lo compone. Este hecho es fundamental para el desarrollo óptimo de las tareas por ejecutar durante el ciclo de vida del restaurante, manteniendo siempre una calidad en tendencia a la mejora.

Conclusión Objetivo 3

Después de haber finalizado el presente Trabajo de Grado se concluye que es de suma importancia tener un menú variado y con precios accesibles para que las personas de distintas nacionalidades que vivan en Costa Rica puedan consumir comida de Nicaragua con los más altos estándares de calidad. Nicaragua en tu Mesa se ha encargado de consolidar una oferta gastronómica variada y que resulta ser una representación coherente de la tradición culinaria del hermano país, hecho que enorgullece a su administración y pretende poner la gastronomía nicaragüense en el radar de opciones del mercado costarricense.

Por otro lado, una ventaja que tiene Nicaragua en tu Mesa es que hasta el momento no se conoce un comercio gastronómico formal que sea dedicado únicamente al comercio de comida nicaragüense con altos estándares de calidad y, por experiencias escuchadas, la comida nicaragüense que han consumido los costarricenses no ha sido una representación digna, hecho que devela una enorme oportunidad de crecimiento para el negocio que se está prospectando.

Conclusión Objetivo 4

Con la finalización del presente Trabajo de Grado se concluye que es de suma importancia el aprovechamiento de las redes sociales como Instagram y Facebook, así como las plataformas de comida rápida tipo Uber Eats, Rappi, Pedidos Ya, y Didi Food para la promoción del restaurante.

En el caso de Facebook e Instagram, le permiten a Nicaragua en tu Mesa tener un contacto directo con los clientes, así como poder darles a conocer distintas ofertas y actividades que se realicen en el restaurante. Por otro lado, se aprovechan las plataformas como Uber Eats,

Rappi, Pedidos Ya y Didi Food para dar a conocer el menú como tal, así como distintas ofertas que se realicen, y esto porque este tipo de plataformas envían notificaciones con recomendaciones de restaurantes, así como también envían notificaciones con distintas ofertas.

Asimismo, cuando en dichas plataformas se busca cierto restaurante en específico y no sale, la aplicación inmediatamente muestra distintas opciones de restaurantes que pueden ser similares, lo cual es otra opción para dar a conocer a Nicaragua en tu Mesa.

Recomendaciones

Recomendación Objetivo 1

Una vez elaborado y analizado el estudio de factibilidad, se recomienda que tras la apertura del restaurante se proyecte que los resultados obtenidos en las distintas periodicidades (días/meses/años) sean comúnmente iguales o mayores a los resultados prospectados en dicho estudio de factibilidad, de manera que en todo momento la tendencia del negocio sea a crecer -o mantenerse- y se puedan apreciar resultados positivos en el mediano-largo plazo tras el paso de la curva de aprendizaje del negocio.

Esta recomendación va directamente relacionada al hecho de que para que un comercio gastronómico crezca, es necesario que se popularice y se establezca como una de las principales opciones en la mente del consumidor -según sea el rubro del restaurante y las preferencias del consumidor mismo-. Para llevar a cabo esta tarea de forma efectiva, es necesario que la “adaptabilidad al cambio” de la Administración del restaurante sea muy buena, dado que el mercado se encuentra en constante demanda, y siempre se tienen que idear nuevas estrategias con tal de tener un efecto de atracción/fidelización al consumidor que sea constante y longevo.

Recomendación Objetivo 2

Para poder cumplir con mayor efectividad el segundo objetivo, se recomienda primeramente que el proceso de selección de personal sea llevado a cabo con suficiente estudio de las opciones disponibles; una entrevista personal con cada uno de los postulantes sería una forma efectiva de intentar tener un panorama acerca de las actitudes/aptitudes de los posibles miembros del colectivo de trabajo del restaurante Nicaragua en tu Mesa, acción que al ser

ejecutada con diligencia da como resultado un equipo de trabajo proactivo y productivo (teniendo en cuenta que se pretende que la rotación de personal sea baja).

Por otro lado, se recomienda que al equipo de trabajo se le mantenga bajo un esquema de capacitación constante, hablándoles -de manera personal y colectiva, según sea cada caso- acerca de las actitudes/aptitudes que deben procurar tener al realizar sus labores del día a día. Del mismo modo se recomienda que la Administración permanezca en todo momento abierta ante solicitudes, quejas y demandas que pudieran llegar a tener los miembros del equipo, de manera que la comunicación sea fluida (horizontal, mas no vertical) y se logre formar un ecosistema de trabajo saludable y enfocado a producir fluidamente durante las horas de actividad comercial del restaurante Nicaragua en tu Mesa.

Recomendación Objetivo 3

Para lograr el cumplimiento del tercer objetivo se recomienda que el restaurante Nicaragua en tu Mesa tenga un mínimo de 4 opciones disponibles en cada sección (desayunos, platos fuertes, postres, bebidas, etc.) donde el consumidor tenga esa posibilidad de poder escoger el platillo que desea y que este no sea limitado a solamente 1 o 2 opciones porque el restaurante no cuenta con un menú variado.

Además, es de gran importancia que los precios sean accesibles, no hay nada más frustrante para un cliente (que no sea de una clase económica alta) que visitar un restaurante y tener que limitarse a comer algo pequeño, como una boca, y un fresco porque los precios que se manejan en el lugar son sumamente altos, por esto a la administración de Nicaragua en tu Mesa se le recomienda que sea un restaurante que a nivel económico sea accesible para toda la población costarricense, garantizando así el tener una mayor cartera de clientes.

Por otro lado, en cuanto a temas de calidad, al personal de Nicaragua en tu Mesa se les recomienda que aprovechen y exploten la oportunidad que tienen en sus manos, actualmente en Costa Rica no se conoce un restaurante posicionado que sea 100% dedicado a la comida nicaragüense, es aquí donde la administración de Nicaragua en tu Mesa tiene la oportunidad de crear un restaurante dedicado totalmente a la comida nicaragüense y con los más altos

estándares de calidad, y así poder brindarle al costarricense una opción más que pueden consumir con una excelente calidad y a precios accesibles.

Recomendación Objetivo 4

Hoy en día las distintas redes sociales son algo sin lo que el costarricense promedio no puede vivir, y es la mejor forma para dar a conocer un nuevo negocio ya que el alcance que tienen es sumamente grande, para el cumplimiento de este objetivo se le recomienda a la administración de Nicaragua en tu Mesa tener un posicionamiento fuerte en redes sociales, y con esto se hace referencia a tener la página de Facebook y una cuenta de Instagram siempre actualizadas, es decir, estar en constante creación de contenido que sea atractivo para quienes serían los potenciales clientes de Nicaragua en tu Mesa, además de estar publicando contenido constantemente, esto con el fin de garantizarse una página y una cuenta que estén activas.

Por otro lado, es de gran importancia tener las redes sociales siempre con la información más completa/actualizada posible, y tener siempre un nivel de respuesta alto por el chat, esto con el objetivo de ahorrarle al cliente el hecho de tener que estar preguntando cosas vía chat, como por ejemplo: ¿Hoy abren? ¿Qué horario tienen? ¿Dónde quedan ubicados?, entre otras cosas que el cliente se puede ahorrar tener que preguntar si la información ya se encuentra en el perfil, además de que si el cliente tiene alguna pregunta que desee hacer por el chat, que pueda recibir respuesta lo más pronto posible y que no deba esperarse más de 1 hora para tener una respuesta, además de que dependiendo del tipo de pregunta y el tiempo de duración para que el cliente tenga su respuesta, esto ocasione que el cliente cambie su decisión de consumo y no vaya al restaurante.

También las redes sociales son una gran herramienta para agilizar los procesos de atención a eventos especiales: celebraciones de cumpleaños, eventos ejecutivos, comidas para grupos grandes, etc., permitiendo que la comunicación comercio-cliente sea fluida y se permita llevar a cabo los procesos de cotización, reserva, conformación de menú limitado, entre otros, por medio del uso y manejo de las herramientas digitales tales como WhatsApp, Instagram, correo institucional, Facebook, etc.

Referencias



- Banco Central de Costa Rica. (s.f.). *Sitio web oficial*. https://www.bccr.fi.cr/comunicacion-y-prensa/Docs_Comicados_Prensa/CP-BCCR-004-2022-BCCR_fija_nuevas_comisiones_maximas_para_tarjetas_pago.pdf
- Banco Nacional de Costa Rica. (s.f.). *Sitio web oficial*. <https://bnmascerca.com/preguntas/datafono/>
- Banco Nacional de Costa Rica. (s.f.). *Sitio web oficial*. <https://bnmascerca.com/wp-content/uploads/2017/11/Folleto-Comercio-Adquirente.pdf>
- Banco Nacional de Costa Rica. (s.f.). *Sitio web oficial*. <https://bnmascerca.com/wp-content/uploads/2017/11/REQUISITOS-DATAFONOS-2.pdf>
- Caja Costarricense de Seguro Social. (s.f.). *Sitio web oficial*. <https://www.ccss.sa.cr/tramites?t=17>
- Carpio, O. (2022). *Todo lo que debe saber sobre el permiso de funcionamiento en Costa Rica*. <https://www.asesoriasjimenez.com/post/permiso-de-funcionamiento-en-costa-rica>
- Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica. (2021). *Tarifas de Honorarios Profesionales Mínimos de los CPA*. <https://www.ccpa.or.cr/tarifas-de-honorarios-profesionales-minimos-de-los-cpa/>
- Franco, Y (2014) Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. [Blog Internet] <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- González, M. (s.f.). *Investigación etnográfica: qué, cuándo y...* <https://www.miros.ec/blog/2019/04/08/investigacion-etnografica-que-cuando-y/melvis/>
- Guzmán, J., Hernández, N., Reyes, A. & Velásquez, B. (2013). *Metodología de la investigación de las variables*. [http://adelajesus.blogspot.com/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Tamayo%20y%20Tamayo%20\(2003,o%20control%20en%20una%20investigaci%C3%B3n.](http://adelajesus.blogspot.com/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Tamayo%20y%20Tamayo%20(2003,o%20control%20en%20una%20investigaci%C3%B3n.)
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica (INS). (s.f.). *Sitio web oficial*. <https://www.grupoins.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/formularios/>

- Maranto, M. & González M. (s.f.). *Fuentes de información*.
https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT13_2.pdf
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). (s.f.). *Sitio web oficial*.
https://www.meic.go.cr/meic/documentos/d6cnc6hbd/apertura_empresa_costa_rica25_0219.pdf
- QuestionPro. (s.f.). *Investigación descriptiva*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- QuestionPro. (s.f.). *Mi primera investigación etnográfica*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-etnografica-qp/>
- Rus, E. (2021). *Investigación descriptiva*.
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. .
<https://books.google.com.mx/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Tutfg. (2020). *¿Qué son las fuentes de información y cuántos tipos hay?*
<https://tutfg.es/fuentes-de-informacion>
- Webscolar. (2017). *Conceptos de investigación etnográfica según su autor*.
<https://www.webscolar.com/conceptos-de-investigacion-etnografica-segun-sus-autor>

Anexos

Anexo 1

Formulario unificado de solicitud de permiso sanitario de funcionamiento

		FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO				
A. INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: <i>(No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde libre de tachaduras)</i>						
1	MOTIVO DE PRESENTACION	2	GRUPO DE RIESGO	3	CODIGO(S) CIU:	
	1 ERA VEZ		A B C			
	RENOVACION					
4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO					
	♦PRINCIPAL:					
	♦ACCESORIA (S):					
5	NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:					
6	PROVINCIA:	7	CANTON:	8	DISTRITO:	
9	DIRECCION EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (CALLE/AVENIDA Y OTRAS SENAS ESPECIFICAS):					
10	TELEFONOS:	11	Nº DE FAX:	12	APDO. POSTAL:	
13	CORREO ELECTRONICO:					
14	NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:				15	Nº DOCUMENTO DE IDENTIDAD:
16	TELEFONOS:	17	Nº DE FAX:	18	APDO. POSTAL:	
19	CORREO ELECTRONICO:					
20	LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:					
21	RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:				22	CÉDULA JURÍDICA:
23	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE				24	Nº DOCUMENTO DE IDENTIDAD:
25	TELÉFONO:	26	Nº DE FAX:	27	APDO. POSTAL:	
28	CORREO ELECTRÓNICO:					
29	LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE:					
30	Nº TOTAL DE EMPLEADOS:	31	Nº HOMBRES:	Nº MUJERES:	32	Nº TOTAL DE OCUPANTES:
33	HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):			34	HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:	
35	AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS:					
36	DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS OFERTADOS: <i>(Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario):</i>					
37	GENERA RESIDUOS PELIGROSOS: () SI () NO		CANTIDAD POR MES:			
38	FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:			AUTENTICACION:		
B. LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD <i>(Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).</i>						
39	FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:	40	NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:			
41	SELLO	42	Nº DE SOLICITUD:			
C. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD						
1. DECLARACION JURADA (Solo en caso de primera vez) ()						
2. COPIA DE COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ()						
3. COPIA DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Solo en caso de primera vez) ()						
4. CERTIFICACION REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERIA JURIDICA VIGENTE (Solo en caso de primera vez) ()						
D. USO EXCLUSIVO PARA ACTIVIDADES DEL GRUPO C:						
Para las actividades del Grupo C, el presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS constituirá el Certificado de Permiso de Funcionamiento.		 PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO Nº _____ FECHA: _____ TIENE VALIDEZ DE _____ AÑOS SELLO FECHA DE VENCIMIENTO: _____ NOMBRE Y FIRMA: _____ / _____ (Funcionario que recibe la solicitud)				

INSTRUCTIVO PARA LLENAR LA SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO (PSF)

Casilla Nº 1 Motivo de presentación: Marcar con una "x" la Casilla correspondiente:	Solicitud PSF por primera vez: Aplica para establecimientos, empresas o negocios que nunca han solicitado PSF, para aquellos que van a iniciar operaciones. Renovación PSF: aplica para todos los establecimientos, empresas o negocios a los cuales se les ha otorgado el PSF y se encuentra a un mes de su vencimiento.
Casilla Nº 2 Grupo de riesgo:	Marcar con una "x" la Casilla del grupo de riesgo al que pertenece la actividad, para la cual usted solicita PSF. (Ver Anexo No. 1 Tabla de clasificación de establecimientos y actividades según riesgo sanitario ambiental del presente Reglamento).
Casilla Nº 3 Código CIU:	Anotar el número de código que la "clasificación industrial internacional uniforme" asigna a su actividad, usando como referencia el anexo 1 del presente Reglamento. Si existen varias actividades principales con distintos códigos CIU, deberán indicarse todos estos.
Casilla Nº 4 Tipo de actividad o servicio:	Anotar el tipo de actividad principal (aquella actividad que se considera de mayor riesgo sanitario o ambiental según se señala en el Anexo No. 1 del presente Reglamento) que desarrolla dentro de su establecimiento. En caso de desarrollar otra (s) actividad (es) accesorio (s) (aquella actividad que se lleva a cabo en un establecimiento como complemento de su actividad principal, depende de esta última y pertenece al mismo propietario o representante legal), se deben señalar.
Casilla Nº 5 Nombre comercial del establecimiento, empresa o negocio que solicita PSF:	Anotar claramente el nombre comercial del establecimiento, empresa o negocio para el cual solicita el PSF.
Casillas Nº 6, 7, 8:	Anotar de acuerdo a la división territorial existente, el número asignado a la provincia, cantón y distrito donde se ubica el establecimiento, empresa o negocio.
Casilla Nº 9 dirección exacta del establecimiento (otras señas específicas):	Anotar claramente la dirección, del local, señalando calles, avenidas, nombre del barrio y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente el establecimiento, empresa o negocio.
Casillas Nº 10, 11, 12, 13:	Anotar claramente los números telefónicos, fax, apartado postal y correo electrónico, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casilla Nº 14 nombre del representante legal de la actividad o establecimiento.	En caso de ser persona física debe anotar forma legible el nombre y apellidos del representante legal de la actividad o del establecimiento. Si es persona jurídica indicar el nombre y apellidos del representante legal.
Casilla Nº 15: Número de documento de identidad.	Anotar el número de documento de identidad vigente respectivo.
Casillas Nº 16, 17, 18, 19:	Anotar claramente los números telefónicos, fax, apartado postal y correo electrónico del Representante Legal de la actividad o establecimiento, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casilla Nº 20: Lugar o medio notificación del representante legal de la actividad o establecimiento.	Anotar en forma legible la dirección o medio para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al representante legal de la actividad o establecimiento.
Casillas Nº 21 Y 22 Razón social de la actividad o establecimiento	Anotar claramente la razón social de la actividad o establecimiento y el número de cédula jurídica
Casilla Nº 23 y 24 Nombre del representante legal del inmueble.	Anotar el nombre y apellidos, del representante legal del inmueble su Nº de documento de identidad.
Casillas Nº 25,26,27 y 28:	Anotar claramente los números telefónicos, fax, apartado postal y correo electrónico del Representante Legal del inmueble con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casillas Nº 29: Lugar o medio de notificación del Representante Legal del inmueble.	Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al Representante Legal del inmueble.
Casillas Nº 30 y 31 Total, de empleados por sexo	Anotar la suma total de trabajadores que laboran en el establecimiento, empresa o negocio, seguidamente anotar el número empleados según sexo.
Casilla Nº 32 Número total de clientes u ocupantes	Indicar el número de personas que asisten al establecimiento en calidad de clientes o usuarios (aplica en caso de sitios de reunión pública o cualquier otro establecimiento donde se reúnan personas para recibir un servicio).
Casilla Nº 33: Horario de trabajo (apertura y cierre):	Indicar la jornada laboral diaria, que incluya la hora de inicio y final de labores, por ejemplo: 1 turno de 8 horas, de 8am a 4pm.
Casilla Nº 34: Horario de atención de usuarios:	Anotar la hora de inicio de atención a los usuarios y la hora en que finaliza. Cuando sea diferente al horario de trabajo.
Casilla Nº 35 Área de trabajo en metros cuadrados:	Anotar el tamaño en metros cuadrados del local o establecimiento.
Casillas Nº 36 Descripción de los servicios ofertados	Describir en forma detallada la oferta de servicios que prestará el establecimiento, indicar principalmente lo referente a procesos o procedimientos (si el espacio no es suficiente puede hacerlo en hojas adicionales).
Casillas Nº 37 Genera residuos peligrosos	Indicar si se generan residuos peligrosos producto del funcionamiento de la empresa o la actividad. En este caso debe contar con un Programa Integral de Manejo de Residuos de acuerdo a lo establecido en este Reglamento a la Ley General de Gestión Integral de Residuos DE-Nº 37567-S-MINAET-H
Casilla Nº 38: Firma del Representante Legal de la actividad o establecimiento	En este espacio se debe consignar la firma del Representante Legal de la actividad o establecimiento. En caso de que no sea el Representante Legal de la actividad quien presente la solicitud, esta firma debe ser autenticada por un abogado.

Anexo 2

Declaración jurada para trámites de solicitud del Permiso Sanitario de Funcionamiento por primera vez o renovaciones.

DECLARACIÓN JURADA PARA TRÁMITES DE SOLICITUD DE PERMISOS SANITARIOS DE FUNCIONAMIENTO POR PRIMERA VEZ O RENOVACIONES.

Yo: _____, con domicilio en _____
Distrito _____, Cantón _____, Provincia _____, Otras señas _____
Nº _____, documento de identidad
Nº _____ En mi carácter de: () Representante legal o Apoderado () Propietario () Inquilino () Otro
(Especifique): _____ del establecimiento denominado:
_____, cuyas actividades que se realizan son:

Dirección del establecimiento: _____, cuya
razón social es: _____ Con Cédula Jurídica Nº _____, Solicito me sea
otorgado el permiso que señala la Ley General de Salud, a mi representada, para lo cual declaro bajo fe de juramento y que
de no decir la verdad incurriré en perjurio sancionado con pena de prisión según el Código Penal y consciente de la
importancia de lo aquí anotado, lo siguiente:

Primero: Que la actividad señalada en el formulario de solicitud del PSF que se realizará en el establecimiento denominado
_____ cumple con toda la normativa establecida para el caso en concreto.

Segundo. - Que la información que contiene el formulario unificado que adjunto a esta declaración es verdadera.

Tercero. - Que en cumplimiento de lo establecido en los artículos 44, 74 y 74 bis de la Ley Constitutiva de la Caja
Costarricense de Seguro Social y el artículo 66 del Reglamento del Seguro Social, me comprometo a la inscripción como
patrono o trabajador independiente dentro de los ocho días hábiles posteriores al inicio de la actividad. Asimismo, declaro
estar al día en el pago de mis obligaciones con esa institución.

Cuarto. - Que cumplo con lo establecido en la Ley Nº 9028 del 22 de marzo de 2012 “Ley General de Control de Tabaco y
sus Efectos Nocivos a la Salud” y sus reglamentos (así adicionado el punto “tercer bis” anterior por el inciso a) del artículo
61 del Reglamento a la Ley General de Control de Tabaco y sus Efectos Nocivos en la Salud, aprobado mediante el decreto
ejecutivo Nº 37185-S de 26 de junio de 2012).

Quinto. - Que conforme a lo establecido en el Decreto Nº 36979-MEIC, RTCR 458:2011 Reglamento de Oficialización del
Código Eléctrico de Costa Rica para la Seguridad de la Vida y de la Propiedad, artículo 5º, inciso 5.2.4.3, cuando
corresponda según el artículo 21 inciso 7 del Reglamento General para Autorizaciones y de Permisos Sanitarios de
Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud y sus reformas, cumplo con lo ahí exigido.

Sexto. - Que de conformidad con lo establecido en el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de
Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud en su Artículo 9, Condiciones Previas, mi representada cumple con lo
ahí solicitado y para ello suministro la siguiente información según corresponda: (Aplica solo para trámites de permisos
sanitarios de funcionamiento por primera vez).

1- Resolución Municipal de Ubicación Nº _____ otorgada por la Municipalidad de _____,
emitida el día _____ del mes de _____ del año _____.

2- Viabilidad (licencia) Ambiental Nº _____ emitida por la SETENA el día _____ del mes de _____
del año _____.

3- Oficio Nº _____ de nota emitida por el Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario indicando que
acepta el volumen de las aguas residuales del establecimiento que serán vertidas en el alcantarillado sanitario, otorgada el día
_____ del mes de _____ del año _____ o Permiso de vertido Nº _____ emitido por el MINAE
que permita descargar aguas residuales al cuerpo de agua _____, otorgado el día _____ del
mes de _____ del año _____.

4. Certificado de regencia profesional vigente otorgada por el Colegio Profesional correspondiente: _____

5. Certificado de operación del establecimiento vigente extendida por el Colegio Profesional correspondiente:

6. Permiso de funcionamiento para calderas vigente extendida por el Ministerio:

7. Resolución N° _____ de la DPAH autorizando la utilización de la fuente de emisiones de radiaciones ionizantes.

8. Contrato N° _____ asignado por el Colegio de Ingenieros y Arquitectos a los planos constructivos.

Además, declaro que la actividad para la cual solicito el PSF, cumple con los requisitos señalados para la solicitud del trámite por primera vez según el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud.

Sétimo. - Asimismo, me comprometo a mantener las condiciones debidas por el tiempo de vigencia del permiso y cumplir con los términos de la normativa antes indicada, por ser requisito indispensable para la operación de mi establecimiento, de igual forma me comprometo que todos los servicios brindados y los productos, equipos y materiales que se comercialicen o utilicen dentro del establecimiento que represento, cuando proceda, estarán debidamente autorizados por el Ministerio de Salud y a no ampliar o cambiar de actividad sin la autorización previa de este Ministerio.

Octavo. - Por lo anterior, quedo apercibido de las consecuencias legales y judiciales, con que la legislación castiga el delito de perjurio. Asimismo, exonero de toda responsabilidad a las autoridades del Ministerio de Salud por el otorgamiento del PSF con base en la presente declaración. **ADEMÁS:** conocedor de las consecuencias legales y administrativas de la presente declaración jurada, manifiesto y autorizo en forma expresa para que la autoridad de salud correspondiente, proceda a suspender o a cancelar el Permiso Sanitario de Funcionamiento, según corresponda, y prosiga con la clausura del establecimiento para el cual tramito el presente Permiso Sanitario de Funcionamiento, si se llegase a corroborar alguna falsedad en la presente declaración, errores u omisiones en los documentos aportados, o que los servicios prestados y/o los productos comercializados dentro de mi establecimiento no cuentan con la debida autorización sanitaria. **ES TODO.**

Firmo en _____ a las _____ horas del día _____ del mes de _____ del año _____.

Firma:


Es auténtica: _____

INSTRUCCIONES:

- a) En caso de persona jurídica debe aportar la certificación registral o notarial de la personería la cual tendrá una vigencia de un mes. La certificación digital expedida por el Registro Público tendrá una validez de 15 días naturales.
- b) En caso de que un tercero realice el trámite se debe adjuntar fotocopia de documento de identificación de quien solicita el PSF (eventual titular), además de la respectiva autorización.
- c) Solamente podrá rendir la declaración jurada quien esté facultado legalmente para dicho acto.
- d) Si la firma es digital no se requiere de autenticación. Igualmente, no requerirá autenticación si el gestionante realiza el trámite personalmente.”

Anexo 3

Póliza obligatoria de riesgos de trabajo

 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS SEGURO OBLIGATORIO DE RIESGOS DEL TRABAJO SOLICITUD DE SEGURO		Póliza N°		
REGISTRO	Este documento solo constituye una solicitud de seguro y no representa garantía alguna de que la misma será aceptada por el INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS (INS), ni de que en caso de aceptarse, dicha aceptación concuerde con los términos solicitados en ella.			
	1. Fecha y hora:	Día: Mes: Año: Hora: 2. Lugar:		
	3. Tipo de trámite solicitado: <input type="checkbox"/> Emisión <input type="checkbox"/> Rehabilitación			
DATOS DEL TOMADOR DEL SEGURO	4. Tipo de identificación: <input type="checkbox"/> Cédula Jurídica <input type="checkbox"/> Cédula Física <input type="checkbox"/> DIMEX / DIDI <input type="checkbox"/> Pasaporte			
	5. Número de identificación:	6. Nacionalidad:		
	7. Nombre o Razón Social:			
	8. Fecha de nacimiento o constitución de la sociedad):	9. Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino		
	10. Profesión u Ocupación:			
	11. Domicilio físico (por señas):			
	12. Provincia:	13. Cantón:	14. Distrito:	
	15. Apartado postal:	16. Fax o Facsímil:		
	17. Teléfonos:	Celular:	Domicilio:	Oficina:
	18. Correo electrónico:			
	19. Señale el medio por el cual desea recibir notificaciones del Seguro Obligatorio de Riesgos de Trabajo:			
	<input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Fax o Facsímil <input type="checkbox"/> Apartado postal <input type="checkbox"/> Domicilio físico			
	MODALIDADES DE ASEGURAMIENTO	20. Seleccione la póliza que desea suscribir (marque solo una opción):		
PÓLIZAS DE PERIODO CORTO (Estas pólizas tienen una vigencia menor a un año)				
<input type="checkbox"/> RT-Construcción:		Asegura únicamente a los trabajadores que efectúan labores de construcción en la propiedad del Tomador del seguro. El Tomador del seguro debe ser una persona física y en su condición de patrono no se dedica en forma permanente a la actividad de construcción.		
<input type="checkbox"/> RT-Cosechas:		Asegura tanto a los trabajadores como al patrono en la actividad de recolección de cosechas. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.		
<input type="checkbox"/> RT-General:		Asegura tanto a los trabajadores como al patrono. El Tomador del seguro puede ser una física o jurídica.		
<input type="checkbox"/> RT-Especial Formación Técnica Dual:		Son pólizas adquiridas por empresas o centros de formación para la empleabilidad, que forman parte del convenio de educación o formación en la modalidad dual, sin que medie una relación laboral; para asegurar a los estudiantes que participan en estos programas de educación.		
PÓLIZAS PERMANENTES (Estas pólizas tienen una vigencia igual o mayor a un año)				
<input type="checkbox"/> RT-Adolescente:		Asegura al Tomador del seguro que trabaja de forma independiente. El Tomador del seguro debe ser una persona física entre 15 años y menor de 18 años de edad.		
<input type="checkbox"/> RT-Agrícola:		Asegura tanto a los trabajadores como al patrono (máximo 10 personas), en actividades de mantenimiento y recolección en la finca del Tomador del seguro. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.		
<input type="checkbox"/> RT-Especial Formación Técnica Dual:		Son pólizas adquiridas por empresas o centros de formación para la empleabilidad, que forman parte del convenio de educación o formación en la modalidad dual, sin que medie una relación laboral; para asegurar a los estudiantes que participan en estos programas de educación.		
<input type="checkbox"/> RT-General:		Asegura tanto a los trabajadores como al patrono. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.		
<input type="checkbox"/> RT-Hogar:		Asegura a los trabajadores permanentes y ocasionales que contrate para realizar actividades domésticas, de servicios o de mantenimiento en las casas de habitación declaradas. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.		
<input type="checkbox"/> RT-Independiente:		Asegura al Tomador del seguro que trabaja de forma independiente. El Tomador debe ser una persona física y debe estar inscrito como contribuyente en el Ministerio de Hacienda.		
<input type="checkbox"/> RT-Ocasional:	Asegura a los trabajadores que contrate ocasionalmente para realizar actividades de mantenimiento o de servicios en la casa de habitación, lote o terreno declarados por el Tomador del seguro. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.			
<input type="checkbox"/> RT-Sector Público:	Asegura a los trabajadores del Estado, municipalidades e instituciones públicas. El Tomador del seguro es una persona jurídica.			
Nota: Si el Tomador del seguro es una persona física y no cuenta con trabajadores al momento de la solicitud de póliza, deberá suscribir la RT-Independiente.				
Instituto Nacional de Seguros / Dirección Oficinas Centrales: Calles 9 y 9 Bis, avenida 7, San José / Apdo. Postal 10061-1000 Central telefónica 2287-6000 / Fax: 2243-7062 / Consultas: contactenos@grupoins.com / Defensoría del Cliente: defensoriadelcliente@grupoins.com Consulte nuestra página Web: www.grupoins.com				

DATOS GENERALES DEL SEGURO	21. Describa el trabajo o actividad económica:		
	22. Dirección exacta donde se ejecutará el trabajo:		
	23. Provincia:	24. Cantón:	25. Distrito:
	26. Fecha de ejecución del trabajo:		
	Inicia: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/> Finaliza: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/> <div style="display: flex; justify-content: space-around; font-size: small;"> Día Mes Año Día Mes Año </div>		
27. Tipo de calendario de planillas (marque solo una opción):		29. Monto estimado de la planilla mensual:	
<input type="checkbox"/> Mensual: En este tipo de calendario, las fechas de corte de cada planilla coinciden con el último día natural de cada mes. <input type="checkbox"/> Especial: En este tipo de calendario, las fechas de corte de cada planilla no coinciden con el último día natural de cada mes. <input type="checkbox"/> No presenta (Opción exclusiva para los siguientes seguros: RT-Adolescente, RT-Agrícola, RT-Especial Formación Técnica Dual, RT-Cosechas, RT-Hogar, RT-Independiente, RT-Ocasional, RT-Construcción).		<input type="checkbox"/> SI. <input type="checkbox"/> NO. El Tomador se compromete a reportar a los trabajadores por medio del sistema RT-Virtual, antes de la fecha de inicio del trabajo o las labores.	
28. Forma de pago de la prima (solo aplica para pólizas permanentes)*:		30. ¿Adjunta la Planilla de Emisión con el detalle de trabajadores?	
<input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Mensual		<input type="checkbox"/> SI. <input type="checkbox"/> NO. El Tomador se compromete a reportar a los trabajadores por medio del sistema RT-Virtual, antes de la fecha de inicio del trabajo o las labores.	
* Según la forma de pago elegida, el INS aplicará un recargo porcentual por concepto de pago fraccionado, sobre la tarifa anual del seguro, según se detalla: semestral 8%, trimestral 11% y mensual 13%.			
CONSTRUCCIÓN	COMPLETE ESTOS DATOS SI LA PÓLIZA A SUSCRIBIR ES PARA LA ACTIVIDAD DE CONSTRUCCIÓN		
	31. Documento de respaldo de la solicitud de seguro:		32. ¿Adjunta Declaración de Interés Social?
<input type="checkbox"/> Permiso Municipal No.: <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Contrato del CFIA No.: <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Copia del contrato entre las Partes		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si	33. Valor total de la obra: <input type="text"/>
RT-COSECHAS	COMPLETE ESTOS DATOS ÚNICAMENTE SI LA PÓLIZA A SUSCRIBIR ES RT-COSECHAS		
	34. Fruto o producto a recolectar: <input type="text"/>		
35. Unidad de medida a utilizar:		36. Cantidad de unidades a recolectar:	37. Precio a pagar por unidad:
RT-HOGAR	COMPLETE ESTOS DATOS SI LA PÓLIZA A SUSCRIBIR ES RT-HOGAR		
	38. Cantidad de trabajadores permanentes por asegurar:		
<input type="checkbox"/> Opción 1: Un trabajador <input type="checkbox"/> Opción 2: Dos trabajadores <input type="checkbox"/> Opción 3: Tres o más trabajadores			
ACEPTACIÓN DEL SEGURO	Declaro que la información aquí contenida es verídica, es completa y forma la base sobre la cual se fundamenta el INS para emitir el seguro que solicito. Convengo que cualquier omisión o información falsa o inexacta puede causar el rechazo de cualquier reclamación y la nulidad del contrato. Asimismo entiendo que la falsedad u omisión de cualquier información podría resultar en un intento de fraude contra el Instituto.		
	39. Firma del Tomador del Seguro o Representante		40. Nombre completo, identificación y puesto del Representante (solo para personas jurídicas)
	USO EXCLUSIVO PARA EL INTERMEDIO DE SEGUROS O REPRESENTANTE DEL INS		
	41. Monto Asegurado:		En mi calidad de Intermediario de Seguros, doy fe de que he revisado el riesgo descrito y que desde mi perspectiva no existen agravaciones para que el INS analice esta solicitud de seguro y resuelva aceptar el aseguramiento.
	42. Código actividad:	43. Tarifa:	
44. Prima Anual Estimada:			
45. Nombre completo y código del Intermediario:		46. Firma y número de identificación del Intermediario de Seguros o Representante del INS	
La documentación contractual y técnica que integran este producto, están registrados ante la Superintendencia General de Seguros (SUGESE) de conformidad con lo dispuesto en la CLÁUSULA 29, inciso d) de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros, Ley 8653, según registro del 24 de septiembre del 2021			
Instituto Nacional de Seguros / Dirección Oficinas Centrales: Calles 9 y 9 Bis, avenida 7, San José / Apdo. Postal 10061-1000 Central telefónica 2287-8000 / Fax: 2243-7062 / Consultas: contactenos@grupoins.com / Defensoría del Cliente: defensoriadcliente@grupoins.com Consulte nuestra página Web: www.grupoins.com			



INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS
SEGURO OBLIGATORIO DE RIESGOS DEL TRABAJO
PLANILLA DE EMISIÓN

Póliza N°

	TI (1)	NACIONALIDAD	N° IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	F. NACIMIENTO	SEXO	TJ (2)	SALARIO MENSUAL	DÍAS	HORAS	OCUPACIÓN
1	-								-				
2	-								-				
3	-								-				
4	-								-				
5	-								-				
6	-								-				
7	-								-				
8	-								-				
9	-								-				
10	-								-				
11	-								-				
12	-								-				
13	-								-				
14	-								-				
15	-								-				
16	-								-				
17	-								-				
18	-								-				
19	-								-				
20	-								-				
TOTAL DE TRABAJADORES								TOTAL DE SALARIOS:					

Codificación:

- (1) Tipos de Identificación (TI): CN = Cedula Nacional, DU = DIMEX, NP = Número de Pasaporte, NT = Permiso de Trabajo
- (2) Tipos de Jornada (TJ): TC = Tiempo Completo, TM = Tiempo Medio, OD = Ocasional contratado por días, OH = Ocasional contratado por horas
- (3) Sexo: M=Masculino, F=Femenino



Declaro que la información aquí contenida es verídica, es completa y forma la base sobre la cual se fundamenta el Instituto para emitir el seguro que solicito. Convengo que cualquier omisión o información falsa o inexacta puede causar el rechazo de cualquier reclamación y la nulidad del contrato. Asimismo entiendo que la falsedad u omisión de cualquier información podría resultar en un intento de fraude contra el Instituto.

 Firma del Tomador del Seguro o Representante

 Nombre completo, identificación y puesto del Representante
 (solo para personas jurídicas)

Anexo 4

Declaración de inscripción en el Registro Único Tributario

 					
Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario					
I. Identificación del obligado tributario					
Número identificación *			Nombre completo *		
II. Domicilio fiscal					
Electrificadora *		Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	
Provincia *:		Cantón *:		Distrito *:	
Barrio:		Calle:		Avenida:	
Latitud		Longitud		Otras señas *	
III. Datos de contacto del obligado tributario					
Teléfono fijo 1 *	Teléfono fijo 2	Teléfono móvil 1 *	Teléfono móvil 2	Número fax 1	Número fax 2
Apartado postal		Código postal		Correo electrónico 1 *	Correo electrónico 2
Redes sociales:					
IV. Datos de la actividad económica					
Fecha inicio *		Código actividad *		Descripción de la actividad *	
Detalle descripción de la actividad económica *					
Nombre comercial			Especialidad		
Autorizaciones Especiales					
<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud para ser autorizado para imprimir comprobantes (facturas) <input type="checkbox"/> • Solicitud para ser Comercializador Vehículos Usados <input type="checkbox"/> • Solicitud para ser de Proveedores Cajas Registradoras <input type="checkbox"/> 					
Dirección de la actividad económica					
Provincia *:		Cantón *:		Distrito *:	
Barrio:		Calle:		Avenida:	
Teléfono fijo *		Otras señas *			
V. Datos generales de sucursales y/o agencias					
Nombre comercial o fantasía *				Fecha inicio *	
Dirección de la sucursal y/o agencia					
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Teléfono fijo *		Otras señas *			
VI. Información de representante legal					
Número identificación *			Nombre completo *		
Dirección del representante legal					
Electrificadora *		Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	Fecha inicio *:
Provincia *:		Cantón *:		Distrito *:	

Barrio:	Calle:	Avenida:
Teléfono fijo *		Otras señas *
Latitud	Longitud	Correo electrónico

VII. Información de Apoderados

() Incluir

Número identificación *	Apellidos y Nombre *	
Dirección del Apoderado		
Provincia *:	Cantón *:	Distrito *:
Barrio:	Calle:	Avenida:
Teléfono fijo *		Otras señas *
Correo electrónico		
Tipo de certificación: Notario Público		Digital
		Fecha de emisión del Poder:

IX. Régimen tributario

Régimen tributario *:	Cierre fiscal *:
-----------------------	------------------

X. Clasificación

Impuestos (X): Renta Ventas Agente retención / Informante Declarante

Impuestos específicos (X):

Productos del Tabaco	<input type="checkbox"/>	Selectivo de consumo	<input type="checkbox"/>
Fondos de inversión	<input type="checkbox"/>	Salas de juego (casinos)	<input type="checkbox"/>
Bebidas alcohólicas	<input type="checkbox"/>	Bebidas envasadas sin alcohol	<input type="checkbox"/>

XII. Metodo de Facturación (X)

Comprobante Preimpreso	<input type="checkbox"/>
Auto impresor	<input type="checkbox"/>
Caja Registradora	<input type="checkbox"/>
Factura Electrónica (Emisor-Receptor Electrónico)	<input type="checkbox"/>
Factura Electrónica (Receptor Electrónico)-No Emisor	<input type="checkbox"/>
Factura Electrónica (Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos)	<input type="checkbox"/>
Factura Electrónica (Emisor-Receptor Electrónico/Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos)	<input type="checkbox"/>

Requisitos:

a. Posee conexión a internet

b. Cuenta con firma electrónica

c. El sistema emite los respectivos archivos XML

Tipo de Sistema:

i. Desarrollo interno	<input type="checkbox"/>	ii. Sistema de un Proveedor	<input type="checkbox"/>
iii. Sistema gratuito de un Proveedor	<input type="checkbox"/>	iv. Sistema gratuito del Ministerio de Hacienda	<input type="checkbox"/>

XIII. Presentación. Autorización de tercero y autenticación de firma

El suscrito obligado tributario/representante legal, autorizo a: _____

Número de identificación: _____, para que realice el trámite de inscripción solicitado en esta Declaración D.140.

Firma del obligado tributario o representante legal	N° cédula o de documento identificativo
---	---

NOTA: La firma del obligado tributario o del representante legal, deben ser autenticadas, por abogado o notario.

Autenticación: _____

Firma del Abogado o Notario

Sello y Timbres

* Campos obligatorios por completar, dependiendo la gestión.

DE USO EXCLUSIVO PARA LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Firma del Funcionario	Sello del RUT	Fecha de Recepción
Original: Administración Tributaria	Copia: Obligado Tributario	

Se declara bajo fe de juramento que los datos consignados en este formulario son ciertos, por lo que asumo las responsabilidades y consecuencias legales que correspondan en caso de falsedad, inexactitud, omisión.

Nuestros servicios son gratuitos

Anexo 5

Proveedores autorizados para el uso de la factura electrónica

 <p>Grupo Diverscan S.A.</p>	 <p>Almamater de Guadalupe S.A.</p>	 <p>Desarrollo Tecnológico Comercial S.A.</p>	 <p>Intercambio Electrónico de Datos INELDAT</p>
 <p>Signature South Consulting Costa Rica S.A.</p>	 <p>Asignado a la solución Factura Electrónica, versión 4.3</p> <p>Gestión en Tecnología e Información</p>	 <p>Acreditado a la solución EdicPDF4, versión 3.50.08</p> <p>Ekomeercio</p>	 <p>Acreditado a la solución EdicPDF4, versión 3.50.08</p> <p>Sisnet consultores S.A.</p>
 <p>ACD System</p>	 <p>ISK GLOBAL LTDA</p>	 <p>NG Technology</p>	 <p>SOPORTEC COSTA RICA SA</p>
 <p>WOLK SOFTWARE S.A.</p>	 <p>Asignado a la solución Dimoi, versión 5.0</p> <p>IT REGIONAL SOFT SRL</p>	 <p>Asignado a la solución Factorar.cr, versión 2.0.1</p> <p>CR Advanced Consulting SA Factorar CR</p>	

  <small> Acreditado a la solución: Software: Factura Profesional Software: CPDF4 Versión: 1.0.0.0 </small>		 <small>www.tecapro.com</small>	  <small> Acreditado a la solución: Neoconexión S.A. Software: Neoconexión Versión: 4.4 </small>
	  <small> Acreditado a la solución: Solución: estatcom Versión: 1.4.1 </small>		
  <small> Acreditado a la solución: CPDF4 Core Rip Versión: 25.78.1.0.018 </small>		  <small> Acreditado a la solución: Digital: Atómica S.A. Software: Naby Factura Electrónica Versión: 1.0.0 </small>	  <small> Acreditado a la solución: Software: Factura Tributaria Versión: 4.2 </small>
  <small> Acreditado a la solución: EdixCPDF4, versión 3.50.08 </small>			

Anexo 6



Caja Costarricense de Seguro Social

Dirección XXXXXX
Área xxxxx/ Subárea xxxxxxxx
Telfs: xxxxx

Fecha: _____

Señores

Caja Costarricense de Seguro Social

En calidad de Representante Legal de la **sociedad** _____
Cédula Jurídica _____, inscrita en el Registro Público **bajo el Tomo** _____ **Folio** _____
Asiento _____ Solicito la inscripción ()reanudación () patronal de dicha **sociedad** en la Caja Costarricense de Seguro Social.

El centro de trabajo se ubica en _____

El nombre comercial del negocio es: _____

La **sociedad** desarrolla la actividad de _____ y tiene el número telefónico: _____ fax: _____ correo electrónico para recibir la planilla es: _____ La dirección o medio para notificaciones es: _____

En caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del INS, detallar el número de póliza: _____

Solicitud de aplicación del esquema Base Ajustada Salarial para Microempresas en el Seguro de Salud:

Deseo incorporarme al esquema de Base Ajustada Salarial: Sí () No ()

a. Número de cuenta IBAN en colones del patrono(a): _____

Los trabajadores que laboran al servicio del patrono se detallan a continuación (indicar el nombre y apellidos de los trabajadores tal como aparecen en el documento de identificación. En el caso de extranjeros que posean carné de asegurado, anotar como identificación el número de seguro social):

NOTA: El trámite debe ser realizarlo por el Patrono o autorizar a otra persona mediante nota. El autorizado debe aportar original y copia del documento de identificación.

F-GF-USIN-032



Caja Costarricense de Seguro Social
Dirección:XXXXXXXXXX
Telfs:XXXXXX

Nombre Completo	Nº de identificación	Fecha de ingreso	Ocupación	Modalidad de pago (Hora, Día, Semana, Quincena, Mes)	Salario	Días laborados semana	Horario	Tiempo Descanso (Alimentación)

** Puede adjuntar otras hojas a esta solicitud cuando existan más trabajadores o bien si cumplen una jornada de trabajo variable con las especificaciones respectivas.

F-GF-USIN-032



Caja Costarricense de Seguro Social
Dirección:XXXXXXXXXX
Telfs:XXXXXX

Firma del patrono: _____

Número de Identificación: _____

Tel. Habitación: _____ Número Celular: _____

Dirección casa de habitación del patrono: _____

F-GF-USIN-032

Anexo 7

Encuesta aplicada a 68 habitantes de Montes de Oca

Apertura de un centro gastronómico

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer el gusto de las personas con la finalidad de poner en marcha un centro gastronómico en el cantón de Montes de Oca.

Los resultados que se obtengan de esta encuesta serán tomados como la base para la apertura de un centro gastronómico que se presentará en el trabajo final de graduación (TFG) para optar por el grado de la Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Latina de Costa Rica.

Sus respuestas serán utilizadas únicamente con fines académicos. Se garantiza confidencialidad de la información.

*Obligatorio

1. Sexo *

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no especificar

2. ¿Cuál es su distrito de residencia? *

- San Rafael
 - San Pedro
 - Sabanilla
 - Mercedes
-

3. Edad *

- Entre 18 - 30 años
 - Entre 31 - 40 años
 - Entre 41 - 50 años
 - Más de 50 años
-

4. ¿Cuánto está dispuesto a pagar usted en una salida a un restaurante? *

Tu respuesta

5. ¿Cuál es su ingreso mensual? *

- ₡0 - ₡350000
 - ₡350001 - ₡450000
 - ₡450001 - ₡550000
 - ₡550001 - ₡650000
 - ₡650001 - ₡750000
 - Más de ₡750001
-

6. ¿Con cuánta frecuencia consume en restaurantes? *

- Muy frecuente
- Frecuente
- Algunas veces
- Casi nunca
- Nunca

7. ¿Con quiénes suele ir a comer a un restaurante? *

- Suele visitar los restaurantes solo
 - Suele visitar los restaurantes con su pareja
 - Suele visitar los restaurantes con su familia
 - Suele visitar los restaurantes con sus amigos
-

8. ¿Cuál es su motivo para visitar un restaurante? *

- Mayor facilidad que tener que cocinar
 - El querer salir un rato del lugar de residencia
 - Querer darse un gusto
 - Otro: _____
-

9. ¿Cuál platillo consume con mayor frecuencia? *

- Plato fuerte
- Bocas
- Entradas

10. ¿Cuál es su gasto mensual en restaurantes? *

- ¢0 - ¢25000
 - ¢25001 - ¢50000
 - ¢50001 - ¢75000
 - Más de ¢75001
-

11. ¿Qué tan importante es para usted que haya venta de entradas o tipo bocas aparte de los platos fuertes? *

- Muy importante
 - Importante
 - Poco importante
 - No es importante
-

12. ¿Qué aspectos considera relevantes a la hora de comprar algún platillo en un restaurante? *

Tu respuesta

13. ¿Cuáles son sus platillos de mayor preferencia? *

Dulces

Salados

14. ¿Alguna vez ha tenido la oportunidad de degustar la comida nicaragüense?
(Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 18) *

Sí

No

15. ¿Cuáles son los platillos que ha tenido la oportunidad de probar?

Tu respuesta _____

16. ¿Con cuánta frecuencia consume la comida nicaragüense?

Tu respuesta _____

17. ¿Cuál ha sido su experiencia al degustar de la comida nicaragüense?

Tu respuesta

18. En cuánto al ambiente del lugar, ¿qué aspectos consideraría relevantes para lograr que el diseño del lugar sea de su gusto? Teniendo en cuenta que la temática va a ser 100% Nicaragüense *

Tu respuesta

19. ¿Qué sensación o emoción producen los colores en usted? *

Tu respuesta

20. En cuánto a la iluminación, ¿con cuál se siente más a gusto para estar comiendo en un restaurante? *

- Luz natural
- Luz blanca
- Luz amarilla

21. ¿Qué ambiente o espacio busca a la hora de salir a comer a un restaurante? *

Texto de respuesta larga

22. Cuando usted sale a comer a un restaurante, generalmente ¿cómo es su experiencia? *

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

23. ¿Cuáles son aquellas fortalezas o debilidades que usted como cliente puede ver en la competencia? *

Texto de respuesta larga

Anexo 8

Primer paso para la solicitud del datáfono

Producto Solicitado

Créditos Cuentas y Captaciones Tarjetas Pymes Soluciones para su Negocio Fondos de Inversión BCR Pensiones Fideicomisos

Tipo de Identificación *	--Ninguno--	Número de identificación *	
Nombre *		Provincia *	--Ninguno--
Correo electrónico *		Oficina BCR *	--Ninguno--
Teléfono celular *			
Producto Seleccionado *	--Ninguno--		

Siguiente

Anexo 9

Segundo paso para la solicitud del datáfono

Nombre del comercio *		Teléfono del comercio *	
Actividad comercial *		Nombre del representante legal/dueño *	
Nombre Razón Social *			

Ubicación del negocio *

Provincia *	--Ninguno--	Cantón *	--Ninguno--
Distrito *	--Ninguno--	Dirección exacta *	

Estimado cliente, le recordamos que para ser afiliado en el servicio de Adquirencia con el Banco de Costa Rica debe de estar debidamente inscrito ante el Ministerio de Hacienda bajo la misma actividad comercial en la que desea afiliarse.

Anterior **Siguiente**

Anexo 10

Paso para la afiliación al SINPE móvil



Anexo 11

Paso para la afiliación al SINPE móvil



Número de identificación:	<input type="text"/>
Teléfono móvil:	<input type="text"/>
Cuenta IBAN asociada	<input type="text" value="v"/>
Nombre del usuario:	<input type="text"/>

[Afiliar](#) [Regresar](#)

Anexo 12

Fórmula para extraer “n”, muestra

N Finita

Introducir Datos	
Intervalo	1.65
Error	10.00%
N	62,844
P	0.5

Confianza	Intervalo Z
80%	1.28
85%	1.44
90%	1.65
95%	1.96
99%	2.57

Error e
2%
3%
4%
5%
6%
7%

Numerador	Z^2	$*p$	$*(1-p)$	$*N$	Resultado
	2.7225	0.5	0.50	62844	42,773

Denominador	$\{(N-1)$	$*e^2\}$	+	Z^2	$*p$	$*(1-p)\}$	Resultado
	62,843	0.01		2.7225	0.5	0.5	629.11

Ajuste	Numerador	n	68
	Denominado	$1+(n/N)$	1.0010819

Resultado	n	68
-----------	---	----

n =	68
n/N =	0.11%

Anexo 13

Cotización de elemento de cocina industrial multiusos



COTIZACION

269295

18/3/2022 13:58:14

Fecha: 18-03-2022 Oferta Vence: 25-03-2022

Cliente C4046
Rodolfo Quiros

Condición de Pago Contado

Moneda : Dolares

De:
Jopco de Centroamérica S.A.
Cédula Jurídica: 3101485808

Vendedor: Karol Gonzalez Agüero
Correo: karol.gonzalez@jopco.net

De la rotonda hacia Multiplaza Escazú 150 m N y 1 km NO,
Complejo de Bodegas Ultima Park 2, Bodega 32,
Guachipelin, Costa Rica.
Escazú, San José.
Tel: (506) 2215-3545 Fax: (506)2215-2741
Página web: www.jopco.net

#	Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
---	----------	-------------	------------	----------	--------------	-------

1	AS-AMR-72	Cocina de gas industrial 4 fuegos+parrilla 12 p.+plancha 24 p+horno+Freidor+gratinador Asber(E)(D)		1,00	USD 2 764,08	2 764,08
---	-----------	---	--	------	--------------	----------



Cocina a gas industrial (4 fuegos) con Parrilla 12, con Plancha 24, con Horno, con Freidor, y Gratinador. Especificaciones: . Con controles manuales. Incluye: canal recogegrasa con bandeja removible y regulador de presión. Pilotos independientes para cada quemador y válvulas reforzadas. Patas ajustables. Alimentación: Gas LP. 214,000 BTU (30,000 BTU por quemador de cocina; 32,000 BTU por quemador de plancha; 16,000 BTU por quemador de freidor; 16,000 BTU por quemador de parrilla; 30,000 por quemador de horno). Medidas: 182.5cm de frente x 82.6cm de fondo x 93.2cm de altura. Ancho de cocina: 60.96cm. Ancho de parrilla: 30.48cm. Ancho de la plancha: 60.96cm. Grosor de plancha: 5/8. Ancho del horno: 91.44cm. Ancho de freidor: 30.48cm. Capacidad del freidor: 4 litros. Gratinador: parrilla de alambrom cromada. Material: Construcción interior y exterior en acero inoxidable, rejillas de hierro fundido. Canasta del freidor de alambrom con mango plastificado. Certificación: cETLus. -Categoría: Equipos de Coccion. -Subcategoría: Cocinas con horno a gas. -Código: AS-AMR-72

Garantía: 12 meses

2	AS-AMR-60	Cocina de gas industrial con 4 fuegos+plancha 24 pulgadas +horno+gratinador+freidor Asber (E)(D)		1,00	USD 2 278,16	2 278,16
---	-----------	---	--	------	--------------	----------



Cocina a gas industrial (4 fuegos) con Plancha 24, con Horno, con Freidor, y Gratinador. Especificaciones: . Con controles manuales. Incluye: canal recogegrasa con bandeja removible y regulador de presión. Pilotos independientes para cada quemador y válvulas reforzadas. Patas ajustables. Alimentación: Gas LP. 198,000 BTU (30,000 BTU por quemador de cocina; 32,000 BTU por quemador de plancha; 16,000 BTU por quemador de freidor; 30,000 quemador de horno). Medidas: 152.4cm de frente x 82.6cm de fondo x 93.2cm de altura. Ancho de cocina: 60.96cm. Ancho de la plancha: 60.96cm. Grosor de plancha: 5/8. Ancho del horno: 60.96cm. Ancho de freidor: 30.48cm. Capacidad del freidor: 4 litros. Gratinador: parrilla de alambrom cromada. Material: Construcción interior y exterior en acero inoxidable, rejillas de hierro fundido. Canasta del freidor de alambrom con mango plastificado. Certificación: cETLus. -Categoría: Equipos de Coccion. -Subcategoría: Cocinas con horno a gas. -Código: AS-AMR-60

Garantía: 12 meses

Anexo 14

Artículo 18 del Código de Comercio de Costa Rica.

Contenido del Acta Constitutiva de toda Sociedad Mercantil en Costa Rica

Artículo 18.- La escritura constitutiva de toda sociedad mercantil deberá contener:

- 1) Lugar y fecha en que se celebra el contrato;
- 2) Nombre y apellidos, nacionalidad, profesión, estado civil y domicilio de las personas físicas que la constituyan;
- 3) Nombre o razón social de las personas jurídicas que intervengan en la fundación;
- 4) Clase de sociedad que se constituye;
- 5) Objeto que persigue;
- 6) Razón social o denominación;
- 7) Duración y posibles prórrogas;
- 8) Monto del capital social y forma y plazo en que deba pagarse;
- 9) Expresión del aporte de cada socio en dinero, en bienes o en otros valores. Cuando se aporten valores que no sean dinero, deberá dárseles y consignarse la estimación correspondiente. Si por culpa o dolo se fijare un avalúo superior al verdadero, los socios responderán solidariamente en favor de terceros por el exceso de valor asignado y por los daños y perjuicios que resultaren. Igual responsabilidad cabrá a los socios por cuya culpa o dolo no se hicieren reales las aportaciones consignadas como hechas en efectivo;
- 10) Domicilio de la sociedad: deberá ser una dirección actual y cierta dentro del territorio costarricense, en la que podrán entregarse válidamente notificaciones.

(Así reformado el inciso anterior por el artículo 1 de la ley N°7413 del 3 de junio de 1994)

- 11) Forma de administración y facultades de los administradores;
- 12) Nombramiento de los administradores, con indicación de los que hayan de tener la representación de la sociedad con su aceptación, si fuere del caso;
- 13) Nombramiento de un agente residente que cumpla con los siguientes requisitos: ser abogado, tener oficina abierta en el territorio nacional, poseer facultades suficientes para atender notificaciones judiciales y administrativas en nombre de la sociedad, cuando ninguno de sus representantes tenga su domicilio en el país.

El Registro no inscribirá ningún documento relativo a la sociedad, si en los casos en que sea necesario, el nombramiento no se encuentre vigente.

(Así adicionado el inciso 13) anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990)

(Así reformado el inciso anterior por el artículo 1 de la ley N° 7413 del 3 de junio de 1994)

- 14) Modo de elaborar los balances y de distribuir las utilidades o pérdidas entre los socios;

(Así corrida la numeración del inciso anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990, que lo traspasó del antiguo inciso 13 al 14 actual)

- 15) Estipulaciones sobre la reserva legal, cuando proceda;

(Así corrida la numeración del inciso anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990, que lo traspasó del antiguo inciso 14 al 15 actual)

- 16) Casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente;

(Así corrida la numeración del inciso anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990, que lo traspasó del antiguo inciso 15 al 16 actual)

- 17) Bases para practicar la liquidación de la sociedad;

(Así corrida la numeración del inciso anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990, que lo traspasó del antiguo inciso 16 al 17 actual)

- 18) Modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente y facultades que se les confieren; y

(Así corrida la numeración del inciso anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990, que lo traspasó del antiguo inciso 17 al 18 actual)

- 19) Cualquier otra convención en que hubieren consentido los fundadores.

(Así corrida la numeración del inciso anterior por el artículo 8° de la ley que aprobó la Ley Reguladora del Mercado de Valores, N° 7201 del 10 de octubre de 1990, que lo traspasó del antiguo inciso 18 al 19 actual)

Anexo 15

Desglose de gastos notariales, asociados a la formalización de la Sociedad Anónima SERGASCO, S. A. (2022).

Desglose de gastos en concepto "conformación de la Sociedad Anónima SERGASCO, S. A. (2022)." Facilitado por la Licda. Braddock, abogada y notaria pública.	
Los montos expresados han sido calculados haciendo uso de la calculadora oficial que facilita el Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica. Se presume que la sociedad se conforma con un monto de CRC10.000,00; los honorarios fueron negociados directamente con la Licda. Braddock.	
Conceptos	Montos
Archivo nacional	₡10,00
Colegio Contad. Priv. (Libros legales)	₡75,00
Colegio de Abogados	₡0,00
Educación y Cultura	₡5.000,00
Fiscal	₡12,50
Municipal	₡20,00
Registro Nacional	₡46.220,00
Registro Nacional (Libros legales)	₡15.910,00
Total de Conceptos	₡67.247,50
Conceptos no aplica 6%	Monto
Agrario	₡15,00
Costo operativo Crear Empresa	₡10.369,16
Edicto Imprenta Nacional	₡3.247,68
Total de Conceptos	₡13.631,84

Honorarios profesionales	€182.000,00
Porcentaje IVA	13,00%
Total de Gastos	€80.879,34
Honorarios Profesionales	€182.000,00
Total antes de IVA	€262.879,34
IVA (13%)	€34.174,31
Monto Total a Cobrar en Colones	€297.053,65

Anexo 16

Presupuesto detallado de elementos necesarios para la instauración del restaurante.

Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa

LISTA DE ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA INSTAURACIÓN DEL REST. "NICARAGUA EN TU MESA" (PRESUPUESTO)						
ELABORADO Y PRESENTADO POR: SERGASCO, S. A. (2022)						
I. Oficina, facturación y papelería.	Can	Presentaci	P.			
	t.	ón	Unitario	P. total	Comentario	Proveedor
Computadora de administración (laptop)	1	uds	₡379.995	₡379.995	Portátil 15.6"marca HP - 8GB RAM - Procesador Intel Core i7	PriceSmart
Tablet de facturación	1	uds	₡169.900	₡169.900	Tablet A8 marca Samsung - 3GB RAM 35 GB ROM WIFI	Samsung
Caja registradora	1	uds	₡204.046	₡204.046	Caja registradora SHARP XE-A207	Multirollos
Celular del establecimiento	1	uds	₡112.000	₡112.000	Celular Xiaomi Poco M3	Office Depot

Set teclado + mouse de computadora	1	uds	₡8.495	₡8.495	Para el equipo de oficina	Office Depot
Regulador de voltaje para elementos de cocina	1	uds	₡45.990	₡45.990	Protección de equipo eléctrico ante bajones de corriente	PriceSmart
Regulador de voltaje para elementos de oficina	1	uds	₡28.000	₡28.000	Protección de equipo eléctrico ante bajones de corriente	Ferreterías NOVEX
Impresora multiusos de oficina	1	uds	₡115.990	₡115.990	Para efectos de papelería y usos varios	Office Depot
Resmas de papel bond tamaño carta	1	uds	₡3.190	₡3.190	Productos básicos de oficina	Office Depot
Resmas de folders tamaño carta	1	uds	₡7.290	₡7.290	Productos básicos de oficina	Office Depot
Papel para factura	1	uds	₡5.490	₡5.490	Productos básicos de oficina	Office Depot
Carpetas de 3 anillos para archivar papeles	3	uds	₡3.390	₡10.170	Productos básicos de oficina	Office Depot
Perforadora de papeles 2 orificios	1	uds	₡2.090	₡2.090	Productos básicos de oficina	Office Depot

Perforadora de papeles 3 orificios	1 uds	¢3.890	¢3.890	Productos básicos de oficina	Office Depot
Calculadoras de mesa	2 uds	¢5.890	¢11.780	Productos básicos de oficina	Office Depot
Engrapadoras	2 uds	¢3.990	¢7.980	Productos básicos de oficina	Office Depot
Repuestos de grapas	2 caja	¢880	¢1.760	Productos básicos de oficina	Office Depot
Removedores de grapas	2 uds	¢390	¢780	Productos básicos de oficina	Office Depot
Marcador billetes falsos	1 uds	¢670	¢670	Productos básicos de oficina	Office Depot
Tijeras de oficina	2 uds	¢1.290	¢2.580	Productos básicos de oficina	Office Depot
Caja de clips	1 uds	¢440	¢440	Productos básicos de oficina	Office Depot
Lápices, lapiceros y productos afines	múlt	¢8.500	¢8.500	Productos básicos de oficina	Office Depot
Menús impresos	10 uds	¢1.150	¢11.500	Impresos con FullPrint S. A. En Nicaragua, hechos de material vinil adhesivo sobre filmina plástica	Full Print S.A.

Cajas para archivos	2	uds	¢2.890	¢5.780	Cajas para archivo de papelería de oficina	Office Depot
Total necesario para facturación y oficina				¢1.148.30 6	Total de la suma de todos los elementos de la lista	
II. Elementos mayores de cocina	Can	Presentaci	P.			
	t.	ón	Unitario	P. total	Comentario	Proveedor
Elemento de cocina industrial multiusos	1	uds	¢1.415.890	¢1.415.890	Cocina industrial de gas 6 fuegos + horno + parrilla + plancha marca AB AMR-72	Equipos AB
Refrigeradora Haier 19 pies	1	uds	¢800.000	¢800.000	Refrigeradora marca Haier de 19 pies cúbicos, con dos puertas. Tiene una máquina de hacer hielo.	Almacenes Gollo
Congelador 18 pies	1	uds	¢499.000	¢499.000	Congelador para carnes y otros elementos, marca Sankey de 18 pies. con dos puertas.	Almacenes Gollo
Extractor de grasa	1	uds	¢65.000	¢65.000	Extractor de grasa marca TEKA de acero inox., medida 60 pulgadas.	Ferretería NOVEX
Estantería metálica	2	uds	¢68.920	¢137.840	Estantería metálica para cocina de 150x90cms, para almacenar alimentos y elementos de cocina	Muebles Ruiz
Microondas 900W	1	uds	¢64.900	¢64.900	Microondas marca Mastertech 900W, para uso complementario en la cocina	Almacenes Gollo

Licuada 700W	1	uds	₡58.400	₡58.400	Licuada de gran capacidad para licuar todo tipo de elementos	PriceSmart
Cafetera grande	1	uds	₡31.995	₡31.995	Cafetera eléctrica con capacidad para almacenar hasta 40 tazas de café preparadas	PriceSmart
Mesa de acero inoxidable	1	uds	₡124.950	₡124.950	Con soporte de hasta 100 Kg	EPA
Alacenas	2	uds	₡79.950	₡159.900	Alacenas de acero inoxidable para almacenamiento de elementos de cocina	EPA
Fregadero	1	uds	₡122.950	₡122.950	Fregadero de 2 tanques de acero	EPA
Grifos para el fregadero	2	uds	₡112.085	₡224.170	Grifos de punta flexible para restaurantes, con pistero regulador de chorro	EPA
Batidora de mano 1750W	1	uds	₡18.300	₡18.300	Batidora eléctrica manual marca Black and Decker, para uso en la cocina	Almacenes Gollo
Procesadora de alimentos	1	uds	₡21.945	₡21.945	Procesadora de alimentos para carnes, vegetales y otros productos alimenticios	TIPS
Escurridor grande para platos	1	uds	₡30.995	₡30.995	Rack escurridor para platos de gran capacidad	PriceSmart
Balanza de alimentos 10kg	1	uds	₡11.300	₡11.300	Balanza metálica -manual- de alimentos para cocina, capacidad 10kg.	Almacenes El Rey

Extintores (A, B, C)	3	uds	₺42.950	₺128.850	Extintores para fuegos clase A, B y C, los tres tipos de fuego más comúnmente ocasionados en comercios.	EPA
Batidora Kitchen Aid	1	uds	₺420.000	₺420.000	Batidora Kitchenaid comercial con capacidad de 5.7 litros	TIPS
Total, necesario elementos mayores de cocina				₺4.336.38 5	Total de la suma de todos los elementos de la lista	
III. Elementos menores de cocina	Uds	presentación	P. Unitario	P. total	Comentario	proveedor
Platos grandes	40	uds	₺1.525	₺61.000	Platos blancos de porcelana redondos, 12" de diámetro c/u.	Almacenes El Rey
Platos medianos	40	uds	₺1.400	₺56.000	Platos blancos de cerámica redondos, 25cm de diámetro c/u	Ferretería Novex
Platos pequeños	40	uds	₺550	₺22.000	Platos blancos de cerámica redondos, 20cm de diámetro c/u	Ferretería Novex
Tazones grandes	40	uds	₺1.700	₺68.000	Tazones de cerámica redondos color blanco para comidas como sopas	Tienda Aliss

Tazones medianos	35	uds	₡450	₡15.750	Tazones de porcelana redondos color blanco, para contenidos como sopas, etc.	Almacenes El Rey
Tazas	35	uds	₡600	₡21.000	Tazas de porcelana blancas para café, té y productos servidos calientes.	Tienda TIPS
Cubetas para hielo 22 cm (grandes)	4	uds	₡3.925	₡15.700	Cubetas para hielo para área de coctelería, servicio de tragos, etc.	Almacenes El Rey
Cubetas para hielo 12cm (medianas)	8	uds	₡1.500	₡12.000	Cubetas para hielo para área de coctelería, servicio de tragos, etc.	Almacenes El Rey
Vasos de vidrio 16 Oz	4	cajas de 10 uds c/u	₡7.995	₡31.980	Vasos de vidrio para servir bebidas no alcohólicas	Almacenes El Rey
Jarras cerveceras 12 Oz	16	uds	₡1.480	₡23.680	Jarras de vidrio para servir cervezas y micheladas	Tienda TIPS
Vasos de vidrio para coctelería	6	cajas de 6 uds c/u	₡1.375	₡8.250	Vasos de vidrio para coctelería y carta de rones	Almacenes El Rey
Bandejas de acero inoxidable medianas	4	uds	₡8.475	₡33.900	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Bandejas de acero inoxidable pequeñas	3	uds	₡6.545	₡19.635	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Pinzas de acero 16" para BBQ	1	uds	₡1.990	₡1.990	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS

Espátula de acero 16" para BBQ	1	uds	¢2.250	¢2.250	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Tenedor de acero para BBQ	1	uds	¢1.420	¢1.420	Elementos básicos de cocina	Más x Menos
Pala de hielo 12Oz	1	uds	¢2.890	¢2.890	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS
Cucharón acero inoxidable.	2	uds	¢2.250	¢4.500	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS
Cucharón de madera	3	uds	¢2.100	¢6.300	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS
Cuchillos Tramontina grandes para cocina	2	sets 3pz c/u	¢10.895	¢21.790	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS
Afilador de cuchillos	1	uds	¢2.225	¢2.225	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Tenedores Tramontina	1	cajas de 36 uds c/u	¢7.295	¢7.295	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Cuchillos de sierra con empuñadura de madera	36	uds	¢275	¢9.900	Cuchillos de acero inoxidable con empuñadura de madera para carnes	Almacenes El Rey
Cuchillos Tramontina de acero inoxidable "normales"	1	cajas de 36 uds c/u	¢13.195	¢13.195	Cuchillos de acero inoxidable para alimentos -no carnes-.	PriceSmart
Cucharón de acero inoxidable	2	uds	¢4.038	¢8.076	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS

Cucharas grandes acero inoxidable	3	paq. de 12 uds c/u	₡1.300	₡3.900	Elementos básicos de cocina	Pequeño Mundo
Cucharas medianas	36	uds	₡350	₡12.600	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Olla de aluminio 37.8lts sin tapa (sopas)	1	uds	₡31.620	₡31.620	Olla de gran capacidad para cocinar sopas y otros alimentos en grandes volúmenes	Tienda TIPS
Ollas de aluminio 23.65lts con tapa (sopas, varios)	2	uds	₡22.610	₡45.220	Ollas de mediana capacidad para cocinar sopas y otros alimentos	Tienda TIPS
Ollas de aluminio 18.92lts con tapa	2	uds	₡18.960	₡37.920	Ollas de mediana capacidad para cocinar sopas y otros alimentos	Tienda TIPS
Olla de presión	1	uds	₡49.900	₡49.900	Olla de presión marca Telstar con capacidad para 18 litros	Tienda Monge
Olla arrocera eléctrica 25 tazas	1	uds	₡53.675	₡53.675	Olla arrocera para facilitar el proceso de cocción de arroz, una de las materias primas	Tienda TIPS
Tazón de mezcla grande de acero inoxidable	3	uds	₡3.000	₡9.000	Elementos básicos de cocina	Pequeño Mundo
Tazón de mezcla mediano de acero inoxidable	3	uds	₡1.800	₡5.400	Elementos básicos de cocina	Pequeño Mundo

Tetera acero inoxidable	2	uds	₡5.975	₡11.950	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Sartén profesional 14"	1	uds	₡27.795	₡27.795	Sartén de gran diámetro para cocinar alimentos	PriceSmart
Sartenes de aluminio 12"	1	uds	₡28.295	₡28.295	Set de 2 sartenes de diámetro mediano para cocinar alimentos	PriceSmart
Sartenes de aluminio 10"	2	uds	₡16.745	₡33.490	Sartenes de diámetro pequeño para cocinar alimentos	TIPS
Cucharones de aluminio	2	uds	₡1.875	₡3.750	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Espátulas de plástico	3	uds	₡500	₡1.500	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Saleros y pimenteros	30	uds	₡225	₡6.750	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Servilleteros	15	uds	₡475	₡7.125	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Espátulas de aluminio	2	uds	₡1.525	₡3.050	Elementos básicos de cocina	Más x Menos
Tabla de picar grande de plástico	1	uds	₡10.000	₡10.000	Elementos básicos de cocina	PriceSmart

Tablas de picar medianas de madera	2 uds	¢4.590	¢9.180	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Set de recipientes plásticos (múlt. tamaños)	1 uds	¢13.450	¢13.450	Set de 108 piezas plásticas para almacenamiento de alimentos	PriceSmart
Imán para cuchillos y metales	2 uds	¢12.650	¢25.300	Elementos básicos de cocina	Amazon.com
Set de ganchos para colgar ollas y sartenes	1 uds	¢15.000	¢15.000	Elementos básicos de cocina	Proveedor local
Cajas organizadoras para refrigeradora	3 uds	¢3.900	¢11.700	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Cajas grandes de plástico con tapa	1 uds paq. de 3	¢21.000	¢21.000	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Tapete escurridor de verduras	1 uds	¢4.970	¢4.970	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS
Caja cuadrada mediana para cubiertos	1 uds	¢4.700	¢4.700	Elementos básicos de cocina	Almacenes El Rey
Colador metálico 8"	1 uds	¢4.720	¢4.720	Colador metálico de gran diámetro para colar alimentos y cosas calientes	Almacenes El Rey

Colador plástico 7"	2 uds	₡1.975	₡3.950	Colador plástico de gran diámetro para colar bebidas frías y calientes	Almacenes El Rey
Tazas medidoras de líquidos	2 uds	₡3.145	₡6.290	Tazas transparentes medidoras de líquidos, capacidad 1000 ml c/u.	Tienda TIPS
Ralladores	2 uds	₡1.775	₡3.550	Ralladores de acero inoxidable para cocina	Almacenes El Rey
Delantales largos para cocineros	6 uds	₡4.590	₡27.540	Presentación del personal	Tienda TIPS
Delantales cortos para meseros	6 uds	₡2.070	₡12.420	Presentación del personal	Tienda TIPS
Peladores	2 uds	₡2.340	₡4.680	Elementos básicos de cocina	Más x Menos
Picheles de vidrio 1050 ml	6 uds	₡2.550	₡15.300	Picheles de vidrio de 1050 ml c/u para servir agua fresca en las mesas de los clientes	TIPS
Picheles plásticos 2000ml	8 uds	₡2.500	₡20.000	Picheles plásticos de 2000 ml c/u para uso de cocina, preparación de refrescos, etc.	Más x Menos
Vasos para llevar	1 paq. de 240 uds	₡9.795	₡9.795	Vasos plásticos rojos de 18 Oz	PriceSmart

Empaques grandes para llevar	2	paq. de 50 uds c/u	₡10.735	₡21.470	Bandeja sin división para llevar comida de 9x9	Universal de alimentos
Empaques medianos para llevar	2	paq. de 50 uds c/u	₡9.831	₡19.662	Bandeja sin división para llevar comida de 7x7	Universal de alimentos
Tenedores descartables	2	paq. de 200 uds c/u	₡3.195	₡6.390	Para llevar, se da únicamente si el cliente solicita	PriceSmart
Cuchillos descartables	2	paq. de 200 uds c/u	₡3.195	₡6.390	Para llevar, se da únicamente si el cliente solicita	PriceSmart
Cucharas descartables	2	paq. de 200 uds c/u	₡3.195	₡6.390	Para llevar, se da únicamente si el cliente solicita	PriceSmart
Removedores de madera	2	paq. de 250 uds c/u	₡1.250	₡2.500	Para servicio de coctelería	Más x Menos

Servilletas de papel	3	paq. de 1200 uds c/u	₡7.495	₡22.485	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Papel Toalla	1	paq. de 8 uds	₡7.095	₡7.095	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Paños de cocina	1	set de 12 uds	₡6.285	₡6.285	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Redecillas para el cabello	2	cajas de 100 uds c/u	₡5.950	₡11.900	Elementos básicos de cocina	Tienda TIPS
Guantes desechables de vinilo	3	cajas de 100 uds c/u	₡3.995	₡11.985	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Papel aluminio	1	caja de 500 uds	₡3.995	₡3.995	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Plástico envoltorio de alimentos	1	rollo de 609 mts	₡8.395	₡8.395	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Total necesario elementos menores de cocina				₡1.202.15 3	Total de la suma de todos los elementos de la lista	

IV. MOBILIARIO	Can t.	presentaci ón	P. Unit	P. Total	Comentarios	Proveedor
Mesas cuadradas (2 personas)	8		₡68.698	₡549.582	Precio sacado al tipo de cambio actual de acuerdo con el Banco Central de Costa Rica (₡661)	Dismueble
Mesas rectangulares (4 personas)	7		₡87.278	₡610.949	Precio sacado al tipo de cambio actual de acuerdo con el Banco Central de Costa Rica (₡661)	Dismueble
Sillas regulares para mesas	35		₡52.880	₡1.850.800	Precio sacado al tipo de cambio actual de acuerdo con el Banco Central de Costa Rica (₡661)	Nordico
Sillas para niños	2		₡92.540	₡185.080	Precio sacado al tipo de cambio actual de acuerdo con el Banco Central de Costa Rica (₡661)	Nordico
Estantes	2		₡36.995	₡73.990	Estante acero 5 niveles de 152cm x 75cm x 30cm y un soporte de 175 kg por nivel	EPA
Vitrinas	2		₡159.698	₡319.396	Vitrina neutra para exhibición de productos no fríos	Tienda TIPS
Total necesario para la compra de mobiliario				₡3.589.79	Total de la suma de todos los elementos de la lista	

V. Elementos de decoración	Can t.	presentaci ón	P. Unit	P. Total	Comentarios	Proveedor
Maceteras con plantas medianas	4		₡5.510	₡22.040	Precio unitario incluye maceta #3 y la planta	EPA
Letrero baños	1		₡2.590	₡2.590	Elementos de señalización	Office Depot
Letrero baños de uso mixto	1		₡2.590	₡2.590	Elementos de señalización	Office Depot
Letrero salida de emergencia	2		₡2.590	₡5.180	Elementos de señalización	Office Depot
Letrero extintor	3		₡2.290	₡6.870	Elementos de señalización	Office Depot
Elementos decorativos alusivos a Nicaragua	1 compra		₡325.000	₡325.000	Presupuesto pensado para comprar elementos decorativos en Nicaragua, que se traen a Costa Rica.	
Total necesario para elementos de decoración				₡364.270	Total de la suma de todos los elementos de la lista	

VI. Entretenimiento	Can t.	Presentaci ón	P. Unit	P. Total	Comentarios	Proveedor
Parlantes	2	uds	₡92.575	₡185.150	Parlantes marca Harman Kardon para envolver el sonido del ambiente	Amazon.com
Pantalla 50"	1	uds	₡459.990	₡459.990		Tienda Monge
Total necesario para entretenimiento				₡645.140	Total de la suma de todos los elementos de la lista	
VII. Alimentos	Can t.	Presentaci ón	P. Unit	P. Total	Comentario	Proveedor
a) Materias primas						
Arroz	3	sacos de 15kg c/u	₡10.540	₡31.620	Elementos materia prima	PriceSmart
Frijol rojo	6	sacos de 8kg c/u	₡10.895	₡65.370	Elementos materia prima	PriceSmart
Leche	10	botellas de 1 gal c/u	₡2.295	₡22.950	Elementos materia prima	PriceSmart
Queso tipo Turrialba	10	paq. de 2lbs c/u	₡3.795	₡37.950	Elementos materia prima	PriceSmart
Huevos	4	cajas de 60 uds c/u	₡5.409	₡21.636	Elementos materia prima	PriceSmart

Café	4	bolsas de 2.5kg c/u	¢12.795	¢51.180	Elementos materia prima	PriceSmart
Maíz cascado amarillo	10	paq. 3.5kg c/u	¢5.995	¢59.950	Elementos materia prima	PriceSmart
Harina de maíz	8	paq. de 4.5kg c/u	¢7.695	¢61.560	Elementos materia prima	PriceSmart
Harina de trigo	2	bolsa de 25kg	¢15.795	¢31.590	Elementos materia prima	PriceSmart
Mantequilla	4	cajas de 8 barras c/u	¢8.995	¢35.980	Elementos materia prima	PriceSmart
Margarina	2	cajas de 5 lb c/u	¢4.795	¢9.590	Elementos materia prima	PriceSmart
Aceite vegetal	3	botellas 4.73lts c/u	¢8.995	¢26.985	Elementos materia prima	PriceSmart
Frijoles molidos rojos	12	cajas con 1.4kg c/u	¢3.395	¢40.740	Elementos materia prima	PriceSmart
b) Verduras						
Papas	10	paq. de 6.6lb c/u	¢2.695	¢26.950	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Plátanos verdes	20	paq. de 6 uds c/u	¢1.695	¢33.900	Elementos alimenticios generales	PriceSmart

Plátanos maduros	20	paq. de 6 uds c/u	₡1.695	₡33.900	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Yuca	12	paq. 4.4lb c/u	₡1.695	₡20.340	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Repollo	15	uds	₡995	₡14.925	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Lechuga	15	paq. de 3 uds c(u	₡795	₡11.925	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Zanahoria	14	paq. de 3.3lb c/u	₡995	₡13.930	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Tomates	10	paq. de 4.4lb c/u	₡1.995	₡19.950	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Cebolla	8	paq. de 6.6lb c/u	₡2.395	₡19.160	Elementos alimenticios generales	
Chile dulce	10	paq. de 5 uds c/u	₡2.195	₡21.950	Elementos alimenticios generales	
Ajo	5	paq. de 2.2lb c/u	₡3.195	₡15.975	Elementos alimenticios generales	
Pepino	11	paq. de 2.6lb c/u	₡1.295	₡14.245	Elementos alimenticios generales	
Chayote	6	paq. de 8 uds c/u	₡1.395	₡8.370	Elementos alimenticios generales	
c) Frutas						

Bananos	15	paq. de 2.8lb c/u	₡950	₡14.250	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Papayas	15	uds	₡895	₡13.425	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Aguacates	15	paq. de 2.75lb c/u	₡4.995	₡74.925	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Limonos mesinos	5	paq. de 15 uds c/u	₡3.995	₡19.975	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Limonos mandarinos	5	paq. de 15 uds c/u	₡1.995	₡9.975	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Sandías	12	uds grandes	₡3.695	₡44.340	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Piña	12	uds grandes	₡695	₡8.340	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Mango	5	paq. de 4.4lb c/u	₡1.995	₡9.975	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Naranja dulce	4	paq. de 25 uds c/u	₡3.395	₡13.580	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
d) Productos cárnicos						
Carne de res molida	7	paq. de 3.7kg c/u	₡13.530	₡94.710	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Carne de res para mechar	2	paq. 12.6kg c/u	₡60.824	₡121.648	Elementos alimenticios generales	PriceSmart

Bistec de Solomo de res	15	paq. 1.5kg c/u	₡8.130	₡121.950	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Pollo entero	30	uds	₡6.723	₡201.690	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Pechuga de pollo sin piel	12	paq. 2kg c/u	₡9.985	₡119.820	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Filete de lomo de cerdo	12	paq. de 1.5kg c/u	₡6.085	₡73.020	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Chicharrón de cerdo	5	bolsas de 2kg c(u)	₡3.750	₡18.750	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
e) Especies, condimentos y otros						
Azúcar blanca refinada	4	paq. de 5 kg c/u	₡3.250	₡13.000	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Azúcar blanca en sobres	1	paq. 1000 uds	₡5.495	₡5.495	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Pimienta negra molida	1	frasco 453 gr	₡3.995	₡3.995	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Ajo en polvo	1	frasco 680 gr	₡4.795	₡4.795	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Cebolla en polvo	1	frasco 567gr	₡4.695	₡4.695	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Orégano	1	frasco 141 gr	₡3.495	₡3.495	Elementos alimenticios generales	PriceSmart

Sazón completo	2	frascos 794 gr c/u	¢4.695	¢9.390	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Consomé de pollo	2	frasco 850 gr	¢2.595	¢5.190	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Sal	2	paq. 4kg c/u	¢2.195	¢4.390	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Salsa de tomate	2	botellas de 1 gal c/u	¢4.295	¢8.590	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Canela en astillas	2	frascos 255 gr c/u	¢3.595	¢7.190	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
Salsas artesanales, chileros y aderezos	1	compra	¢35.000	¢35.000	Monto calculado para la compra de los elementos de elaboración	Mercado
Vinagre	4	paq. con 2 lts c/u	¢4.995	¢19.980	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
f) Bebidas alcohólicas						
Ron Flor de Caña Ultra Lite 4 años	10	botellas de 750ml c/u	¢7.000	¢70.000	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart
Ron Flor de Caña Gran Reserva 7 años	10	botellas de 1 lts c/u	¢8.895	¢88.950	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart
Ron Flor de Caña Centenario 12 años	8	botellas de 750ml c/u	¢21.100	¢168.800	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart

Ron Flor de Caña 18 años	6	botellas de 750ml c/u	¢24.495	¢146.970	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart
Ron Flor de Caña sabor Coco 4 años	6	botellas de 1 lts c/u	¢9.750	¢58.500	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart
Cerveza Toña	15	cajas de 12 uds c/u	¢10.200	¢153.000	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart
Cerveza Toña Light	15	cajas de 12 uds c/u	¢10.200	¢153.000	Carta de bebidas alcohólicas	PriceSmart
g) Bebidas embotelladas no alcohólicas						
Línea Coca Cola (prod. variados)	1	compra	¢160.000	¢160.000	Compra de productos variados de la marca Coca Cola (jugos, gaseosas, etc.)	Florida
Jugo de naranja	6	botellas de 1 gal c/u	¢5.995	¢5.495	Elementos alimenticios generales	PriceSmart
h) Otros						
Prod. complementarios importados de Nic.	1	compra	¢660.000	¢660.000	Productos importados de Nicaragua (cervezas, postres, cajetas, rosquillas, etc.)	
Total necesario para alimentos				¢3.502.91	Total de la suma de todos los elementos de la lista	
				4		
VIII. Productos de limpieza	Can	Presentaci	P.			
	t.	ón	Unitario	P. total	Comentario	Proveedor

Cloro (Galones)	1	caja con 3 gal	¢5.995	¢5.995	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Desinfectante	1	caja con 10 lts	¢6.395	¢6.395	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Jabón para platos	2	paq. 6 uds c/u	¢4.150	¢8.300	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Jabón para manos	1	botella 2l + 300ml	¢6.455	¢6.455	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Líquido desengrasante de cocina	2	paq. 4lts + 500ml c/u	¢7.075	¢14.150	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Esponjas para lavar platos	1	paq. 12 uds	¢5.795	¢5.795	Elementos básicos de cocina	PriceSmart
Paños multiuso de microfibra	1	paq. 12 uds	¢7.495	¢7.495	Elementos básicos de limpieza/especiales para uso en limpieza, no cocina.	PriceSmart
Alcohol líquido multiusos (relleno)	1	botella 3.78l	¢7.195	¢7.195	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Papel higiénico (rollos grandes)	1	paq. de 40 rollos c/u	¢11.050	¢11.050	Elementos básicos de aseo y limpieza	Más x Menos

Bomba para destapar inodoros	1	uds	₡1.250	₡1.250	Elementos básicos de aseo y limpieza	Almacenes El Rey
Cepillo para inodoros	1	uds	₡1.375	₡1.375	Elementos básicos de aseo y limpieza	Almacenes El Rey
Guantes multiusos de limpieza	1	Caja con 9 pares	₡7.495	₡7.495	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Escobas	1	Paq. con 3 uds	₡6.495	₡6.495	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Palas recogedoras	2	uds	₡1.460	₡2.920	Elementos básicos de aseo y limpieza	Más x Menos
Trapeadores (palo piso)	1	uds	₡3.500	₡3.500	Elementos básicos de aseo y limpieza	Más x Menos
Paños para trapeadores	1	Set de 6 uds	₡7.495	₡7.495	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Recipientes de basura grandes (47lts)	3	uds	₡6.600	₡19.800	Elementos básicos de aseo y limpieza	Pequeño Mundo
Recipientes de basura medianos (15lts)	3	uds	₡5.200	₡15.600	Elementos básicos de aseo y limpieza	Pequeño Mundo

Bolsas negras de basura tamaño medio.	1	Cajas de 100 uds c/u	₡11.995	₡11.995	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Bolsas transparentes de basura tamaño pequeño.	1	Caja de 500 uds	₡10.595	₡10.595	Elementos básicos de aseo y limpieza	PriceSmart
Recipientes atomizadores de líquidos	3	uds	₡550	₡1.650	Elementos básicos de aseo y limpieza	Pequeño Mundo
Total necesario para productos de limpieza			₡163.000		Total de la suma de todos los elementos de la lista	
IX. Servicios varios del restaurante						
	Can	Presentaci	P. Unit	P. Total	Comentarios	Proveedor
Wifi	1	plan de servicio	₡26.103	₡26.103	Plan mensual de internet de 100 mbps/3 mbps (1 router incluido)	TeleCable
Plan del celular del establecimiento	1	plan de servicio	₡10.400	₡10.400	Plan telefónico (10GB/140 min llamada) para celular del comercio	Claro Costa Rica
Carbón natural	8	bolsas de 5kg c/u	₡5.000	₡40.000	Carbón natural para uso de parrilla, para hacer alimentos asados.	Carbón El Roble
Otros (Luz, agua, gas butano, etc.)	2	meses de servicios	₡200.000	₡400.000		

Total necesario para servicios del restaurante			₡476.503	Total de la suma de todos los elementos de la lista		
X. Otros gastos	Can t.	Presentaci ón	P. Unit	P. Total	Comentarios	Proveedor
Honorarios del notario (con gastos de papeleo incluidos)	1	servicios prof.	₡297.054	₡297.054	Honorarios dedicados a los gastos de registro de SERGASCO, S. A. (2022) ante el Registro Público de Costa Rica. Han sido calculados en base a sociedad conformada con un monto total CRC 10.000,00.	Licda. Braddock
Arriendo del local	2	meses de arriendo	₡406.562	₡813.124	Pago de los primeros 2 meses de renta del local (U\$620.00 al mes, monto varía según tipo de cambio)	RC Inmobiliaria S.A.
Depósito de arriendo del local				₡203.281	Pago de depósito de arrendamiento del local (retorno al final del contrato) (El depósito es de 50%)	
Pago de planilla	2	meses de planilla	₡5.842.124	₡11.684.247	Esto incluye el salario mensual de todo el personal del restaurante, durante 2 meses	
Camisas de uniforme para colaboradores	24	camisas	₡12.500	₡300.000	Son 24 camisas, 3 para cada cajero, 3 para cada mesero, 3 para cada misceláneo y 2 para cada gerente	INNOVO Costa Rica
Letrero del restaurante + menú impreso en vinil	1	paq.	₡85.000	₡85.000		Full Print Nicaragua S.A.
Total necesario para otros gastos				₡13.382.705	Total de la suma de todos los elementos de la lista	

SUMA DE TODOS LOS TOTALES	₡28.811.			Total de la suma de todos los totales de la lista de elementos	
	173				
MONTO EN CASO DE EMERGENCIA (LIQUIDEZ INMEDIATA) (10%)	₡2.881.1			10% extra sobre el monto total obtenido (liquidez inmediata en caso de emergencia)	
	17				
TOTAL NECESARIO PARA LA INSTAURACIÓN DEL REST. "NICARAGUA EN TU MESA"	₡31.692.			Monto total necesario	
	291				

Anexo 17

Desglose de planilla de colaboradores del restaurante.

Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa

DESGLOSE DE PLANILLA DE COLABORADORES DEL REST. "NICARAGUA EN TU MESA"
ELABORADO Y PRESENTADO POR SERGASCO, S. A. (2022)

Ocupación	Salario por hora profesional	Salario por jornada ordinaria	Salario mensual
Gerente (Rebeca Arias)			€400.000,00
Gerente (Rodolfo Portobanco)			€400.000,00
Cajero 1			€367.058,75
Cajero 2			€367.058,75
Mesero 1		€10.875,12	€261.002,88
Mesero 2		€10.875,12	€261.002,88
Mesero 3		€10.875,12	€261.002,88
Mesero 4		€10.875,12	€261.002,88
Auxiliar de contabilidad	€22.695,71	€68.087,13	€272.348,52
Misceláneo 1			€326.253,57
Misceláneo 2			€326.253,57
Chef ejecutivo 1		€14.205,13	€340.923,12
Chef ejecutivo 2		€14.205,13	€340.923,12
Asistente de chef 1		€11.825,90	€283.821,60
Asistente de chef 2		€11.825,90	€283.821,60

Asistente de chef 3		€11.825,90	€283.821,60
Asistente de chef 4		€11.825,90	€283.821,60
Pilero 1		€10.875,13	€261.003,12
Pilero 2		€10.875,13	€261.003,12
TOTAL DE SALARIOS MENSUALES (PLANILLA)			€5.842.123,56

Anexo 18

Horarios de los colaboradores del restaurante Nicaragua en tu Mesa

Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa

1) HORARIO CHEFS							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00	CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE DE CHEF 1 Y 2	DÍA LIBRE DE CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE DE CHEF 1 Y 2	CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE DE CHEF 1 Y 2	DÍA LIBRE DE CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE DE CHEF 3 Y 4	CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE DE CHEF 1 Y 2	CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE DE CHEF 1 Y 2	CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE DE CHEF 1 Y 2
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00	CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE DE	CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE DE	CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE	CHEF EJECUTIVO 1, Y ASISTENTE	CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE	CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE DE	CHEF EJECUTIVO 2, Y ASISTENTE DE CHEF 3 Y 4
16:00							
17:00							

18:00	CHEF 3 Y 4	CHEF 3 Y 4	DE CHEF 3 Y 4	DE CHEF 1 Y 2	DE CHEF 3 Y 4	CHEF 3 Y 4	
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							

2) HORARIO MISCELÁNEOS							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00	MISCELÁNEO 1	DÍA LIBRE MISCELÁNEO 1	MISCELÁNEO 1	DÍA LIBRE MISCELÁNEO 2	MISCELÁNEO 1	MISCELÁNEO 1	MISCELÁNEO 1
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00	MISCELÁNEO 2	MISCELÁNEO 2	MISCELÁNEO 2	MISCELÁNEO 1	MISCELÁNEO 2	MISCELÁNEO 2	MISCELÁNEO 2
16:00							
17:00							

18:00							
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							

3) HORARIO MESEROS							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00	MESERO 1 Y MESERO 2	DÍA LIBRE MESERO 1 Y MESERO 2	MESERO 1 Y MESERO 2	DÍA LIBRE MESERO 3 Y MESERO 4	MESERO 1 Y MESERO 2	MESERO 1 Y MESERO 2	MESERO 1 Y MESERO 2
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00	MESERO 3 Y MESERO 4	MESERO 3 Y MESERO 4	MESERO 3 Y MESERO 4	MESERO 1 Y MESERO 2	MESERO 3 Y MESERO 4	MESERO 3 Y MESERO 4	MESERO 3 Y MESERO 4
16:00							
17:00							
18:00							

19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							

4) HORARIO CAJEROS							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00	CAJERO 1	DÍA LIBRE CAJERO 1	CAJERO 1	DÍA LIBRE CAJERO 2	CAJERO 1	CAJERO 1	CAJERO 1
8:00							
9:00							
10:00							

11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00	CAJERO 2	CAJERO 2	CAJERO 2	CAJERO 1	CAJERO 2	CAJERO 2	CAJERO 2
16:00							
17:00							
18:00							
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							

5) HORARIO PILEROS							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
7:00	PILERO 1	DÍA LIBRE PILERO 1	PILERO 1	DÍA LIBRE PILERO 2	PILERO 1	PILERO 1	PILERO 1
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00	PILERO 2	PILERO 2	PILERO 2	PILERO 1	PILERO 2	PILERO 2	PILERO 2
16:00							
17:00							
18:00							

19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							

Anexo 19

Tabla de costos del menú para el restaurante Nicaragua en tu Mesa

Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa

Elementos	Precio Menú	Costo	IVA (13%)	Datáfono (3%)	Ganancia bruta por unidad vendida	Ganancia bruta por menudeo
Alimentos						
Desayunos (Disponibles de 08:00am a 11:30am)						
Típico en tu mesa #1 (gallopinto, huevos al gusto y queso) (acompañado de tortillas)	¢2.600	¢867	¢338	¢78	¢1.317	
Típico en tu mesa #2 (gallopinto, huevos al gusto, chorizo, maduro y queso) (acompañado de tortillas)	¢2.900	¢967	¢377	¢87	¢1.469	
Típico en tu mesa #3 (gallopinto, huevos al gusto, chorizo, queso y porción pequeña de leche agria) (acompañado de tortillas)	¢3.200	¢1.067	¢416	¢96	¢1.621	
¡Vengo con el tigre! (gallopinto, huevo con chorizo al gusto, queso, maduro frito, porción de leche agria y tortillas)	¢3.600	¢1.200	¢468	¢108	¢1.824	
Orden de frijoles en bala con queso y crema	¢2.100	¢700	¢273	¢63	¢1.064	
Nacatamal sencillo (cerdo, pollo, vegetariano)	¢2.200	¢733	¢286	¢66	¢1.115	
Nacatamal hermoso (cerdo, pollo, vegetariano)	¢2.600	¢867	¢338	¢78	¢1.317	
Güirila con cuajada y crema	¢2.200	¢733	¢286	¢66	¢1.115	
Orden grande de leche agria (acompañado de tortillas)	¢2.500	¢833	¢325	¢75	¢1.267	
Orden de Güirilas con cuajada y crema (3 uds de Güirila, 2 uds de cuajada)	¢3.200	¢1.067	¢416	¢96	¢1.621	
Platos fuertes						
Baho	¢3.800	¢1.267	¢494	¢114	¢1.925	
Vigorón	¢3.500	¢1.167	¢455	¢105	¢1.773	
Caballo Bayo	¢3.800	¢1.267	¢494	¢114	¢1.925	
Fritanga (pollo, res o cerdo)	¢3.600	¢1.200	¢468	¢108	¢1.824	
Tajadas con queso y ensalada	¢2.500	¢833	¢325	¢75	¢1.267	
Indio Viejo	¢3.600	¢1.200	¢468	¢108	¢1.824	
Sopa del día (pollo, albóndigas, costilla alta, etc.)	¢3.500	¢1.167	¢455	¢105	¢1.773	
Quesillo sencillo (tortilla envuelta con queso, natilla, cebolla picada y sal)	¢2.350	¢783	¢306	¢71	¢1.191	
Quesillo doble (doble tortilla, doble porción de queso, con cebolla picada y sal)	¢2.700	¢900	¢351	¢81	¢1.368	

Bocas						
Tostones con queso y ensalada	€2.200	€629	€286	€66	€1.219	
Orden tamales pisques (03 uds)	€2.350	€671	€306	€71	€1.303	
Frijoles molidos con tajadas	€2.200	€629	€286	€66	€1.219	
Boca de sopa del día	€2.200	€629	€286	€66	€1.219	
Tajadas con queso	€2.200	€629	€286	€66	€1.219	
Enchiladas (res, pollo, vegetariana)	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Adicionales						
Orden de queso/cuajada	€1.100	€314	€143	€33	€610	
Orden de plátanos maduros	€1.000	€286	€130	€30	€554	
Orden de tajadas de plátano	€1.200	€343	€156	€36	€665	
Orden de gallopinto	€1.200	€343	€156	€36	€665	
Orden únicamete frijoles/arroz	€900	€257	€117	€27	€499	
Postres						
Orden de cajetas (leche, coco, gofios, coyolito, etc.) (3 uds)	€1.200	€343	€156	€36	€665	
Tres leches	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Cosa de horno	€1.200	€343	€156	€36	€665	
Pío V	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Atol (vaso)	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Buñuelos (4 uds)	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Rosquillas somoteñas (bolsa sellada)	€2.000	€571	€260	€60	€1.109	
Raspados (relleno, fresa, coco, etc.)	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Posicle (banano, maní, galleta, chocolate)	€900	€257	€117	€27	€499	
Atolillo	€1.200	€343	€156	€36	€665	

BEBIDAS						
Típicas (naturales)						
Fresco de Cacao	€1.500	€429	€195	€45	€831	
Fresco de Pinolillo	€1.200	€343	€156	€36	€665	
Fresco de Chía con Tamarindo	€1.100	€314	€143	€33	€610	
Fresco de Grama	€1.100	€314	€143	€33	€610	
Fresco de Tiste	€1.300	€371	€169	€39	€721	
Fresco de Chicha	€1.300	€371	€169	€39	€721	
Frescos de frutas naturales (banano, mora, fresa, etc.)	€1.200	€343	€156	€36	€665	
Variadas						
Café americano (gratis 1 refill)	€900	€257	€117	€27	€499	
Línea Coca Cola presentación 330ml	€1.500	€730	€195	€45	€530	
Rojita presentación 330ml	€1.600	€750	€208	€48	€594	
Rojita presentación 2L	€2.800	€1.600	€364	€84	€752	
Kola Shaler presentación 330ml	€1.800	€800	€234	€54	€712	
Kola Shaler presentación 1.5L	€2.800	€1.600	€364	€84	€752	
Gatorade varias presentaciones	€1.500	€760	€195	€45	€500	
Jugos Kerns varias presentaciones	€1.100	€500	€143	€33	€424	
Agua embotellada 600ml	€1.100	€590	€143	€33	€334	
Agua embotellada 1L	€1.600	€730	€208	€48	€614	
Carta de Ronces						
<i>*todos los elementos de la carta de rones llevan €300.00 extras a su costo original, tomando en cuenta el servicio de coctelería</i>						
Trago Ron Flor de Caña sabor Coco 4 años (botella 33Oz)	€2.000	€595	€260	€60	€1.085	€35.805
Trago Ron Flor de Caña Ultra Lite 4 años (botella 25Oz)	€2.200	€580	€286	€66	€1.268	€31.700
Trago Ron Flor de Caña Gran Reserva 7 años (botella 33Oz)	€3.500	€570	€455	€105	€2.370	€78.210
Trago Ron Flor de Caña Centenario 12 años (botella 25Oz)	€4.000	€1.144	€520	€120	€2.216	€55.400
Trago Ron Flor de Caña 18 años (botella 25Oz)	€5.000	€1.280	€650	€150	€2.920	€73.000
Cervezas						
Toña 330ml	€1.700	€800	€221	€51	€628	
Toña Lite 330ml	€1.700	€850	€221	€51	€578	
Victoria Clásica 330ml	€1.600	€900	€208	€48	€444	
Victoria Frost 330ml	€1.600	€900	€208	€48	€444	
Victoria Selección Maestro (en temporada)	€1.600	€900	€208	€48	€444	
Moropotente sabor variado 330ml	€2.200	€1.100	€286	€66	€748	
Adicional Michelada Mix	€500	€167	€65	€15	€253	
Adicional Chelada Mix	€500	€167	€65	€15	€253	

Anexo 20

Tabla de ventas, costos y unidades vendidas.

Elaborado y presentado por SERGASCO, S. A. (2022) para el restaurante Nicaragua en tu Mesa

ALIMENTOS									
Desayunos									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO
	1	30	900	10.800	¢2.710	101%	¢29.268.00 0	¢903	¢9.756.000
110%	2	33	990	11.880	¢2.737		¢32.516.74 8	¢912	¢10.838.916
	3	36	1.089	13.068	¢2.764		¢36.126.10 7	¢921	¢12.042.036
	4	40	1.198	14.375	¢2.792		¢40.136.10	¢931	¢13.378.702

							5			
	5	44	1.318	15.812	€2.820		€44.591.21	3	€940	€14.863.738
	6	48	1.449	17.394	€2.848		€49.540.83	7	€949	€16.513.612

Platos fuertes										
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO	
	1	60	1.800	21.600	€3.261	101%	€70.440.000	€1.087	€23.480.000	
110%	2	66	1.980	23.760	€3.294		€78.258.840	€1.098	€26.086.280	
	3	73	2.178	26.136	€3.327		€86.945.571	€1.109	€28.981.857	
	4	80	2.396	28.750	€3.360		€96.596.530	€1.120	€32.198.843	
	5	88	2.635	31.625	€3.394		€107.318.74	4	€1.131	€35.772.915
	6	97	2.899	34.787	€3.427		€119.231.12	5	€1.142	€39.743.708

Bocas									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO
	1	30,00	900	10.800	€2.108	101%	€22.770.000	€602	€6.505.714
110%	2	33,00	990	11.880	€2.129		€25.297.470	€608	€7.227.849
	3	36,30	1.089	13.068	€2.151		€28.105.489	€614	€8.030.140
	4	39,93	1.198	14.375	€2.172		€31.225.198	€621	€8.921.485
	5	43,92	1.318	15.812	€2.194		€34.691.195	€627	€9.911.770
	6	48,32	1.449	17.394	€2.216		€38.541.918	€633	€11.011.977

Adicionales									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO
	1	30	900	10.800	€1.080	101%	€11.664.00	€309	€3.332.571
110%	2	33	990	11.880	€1.091		€12.958.704	€312	€3.702.487
	3	36	1.089	13.068	€1.102		€14.397.120	€315	€4.113.463
	4	40	1.198	14.375	€1.113		€15.995.200	€318	€4.570.057
	5	44	1.318	15.812	€1.124		€17.770.668	€321	€5.077.334
	6	48	1.449	17.394	€1.135		€19.743.212	€324	€5.640.918

Postres									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO
	1	30	900	10.800	€1.400	101%	€15.120.000	€400	€4.320.000
110%	2	33	990	11.880	€1.414		€16.798.320	€404	€4.799.520
	3	36	1.089	13.068	€1.428		€18.662.934	€408	€5.332.267
	4	40	1.198	14.375	€1.442		€20.734.519	€412	€5.924.148
	5	44	1.318	15.812	€1.457		€23.036.051	€416	€6.581.729
	6	48	1.449	17.394	€1.471		€25.593.052	€420	€7.312.301

BEBIDAS									
Bebidas no alc.									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO
	1	60	1.800	21.600	€1.494	101%	€32.272.941	€427	€9.220.840
110%	2	66	1.980	23.760	€1.509		€35.855.238	€431	€10.244.354
	3	73	2.178	26.136	€1.524		€39.835.169	€435	€11.381.477
	4	80	2.396	28.750	€1.539		€44.256.873	€440	€12.644.821
	5	88	2.635	31.625	€1.555		€49.169.386	€444	€14.048.396
	6	97	2.899	34.787	€1.570		€54.627.187	€449	€15.607.768

Carta de Rones									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X UD
	1	35	1.050	12.600	€3.340	101%	€42.084.000	€668	€8.416.800
110%	2	39	1.155	13.860	€3.373		€46.755.324	€675	€9.351.065
	3	42	1.271	15.246	€3.407		€51.945.165	€681	€10.389.033
	4	47	1.398	16.771	€3.441		€57.711.078	€688	€11.542.216
	5	51	1.537	18.448	€3.476		€64.117.008	€695	€12.823.402
	6	56	1.691	20.292	€3.510		€71.233.996	€702	€14.246.799

Cervezas									
% CRECIMIENTO ANUAL	AÑO	VENTA X DÍA (UDS)	VENTA X MES (UDS)	VENTA X AÑO (UDS)	PRECIO PROMEDIO PRODUCTO	AJUSTE DE PRECIO ANUAL	INGRESO X AÑO (VENTAS)	COSTO VARIABLE X UD	COSTO VARIABLE X AÑO
	1	35	1.050	12.600	€1.425	101%	€17.955.000	€713	€8.977.500
110%	2	39	1.155	13.860	€1.439		€19.948.005	€720	€9.974.003
	3	42	1.271	15.246	€1.454		€22.162.234	€727	€11.081.117
	4	47	1.398	16.771	€1.468		€24.622.241	€734	€12.311.121
	5	51	1.537	18.448	€1.483		€27.355.310	€741	€13.677.655
	6	56	1.691	20.292	€1.498		€30.391.750	€749	€15.195.875

AÑOS							
	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS X AÑO	∅0	∅241.573.941	∅268.388.649	∅298.179.789	∅331.277.745	∅368.049.575	∅408.903.078
SUMA DE COSTOS VARIABLES	∅0	∅74.009.426	∅82.224.472	∅91.351.389	∅101.491.393	∅112.756.938	∅125.272.958
GASTOS FIJOS	∅0	∅82.964.463	∅91.260.909	∅100.387.000	∅110.425.700	∅121.468.270	∅133.615.097
DEPRECIACIÓN	∅0	∅1.027.664	∅1.130.431	∅1.243.474	∅1.367.821	∅1.504.603	∅1.655.063

AÑOS							
DETALLE	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS	∅0	∅241.573.941	∅268.388.649	∅298.179.789	∅331.277.745	∅368.049.575	∅408.903.078
(-) COSTOS VARIABLES	∅0	∅74.009.426	∅82.224.472	∅91.351.389	∅101.491.393	∅112.756.938	∅125.272.958
UTILIDAD BRUTA	∅0	∅167.564.515	∅186.164.176	∅206.828.400	∅229.786.352	∅255.292.637	∅283.630.120
(-) GASTOS FIJOS	∅0	∅82.964.463	∅91.260.909	∅100.387.000	∅110.425.700	∅121.468.270	∅133.615.097
(-) DEPRECIACIÓN	∅0	∅1.027.664	∅1.130.431	∅1.243.474	∅1.367.821	∅1.504.603	∅1.655.063
UTILIDAD ANTES DE IMP.	∅0	∅83.572.388	∅93.772.837	∅105.197.926	∅117.992.831	∅132.319.764	∅148.359.960

(-) IMPUESTOS 13%	∅0	∅10.864.410	∅12.190.469	∅13.675.730	∅15.339.068	∅17.201.569	∅19.286.795
UTILIDAD NETA	∅0	∅72.707.978	∅81.582.368	∅91.522.196	∅102.653.763	∅115.118.195	∅129.073.165
(+) DEPRECIACIÓN	∅0	∅1.027.664	∅1.130.431	∅1.243.474	∅1.367.821	∅1.504.603	∅1.655.063
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO	-∅35.334.493	∅73.735.642	∅82.712.798	∅92.765.669	∅104.021.584	∅116.622.798	∅130.728.228
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO ACUMULADO	-∅35.334.493	∅38.401.149	∅121.113.947	∅213.879.616	∅317.901.200	∅434.523.998	∅565.252.226
FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO	-∅35.334.493	∅71.692.408	∅80.420.805	∅90.195.109	∅101.139.119	∅113.391.150	∅127.105.715
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO DESCONTADO ACUMULADO	-∅35.334.493	∅36.357.915	∅116.778.721	∅206.973.829	∅308.112.948	∅421.504.098	∅548.609.813
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO DESCONTADO A LA TIR	-∅35.334.493	∅23.009.311	∅8.054.248	∅2.818.810	∅986.343	∅345.076	∅120.705

Anexo 21

Cálculo del flujo operativo del restaurante

TASA DE DESCUENTO	2,85%	RENDIMIENTO CONTABLE PROMEDIO (RCP)	4,79	592.657.663,63	17.667.246,50
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	€490.576.645,09	PERÍODO DE RECUPERACIÓN CONTABLE	0,48		
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	220%	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	0,49		
ÍNDICE DE RENTABILIDAD (IR)	15,48%				

AÑO	1	2	3	4	5	6
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE	39.314	42.867	46.738	50.954	55.547	60.549
PUNTO DE EQUILIBRIO DEL EFECTIVO	38.825	42.335	46.158	50.323	54.859	59.800
PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO	72.926	80.209	88.216	97.016	106.691	117.326
APALANCAMIENTO OPERATIVO	€30.196.742,57	€33.548.580,97	€37.272.473,47	€41.409.718,04	€46.006.196,76	€51.112.884,61

Anexo 22

Gastos fijos del restaurante

GASTOS FIJOS			
	Mensual	Bimestral	Anual
Planilla	¢5.842.124		¢70.105.483
Pago de servicios	¢236.503		¢2.838.036
Pago de alquiler	¢406.562		¢4.878.742
Pago de préstamo	¢303.517		¢3.642.202
Otros (Mantenimiento, limpieza, varios, etc.)		¢250.000	¢1.500.000
Total Gastos Fijos Anuales			¢82.964.463

Anexo 23

Cálculo de la depreciación de los activos del restaurante

Depreciación							
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6
Elementos de cocina		€5.538.538					
Elementos de oficina		€1.148.306					
Mobiliario		€3.589.797					
Elementos de decoración		€364.270					
Entretenimiento		€645.140					
Total Activos Fijos		€10.276.641					
Depreciación		€1.027.664	€1.130.431	€1.243.474	€1.367.821	€1.504.603	€1.655.063

San Pedro, 25 de abril de 2022

Señores:
Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación
Presente.

Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: Estudio de factibilidad para la puesta en operación de un restaurante de gastronomía nicaragüense para promover la cultura y empleo, tanto de profesionales migrantes provenientes de dicha nación como de personas costarricense, al primer cuatrimestre del 2022, elaborado por los estudiantes: Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Portobanco Quiroz como requisito para que el citado estudiante pueda optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos de forma y de contenido exigidos por la Universidad Latina, y por tanto lo recomiendo para su defensa oral ante el Consejo Asesor.

Se suscribe cordialmente,



Lic. Victor Sanabria Sandoval
Tutor

Carta de la filóloga

15 de abril de 2022

Señores
Universidad Latina, Campus San Pedro
Facultad de Ciencias Empresariales y Hospitalidad
Escuela de Administración de Negocios

Estimados señores:

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación denominado: **Estudio de factibilidad para la puesta en operación de un restaurante de gastronomía nicaragüense para promover la cultura y el empleo, tanto de profesionales migrantes provenientes de dicha nación como de personas costarricenses, al primer cuatrimestre del 2022**, elaborado por los estudiantes Rebeca Arias Villalta y Rodolfo Portobanco Quiroz para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y 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.

Cordialmente,

GINETTE
FONSECA
VARGAS
(FIRMA)



Firmado digitalmente
por GINETTE
FONSECA VARGAS
(FIRMA)
Fecha: 2022.04.15
14:16:18 -06'00'

Lcda. Ginette Fonseca Vargas
Carné: 10993
Filóloga