

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN EN  
TURISMO Y ÉNFASIS EN HOTELERÍA Y RESTAURANTES**

**Título de la investigación:**

**“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA CAFETERÍA-ESCUELA DE BARISMO  
QUE FOMENTE LA CULTURA DEL CAFÉ DE ESPECIALIDAD EN LA ZONA TURÍSTICA DE  
JACÓ, GARABITO, PUNTARENAS A DICIEMBRE DE 2024.”**

**Nombre del estudiante:**

**MARÍA GRACIELA CALDERÓN QUESADA**

**Tutor:**

**LIC. HENDRIK MEJIA RAMOS**

**SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ**

**DICIEMBRE, 2024**

## **i. Tabla de Contenido**

<b>i. Tabla de Contenido</b> .....	2
<b>ii. Índice de Cuadros</b> .....	6
<b>iii. Índice de Figuras</b> .....	9
<b>iv. Dedicatoria</b> .....	10
<b>v. Agradecimiento</b> .....	11
<b>vi. Resumen Ejecutivo</b> .....	12
<b>Capítulo I: INTRODUCCIÓN</b> .....	14
<b>1.1 Planteamiento del Problema</b> .....	18
<b>1.2 Objetivos investigación:</b> .....	21
<b>1.3 Justificación</b> .....	22
<b>1.4 Antecedentes</b> .....	25
<b>1.5 Proyecciones</b> .....	33
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO O MARCO DE REFERENCIA</b> .....	37
<b>2.1 Perspectiva teórica</b> .....	37
<b>2.1.1 Marco Histórico</b> .....	37
<b>2.1.1.1 Historia del café en Costa Rica</b> .....	37
<b>2.1.1.2 Evolución del café de especialidad en Costa Rica</b> .....	39
<b>2.1.1.3 Trazabilidad en la cultura del consumo de café de especialidad</b> .....	41
<b>2.1.2 Marco Conceptual</b> .....	44
<b>2.1.2.1 Definición y características del café</b> .....	44
<b>2.1.2.1.1 Variedades de café</b> .....	44
<b>2.1.2.1.2 Regiones cafetaleras</b> .....	45
<b>2.1.2.1.3 Proceso de beneficiado</b> .....	49
<b>2.1.2.1.4 Perfiles de tueste</b> .....	50
<b>2.1.2.2 Concepciones sobre barismo</b> .....	51
<b>2.1.2.2.1 Métodos de preparación</b> .....	52
<b>2.1.2.2.2 Puntos de control del barista</b> .....	56
<b>2.1.3 Marco referencial</b> .....	57
<b>2.1.3.1 Concepciones sobre plan de negocios</b> .....	57
<b>2.1.3.2 Análisis FODA</b> .....	58
<b>2.1.3.3 Modelo de negocio Canvas</b> .....	59

2.1.3.4 Modelo 70-20-10- ADDIE .....	59
2.2 Esquema teórico .....	62
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>65</b>
3.1 Enfoque de la investigación .....	65
3.2 Método de la investigación.....	66
3.3 Fuentes de información .....	67
3.3.1 Fuentes primarias .....	67
3.3.2 Fuentes secundarias .....	68
3.3.3 Población y muestra .....	68
3.4 Unidad de análisis.....	70
3.5 Instrumentos .....	71
3.5.1. Investigación documental .....	71
3.5.2. Observación .....	72
3.5.3. Entrevistas .....	73
3.5.3. Encuestas.....	74
3.6 Proceso para la recolección y análisis de datos.....	75
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>77</b>
4.1 Análisis de datos obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación .....	77
4.1.1 Sistematización de entrevistas con expertos.....	77
4.1.2 Sistematización de entrevistas con propietarios/administradores de cafeterías de especialidad en Jaco, Garabito .....	87
4.1.3 Sistematización de encuestas a turistas y residentes.....	95
4.2 Análisis FODA para un modelo de negocio Cafetería-Escuela de Barismo en la zona turística de Jaco, Garabito .....	130
4.2.1 Contextualización .....	130
4.2.2 Actores clave .....	132
4.2.3 Análisis interno.....	135
4.2.3.1 Fortalezas:.....	135
4.2.3.2 Debilidades: .....	137
4.2.4 Análisis externo: .....	137
4.2.4.1 Oportunidades: .....	138
4.2.4.2 Amenazas:.....	139
4.2.5 Necesidades y oportunidades .....	139
4.3 Propuesta de modelo de negocio Canvas.....	144

<b>4.3.1 Alianzas clave .....</b>	<b>147</b>
<b>4.3.1.1 Productores y fincas de café de especialidad .....</b>	<b>147</b>
<b>4.3.1.2 Instituciones educativas y de certificación.....</b>	<b>147</b>
<b>4.3.1.3 Expertos y profesionales del café .....</b>	<b>148</b>
<b>4.3.1.4 Organismos gubernamentales y asociaciones.....</b>	<b>148</b>
<b>4.3.1.5 Empresas turísticas y hoteles.....</b>	<b>149</b>
<b>4.3.1.6 Proveedores de equipamiento y suministros .....</b>	<b>149</b>
<b>4.3.1.7 Medios de comunicación y plataformas digitales .....</b>	<b>150</b>
<b>4.3.1.8 Asociaciones y comunidades locales .....</b>	<b>150</b>
<b>4.3.1.9 Asociaciones internacionales .....</b>	<b>151</b>
<b>4.3.2 Recursos clave.....</b>	<b>152</b>
<b>4.3.2.1 Recursos humanos.....</b>	<b>153</b>
<b>4.3.2.2 Recursos físicos .....</b>	<b>154</b>
<b>4.3.2.3 Recursos intelectuales .....</b>	<b>155</b>
<b>4.3.2.4 Recursos financieros.....</b>	<b>157</b>
<b>4.3.2.5 Recursos tecnológicos.....</b>	<b>158</b>
<b>4.3.3 Actividades Clave .....</b>	<b>158</b>
<b>4.3.3.1 Relaciones y Redes .....</b>	<b>159</b>
<b>4.3.3.2 Desarrollo del programa de formación en barismo.....</b>	<b>160</b>
<b>4.3.3.3 Operación de la cafetería.....</b>	<b>161</b>
<b>4.3.3.4 Marketing y promoción.....</b>	<b>163</b>
<b>4.3.4 Propuesta de Valor .....</b>	<b>163</b>
<b>4.3.5 Segmentos de Clientes.....</b>	<b>165</b>
<b>4.3.5.1 Turistas estadounidenses .....</b>	<b>166</b>
<b>4.3.5.2 Turistas Nacionales .....</b>	<b>167</b>
<b>4.3.5.3. Residentes nacionales .....</b>	<b>168</b>
<b>4.3.5.4 Nómadas digitales y extranjeros residentes.....</b>	<b>169</b>
<b>4.3.5.5 Otros perfiles de clientes potenciales .....</b>	<b>170</b>
<b>4.3.6 Relación con Clientes.....</b>	<b>171</b>
<b>4.3.6.1 Estrategias para la cafetería.....</b>	<b>172</b>
<b>4.3.6.2 Estrategias relacionadas a la formación en Barismo.....</b>	<b>173</b>
<b>4.3.7 Canales.....</b>	<b>175</b>
<b>4.3.7.1 Canales de comunicación y venta .....</b>	<b>175</b>
<b>4.3.7.2 Canales de distribución de productos y servicios .....</b>	<b>177</b>
<b>4.3.8 Estructura de costos .....</b>	<b>178</b>

4.3.8.1 Costos de inversión inicial.....	178
4.3.8.2 Costos Operativos .....	183
4.3.9 Fuentes de Ingresos .....	186
4.3.9.1 Ingresos de cafetería .....	186
4.3.9.2 Ingresos por programas de formación en barismo .....	188
4.3.9.3 Ingresos por actividades complementarias y eventos especiales .....	190
4.3.9.4 Resumen de ingresos .....	192
4.4 Propuesta de programa de formación y capacitación en barismo .....	193
4.4.1 Análisis.....	194
4.4.1.1 Identificación de Necesidades de Formación en Barismo .....	194
4.4.1.2 Perfil de salida de los estudiantes .....	195
4.4.1.3 Mercado laboral y oportunidades de empleo.....	196
4.4.1.4 Definición de objetivos de aprendizaje .....	198
4.4.2 Diseño.....	199
4.4.2.1 Diseño curricular del programa de formación en barismo .....	199
4.4.2.1.1 Módulo 1: Nivel básico .....	199
4.4.2.1.2 Módulo 2: Nivel intermedio .....	200
4.4.2.1.2 Módulo 3: Nivel avanzado .....	202
4.4.2.2 Estructura del programa de formación en barismo basado en el modelo 70-20-10 .....	204
4.4.2.2.1 Aprendizaje experiencial 70% (Práctica supervisada).....	204
4.4.2.2.2 Aprendizaje Social 20% (Laboratorio) .....	205
4.4.2.2.3 Aprendizaje Formal 10% (Cursos teóricos).....	205
4.4.3 Cronograma para fases de desarrollo e implementación .....	205
4.4.3.1 Fase 1: Desarrollo .....	206
4.4.3.2 Fase 2: Implementación .....	207
4.4.5 Evaluación del programa de formación en Barismo .....	208
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>210</b>
5.1 Conclusiones.....	210
5.2. Recomendaciones.....	212
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>215</b>
<b>APÉNDICES.....</b>	<b>223</b>

## **ii. índice de Cuadros**

**Cuadro N° 1:** *Cuadro comparativo de características las regiones cafetaleras de Costa Rica*

**Cuadro N° 2:** *Métodos de filtrado por goteo*

**Cuadro N° 3:** *Métodos de infusión*

**Cuadro N° 4:** *Métodos de infusión presurizada*

**Cuadro N° 5:** *Métodos de filtrado al vacío*

**Cuadro N° 6:** *Métodos alternativos para la extracción de café*

**Cuadro N° 7:** *Puntos de control del barista*

**Cuadro N° 8:** *Población objetivo de la investigación*

**Cuadro N° 9:** *Descripción de la trayectoria de los expertos entrevistados*

**Cuadro N° 10:** *Opinión de los expertos entrevistados sobre las tendencias del café de especialidad*

**Cuadro N° 11:** *Opinión de los expertos entrevistados sobre los factores clave para el éxito de una escuela-cafetería*

**Cuadro N° 12:** *Opinión de los expertos entrevistados sobre las competencias esenciales para baristas*

**Cuadro N° 13:** *Opinión de los expertos entrevistados sobre la viabilidad de una escuela-cafetería*

**Cuadro N° 14:** *Opinión de los expertos entrevistados sobre los desafíos y oportunidades en Jacó*

**Cuadro N° 15:** *Conclusiones y recomendaciones de los expertos entrevistados*

**Cuadro N° 16:** *Coincidencias y puntos importantes entre los expertos entrevistados*

**Cuadro N° 17:** *Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/ Administrador de la cafetería Jet Fuel*

**Cuadro N° 18:** *Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/ Administrador la cafetería Los Cafeteros*

**Cuadro N° 19:** *Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/ Administrador de la cafetería Roasters Edge*

- Cuadro N° 20:** *Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/ Administrador de la cafetería La Guapita*
- Cuadro N° 21:** *Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/ Administrador de la cafetería Sanito Café*
- Cuadro N° 22:** *Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/ Administrador de la cafetería Ubaldo's Café*
- Cuadro N° 23:** *Análisis interno para la cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito*
- Cuadro N° 24:** *Análisis externo para la cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito*
- Cuadro N° 25:** *Propuesta de modelo de negocio Canva para cafetería-escuela de barismo en la zona turística de Jacó, Garabito.*
- Cuadro N° 26:** *Cuadro descriptivo de los recursos humanos requeridos*
- Cuadro N° 27:** *Cuadro descriptivo de los recursos físicos requeridos*
- Cuadro N° 28:** *Cuadro descriptivo de los recursos intelectuales requeridos*
- Cuadro N° 29:** *Cuadro descriptivo de los recursos financieros requeridos*
- Cuadro N° 30:** *Cuadro descriptivo de los recursos tecnológicos requeridos*
- Cuadro N° 31:** *Cuadro descriptivo de las actividades clave en relaciones y redes*
- Cuadro N° 32:** *Cuadro descriptivo de las actividades clave en el programa de formación en barismo*
- Cuadro N° 33:** *Cuadro descriptivo de las actividades clave en la operación de la cafetería*
- Cuadro N° 34:** *Cuadro descriptivo de las actividades clave en marketing y promoción*
- Cuadro N° 35:** *Perfil de clientes turistas estadounidenses*
- Cuadro N° 36:** *Perfil de clientes turistas nacionales*
- Cuadro N° 37:** *Perfil de clientes residentes nacionales*
- Cuadro N° 38:** *Perfil de clientes nómadas digitales y extranjeros residentes*
- Cuadro N° 39:** *Acciones estratégicas para mejorar la relación con clientes en la cafetería*
- Cuadro N° 40:** *Acciones estratégicas para mejorar la relación con los estudiantes*

- Cuadro N°41:** *Descripción de canales de comunicación y venta*
- Cuadro N°42:** *Descripción de distribución de productos y servicios*
- Cuadro N° 43:** *Costos de inversión inicial para el modelo de negocio cafetería-escuela de Barismo en la zona turística de Jacó*
- Cuadro N° 44:** *Costos operativos para el modelo de negocio cafetería-escuela de Barismo en la zona turística de Jacó.*
- Cuadro N° 45:** *Detalle de ingresos por servicios de cafetería*
- Cuadro N° 46:** *Detalle de ingresos por programas de formación en barismo*
- Cuadro N° 47:** *Detalle de ingresos por actividades complementarias y eventos especiales*
- Cuadro N° 48:** *Resumen de ingresos estimados mensuales*
- Cuadro N° 49:** *Necesidades Identificadas en Formación en Barismo*
- Cuadro N° 50:** *Opciones de mercado laboral para un profesional en barismo*
- Cuadro N° 51:** *Detalle de contenidos del módulo de nivel básico*
- Cuadro N° 52:** *Detalle de contenidos del módulo de nivel intermedio*
- Cuadro N° 53:** *Detalle de contenidos del módulo de nivel avanzado*
- Cuadro N° 54:** *Descripción de actividades de la fase de desarrollo*
- Cuadro N° 55:** *Descripción de actividades de la fase de implementación*
- Cuadro N° 56:** *Descripción de rubros de evaluación del programa de formación en barismo*

### iii. Índice de Figuras

**Figura N° 1:** Modelo Integral 70-20-10-ADDIE

**Figura N° 2:** *Distribución de género según edad de los encuestados*

**Figura N° 3:** *Nacionalidad según tipo de encuestado*

**Figura N° 4:** *Periodo de estadía según nacionalidad de turistas encuestados*

**Figura N° 5:** *Frecuencia de visitación según nacionalidad de turistas encuestados*

**Figura N° 6:** *Motivo de viaje según nacionalidad de turistas encuestados*

**Figura N° 7:** *Frecuencia en el consumo de café según nacionalidad de los encuestados independientemente del lugar de consumo*

**Figura N° 8:** *Porcentajes según lugares de compra de café de los encuestados*

**Figura N° 9:** *Preferencias en consumo de bebidas a base de café según tipo de encuestado*

**Figura N° 10:** *Preferencias en consumo de bebidas a base de café según nacionalidad de los encuestados*

**Figura N° 11:** *Nivel de conocimiento sobre barismo de los encuestados*

**Figura N° 12:** *Motivación para aprender sobre barismo de los encuestados*

**Figura N° 13:** *Preferencia de actividades relacionadas al café de los turistas encuestados*

**Figura N° 14:** *Tipo de cursos de barismo según preferencia de residentes encuestados*

**Figura N° 15:** *Preferencia sobre temas relacionados al barismo de los encuestados*

**Figura N° 16:** *Rango de precios a pagar por actividades formativas relacionadas al barismo a los que están dispuestos los encuestados*

**Figura N° 17:** *Rango de precios a pagar por actividades formativas relacionadas al barismo a los que están dispuestos los encuestados según nacionalidad*

**Figura N° 18:** *Rango de precios a pagar por actividades formativas relacionadas al barismo a los que están dispuestos los encuestados según edad*

**Figura N° 19:** *Encadenamiento productivo de la Cafetería-Escuela de Barismo*

**Figura N° 20:** *Mapeo de stakeholders para el modelo de negocio Cafetería-Escuela de Barismo en la zona turística de Jacó*

#### **iv. Dedicatoria**

A Mauricio Chaves Espinoza, quien inspiró la pasión por el café a quien se cruzó por su camino y quien llenó el mío de significado con su dedicación y cariño.

## **v. Agradecimiento**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que han hecho posible la realización de esta tesis. Agradezco profundamente a mi director de tesis, el Lic. Hendrik Mejía Ramos, por su guía, paciencia y sus consejos a lo largo de todo el proceso de investigación y redacción.

A los productores de café y baristas expertos que trabajan como embajadores del café de Costa Rica. A los empresarios dueños de cafeterías de especialidad de Jacó, Garabito, Puntarenas, por compartir su conocimiento y experiencia, enriqueciendo significativamente este estudio.

A mi familia y amigos, por su comprensión, ánimo y soporte incondicional durante todo este viaje académico.

Finalmente, agradezco a mi director de carrera el MBA. Juan Manuel Calderón Sandí por su apoyo incondicional, su guía y por brindarme los recursos y el ambiente propicio para llevar a cabo este proyecto.

## **vi. Resumen Ejecutivo**

La presente tesis tuvo como objetivo principal diseñar un modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito, Puntarenas, que promueva la cultura del café de especialidad y contribuya al desarrollo económico y social local. Para lograrlo, se integró la formación profesional en barismo con la operación de una cafetería.

Con respecto a la recolección de datos, ésta se realizó mediante encuestas dirigidas a potenciales clientes, estudiantes y profesionales del sector cafetero, complementadas con entrevistas semiestructuradas a productores de café, baristas expertos, empresarios turísticos y representantes gubernamentales.

El enfoque mixto de la investigación, permitió identificar un alto interés en habilidades prácticas, conocimientos teóricos, técnicas avanzadas como el arte latte y competencias en servicio al cliente, además de la importancia de certificaciones reconocidas y flexibilidad en horarios de estudio.

Además, se llevó a cabo un análisis FODA para evaluar el contexto socioeconómico y las oportunidades del mercado, considerando la alta afluencia turística y la tradición cafetalera de Costa Rica. Este análisis identificó las necesidades y oportunidades para la creación de la cafetería-escuela, considerando factores como la alta afluencia turística, el interés creciente en experiencias culturales y la tradición cafetalera de Costa Rica.

Utilizando el modelo Canvas, se desarrolló un plan de negocio que abarca la diversificación de ingresos mediante la combinación de ventas de la cafetería, programas de formación y actividades complementarias. Además, se propuso un programa de capacitación basado en el modelo 70-20-10-ADDIE, que equilibra el aprendizaje experiencial, social y formal.

Por su parte, el análisis financiero demostró la viabilidad del proyecto, identificando costos iniciales y operativos, así como diversas fuentes de ingresos. Las alianzas estratégicas con productores de café, instituciones educativas, expertos del sector y empresas turísticas fueron fundamentales para asegurar recursos clave como personal calificado y equipamiento especializado.

Seguidamente, la propuesta de valor se centra en ofrecer una experiencia integral que fusiona la cultura del café de especialidad con una formación de excelencia en barismo, atendiendo a diversos segmentos de clientes como turistas, residentes locales y nómadas digitales.

La implementación del modelo de negocio y el programa de formación propuestos es viable y beneficiosa, además es financieramente sostenible, lo cual puede impulsar el desarrollo económico local, promover la cultura cafetalera costarricense y satisfacer las necesidades de formación y empleo de la comunidad de Jacó.

## **Capítulo I: INTRODUCCIÓN**

Históricamente, el café ha sido un pilar sobre el cual Costa Rica construyó gran parte de su economía y cultura del ser costarricense. El café llegó a Costa Rica en el siglo XIX y rápidamente se convirtió en un cultivo de gran importancia económica. Peters (2006) señala que el café ha jugado un papel fundamental en la configuración de la identidad nacional costarricense (p. 267). Además, el café ha sido parte de la identidad nacional y actualmente, la industria del café de especialidad está en pleno auge a nivel mundial convirtiéndose en una tendencia.

Esta rica herencia cultural y económica se ve reflejada en la cultura del café, caracterizada por la tradición, la hospitalidad y el apego a la tierra (Peters, 2006, p. 265). Por consiguiente, la presente investigación pretende aportar valor por la interacción entre cultura, economía y comunidad ya que a través del logro de los objetivos de investigación se explora la relevancia histórica del café en Costa Rica, su potencial como generador de relaciones empresariales de manera que se considere como contexto el desarrollo turístico de la comunidad de Jacó, Garabito.

En este contexto, una cafetería-escuela de barismo podría preservar esta herencia, y adaptarla a las exigencias del mercado contemporáneo, ofreciendo un producto de alta calidad y experiencias de valor para los visitantes. Según Pérez y Montiel (2021), el café de especialidad se ha convertido en una tendencia global que ofrece nuevas oportunidades para el desarrollo local en países como Costa Rica (s.p). Esta iniciativa busca satisfacer la demanda turística de café de alta calidad, y proporcionar formación y empleo a la comunidad local, un aspecto crucial para el desarrollo sostenible y la cohesión social.

Por consiguiente, el presente trabajo se propone como base para el diseño de un modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo, que busque ofrecer un producto de alta calidad como lo es el café de especialidad y también proporcionar formación profesional y experiencias laborales significativas, a través de herramientas de servicio para que los estudiantes logren brindar a los visitantes, experiencias relacionadas con el café de especialidad.

La formación del barista es una etapa esencial para asegurar un impacto positivo en los consumidores, para esto es importante que estos programas se apoyen en propuestas pedagógicas serias y no cumplan con la acreditación y el apoyo de las instituciones oficiales. Tal como se acota en el siguiente texto:

“Fomentar el mejoramiento y la formalización de estos programas es un paso significativo para incrementar la calidad en el servicio (...) es importante que las estrategias y los manuales vayan en pro de una norma internacional para que la información sea lo menos diferente posible y para que ese criterio no sea solo nacional”. (Jaramillo, 2022, s.p)

Por lo tanto, este proyecto busca combinar la particularidad del café de especialidad con programas de formación profesional certificados por el ICAFE, dirigidos especialmente a personas con pocas opciones de empleabilidad. Sin embargo, es necesario integrar la parte educativa con la parte empresarial para maximizar su impacto económico y social. Lo anterior debido a la importancia de tener una formación práctica en una empresa funcional que permita la adquisición de competencias técnicas y profesionales para los estudiantes y que provea de talento humano capacitado para las empresas.

La formación del barista es una etapa esencial para asegurar un impacto positivo en los consumidores. Denn (2023), subraya que un barista bien capacitado es esencial para ofrecer una experiencia de café de alta calidad, además indica que los programas de formación de baristas deben incluir tanto teoría como práctica, y deben estar enfocados en el desarrollo de habilidades técnicas y blandas (s.p). Este enfoque dual mejora la satisfacción del cliente e incrementa la rentabilidad del negocio.

Por consiguiente, el modelo de negocio propuesto pretende proporcionar un ambiente educativo y de aprendizaje donde los participantes puedan adquirir conocimientos teóricos y practicar habilidades en un entorno real, dentro de un destino turístico. De esta manera, los estudiantes podrán interactuar con clientes

locales, turistas y con baristas profesionales, observar y aplicar las técnicas de preparación en acción y recibir retroalimentación directa sobre su progreso.

El proceso de investigación involucró a varios actores clave. En primer lugar, la comunidad de Jacó, quien será el grupo objetivo principal, necesita oportunidades de formación y empleo que se alineen con necesidades particulares. Los turistas, que buscan experiencias de calidad y que representan un mercado potencial vital para la cafetería-escuela. Además, los propietarios de cafeterías que demandan baristas profesionales y que aportan conocimientos cruciales sobre el diseño y operación de la escuela. Por último, los funcionarios gubernamentales y responsables de políticas pueden ofrecer el apoyo necesario para la implementación y sostenibilidad del proyecto.

La metodología de investigación combinará métodos cualitativos y cuantitativos. Se realizarán revisiones de literatura para entender mejor el contexto histórico y económico del café en Costa Rica. Estudios de caso y encuestas capturarán las perspectivas de los turistas y la comunidad local, mientras que entrevistas a profesionales del café y funcionarios gubernamentales proporcionarán información detallada y práctica.

El fin concreto de esta investigación es analizar el potencial del café de especialidad para fomentar el desarrollo local en Jacó. Se evaluará la viabilidad económica y social de una cafetería-escuela de barismo, diseñando un programa de formación que responda a las necesidades propias de Jacó y examinando el impacto que dicha iniciativa podría tener en la comunidad y su relación con la industria turística.

Las experiencias relacionadas al café para los turistas extranjeros generan un valor significativo que impulsa el consumo del café nacional, permite conocer la historia del producto y apoya la economía de los productores locales. Además, tienen un impacto positivo en las generaciones jóvenes que, al ver su café presentado en catas en hoteles, se sienten motivadas a continuar con el legado familiar y a mejorar su producción. (Revista Summa, 2023, s.p)

Además, el turismo puede ser una herramienta para el desarrollo sostenible de las comunidades. Por su parte, la propuesta podría contribuir a la sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables y generando relaciones entre actores clave relacionados al mundo del café.

Los resultados de esta investigación son de gran importancia para Costa Rica. Podrían promover el desarrollo local en Jacó, creando empleos y capacitando a la población local. Asimismo, fortalecerían la industria del café de especialidad en el país, proporcionando una plataforma para el desarrollo de habilidades en barismo. Además, mejorarían la experiencia turística en Jacó, ofreciendo a los visitantes una oportunidad para aprender sobre el café costarricense.

## 1.1 Planteamiento del Problema

La industria del café de especialidad está en auge a nivel mundial y tiene un gran potencial en Costa Rica, conocida por su café de alta calidad. Integrar una cafetería de especialidad puede proporcionar una plataforma para la capacitación y el desarrollo de habilidades en el sector del barismo. Según Ruiz (2022), el mercado de café de especialidad en Costa Rica ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por la demanda internacional y la creciente valorización del café de alta calidad (s.p).

El café de especialidad es una tendencia creciente a nivel mundial que no ha sido plenamente explotada en la región de Jacó, Costa Rica. A pesar de la reconocida calidad del café costarricense, Jacó enfrenta varios desafíos que impiden el desarrollo del café de especialidad en la región. Estos desafíos incluyen un bajo conocimiento y valor del café de especialidad entre los habitantes y turistas, lo que reduce la demanda de productos de alta calidad. Además, la escasez de programas educativos y de capacitación en barismo ha resultado en una limitada oferta de baristas calificados, afectando negativamente la calidad de la preparación del café en las pocas cafeterías especializadas disponibles.

La desconexión entre los productores locales y el mercado de café de especialidad contribuye a una menor calidad y competitividad de los productos de café. Esta desconexión se ve agravada por la insuficiente infraestructura para la enseñanza y práctica del barismo, lo que dificulta atraer y retener estudiantes y profesionales interesados en esta área. En consecuencia, la región carece de un entorno robusto que promueva la excelencia en la producción y preparación del café de especialidad. Según Ruiz, es necesario implementar estrategias para promover el consumo interno de café de especialidad en Costa Rica, y para posicionar el café costarricense como un producto de alta calidad en los mercados internacionales (2022, s.p.).

Jacó, es un destino turístico importante en Costa Rica, que combina opciones de relajación de sol y playa rodeado de un intenso ambiente nocturno. Sin embargo, a pesar del flujo turístico, la comunidad local puede enfrentar desafíos

socioeconómicos como la drogadicción y la prostitución, problemas que afectan a los jóvenes en cuanto a opciones de empleo y en el desarrollo de capacidades para la empleabilidad. Según Pérez y Montiel (2021), el desarrollo del café de especialidad en Costa Rica presenta una oportunidad para diversificar la economía local, generar nuevos empleos y mejorar los ingresos de los pequeños productores (s.p).

El planteamiento del problema está definido por la necesidad de crear oportunidades económicas y de desarrollo personal para los jóvenes en Jacó, mediante la integración de una cafetería-escuela de barismo. Por consiguiente, existe una necesidad evidente de crear oportunidades de empleo significativas y sostenibles para los jóvenes de Jacó que puedan contribuir a evitar la marginalización y la participación en actividades de riesgo. Ayestas (2023) destaca que la articulación entre los productores, baristas y consumidores es clave para construir una cadena de valor sólida y sostenible para el café de especialidad en Costa Rica (s.p.).

La falta de una cultura del café de especialidad en Jacó, combinada con una oferta educativa y de infraestructura insuficiente, ha limitado el desarrollo de este sector. La creación de una escuela de barismo presenta una propuesta que podría transformar la industria del café en Jacó, beneficiando a los consumidores, productores y la economía local en general. Esta tesis busca investigar y proponer la implementación de una cafetería-escuela de barismo como un motor de cambio y desarrollo sostenible para la región.

La formación en barismo es una habilidad comercializable y también puede mejorar la autoestima y la confianza de los jóvenes, preparándolos para emprender. Este enfoque busca brindar oportunidades laborales y educativas que fomenten un cambio positivo en Jacó y comunidades aledañas. El café de especialidad es una tendencia global que no ha sido plenamente explotada en Jacó, donde el conocimiento y la demanda de productos de alta calidad son limitados.

Implementar una escuela de barismo en Jacó podría ser una solución integral a estos problemas. La creación de una institución dedicada a la formación en

técnicas avanzadas de barismo tiene el potencial de elevar significativamente la calidad del café ofrecido en la región. Además, una mayor oferta de programas educativos en barismo podría incrementar el número de baristas calificados, mejorando la experiencia del consumidor y la demanda de café de especialidad.

Este enfoque educativo puede fortalecer el mercado local del café de especialidad, y a la vez podría atraer turistas interesados en experiencias culinarias y educativas, diversificando la oferta turística de Jacó. Al mismo tiempo, la conexión entre la escuela de barismo y los productores locales fomentaría mejoras en las prácticas de cultivo y procesamiento del café, beneficiando a la economía local y elevando la calidad del producto final.

La apertura de una cafetería-escuela podría generar nuevas oportunidades laborales, y a la vez contribuir a la diversificación de la economía local, reduciendo la dependencia de otras industrias y fortaleciendo la economía regional. Este nuevo modelo de negocio que combina educación y gastronomía podría ser clave para transformar la percepción y el consumo del café de especialidad en Jacó, convirtiendo a la región en un referente del café de alta calidad en Costa Rica.

Al finalizar la siguiente investigación se pretende responder a la siguiente interrogante científica: ¿Cuál es el modelo más adecuado de negocio para una cafetería-escuela de barismo que impulse la cultura del café de especialidad en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas?

## **1.2 Objetivos investigación:**

**Objetivo General:** Diseñar un modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo que fomente la cultura del café de especialidad en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas.

### **Objetivos Específicos:**

1. Describir el contexto socioeconómico nacional y regional de la cultura del café de especialidad en relación con el turismo, por medio de un análisis FODA estableciendo las necesidades y oportunidades en torno a la creación de una cafetería-escuela de barismo.

2. Plantear un plan de negocio para una cafetería-escuela, por medio del modelo canvas que integre aspectos financieros y operativos, promoviendo su viabilidad y su contribución al desarrollo local.

3. Proponer un programa de formación y capacitación en barismo, por medio de un modelo integral 70-20-10-ADDIE, fomentando la empleabilidad y contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

### **1.3 Justificación**

El diseño de un modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas, representa una oportunidad estratégica para promover la cultura del café de especialidad, impulsar la economía local, desarrollar habilidades y empleo, preservar la herencia cultural del café y contribuir al conocimiento científico en el campo gastronómico. Esta investigación se propone abordar estos aspectos desde una perspectiva integral, con el objetivo de ofrecer recomendaciones prácticas y orientadas a la acción que puedan beneficiar tanto a la comunidad local como a la industria cafetalera en su conjunto.

Por consiguiente, la idea del modelo de cafetería-escuela de barismo, surge como respuesta a la necesidad de opciones viables de desarrollo de habilidades para la empleabilidad en las comunidades cercanas a Jacó, Garabito. El propósito es que lo anterior se logre por medio del desarrollo de un modelo de negocio innovador y socialmente responsable en la industria del turismo y la gastronomía.

La creación de una cafetería-escuela de barismo aporta conocimientos en áreas clave como el emprendimiento y la formación profesional relacionada a la industria del café y el turismo. Estos son elementos importantes para el desarrollo económico y la promoción cultural de Jacó como destino. Por lo tanto, se puede acelerar que este proyecto podría enriquecer la oferta turística de la región y contribuye a la valorización del patrimonio cafetalero y a la identidad nacional.

La economía de Jacó se sustenta en gran medida en el turismo, con una amplia gama de actividades y servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de los visitantes. Sin embargo, la oferta gastronómica en la región tiende a centrarse en la cocina internacional y local, con una presencia limitada de establecimientos especializados en café de alta calidad. La introducción de una cafetería-escuela de barismo podría diversificar la oferta gastronómica de Jacó y crear una atracción adicional para los turistas interesados en el café de especialidad. Esto podría resultar en un aumento del flujo de turistas, prolongando su estadía y generando un impacto positivo en la economía local a través del incremento de la demanda de productos y servicios relacionados con el café.

El café es una parte integral de la identidad cultural de Costa Rica, con una larga historia de producción y consumo. La promoción del café de especialidad destaca la calidad y singularidad de los granos producidos en la región y a la vez contribuye a preservar y promover esta herencia cultural. Además, al establecer vínculos directos entre los productores locales y los consumidores, se puede fomentar un mayor aprecio por los métodos de cultivo sostenibles y las prácticas éticas en la producción de café, lo que tiene un impacto positivo en toda la cadena de suministro del café.

Además, esta investigación pretende sentar las bases de un negocio que brindará oportunidades de formación y empleo para jóvenes. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020), el desempleo juvenil en América Latina y el Caribe alcanzó una tasa cerca del 20% en 2020, siendo una de las regiones con mayor desempleo juvenil en el mundo. En este contexto, la creación de una cafetería-escuela de barismo puede contribuir a reducir estas cifras, brindando oportunidades de capacitación y empleo en un sector con alto potencial de crecimiento.

La formación de baristas calificados es un aspecto crucial para garantizar la calidad y consistencia en la preparación del café de especialidad. Según la Organización Internacional del Café (OIC, 2024), se espera que el consumo global de café aumente un 2,2 %, alcanzando un total de 177,0 millones de sacos. Esto indica un incremento en la demanda a nivel global.. Además, pone de manifiesto la importancia de la profesionalización del servicio de café para satisfacer las demandas de los consumidores cada vez más exigentes.

La creación de una escuela de barismo puede proporcionar oportunidades de capacitación para los residentes locales interesados en ingresar a la industria cafetalera y elevar el estándar de la mano de obra en el sector gastronómico de Jacó. La profesionalización de los servicios de café podría mejorar la experiencia del cliente y a la vez podría conducir a una mayor retención de turistas y a un boca a boca positivo, beneficiando así a toda la industria turística local.

Esta investigación puede enriquecer significativamente el cuerpo de conocimientos en áreas como la educación en barismo, la gastronomía y el emprendimiento en el mercado del café de especialidad. Al analizar los factores críticos para el éxito de una cafetería-escuela de barismo en Jacó, se pueden identificar nuevas oportunidades de mejora en este tipo de establecimientos. Además, el estudio de este modelo de negocio innovador puede servir como base para futuras investigaciones sobre el impacto socioeconómico y cultural de la promoción del café de especialidad en destinos turísticos similares en otras partes del país y del mundo.

## 1.4 Antecedentes

La historia del café se remonta a Etiopía, en el siglo IX. Desde allí, su consumo se expandió a Yemen y el mundo árabe en el siglo XV, donde las primeras cafeterías surgieron. En el siglo XVII, el café llegó a Europa a través de comerciantes venecianos, ganando popularidad en ciudades como Venecia y Londres. Durante los siglos XVII y XVIII, las potencias coloniales introdujeron el cultivo de café en América, con Brasil convirtiéndose en el principal productor mundial. (FNC, 1958, p. 1)

En el siglo XX, surgió la cultura del café de especialidad, enfocada en la calidad, la sostenibilidad y el comercio justo. El café ha jugado un papel fundamental en la economía y cultura de Costa Rica a lo largo de su historia, y su relevancia continúa siendo notable en la actualidad ya que es una de las bebidas más consumidas y tiene un profundo impacto económico y cultural a nivel nacional y mundial.

Según la Organización Internacional de Café (OIC), el precio promedio de exportación de café de Costa Rica fue de \$215,9 por la medida de mil quintales siendo el segundo más alto del mundo, superado solo por Kenia. (OIC, 2023). Esta producción significativa subraya la capacidad agrícola del país y también su compromiso con la calidad, ya que el café costarricense es reconocido por altos estándares en el mercado internacional.

Según el ICAFE, la cosecha 2022-2023 tuvo un, esto representa aproximadamente 2 millones de fanegas este dato pone de relieve la importancia económica del café para Costa Rica, como fuente de ingresos y como un motor de desarrollo para muchas comunidades rurales que dependen directamente de esta actividad.

Además de su impacto en la producción y exportación, el consumo de café dentro de Costa Rica también es notable. Según el OIC (2021), el consumo nacional entre 2021 y 2022 fue de \$37,7 millones, siendo el segundo mayor consumidos entre los países productores de café. Este alto nivel de consumo refleja la profunda

integración del café en la vida cotidiana de los costarricenses, donde el café es una bebida y un elemento cultural y social de gran relevancia.

La producción y exportación de café en Costa Rica son pilares fundamentales de su economía agrícola, y el consumo interno también muestra la importancia del café en la cultura costarricense. La posición del país como el decimotercer productor mundial, la significancia de las exportaciones de café, y el elevado consumo per cápita, subrayan el papel crucial que este producto continúa jugando en diversos aspectos de la vida en Costa Rica.

El mercado de café de especialidad en Costa Rica está en auge, impulsado por la creciente conciencia y demanda de los consumidores por productos de alta calidad y con historias trazables. Las condiciones climáticas favorables y la tradición cafetera del país facilitan el desarrollo continuo de este sector, posicionando a Costa Rica como un actor clave en el ámbito del café de especialidad.

Según la Asociación Nacional del Café (NCA, 2023), en el Informe de Tendencias Nacionales del Café 2023, el 52 % de los consumidores estadounidenses mayores de 18 años encuestados, asegura haber consumido café de especialidad la semana anterior. En el caso de los consumidores entre 25 y 39 años el porcentaje es del 62 %. Estos datos sobre el consumo de café de especialidad demuestran un crecimiento sostenido en los últimos cinco años. Este crecimiento refleja una transformación en las preferencias de los consumidores, quienes cada vez más valoran la calidad y la singularidad del café que consumen.

La creciente demanda de café de especialidad en Costa Rica se debe en gran medida a una mayor conciencia entre los consumidores sobre la calidad del café y su origen. Los consumidores están dispuestos a pagar precios más altos por un producto que ofrece un sabor único y una historia trazable, factores que añaden un valor significativo a la experiencia del café. Esta tendencia hacia el valorar los atributos únicos del café de especialidad subraya la importancia de la transparencia en la cadena de producción.

Costa Rica se encuentra en una posición privilegiada para capitalizar este creciente interés en el café de especialidad. El país goza de un clima favorable para

el cultivo del café y tiene una larga tradición en la producción de café de alta calidad. Estas condiciones, junto con la creciente demanda tanto a nivel nacional como internacional, principalmente del mercado estadounidense presentan una oportunidad significativa para el desarrollo y la expansión del mercado de café de especialidad.

Por su parte, el consumo de café en Jaco y Garabito ha mostrado un incremento significativo, impulsado principalmente por el auge del turismo en la región. Los turistas que visitan esta área están cada vez más interesados en experimentar el café local y conocer más sobre la rica cultura cafetera de Costa Rica. Este interés turístico promueve el consumo interno, fomenta un mayor reconocimiento del café producido en la región.

Además, Jaco y Garabito tienen un gran potencial para el desarrollo de modelos de negocio innovadores, como una cafetería-escuela de barismo. Este tipo de negocio puede satisfacer la demanda de café de especialidad por parte de los consumidores locales y turistas, fomentar la educación y la cultura del café de alta calidad. La combinación de una base sólida de producción de café, una demanda creciente y un entorno favorable para el desarrollo de negocios cafeteros crea un escenario ideal para este tipo de emprendimiento.

El análisis de modelos y planes de negocio de cafeterías de especialidad en otros países ofrece aprendizajes significativos para el contexto costarricense. A continuación, se detallarán estudios realizados a nivel internacional que exploran la viabilidad de cafeterías especializadas y su impacto en el mercado local. Estos trabajos emplean metodologías rigurosas y análisis detallados que resaltan la demanda creciente de café de alta calidad, proporcionando un marco útil para desarrollar negocios similares en Costa Rica y que servirán de punto de partida para el presente trabajo.

Thomson, de la Universidad de Chile, presentó en 2023 un documento titulado "Diseño de un modelo y plan de negocio para una cafetería y tostadería de especialidad". El objetivo de su trabajo fue "diseñar un modelo y plan de negocio para la implementación de una cafetería y tostadería de especialidad sustentable y

de trato justo en la ciudad de Santiago de Chile que ofrezca una experiencia de primer nivel a través de la venta de cafés de excelencia y una completa oferta gastronómica en postres y sándwiches" (Thomson, 2023, p. 4).

La metodología empleada por Thomson incluyó conversaciones con dueños de cafeterías y expertos en café de especialidad, observación del comportamiento del cliente, encuestas sobre cafeterías de especialidad, y herramientas de análisis como las cinco fuerzas de Porter y el análisis PESTEL.

Los resultados de Thomson indicaron que Chile tiene un potencial significativo para establecer una cafetería y tostadería de especialidad con altos estándares de calidad, orientada a un nicho de mercado que valora tanto la excelencia en el servicio como las políticas de trato justo y el cuidado al medio ambiente en toda su cadena de valor.

Por otro lado, Quinto y Ramírez, de la Universidad San Ignacio de Loyola en Perú, elaboraron en 2021 un "Plan de negocios para la creación de una cafetería de especialidad con un enfoque de experiencias". El objetivo de su trabajo fue "evaluar la factibilidad técnico-económica de implementar una cafetería de especialidad con un enfoque de experiencias en el distrito de San Isidro" (Quinto y Ramírez, 2021, p. 7).

La metodología de Quinto y Ramírez se estructuró en diez capítulos que cubrían antecedentes, estructura económica del sector, estudio de mercado, cálculo del mercado potencial, plan de marketing y estrategia de ventas, proyección de ventas, aspectos técnicos del proyecto, misión y visión, planificación financiera y evaluación de indicadores financieros. Se utilizaron encuestas y focus groups para recolectar datos.

Los resultados de la investigación mostraron que el concepto de negocio es aceptado por el segmento objetivo, existe una demanda potencial, y la ubicación ideal es el distrito de San Isidro. El proyecto se reveló rentable con un Valor Actual Neto (VAN) financiero de S/ 515,065 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) financiera de 83.77%. (Quinto y Ramírez, 2021, p 201).

Finalmente, Fernández y Llontop, de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en Perú, en 2018 presentaron un "Plan de negocio para la instalación de una cafetería temática parisina-peruana en la ciudad de Chiclayo". El objetivo de su estudio fue "determinar la factibilidad para la creación de una cafetería temática en la ciudad de Chiclayo" (Fernández y Llontop, 2018, p. 31).

Fernández y Llontop utilizaron el modelo Canvas de Osterwalder y Pigneur en una investigación cuantitativo-descriptiva, con una muestra tomada de la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) que incluyó a personas de entre 18 y 55 años, con un nivel socioeconómico A, B y C, con una población de 142,514 y un muestreo de 383 encuestados. Las encuestas se aplicaron como instrumentos de investigación, y los datos se procesaron mediante Excel 2010.

Los resultados del estudio confirmaron la factibilidad de crear una cafetería temática parisina-peruana en Chiclayo, destacando un enfoque en la fusión cultural, decoración parisina, y la promoción de la cultura peruana, además de análisis de factibilidad estratégica, de mercado, técnica operativa, organizacional y económica financiera.

A continuación, se detallaran estudios de Costa Rica, que han explorado el potencial del café de especialidad y el desarrollo de cafeterías innovadoras. Estas investigaciones destacan la creciente demanda de café de alta calidad entre los consumidores y las oportunidades económicas que presenta el turismo. Los estudios brindan un panorama amplio y detallado, proporcionando una base sólida para futuros emprendimientos en el sector cafetalero costarricense.

La producción de café de especialidad se ha convertido en un sector significativo dentro de la industria cafetera en Costa Rica, y su análisis a través de diversos estudios académicos proporciona una comprensión profunda de distintas dinámicas y oportunidades. Algunos autores abordan aspectos cruciales que pueden enriquecer tu investigación sobre el café de especialidad y el desarrollo de modelos de negocio en Costa Rica, los mismos se analizarán en este apartado.

En el ámbito del café de especialidad en Costa Rica, diversas investigaciones han abordado su potencial en diferentes contextos. Jiménez (2020) propuso el establecimiento de un "Centro de Consumo de Café de Especialidad en el Centro Comercial Tournón para el 2020", con el objetivo de "desarrollar una propuesta para la implementación de un centro de consumo de café de especialidad dentro del centro comercial Tournón para el año 2020" (Jiménez, 2020, p. 11).

El estudio de Jiménez se basó en un enfoque cualitativo para analizar el comportamiento de los turistas respecto al café y promover la participación de pequeños productores en el mercado turístico. Se utilizó un método de investigación cualitativo para evaluar la factibilidad de un centro de conocimiento sobre el café y su implementación en la industria turística. La muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico y por conveniencia, utilizando encuestas y entrevistas para recopilar información directamente de la población. Se emplearon fuentes de información primarias, como entrevistas y encuestas, y se adoptó un diseño de investigación acción para involucrar a los grupos implicados en la búsqueda de soluciones.

El análisis de Jiménez de encuestas reveló que el café de especialidad tiene una alta demanda entre personas jóvenes en Costa Rica, mostrando un aumento en su consumo y conocimiento en comparación con décadas anteriores. Los clientes valoran la calidad sobre el precio al comprar café y visitan las cafeterías con mayor frecuencia. Sin embargo, se reconoce que el conocimiento sobre el café de especialidad es limitado entre la población promedio, lo que resalta la oportunidad de abrir una cafetería especializada en el centro comercial Tournón. Las entrevistas con productores y empresarios del sector brindaron información detallada sobre los desafíos y oportunidades en la industria cafetalera, proporcionando una base sólida para futuras iniciativas en el sector.

Por otro lado, Solano (2021) se enfocó en una propuesta de estudio de factibilidad y rentabilidad financiera para una cafetería en la comunidad de Uvita, Osa de Puntarenas. Su objetivo era determinar si dicho proyecto sería viable y generaría la rentabilidad esperada por los inversionistas durante el segundo

semestre del año 2020. "Desarrollar un estudio de factibilidad y rentabilidad de un proyecto de inversión tipo cafetería en la zona de Uvita de Osa, como alternativa gastronómica saludable durante el segundo semestre del año 2020, con el fin de determinar si el proyecto es viable y generará la rentabilidad esperada por sus inversionistas" (Solano, 2021, p. 29).

Solano emplea una metodología cualitativa, basada en observación, entrevistas y análisis de datos referenciales. Se establece una base teórica y metodológica que incluye los conceptos financieros y las herramientas de análisis necesarias para evaluar la factibilidad del proyecto.

Los resultados que incluye Solano en el análisis del entorno general del proyecto son una evaluación de los requerimientos de operación, la inversión inicial y las necesidades de financiamiento, así como la aplicación de herramientas financieras para confirmar la factibilidad y rentabilidad del proyecto, mostrando un Valor Actual Neto positivo y una Tasa Interna de Retorno mayor a la rentabilidad exigida por los inversionistas.

Por último, Boza (2019) se centró en la propuesta de desarrollo de una "cafetería familiar mediante el análisis de viabilidad técnico". Su objetivo consistía en "proponer el desarrollo de una cafetería familiar mediante el análisis de viabilidad técnico" (Boza Serrano, 2019, p. 28).

Boza utiliza un enfoque cuantitativo para recolectar datos numéricos y plantear variables, que permitan determinar la viabilidad del proyecto. En este estudio se emplean diversas herramientas como encuestas, análisis de mercado, estudios legales y económicos, entre otros.

Los resultados del proyecto de Boza incluyen la determinación de la mejor ubicación e infraestructura para la cafetería, la selección de productos y servicios a ofrecer, el análisis de los procesos operativos, la evaluación de costos e inversiones, y la elaboración de un plan de negocio.

Las investigaciones analizadas en este apartado brindan un panorama amplio para investigaciones relacionadas al café de especialidad en Costa Rica. Desde la viabilidad económica y el impacto del turismo hasta el desarrollo de

modelos de negocio colaborativos, estos estudios proporcionan un marco integral para comprender y aprovechar las oportunidades dentro de este sector dinámico.

## 1.5 Proyecciones

En este apartado se abordan las proyecciones estratégicas para el desarrollo de un negocio de cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito, Puntarenas, tomando en cuenta la relación entre el café de especialidad y el turismo. Se explorarán las tendencias y desafíos del mercado local e internacional, así como las oportunidades de negocio que surgen al integrar la cultura del café con las experiencias turísticas. Las proyecciones son las siguientes:

- Planteamiento de la situación actual del mercado de café de especialidad en el país para ver su aplicabilidad para el mercado de Jacó, Garabito, Puntarenas y su relación con el turismo.
- Identificación de las principales tendencias y desafíos en el mercado del café de especialidad para la consideración de características en el contexto específico estudiado.
- Listado de necesidades y oportunidades en la oferta de café de especialidad en el país y específicamente de la zona de Jacó, Garabito, con su particularidad de destino turístico.
- Visualización de las oportunidades de negocio identificadas y fundamentarlas en un análisis del mercado que considere el turismo local y extranjero.
- Caracterización del perfil del consumidor de café de especialidad, incluyendo turistas y residentes locales.
- Evaluación de la competencia existente y estrategias de mercado.
- Planificación estratégica de un negocio que incluya visión, misión, objetivos y valores de la cafetería-escuela de barismo tomando en cuenta la investigación previa.
- Proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo, así como la formulación un plan de inversión inicial y análisis de retorno de inversión (ROI).

- Establecimiento de una estrategia operativa detallada que abarque desde la adquisición de materia prima hasta la entrega del producto final dentro de la operación de la cafetería, así como la integración del modelo de negocio con la planificación del programa de educación en barismo.
- Realización de un plan de marketing enfocado en la promoción del café de especialidad y los cursos de barismo con estrategias de ventas y fidelización de clientes enfocada al mercado turístico local e internacional de la zona.
- Realización de una evaluación de la viabilidad económica y operacional del negocio, así como de formulación de estrategias para aseguramiento de la sostenibilidad del proyecto.
- Desarrollo de un currículo detallado del programa de formación en barismo, incluyendo módulos teóricos y prácticos e identificación de los recursos necesarios para la implementación de este.
- Establecimiento de una metodología y técnicas pedagógicas utilizadas en los cursos de barismo.
- Mejoramiento de la economía local por medio del desarrollo de nuevos productos basados en el café de especialidad que integrados en la oferta de experiencias turísticas del destino.
- Generación de empleo y mejoramiento de la empleabilidad por medio de oportunidades de formación para residentes locales.
- Aumento la oferta de opciones de capacitación y educación para el mejoramiento de las habilidades y competencias en barismo.
- Fomento de la cultura del café mediante la promoción del consumo y el valor del café de especialidad costarricense como producto turístico.
- Establecimiento de oportunidades de desarrollo profesional para la formación continua y especialización en barismo y gestión de cafeterías de la región.

- Generación de redes de contacto para la creación de una comunidad de profesionales del café que facilite el intercambio de conocimientos y experiencias.
- Mejoramiento en la calidad del servicio ofrecido en las cafeterías locales y por ende de la experiencia del turista en torno al café de especialidad.
- Realización una contribución al estudio del mercado del café de especialidad y su relación con el turismo en regiones específicas.
- Impulso a proyectos de innovación en modelos de negocio duales que combinen el proceso operativo con la formación.
- Desarrollo de investigación aplicada que genere datos empíricos y estudios de caso que puedan ser utilizados en futuras investigaciones sobre negocios y educación en el sector del café.
- Potenciación el crecimiento profesional por medio de la ampliación de conocimientos en la creación y gestión de negocios en el sector de alimentos y bebidas.
- Alcance de realización personal por medio de un aporte significativo al desarrollo económico y social de la comunidad de Jacó, Garabito, Puntarenas.
- Desarrollo la capacidad de emprendimiento por medio del desarrollo de habilidades empresariales innovadoras y la creación de un modelo de negocio sostenible y viable para desarrollar en Jacó, Garabito.
- Establecimiento de contactos y networking en la industria del café de especialidad y la educación en barismo.

A través de una planificación estratégica detallada, la integración del sector turístico y la oferta educativa, se generarán nuevas oportunidades de empleo, mejora en la calidad de los servicios, y un mayor aprecio de la cultura del café costarricense de especialidad.



## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO O MARCO DE REFERENCIA**

### **2.1 Perspectiva teórica**

A continuación se presentará la perspectiva de la presente investigación en la cual se abordarán elementos históricos relacionados al café de especialidad de Costa Rica y la cultura y tradición cafetalera. Además, se analizarán los conceptos relacionados a la temática del café, definición y características así como el marco de referencia que fundamentará todo el desarrollo del planteamiento y la propuesta.

#### **2.1.1 Marco Histórico**

En el presente apartado se aborda la historia y evolución del café en Costa Rica, desde su introducción en el siglo XVIII hasta convertirse en un motor económico crucial. A lo largo de los siglos, el café ha sido un producto de exportación, también ha evolucionado hacia el café de especialidad, destacándose por altos estándares de calidad. Además, se explora cómo iniciativas como la trazabilidad y la promoción internacional han fortalecido la posición del café costarricense en el mercado global, lo cual fundamenta la importancia del enfoque de la presente investigación.

##### **2.1.1.1 Historia del café en Costa Rica**

La introducción del café en América se remonta a 1720, cuando las primeras semillas de *Coffea Arábica*, variedad *Typica*, llegaron a la isla Martinica en las Antillas. Posteriormente, estas semillas fueron sembradas en la Provincia de Costa Rica a finales del siglo XVIII, durante una época en la que el país contaba con una agricultura de subsistencia (ICAFE, 2015).

El cultivo del café ha tenido un impacto significativo en la historia de Costa Rica. Según Granados (2004), "El café llegó a Costa Rica en el siglo XVIII y rápidamente se convirtió en un cultivo importante debido a su adaptabilidad a las condiciones climáticas del país" (p. 2). Este cultivo contribuyó al desarrollo económico y también influyó en la estructura social y política del país.

En 1808, bajo la égida del gobernador Tomás de Acosta, se inició el cultivo del café en Costa Rica, marcando un cambio significativo en la historia del país

(ICAFE, 2015). Costa Rica fue el primer país centroamericano en establecer esta industria, como se demuestra en el siguiente texto:

"Costa Rica fue el primer país centroamericano que estableció esta floreciente industria. Destacadas personalidades contribuyeron con el desarrollo del cultivo y se ha asignado al Padre Félix Velarde como el primer sembrador, quien en 1816 hace referencia a que posee un solar con plantas de café" (ICAFE, 2015, s.p).

Los factores que favorecieron el establecimiento del café en Costa Rica incluyeron suelos volcánicos fértiles, una temporada lluviosa y otra seca, y temperaturas uniformes y favorables a lo largo del año, en el siguiente texto se hace referencia a lo anterior:

"Los lugares alrededor de los cuales se hicieron las primeras plantaciones, se caracterizaban por suelos de origen volcánico, sumamente fértiles; una temporada lluviosa y otra seca, temperaturas relativamente uniformes y favorables a lo largo de todo el año para el desarrollo de la planta" (ICAFE, 2015).

Durante el siglo XIX, la producción de café se expandió significativamente. Granados (2004) destaca que "Para 1829, el café ya representaba un importante producto de exportación, y su producción se concentraba principalmente en la región central del país" (p. 4). Este crecimiento fue facilitado por diversas políticas gubernamentales que promovieron la inversión en infraestructura y tecnología agrícola.

La exportación del café costarricense comenzó a consolidarse en la década de 1830. En 1832, George Stiepel realizó la primera venta a través de Chile, y en la década de 1840, el inglés William Lacheur negoció la compra de una cosecha en San José, consolidando el comercio con Europa (ICAFE, 2015).

El proceso de beneficiado del café experimentó mejoras significativas a finales de la década de 1830, con la construcción del primer beneficio húmedo por Buenaventura Espinach Gaul (ICAFE, 2015). Esta técnica mejoró la calidad del café mediante la fermentación de la fruta durante el procesamiento.

Inicialmente, las plantaciones de café en Costa Rica utilizaban la variedad Typica. A partir de mediados del siglo XX (ICAFFE, 2015), se adoptaron híbridos de porte bajo, como Caturra y Catuaí, debido a su mayor productividad:

"Desde mediados del siglo XX la caficultura costarricense experimentó una nueva modificación productiva derivada de la difusión de técnicas agrícolas de alto rendimiento en el marco de la 'Revolución Verde'" (ICAFFE, 2015).

El café por tanto impulsó la economía y tuvo un profundo impacto social. Granados (2004) explica: "El cultivo y la exportación del café condujeron a la creación de una nueva clase social de productores cafetaleros, que desempeñaron un papel crucial en la política y economía costarricense" (p. 5). Esta nueva clase emergente contribuyó al desarrollo de instituciones educativas y culturales, así como a la modernización del país.

En la actualidad, el enfoque en la producción de café ha evolucionado hacia prácticas más sostenibles. Granados (2004) menciona que "El movimiento hacia el café de especialidad y las prácticas agrícolas sostenibles ha ganado tracción en las últimas décadas, en respuesta a la creciente demanda de consumidores conscientes del medio ambiente" (p. 6). Esta tendencia busca mejorar la calidad del café y mitigar los impactos ambientales asociados con su producción.

#### **2.1.1.2 Evolución del café de especialidad en Costa Rica**

La industria de café de especialidad en Costa Rica ha experimentado un notable crecimiento desde los años noventa, impulsado principalmente por las estrategias implementadas por el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE). Este organismo ha enfocado esfuerzos en mejorar la calidad del café costarricense y promoverlo internacionalmente, en lugar de centrarse en la cantidad producida, dado que Costa Rica produce menos del 1% del café mundial (Amador y otros., 2017).

Es importante definir la calidad del café como "el resultado de un conjunto de procesos que permiten la expresión, desarrollo y conservación de las características físico-químicas propias del café hasta el momento de su transformación y consumo"

(Pérez, 2018). A partir del concepto de calidad, el café puede categorizarse en diferentes tipos.

En este sentido, es crucial distinguir entre café comercial o de consumo y el café de especialidad. El café comercial se cultiva sin requerimientos específicos de ambiente o técnica, y su valor se basa únicamente en el precio. Por otro lado, el café de especialidad se cultiva en áreas específicas bajo altos estándares de procesamiento, tueste, almacenamiento y preparación, garantizando una calidad superior (Amador y otros, 2017).

Según la Specialty Coffee Association (SCA) los cafés de especialidad se definen como "una bebida hecha a base de café de calidad, evaluada por el consumidor para tener una calidad única, sabor distinto, y una imagen superior al café comúnmente ofrecido" (Pérez, 2018, p.3)

Berrocal y Venegas (2019) exploraron el concepto de café de especialidad, destacando que "el término 'café de especialidad' fue utilizado por primera vez por Erna Knutsen en 1974" (p. 1). Según indican, este tipo de café se distingue por su "perfil de sabor único, cultivado en microclimas geográficos especiales" (Berrocal y Venegas, 2019, p. 1).

Por su parte Pérez (2018), aporta que "el término de cafés de especialidad comenzó a utilizarse en la década de los sesenta como respuesta a consumidores estadounidenses que buscaban calidad y diferenciación en su bebida en un mercado homogeneizado". Pérez destaca que "los cafés de especialidad se caracterizan por tener atributos físicos y sensoriales excepcionales que destacan y por los cuales pueden ganar premios".

Para que un café sea catalogado como especial, debe cumplir con varios parámetros establecidos por la SCAA. Estos incluyen la selección adecuada del microclima, la química del suelo, la recolección en su punto de madurez máxima y el cuidado en cada etapa del procesamiento (Amador y otros, 2017).

La importancia de la Asociación de Cafés Especiales (SCA) radica en su función de ser una reguladora internacional del término, estableciendo estándares que definen un café de especialidad como aquel "libre de defectos primarios y con

atributos positivos distintivos" (Berrocal y Venegas, 2019, p. 2). Este enfoque es crucial para asegurar que el café mantenga su calidad excepcional a lo largo de la cadena de producción.

Berrocal y Venegas (2019) subrayan que la gestión de calidad en el proceso de secado del café de especialidad es esencial para preservar su potencial de calidad. Afirman que "un inadecuado manejo en la cosecha y/o beneficiado puede afectar irremediabilmente la calidad del café" (p. 3). Esto destaca la necesidad de sistemas de gestión de calidad robustos que aseguren la consistencia y mejora continua en la producción.

Los productores en Costa Rica, con representación del ICAFE, han mostrado un interés creciente en añadir valor a su producto final mediante la mejora de los procesos de beneficiado, trazabilidad y almacenamiento. Este valor agregado les permite vender el café a precios significativamente más altos que los cotizados en bolsa. (Amador y otros, 2017).

El ICAFE, junto con la Asociación de Cafés Finos de Costa Rica, ha promovido diversas actividades para destacar la calidad del café costarricense. Entre estas actividades se encuentran el concurso "Taza de la Excelencia" y el Campeonato de Baristas Costa Rica, que han contribuido a elevar el perfil del café de especialidad a nivel mundial (Amador y otros, 2017).

En Costa Rica, se ha observado un incremento significativo en el número de cafeterías que ofrecen café de especialidad en la Gran Área Metropolitana. Asimismo, la cantidad de microbeneficios especializados ha aumentado notablemente, pasando de 101 en 2005 a 216 en la actualidad, lo que representa un crecimiento del 113% (Amador y otros 2017).

### **2.1.1.3 Trazabilidad en la cultura del consumo de café de especialidad**

La trazabilidad en la industria del café se define como el seguimiento del producto a lo largo de su cadena de producción y distribución, utilizando procedimientos y sistemas de identificación para conocer su origen y los procesos involucrados (Puerta, 2007, p. 2). Este concepto es crucial para garantizar la

inocuidad del producto y para mejorar continuamente los procesos dentro del negocio cafetero como se demuestra en el siguiente texto:

“El principal objetivo de la trazabilidad es garantizar la inocuidad, aunque la información que se obtiene sirve también para la administración del negocio cafetero y para la toma de decisiones encaminadas a la mejora de los procesos, como parte de las estrategias de mejoramiento continuo de la calidad en toda la cadena productiva del café en el país.” (Puerta, 2007, p. 3).

Según Rodríguez (2015), la trazabilidad aumenta la información disponible sobre los productos y procesos, a la vez que fortalece la confianza del consumidor y complementa la innovación empresarial (p. 14).

Orozco (2023) destaca que la trazabilidad del café es esencial para promover la transparencia y la sostenibilidad en la industria cafetalera. Además, subraya que esta práctica asegura la calidad del café e impulsa el cumplimiento y la mejora continua en toda la cadena productiva (Orozco, 2023).

Por su parte, la cadena de valor del café es el proceso sistematizado para la producción de una taza de café que empieza con la producción, desarrollo y cosecha del cafeto, luego un proceso de fermentación. Quirós Alfaro (2021) señala sobre este concepto que "el proceso de trazabilidad y la estabilidad genética de café afirma que este producto final sea consistente año con año" (p. 1). En este sentido, la consistencia es esencial para asegurar a los consumidores que el café que compran mantiene las mismas características y calidad cada año.

Los diferentes procesos o etapas que se llevan a cabo en la cadena de valor se les denomina eslabones, según Quirós Alfaro (2021), esta práctica "entrega información al cliente final, pero también a los productores, que pueden hacer ajustes a sus sistemas productivos" (p. 1). Esto permite a los productores realizar mejoras continuas en los métodos de producción, lo que puede resultar en una mejor calidad del producto.

La educación de los consumidores juega un papel crucial en el respaldo y la implementación de la trazabilidad del café. A medida que los consumidores

comprenden mejor los procesos de producción del café, se facilita el desarrollo de esquemas de trazabilidad más efectivos.

Para asegurar la efectividad de la trazabilidad, es recomendable que las barras, cafeterías y restaurantes se asocien con cadenas de suministro transparentes y experimentadas (Orozco, 2023). Lo anterior demuestra la importancia de conocer el desarrollo de la trazabilidad en los cafés de especialidad de Costa Rica.

El Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE), ha velado en los últimos años para asegurar que los datos sobre el café de Costa Rica agreguen valor y aseguren la transparencia en los datos para los compradores de café, así como mejorar las decisiones dentro del sector cafetalero en áreas como la productividad y las prácticas agrícolas.

A partir de ese enfoque, surge un proyecto llamado "Café de Costa Rica: Traceability y Sustainability Statement" (ICAFFE, 2024), que es una plataforma que se dedica a coleccionar y comunicar información estratégica a lo largo de toda la cadena de valor del café costarricense, con el propósito de fomentar la sostenibilidad en el sector.

El funcionamiento de la plataforma incluye la trazabilidad completa de la producción nacional de café, respaldada por información robusta sobre prácticas ambientales, sociales, éticas y de calidad. Para la recolección de datos, se utiliza la aplicación móvil CR-CAFÉ, diseñada específicamente para productores y beneficiadores de café en Costa Rica. Toda la información recopilada permite acceder a compradores y consumidores a datos detallados sobre la producción de café en Costa Rica (ICAFFE, 2020).

Esta iniciativa beneficia a los productores y exportadores, asegurando una distribución justa del valor añadido y proporciona a los consumidores finales la capacidad de tomar decisiones informadas basadas en datos verificados sobre el origen y las prácticas asociadas con el café de Costa Rica.

### **2.1.2 Marco Conceptual.**

El marco conceptual incluye todas las definiciones y concepciones relacionadas al café y al barismo. Desde un enfoque conceptual, se presentarán términos que servirán para el entendimiento del lector de todos los elementos que se analizarán en capítulos siguientes relacionados al café y al barismo.

#### **2.1.2.1 Definición y características del café**

En el siguiente apartado se detallan las variedades, las distintivas regiones cafetaleras del país, cada una con características particulares de suelo, clima y altitud que influyen directamente en el sabor y la complejidad del café final. Además, se explora el impacto de los perfiles de tueste en la experiencia sensorial, resaltando cómo las decisiones en el tostado contribuyen a preservar y realzar las características distintivas del café costarricense.

El café, es una planta pertenece a la familia Rubiaceae y al género Coffea, género incluye entre 90 y 124 especies. Es un arbusto perenne cuyos frutos, conocidos como cerezas de café, tardan de 7 a 9 meses en madurar y contienen dos semillas (granos de café) envueltas en mucílago y que mayormente se cultiva en regiones subtropicales y tropicales. (Melese y Kolech, 2021, p. 1).

El Coffea arabica es una especie de café que se originó a partir de un cruce natural entre dos especies diferentes de café: Coffea canephora (también conocido como Robusta) y Coffea eugenioides. Este cruce ocurrió de manera natural en la naturaleza, y como resultado, el Coffea arabica heredó características de ambos progenitores. (Sánchez y otros, 2020, p. 1).

##### **2.1.2.1.1 Variedades de café**

En Costa Rica las principales variedades de uso comercial de café según el ICAFE son Caturra, Catuaí, Híbrido F1 y Venecia. Estas variedades se utilizan principalmente por su alta productividad como por su calidad, debido a que gran parte del café producido en el país está destinado a la exportación. (Vignola y otros, 2018).

Actualmente, el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE) está promoviendo variedades de cafés altamente productivas como el Obatá, siendo variedades con cualidades organolépticas superiores a las variedades tradicionales. En los últimos años se han desarrollado diferentes variedades, a partir de un proceso de mejoramiento genético buscando mejorar productividad, resistencia a plagas y/o sabor en taza. Otras variedades disponibles en Costa Rica están (Ramírez, s.f.):

- Typica / Bourbon
- Maragogype
- Villa Sarchí
- Costa Rica-95
- Sarchimor
- Catiguá
- Geisha
- Pacamara

#### **2.1.2.1.2 Regiones cafetaleras**

Según el ICAFFE, existen 8 regiones cafetaleras desde 2001, cuando se decide diferenciar el Café de Costa Rica por las diferentes características organolépticas encontrados en la taza final conforme a su ubicación, altitud, tipo de suelo y clima. En el cuadro N°1, se pueden percibir las características que definen cada una de las regiones:

**Cuadro N° 1**

***Cuadro comparativo de características las regiones cafetaleras de Costa Rica***

<b>Región</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Suelo</b>	<b>Clima</b>	<b>Vertiente</b>	<b>Altura (msnm)</b>	<b>Calidad de taza y/o características del café</b>
<b>Turrialba</b>	Valle Turrialba, noreste del Volcán Turrialba	Volcánicos y aluviales	Lluvioso, constantes lluvias	Vertiente del Atlántico y del Valle Central Oriental	600 a 1.400	Grano grande, acidez suave, cuerpo ligero, aroma delicado y suave
<b>Brunca</b>	Cantones Coto Brus, Buenos Aires y Pérez Zeledón	Ultisoles, Andisoles	Varía según altitud: temperaturas entre 18 y 26°C	Dividida por la Cordillera de Talamanca entre Pacífica y Atlántica	800 a 1,700	Suave a sabores dulces y cítricos, aromas ligeros, flores de naranja y jazmín
<b>Guanacaste</b>	Provincias Guanacaste, Puntarenas y Alajuela	Andisoles volcánicos, inceptisoles y ultisoles	Alta temperatura, clima seco y	Pacífico	800 y 1.600	Grano alargado, suave al tostar, bebida suave, cuerpo y acidez ligera,

	(Sarapiquí y San Carlos)		lluvioso bien definido			notas saladas y amargas, caficultura sostenible
<b>Orosi</b>	Valle de Orosi, a 40 km de San José	Volcánicos, alta fertilidad	Lluvioso con estaciones definidas	Influencia de Atlántico y Pacífico	1,000 a 1,400	Grano grande y homogéneo, color verde intenso a verde azulado, sabor a cacao (chocolate), acidez noble, balance entre dulzura y cuerpo
<b>Valle Central</b>	Provincias San José, Heredia y Alajuela	Volcánicos, alta fertilidad	Húmeda y seca bien definidas	Pacífico	900 a 1,600	Muy buen balance, sabores a chocolate, frutas y miel de abeja, cuerpo mediano a intenso
<b>Tres Ríos</b>	Este de San José	Volcánicos, ricos en materia orgánica, buena textura	Húmeda y seca bien definidas	Pacífico	1.200 a los 1.650	Grano con tonos azules, buen cuerpo, post-gusto largo y agradable, acidez fina y balanceada, bebida gourmet

<b>Valle Occidental</b>	San Ramón, Palmares, Naranjo, Grecia, Atenas, Valverde Vega, Alfaro Ruiz	Volcánicos, aptos para el café	Agradable durante todo el año, seca y lluviosa bien definidas	Pacífico	1500 y 2000	Notas achocolatadas a sabores cítricos (naranja), melocotón, miel de abeja, vainilla, microclimas complejos, buenas prácticas de recolección y procesamiento
<b>Tarrazú</b>	Sureste de San José, región de Los Santos	Sedimentarios, ácidos	Estaciones bien definidas: lluviosa (mayo a noviembre) y seca (diciembre a abril)	Pacífico	1.200 y 2.100	Diversidad de sabores (chocolate, naranja, vainilla, frutas deshidratadas), aromas dulces y florales, bebida de post-gusto largo y placentero, estrictamente duro (SHB)

**Fuente:** Elaboración propia con datos del ICAFE, 2020

### **2.1.2.1.3 Proceso de beneficiado**

Otro elemento que es necesario considerar en torno al café es el proceso de beneficiado. En Costa Rica existen métodos industriales, semi-industriales y artesanales diseñados para realzar diversas características organolépticas antes del tostado. Según el ICAFE (2020), estos procesos inician desde el manejo de la finca, considerando variables como la región, la altitud, la humedad relativa, y la temperatura ambiente, entre otras. A continuación, se detallan cada uno de los mismos:

#### **Lavado**

El método de lavado, el más tradicional en Costa Rica, implica la mecanización para separar el grano de la pulpa. Este proceso comienza con el recibo del café y utiliza sifones para mejorar la separación de la pulpa del grano antes del despulpado mecánico. Posteriormente, el grano con mucílago es lavado para separar las mieles, seguido del pre-secado y secado del grano (ICAFE, 2020).

#### **Natural**

El proceso natural consiste en secar el grano con la pulpa aún adherida, permitiendo que absorba sabores frutales durante el secado al sol. Según ICAFE (2020), este método se divide en variantes como Heavy Natural, Smooth Natural y Normal Natural, cada uno definido por el tiempo de secado y la temperatura ambiental específicos.

#### **Anaeróbico**

El método anaeróbico es uno de los más innovadores, caracterizado por la fermentación del café en condiciones controladas y sin oxígeno. Después de la fermentación en tanques herméticos, el café se traslada a invernaderos y luego a camas africanas para el secado final, bajo condiciones específicas de temperatura y humedad (ICAFE, 2020).

#### **Honey**

El proceso honey busca realzar las características del grano incorporando el mucílago que lo envuelve. Los tipos de honey, como 100% miel, 50% miel, y 25%

miel, varían según la cantidad de mucílago removido antes del secado. Cada variante, como Red Honey, Black Honey, y Gold Honey, tiene tiempos de secado y temperaturas específicas que afectan el perfil de sabor del café (ICAFE, 2020).

#### **2.1.2.1.4 Perfiles de tueste**

Otro factor importante para considerar es el perfil de tueste, el cual afecta la solubilidad del café. Uwihanganye (2023) destaca que "los cafés más oscuros tienden a extraerse más rápidamente que los más claros, lo que puede resultar en una mezcla con sabores subextraídos y sobreextraídos si no se manejan adecuadamente". Por lo tanto, mantener un equilibrio adecuado en el tueste ayuda a evitar problemas en la taza final y garantiza una extracción uniforme y consistente.

Según Uwihanganye (2023) los diferentes tipos de tueste afectan el perfil de sabor del café de especialidad. Según el autor, el barista puede elegir entre diversos perfiles de tueste, dependiendo del resultado deseado. A continuación, se distinguen los diferentes tuestes:

**Tueste Claro:** Este tipo de tueste se caracteriza por preservar los sabores originales y las notas ácidas del café. Según Uwihanganye (2023), "un tueste claro es ideal para resaltar notas frutales y florales en cafés de alta calidad". Tony Dreyfuss sugiere que este perfil es adecuado para componentes que deben añadir acidez y brillo a una mezcla final.

**Tueste Medio:** El tueste medio equilibra la acidez con una mayor profundidad de sabor. Según Uwihanganye, "este perfil es común en mezclas que buscan un equilibrio entre notas ácidas y sabores más dulces y tostados" (2023, s.p.). Es utilizado frecuentemente para componentes que necesitan aportar cuerpo y estructura al café final.

**Tueste Oscuro:** Este tipo de tueste es conocido por desarrollar sabores más ricos y profundos, con menos acidez perceptible. Según Uwihanganye, "un tueste oscuro puede ser utilizado para aportar notas de chocolate y caramelización a una mezcla" (2023, s.p.). Sin embargo, se debe tener cuidado para no sobre-tostar, lo que podría resultar en sabores quemados o amargos.

Considerar el perfil de tueste del café asegura mantener el sabor distintivo y consistencia del café a lo largo del tiempo. La elección del perfil de tueste adecuado es crucial para resaltar las características deseadas de cada café en una mezcla, garantizando así una experiencia sensorial excepcional para los consumidores.

### **2.1.2.2 Concepciones sobre barismo**

El término barismo, acuñado en el siglo pasado, distingue a los profesionales del café de los bartenders, centrándose en la transformación del grano tostado en una bebida de alta calidad. Según Cadena y Viñan (2021, p.17), con el advenimiento de las máquinas de espresso en las cafeterías italianas, se inició un proceso de profesionalización y evolución en este campo.

Según Campos, "el término 'barista' surgió en Italia en 1938 como parte de una campaña nacionalista para promover la identidad italiana asociada al espresso" (2022, p. 41). Esta perspectiva histórica resalta cómo el barismo es una práctica técnica, también es un fenómeno cultural arraigado en la identidad de muchas personas.

Campos (2022), agrega que "la figura del barista no se limita a la preparación técnica de bebidas, sino que también desempeña un papel crucial como embajador de la calidad y la tradición del café" (p. 41). Esto subraya la importancia del barista como técnico y como un elemento fundamental en la conexión entre los procesos de producción del café y la experiencia del consumidor.

Además, según Cadena y Viñan, los baristas modernos son expertos integralmente capacitados en todos los aspectos del café, desde el uso preciso de tiempos y temperaturas para la extracción correcta de los componentes del grano hasta la evaluación sensorial avanzada de la bebida. Esta habilidad se complementa con la catación, que permite identificar atributos, descriptores e incluso defectos en el café (Cadena s y Viñan, 2021, p.18).

Además, Campos (2022) señala que "las prácticas innovadoras en las cafeterías de especialidad han transformado el rol del barista en un creador de nuevas bebidas, adaptando técnicas tradicionales a las demandas contemporáneas

de los consumidores" (p. 41). Esta adaptación es crucial para mantener la relevancia y competitividad en un mercado dinámico como el del café de especialidad.

Además de la habilidad técnica, la capacidad de transmitir conocimientos y pasión a través de un excelente servicio al cliente es fundamental para un barista profesional (Cadena y Viñan, 2021, p.18). Este aspecto destaca la importancia de la comunicación y la experiencia del cliente en la industria del café de especialidad.

El Campeonato Mundial de Barismo, establecido en el año 2000 según Cadena y Viñan (2021, p.18), desempeña un papel crucial en la promoción y evaluación de las técnicas innovadoras de preparación del café, enfocándose en la calidad de la materia prima, los procesos correctos y los métodos de servicio en empresas de alimentos y bebidas turísticas.

#### **2.1.2.2.1 Métodos de preparación**

Otro factor importante de considerar para un barista es la preparación del café y los diferentes métodos. En el mercado incluyen una amplia variedad que incluyen desde la técnica de filtrado hasta la presión y la temperatura controladas, permitiendo a los aficionados al café explorar y apreciar las múltiples facetas del arte de preparar esta popular bebida. A continuación, se presentarán las características de los principales métodos:

#### **Métodos de Filtrado por Goteo**

El método de filtrado por goteo implica verter agua caliente sobre café molido dispuesto en un colador de papel, tela o malla. Este método incluye varias técnicas reconocidas, las cuales se describen en el cuadro N° 2:

**Cuadro N° 2.**

#### ***Métodos de filtrado por goteo***

<b>Método de Preparación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características Principales</b>
<b>Pour Over (Melitta)</b>	Utiliza un filtro de papel sobre un cono para verter agua caliente sobre el café molido.	Extracción por goteo, control del tiempo y tamaño de molienda, taza limpia y clara.

<b>Chemex</b>	Cafetera de vidrio con filtro de papel grueso que permite una extracción limpia y pura del café.	Filtro grueso, retiene más los aceites del café, sabor limpio y claro.
<b>Hario V60 Dripper</b>	Cono en forma de V con filtro de papel, ideal para controlar el flujo de agua y tiempo de extracción.	Forma cónica, ángulo de 60 grados, control preciso del flujo de agua.
<b>Kalita Wave</b>	Cafetera de filtro con fondo plano y filtro ondulado para una extracción uniforme y consistente.	Filtro ondulado, tres orificios para un flujo controlado, café de sabor equilibrado.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del blog de La tienda del café (2024)

### **Métodos por Infusión**

Los métodos por infusión implican mezclar café molido con agua durante un tiempo determinado, en el cuadro N° 3 se describe cada uno de estos métodos:

#### **Cuadro N° 3**

##### ***Métodos de infusión***

<b>Método de Preparación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características Principales</b>
<b>Prensa Francesa</b>	Método de infusión con émbolo para separar el café molido, produciendo una bebida densa y aromática.	Infusión completa, sabor intenso, cuerpo en la bebida.
<b>Clever Dripper</b>	Método de inmersión con control de tiempo y filtro que combina lo mejor de la prensa francesa y el goteo para una taza limpia y sabrosa.	Inmersión controlada, filtro de papel, sabor equilibrado.

<b>Cafetera Vietnamita</b>	Utiliza un filtro tipo émbolo para preparar café similar a la prensa francesa pero con características propias del café vietnamita.	Infusión por gravedad, sabor característico del café vietnamita, método tradicional.
----------------------------	---	--

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del blog de La tienda del café (2024)

### **Métodos de Infusión Presurizada**

Estos métodos utilizan presión para extraer el café en poco tiempo. En el cuadro N°4, se describen las características de cada uno de estos métodos:

#### **Cuadro N° 4**

#### ***Métodos de infusión presurizada***

<b>Método de Preparación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características Principales</b>
<b>Máquina de Espresso</b>	Utiliza presión para pasar agua caliente a través de café molido finamente, produciendo un espresso concentrado y cremoso.	Presión alta, café concentrado, crema en la superficie.
<b>Moka Italiana</b>	Cafetera de tres cámaras que utiliza vapor de agua a presión para extraer café molido, produciendo un café fuerte y aromático.	Vapor y presión, café estilo italiano, fácil de usar en casa.
<b>Aeropress</b>	Sistema portátil de extracción manual que utiliza presión para una infusión rápida y limpia, similar al espresso.	Presión manual, café limpio y aromático, versátil para viajes.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del blog de La tienda del café (2024)

### **Método de Filtrado al Vacío**

Incluye los métodos que utilizan un proceso de filtrado a través del cual el café se infundiona con vapor de agua. En el cuadro N° 5, se describen las características de cada uno de ellos:

**Cuadro N° 5**

***Métodos de filtrado al vacío***

<b>Método de Preparación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características Principales</b>
<b>Sifón Japonés</b>	Utiliza principios químicos para crear vacío y extraer café mediante vapor de agua, produciendo una bebida limpia y compleja.	Control preciso de temperatura y tiempo, método científico de extracción.
<b>Sifón Belga o de Balanza</b>	Método físico con dos contenedores que utilizan el equilibrio para preparar café mediante evaporación y gravedad.	Equilibrio físico, café con cuerpo, método de preparación lenta.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del blog de La tienda del café (2024)

**Métodos alternativos**

A continuación se presentan una serie de métodos diferenciados que son parte de la historia y tradición de la extracción de café. En el cuadro N° 6, se detallan las características de algunos de estos métodos

**Cuadro N° 6**

***Métodos alternativos para la extracción de café***

<b>Método de Preparación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características Principales</b>
<b>Método Turkish</b>	Preparación tradicional en una cezve o ibrik donde se hierve repetidamente	Infusión por ebullición, café fuerte y cremoso, sin filtración.

	café molido con agua, produciendo una bebida fuerte y cremosa.	
<b>Cold Brew</b>	Método de extracción en frío que infunde café molido en agua a temperatura ambiente durante varias horas, resultando en una bebida suave y con cuerpo.	Extracción en frío, baja acidez, sabor dulce y suave.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del blog de La tienda del café (2024)

Cada método de preparación de café destaca características distintivas en el café lo que es importante de considerar para elegir el más adecuado según factores como variedad de café, molienda, preferencias de sabor, practicidad, etc.

#### **2.1.2.2 Puntos de control del barista**

Dentro de las habilidades del barista, se deben desarrollar competencias que le permitan tener un control y conocimiento sobre diferentes factores que varían y tienen un impacto específico sobre la taza final de café. A continuación, se presenta el cuadro N° 7, el cual es un cuadro comparativo de 10 puntos de control que puede manejar un barista para lograr extraer las cualidades del café:

#### **Cuadro N° 7**

##### ***Puntos de control del barista***

<b>Punto de Control</b>	<b>Descripción</b>	<b>Influencia en el Café</b>
<b>Tueste</b>	Calentamiento de granos para desarrollar propiedades sensoriales.	Afecta acidez, amargor y cuerpo del café.
<b>Método</b>	Tipo de método de infusión utilizado (Chemex, V60, Aeropress, etc.).	Determina cómo se extraen y se perciben sabores.

<b>Filtro</b>	Material y tipo de filtro (malla, tela, papel, metal) para separar sólidos.	Afecta la textura y el cuerpo del café.
<b>Molienda</b>	Tamaño y uniformidad de partículas de café molido.	Influencia en el tiempo de extracción y sabor final.
<b>Dosificación</b>	Proporción entre café y agua (Brewing Ratio).	Determina la fuerza y balance del café.
<b>Tiempo de Extracción</b>	Duración del contacto entre agua y café molido.	Impacta en la intensidad y perfil de sabor.
<b>Temperatura del Agua</b>	Temperatura ideal de agua para la extracción (88°C - 96°C).	Afecta la solubilidad de los compuestos del café.
<b>Partes por Millón (P.P.M.)</b>	Concentración de minerales en el agua utilizada.	Influye en la percepción de sabores del café.
<b>Turbulencia y Agitación</b>	Forma de introducir y mover el agua sobre el café molido durante extracción.	Impacta en la uniformidad y eficiencia de la extracción.
<b>Algoritmo de Precisión</b>	Proceso ordenado para asegurar consistencia en la preparación del café.	Optimiza la calidad y repetibilidad de la preparación.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Ramírez, 2020

### **2.1.3 Marco referencial**

A continuación se detallará el marco referencial en el cual se establecerán la teoría que fundamenta la presente investigación, de modo que se esclarezca la intención del autor sobre las diferentes temáticas utilizadas para el desarrollo del presente escrito. Se analizarán los elementos en torno al modelo utilizado así como la estructura mediante la cual se presentará la propuesta desde la perspectiva de varios autores..

#### **2.1.3.1 Concepciones sobre plan de negocios**

El plan de negocios es una herramienta fundamental para las organizaciones, proporcionándoles una estructura para alcanzar objetivos estratégicos y gestionar

eficazmente los riesgos y oportunidades que puedan surgir durante su implementación. Según Gaytán (2020), el plan de negocios permite trazar una ruta clara hacia el logro de metas específicas, enfatizando la importancia de la rentabilidad esperada y ofreciendo soluciones anticipadas a posibles obstáculos en el desarrollo de actividades empresariales.

Según Romero (2020) destaca que "El plan de negocio es una herramienta que analiza los riesgos y viabilidad de un proyecto, desarrollando estrategias y otorgando al emprendedor una lectura más objetiva, indicándole la conveniencia de convertir esa idea en un proyecto real" (p. 80).

Además, como señalan Vega y Guerrero (2020), "Debemos comprender que el plan de negocios es muy importante para analizar escenarios futuros y presentes en materia de rentabilidad y factibilidad de la inversión en el negocio" (p. 249). Este enfoque integral fortalece la capacidad de decisión de los directivos y posiciona a la organización de manera competitiva en su sector o mercado objetivo.

### **2.1.3.2 Análisis FODA**

El análisis FODA, o SWOT en inglés, es una herramienta fundamental para evaluar tanto organizaciones como individuos, permitiendo una evaluación detallada de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas dentro de su entorno. Según Sánchez (2020), "es posible realizar el análisis FODA mediante el uso de una matriz que correlacione Amenazas y Oportunidades con Debilidades y Fortalezas" (s.p.). Esta correlación es crucial, ya que una fortaleza solo cobra relevancia si facilita la explotación de oportunidades futuras o protege contra amenazas del mercado (Vega y otros., 2022).

La planificación estratégica, según Chicaiza-Lema y otros. (2022), implica considerar tanto el ambiente interno como externo de la organización mediante el análisis FODA. Este análisis, fundamentalmente, busca identificar déficits en los elementos organizativos que requieren intervención para mejorar y alcanzar los objetivos deseados (Chicaiza-Lema y otros., 2022, p. 1121). Además, destacan que las debilidades organizacionales o circunstancias inesperadas pueden generar

brechas que el análisis FODA ayuda a diagnosticar y enfrentar adecuadamente (Chicaiza-Lema y otros, 2022).

### **2.1.3.3 Modelo de negocio Canvas**

El Business Model Canvas, también conocido como lienzo de modelo de negocio, configura un punto de partida analítico y estratégico para la definición y rediseño de modelos de negocio. Según Paredes-Pérez, Palomino-Crispin, y Gonzales-Peralta (2022), "su configuración gráfica en forma de lienzo fusiona una metodología innovadora para la comprensión, análisis y creación de propuestas estratégicas viables" (p. 67).

Sonderegger (2023) enfatiza que el Business Model Canvas es una representación conceptual innovadora que permite visualizar y analizar el modelo de negocio de cualquier organización, facilitando así el desarrollo de nuevas alternativas estratégicas (p. 7). Esta herramienta ayuda a reducir el riesgo al crear un nuevo negocio y permite comparar y discutir modelos existentes para mejorarlos o crear competencia en el mercado (Sonderegger, 2023).

### **2.1.3.4 Modelo 70-20-10- ADDIE**

El modelo de aprendizaje 70:20:10 es una metodología ampliamente utilizada en el ámbito de la educación y el desarrollo profesional. El concepto fue desarrollado en Estados Unidos por Morgan McCall, Robert W. Eichinger y Michael M. Lombardo en el Center for Creative Leadership y se menciona por primera vez específicamente en *The Career Architect Development Planner*, 3ra edición en la década de 1980. (Zegarra, 2022, p. 20)

El modelo 70:20:10 es una referencia que ayuda a las organizaciones a ampliar su enfoque en el aprendizaje y desarrollo más allá del aula y el aprendizaje electrónico basado en cursos, creando así culturas de aprendizaje continuo y fuerzas laborales más resilientes (Arets, Jennings, y Heijnen, 2016). Según Arets y otros (2016), "70:20:10 no es una 'regla'. El modelo simplemente describe el aprendizaje tal como ocurre naturalmente y ofrece medios para acelerar y apoyar ese aprendizaje" (p. 1). Este enfoque incluye integrar el aprendizaje en el flujo de

trabajo diario, a través de la interacción con colegas y expertos, y mediante actividades de desarrollo estructuradas.

Zeman (2022) argumenta que el modelo 70:20:10 describe cómo las personas aprenden en el trabajo, destacando que las actividades '70' se centran en el aprendizaje experiencial y el soporte en el lugar de trabajo, mientras que las soluciones '20' se enfocan en el aprendizaje social y las interacciones con otros (p. X). Además, las soluciones '10' incluyen la formación formal y programas de desarrollo, así como módulos de aprendizaje electrónico y lectura (Zeman, 2022).

Desde una perspectiva teórica, el modelo 70:20:10 describe tres fuentes de aprendizaje en el lugar de trabajo: el desempeño de tareas, las relaciones y la formación estructurada (Amenuy y Badu, 2023). Se estima que aproximadamente el 70% del aprendizaje proviene de experiencias desafiantes o tareas en el trabajo, el 20% a través de relaciones con otros en el lugar de trabajo y el 10% mediante la formación recibida en cursos cortos, talleres o educación formal fuera del sitio (Amenuy & Badu, 2023).

Por su parte el modelo ADDIE, acuñado en Florida, Estados Unidos es un diseño instruccional cuya idea ha inspirado a muchos diseñadores de currículos a proponer otras formas y modelos de diseño debido a su estructura sistemática de instrucción. Según Almelhi (2021), el paradigma ADDIE modela una estructura sistemática de instrucción en términos de su capacidad para un diseño accesible, planificable, modificable y evaluativo.

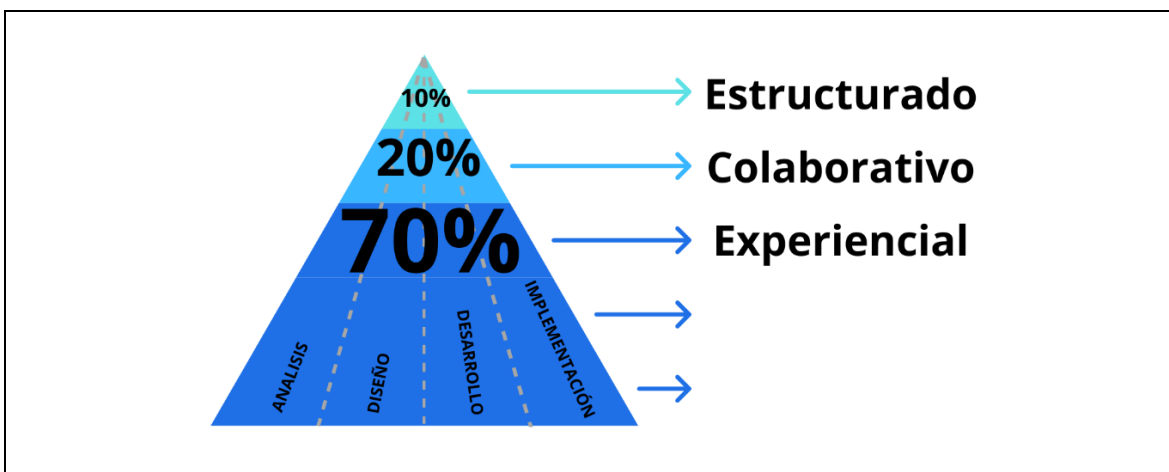
El modelo ADDIE consta de cinco etapas: Analizar, Diseñar, Desarrollar, Implementar y Evaluar (Sari et al., 2021). Sari et al. (2021) destacan que esta metodología permite la reorganización flexible de herramientas en sistemas de gestión de aprendizaje (LMS) como Blackboard, adaptándose a diferentes fases de instrucción. Además, el modelo vincula teoría y práctica con la incorporación de tecnología educativa, lo que lo hace susceptible a investigaciones extensivas.

La presente investigación integra ambos modelos 70-20-10- ADDIE, para utilizar el análisis detallado del ADDIE para identificar necesidades y objetivos específicos y luego, planificar el contenido del curso y las actividades de

aprendizaje, estructurando el programa en módulos que combinan experiencia práctica (70%), interacción social (20%) y formación formal (10%). La figura N° 1, ilustra el modelo propuesto:

**Figura N° 1**

Modelo Integral 70-20-10-ADDIE



**Fuente:** Elaboración propia

Durante la implementación de este modelo integral, se pretende facilitar el aprendizaje en un entorno estructurado y promover la colaboración entre los participantes. Además, evaluar continuamente el progreso y el impacto del aprendizaje, ajustando el programa según sea necesario para optimizar los resultados y la aplicación práctica de lo aprendido.

## 2.2 Esquema teórico

- **Marco histórico**

- **Historia del café en Costa Rica**

- Introducción del café en América y Costa Rica en el siglo XVIII.
- Impacto en la economía y estructura social y política.
- Expansión y desarrollo del cultivo durante el siglo XIX.
- Mejoras en el proceso de beneficiado y adopción de nuevas variedades.

- **Evolución del café de especialidad en Costa Rica**

- Definición y características del café de especialidad.
- Iniciativas y estrategias del ICAFE para promover la calidad.
- Actividades como "Taza de la Excelencia" y Campeonato de Baristas.

- **Trazabilidad en la cultura del consumo de café de especialidad**

- Definición y objetivo de la trazabilidad en la industria del café.
- Importancia para la calidad, sostenibilidad y transparencia.
- Proyecto "Café de Costa Rica: Traceability y Sustainability Statement".
- Aumento de microbeneficios especializados y cafeterías de especialidad.
- Rol del ICAFE en la promoción internacional y el valor agregado.

- **Marco conceptual**

- **Definición y características del café**

- Familia y género y especie del café
- Variedades de café

- Variedades comerciales (Caturra, Catuaí, Híbrido F1, Venecia)
- Variedades promovidas por ICAFE (Obatá, Typica/Bourbon, Maragogype, Villa Sarchí, Costa Rica-95, Sarchimor, Catiguá, Geisha, Pacamara)
- Regiones cafetaleras
  - 8 Regiones (Turrialba, Brunca, Guanacaste, Orosi, Valle Central, Tres Ríos, Valle Occidental, Tarrazú)
- Proceso de beneficiado del café
  - Métodos: Lavado, Natural, Anaeróbico, Honey
- Perfiles de tueste
  - Tueste claro, medio, oscuro y características sensoriales
- **Concepciones sobre barismo**
  - Definición del barismo
  - Rol del barista en la industria del café
    - Competencias técnicas y sensoriales
    - Importancia en la experiencia del consumidor
  - Métodos de preparación del café
    - Métodos de filtrado por goteo (Pour Over, Chemex, Hario V60, Kalita Wave)
    - Métodos por infusión (Prensa Francesa, Clever Dripper, Cafetera Vietnamita)
    - Métodos de infusión presurizada (Máquina de Espresso, Moka Italiana, Aeropress)
    - Método de filtrado al vacío (Sifón Japonés, Sifón Belga o de Balanza)

- Métodos alternativos (Turkish, Cold Brew)
  - Tipos de cafeterías
- **Marco referencial**
  - **Concepciones sobre plan de negocios**
    - Definición y funciones del plan de negocios
      - Importancia en la estructuración de objetivos y estrategias
      - Gestión de riesgos y oportunidades
  - **Análisis FODA**
    - Definición y utilización
      - Evaluación de Debilidades, Fortalezas, Oportunidades y Amenazas
  - **Modelo de negocio Canvas**
    - Definición y propósito
      - Herramienta para definir y rediseñar modelos de negocio
  - **Modelo 70-20-10- ADDIE**
    - Definición y aplicación del modelo 70-20-10
    - Definición del modelo ADDIE y aplicación

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

El marco metodológico de esta investigación establece las bases y los procedimientos que guiarán el análisis de la investigación realizada en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas. Se empleará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, a través de técnicas descriptivas y exploratorias para asegurar una recolección de datos precisa y confiable que respalde la propuesta de un modelo de negocio sostenible para una cafetería-escuela de barismo en la región.

### **3.1 Enfoque de la investigación**

La investigación se realizará con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) para obtener una visión integral del problema y su solución. El enfoque cualitativo permitirá profundizar en aspectos subjetivos y contextuales, mientras que el enfoque cuantitativo permitirá obtener datos objetivos y medibles.

El análisis cualitativo se centra en explorar y comprender los fenómenos a través de la recopilación y análisis de datos no numéricos. Para este estudio, se transcribirán entrevistas y observaciones realizadas a la población elegida, tales como potenciales clientes, baristas, proveedores de café, y expertos en la cultura del café. Seguidamente, se analizarán los datos y obtener una comprensión general del contenido, identificando temas recurrentes y patrones emergentes, posteriormente los códigos similares se agruparán en categorías temáticas.

Además, se buscarán patrones y relaciones entre las categorías. Se observará cómo se conectan las ideas y cómo se desarrollan los temas a lo largo de las entrevistas y observaciones. Posteriormente se interpretará el significado de los patrones y categorías identificados, los datos recabados se relacionarán con el contexto del estudio y los objetivos de la investigación.

Por su parte, el análisis cuantitativo se enfoca en la recopilación y análisis de datos numéricos para identificar tendencias y relaciones estadísticas. En este estudio, el enfoque cuantitativo incluirá encuestas estructuradas para recoger datos de la población objetivo. Las encuestas incluirán preguntas sobre la frecuencia de

consumo de café, preferencias de sabores, nivel de conocimiento sobre el café de especialidad, y expectativas respecto a una cafetería-escuela de barismo.

Los datos recopilados a través de las encuestas serán analizados utilizando Excel y se analizarán mediante la interpretación de gráficos y cuadros y su relación con el objeto de estudio. La combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos permitirá obtener una comprensión integral que facilite el diseño de una propuesta de modelo de negocio fundamentado.

Según Acosta (2023), e enfoque mixto, es aceptado como una metodología que ofrece múltiples perspectivas para resolver problemas, proporcionando una visión más completa de los fenómenos investigados. Además, según el mismo autor, el enfoque mixto implica la integración sistemática de metodologías cuantitativas y cualitativas en una única investigación lo cual permite comprender mejor el tema investigado y combinar procedimientos en un mismo estudio de forma sistemática. (p. 85)

El enfoque mixto de investigación puede ser una herramienta valiosa para su investigación sobre el diseño de un modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo. Al combinar métodos cuantitativos y cualitativos, puede obtener una comprensión más completa de las necesidades y preferencias de los clientes potenciales, la viabilidad económica del modelo de negocio y la efectividad del programa de formación en barismo.

### **3.2 Método de la investigación**

La investigación será descriptiva y exploratoria, ya que se busca describir y analizar la situación actual del mercado del café de especialidad en Jacó, así como explorar nuevas oportunidades de negocio en la región.

Según Martínez-Olmo y González-Catalán (2023), la investigación descriptiva, a diferencia de otros tipos de investigación, se enfoca en observar y describir cómo son las cosas sin intentar cambiar nada, esto quiere decir que solo se observa y registra lo que ya está ocurriendo. (p. 9).

Por su parte, Lösch, Rambo y Ferreira (2023), describen la investigación exploratoria como un tipo de investigación cuyo objetivo es comprender y explorar un fenómeno o tema de interés, especialmente cuando el tema es poco conocido o ha sido escasamente investigado. Esta investigación se lleva a cabo al inicio de un proyecto con el propósito de obtener una comprensión inicial y más amplia del tema. (p. 9)

Al combinar los métodos de investigación descriptiva y exploratoria, el presente estudio logrará una comprensión detallada y completa del mercado y de las necesidades de los consumidores. La investigación descriptiva ofrecerá una visión cuantitativa y precisa del perfil y comportamiento del consumidor, mientras que la exploratoria proporcionará datos cualitativos que permitirán ajustar y personalizar el modelo de negocio.

### **3.3 Fuentes de información**

#### **3.3.1 Fuentes primarias**

Las fuentes primarias incluyen los datos recolectados directamente de la investigación a través de encuestas, entrevistas y observación. Según Cortez (2020, p.2), las fuentes primarias son información original que ha sido publicada por primera vez. Para el presente trabajo, estas fuentes incluirán a los residentes locales, quienes son los habitantes permanentes de Jacó ya sean nacionales o extranjeros para que proporcionen información sobre hábitos de consumo de café y su posible interés en participar en programas de barismo ofrecidos por la cafetería-escuela.

Otra fuente primaria importante serán los turistas que visitan temporalmente Jacó. Mediante encuestas que permitan entender su disposición a frecuentar la cafetería-escuela durante su estancia y su interés en experiencias relacionadas con el café de especialidad y el barismo.

Además, se consultará a los propietarios y gerentes de cafeterías para obtener una perspectiva detallada sobre el mercado local, las tendencias de consumo y la competencia existente y de esta forma poder entender mejor el entorno comercial en el que operará la nueva cafetería-escuela.

También, se entrevistará a expertos en café y barismo para recopilar información sobre las mejores prácticas, la viabilidad del modelo de negocio propuesto y sobre posibles oportunidades de desarrollo para una cafetería-escuela con altos estándares de calidad.

### **3.3.2 Fuentes secundarias**

Según Guzmán (2021 p. 21), las fuentes secundarias son fuentes de segunda mano, que proveen información proveniente de otros autores. Para efectos de la presente investigación, se revisarán informes y estudios sobre la industria del café, además se consultarán artículos académicos y publicaciones especializadas en el campo del barismo así como libros y manuales escritos por expertos en la industria del café y el barismo serán utilizados para obtener información detallada sobre técnicas de preparación, historia del café de especialidad y estrategias educativas. Estos recursos ayudarán a estructurar los programas de formación y garantizarán que la oferta educativa sea de alta calidad.

Además, se utilizarán revistas y artículos periodísticos sobre tendencias actuales en la cultura del café, innovaciones recientes y preferencias de los consumidores, así como informes y boletines de asociaciones y organizaciones dedicadas al café de especialidad, como la Specialty Coffee Association (SCA), que proporcionen estándares de calidad, eventos de la industria y redes de profesionales que pueden ser útiles para el desarrollo del negocio.

### **3.3.3 Población y muestra**

Según Mucha-Hospinal, Chamorro-Mejía, Oseda-Lazo, y Alania-Contreras (2021, p. 51), la identificación la población es el grupo respecto del cual se desea generalizar los resultados, y la misma debe ser relativamente homogénea respecto de las variables de su interés. Por su parte la muestra según los mismos autores es el elemento investigativo que responde a criterios de elegibilidad y posee características que podrían excluir sujetos potenciales sobre los cuales no está la atención del investigador.

La propuesta de población y muestra para esta investigación incluirá una variedad de grupos de interés relevantes, utilizando técnicas de muestreo mixto

para garantizar la representatividad y la diversidad de la muestra. La población objetivo de esta investigación incluirá diferentes grupos de interés que se clasificarán en las siguientes categorías, en el cuadro N°8, se describe cada uno de ellos:

### Cuadro N° 8

#### *Población objetivo de la investigación*

<b>Fuente</b>	<b>Descripción de la fuente</b>	<b>Tipo de muestreo</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>
Propietarios y gerentes de cafeterías de especialidad locales	Personas a cargo de establecimientos de café de especialidad existentes en Jacó	Muestreo por conveniencia y muestreo de bola de nieve	Entrevista y observación	5
Expertos en café y barismo	Profesionales con experiencia en la industria del café y/o la formación en barismo	Muestreo por criterio y muestreo de bola de nieve	Entrevista	4
Residentes	Habitantes nacionales y extranjeros de Jacó y áreas circundantes	Muestreo aleatorio estratificado	Encuesta	94 nacionales 26 extranjeros
Turistas	Visitantes temporales de Jacó	Muestreo por conveniencia	Encuesta	36 nacionales 36 extranjeros

Dado que la investigación abarcará múltiples grupos de interés, se utilizará un enfoque de muestreo mixto para garantizar una representación adecuada de cada segmento de la población. Se propone utilizar las siguientes técnicas de muestreo:

- **Muestreo aleatorio estratificado:** Según Almaguer y Cossio (2022, p. 41), el muestreo aleatorio estratificado es aquel que divide la población en estratos homogéneos y selecciona aleatoriamente muestras de cada uno para representar proporcionalmente a toda la población, garantizando así una muestra representativa de cada grupo.

- **Muestreo por conveniencia:** Según Hernández (2021, p. 2), La muestra por conveniencia es la que se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador y que le permite a este elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio. Para este estudio se seleccionarán participantes que estén fácilmente disponibles y dispuestos a colaborar, especialmente en el caso de turistas y propietarios de cafeterías.

- **Muestreo por criterio:** Según Hernández (2021, p. 2) en este tipo de muestra se establecen criterios técnicos para seleccionar participantes que cumplan con ciertos lineamientos específicos. En este trabajo se incluirán criterios de selección como tener experiencia en la industria del café o haber asistido a cursos de barismo previamente.

- **Muestreo de bola de nieve:** Según Hernández (2021, p. 2), en este tipo de muestreo los primeros participantes del estudio van dando pistas de otros participantes que podrían ser incluidos en el estudio. Por lo tanto, en el presente trabajo se pedirá a los participantes identificados inicialmente que refieran a otros individuos que puedan ser relevantes para la investigación, lo que ayudará a ampliar la red de contactos y obtener una muestra más diversa.

### **3.4 Unidad de análisis**

Modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas a agosto de 2024.

### **3.5 Instrumentos**

Según Sánchez, Fernández y Díaz (2021, p. 119), los instrumentos “son aquellos medios que se utilizan para recopilar la información que proviene de la aplicación de una técnica determinada con el propósito de registrar las relaciones sociales y describir la realidad como lo experimentan sus correspondientes protagonistas.”

La presente investigación aplicará diferentes instrumentos para la recolección de datos y en el diseño de estos se asegurará la confidencialidad y anonimato de los participantes. Todos los datos recolectados se utilizarán únicamente para los fines de esta investigación, y los participantes serán informados sobre el propósito del estudio y su derecho a retirarse en cualquier momento.

A continuación, se describirá cada uno de los instrumentos y se detallará su utilidad en el logro de los objetivos propuestos para la presente investigación.

#### **3.5.1. Investigación documental**

Sánchez, Fernández y Díaz (2021, p. 119), acotan que la revisión documental es una etapa fundamental al inicio de cualquier investigación, ya que en esta se examinan y analizan documentos, estudios previos, y literatura relevante sobre el tema de interés. Para efectos del presente estudio se realizará una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el café de especialidad, la cultura del café en Costa Rica, modelos de negocio de cafeterías, y educación en barismo. Esta revisión incluirá:

- Libros y artículos académicos.
- Informes y estudios de caso.
- Fuentes en línea confiables y bases de datos académicas.

Este instrumento (ver apéndice 1: Ficha bibliográfica), consiste en recopilar información detallada sobre cada fuente bibliográfica relevante para el estudio. Se registrarán el autor(es), año de publicación, título del artículo/libro/capítulo, título de la revista/libro, editorial, lugar de publicación, páginas relevantes, tema principal,

palabras clave y un resumen o notas relevantes que destacan la importancia de cada fuente para el estudio.

La ficha bibliográfica proporcionará una base sólida de conocimiento sobre la cultura del café de especialidad y los modelos de negocio de cafeterías. Esta información será crucial para lograr el objetivo específico 1 de esta investigación, ya que permitirá describir el contexto socioeconómico nacional y regional del café de especialidad en relación con el turismo. Ayudará a identificar las necesidades del mercado y las oportunidades relevantes para la cafetería-escuela de barismo en Jacó. También funcionará como base o fundamento en el logro de los objetivos 2 y 3 ya que sustentará el planteamiento tanto la parte de planificación estratégica de la cafetería, así como del programa de formación en barismo.

### **3.5.2. Observación**

Según Sánchez, Fernández y Díaz (2021, p. 116), la observación es una técnica que se puede considerar como la piedra angular de los métodos de investigación cualitativa, ya que consiste en observar y buscar evidenciar las realidades y las raíces epistémicas de un tema de investigación. En el presente estudio se realizará la observación directa de cafeterías en Jacó y otras localidades con un enfoque similar para:

- Analizar la oferta de productos y servicios.
- Evaluar la interacción con los clientes y el ambiente del lugar.
- Identificar buenas prácticas y áreas de mejora.

Para la observación se utilizará una guía (ver apéndice 2: Guía de observación en cafeterías), para la observación directa de diversas cafeterías en Jacó y otras localidades similares. Se centrará en aspectos como el ambiente general (decoración, música, limpieza), la oferta de productos (variedad de bebidas de café, presencia de café de especialidad, alimentos complementarios), el servicio al cliente (tiempo de atención, actitud y profesionalismo del personal), interacción con clientes (satisfacción, nivel de conocimiento del personal sobre café y preparación), y otros aspectos relevantes como eventos especiales, uso de

tecnología en el servicio, innovaciones observadas, y cualquier nota adicional pertinente.

La observación proporcionará información primordial para el objetivo específico 2, ya que ayudará a identificar prácticas exitosas y áreas de mejora en la operación de cafeterías locales, informando así el diseño operativo y financiero del plan de negocio para la cafetería-escuela.

### **3.5.3. Entrevistas**

Según Feria, Matilla y Mantecón (2020, p. 63), la entrevista se considera una interacción donde un entrevistador plantea preguntas a un entrevistado, utilizando un cuestionario como guía.

Llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con:

- Expertos en café de especialidad y barismo.
- Dueños y gerentes de cafeterías en Jacó y otras regiones de Costa Rica.

Esta herramienta (ver apéndice 3: Entrevista semiestructurada para dueños/administradores de cafeterías y apéndice 4: Entrevista semiestructurada para expertos en café y barismo), se utilizará para entrevistar a expertos en la industria del café y barismo. El instrumento, incluirá preguntas diseñadas para explorar temas como la experiencia en la industria, tendencias actuales en la cultura del café de especialidad en Costa Rica, factores clave para el éxito de una cafetería-escuela de barismo, prácticas efectivas de preparación y servicio de café, viabilidad de un modelo de negocio combinado en Jacó, oportunidades y desafíos en el mercado local, recomendaciones para diseñar un programa educativo de barismo de alta calidad, percepción de los clientes hacia las experiencias educativas relacionadas con el café, y cualquier comentario adicional relevante.

Las entrevistas con expertos en café y barismo propuestas en esta investigación proporcionarán información sobre las tendencias, prácticas efectivas y desafíos en la industria del café de especialidad en Costa Rica. Esta información aportará datos relevantes para la consecución de objetivo específico 1 y 2 del

presente estudio, ya que ayudará a entender mejor el contexto local y nacional del mercado del café de especialidad y a su vez permitirá la identificación de oportunidades específicas para la plantear el plan de negocios para la cafetería-escuela.

Además, la aplicación de este instrumento será útil para alcanzar el objetivo específico 3, ya que las entrevistas con expertos en café y barismo permitirán obtener información directa y detallada sobre las prácticas de formación y capacitación en barismo que han demostrado ser efectivas en la industria. Además, a partir de los resultados se podrá conocer las metodologías pedagógicas, los temas clave que deben abordarse en un programa de formación, y las habilidades técnicas y prácticas que son más valoradas por los empleadores en la industria del café.

A su vez los expertos podrán proporcionar información sobre cómo diseñar un programa educativo de barismo por medio de recomendaciones específicas sobre el contenido del curso, la duración del programa, certificaciones pertinentes, y cómo integrar prácticas de aprendizaje práctico que mejoren las oportunidades de empleo para los graduados.

Este proceso también permitirá adaptar el programa de formación a las necesidades específicas del mercado local en Jacó y asegurar que el sea viable educativamente y alineado con las expectativas de la comunidad y los negocios locales relacionados con el café.

### **3.5.3. Encuestas**

Según Feria, Matilla y Mantecón (2020, p. 63), la encuesta es un cuestionario autoadministrado que los encuestados responden por sí mismos. Se diseñarán encuestas estructuradas para recolectar datos cuantitativos sobre:

- Preferencias y comportamientos de consumo de café de los residentes (nacionales y extranjeros) y turistas en Jacó.
- Interés en participar en cursos de barismo y eventos relacionados con el café de especialidad.

Las encuestas se aplicarán tanto en formato digital como en formato físico en puntos estratégicos de Jacó, como cafeterías, hoteles, y zonas turísticas. Este instrumento está diseñado para recolectar datos cuantitativos sobre las preferencias y comportamientos de consumo de café entre residentes y turistas en Jacó.

El instrumento (ver apéndice 5: Encuesta sobre consumo de café y preferencias de programas de barismo para turistas y apéndice 6: Encuesta sobre consumo de café y preferencias de programas de barismo para residentes), incluirá preguntas sobre frecuencia de consumo de café, lugares de compra preferidos, tipo de café preferido, interés en cursos y/o actividades relacionadas al barismo, motivaciones para inscribirse en estas actividades, preferencias, disposición a pagar por un curso, y espacio para comentarios adicionales que puedan proporcionar información cualitativa adicional.

Los datos obtenidos de las encuestas facilitarán el logro del objetivo específico 3, ya que permite proporcionar una visión clara de las preferencias y comportamientos de consumo que influirán en el diseño del modelo de negocio de la cafetería-escuela.

### **3.6 Proceso para la recolección y análisis de datos**

- Establecimiento de un contacto inicial con sujetos de estudio para explicar el propósito del estudio y asegurar su participación.
- La recolección de datos se realizará de manera continua a lo largo de un período específico, en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas.
- Descripción del contexto geográfico y cultural de zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas como una zona turística costera con una rica cultura del café de especialidad, influenciada por la dinámica del turismo internacional y nacional.
- Observación directa de la dinámica de las cafeterías locales, evaluando la oferta de productos, interacción con los clientes y el ambiente general del lugar.

- Realización de entrevistas en profundidad con dueños/administradores de cafeterías y expertos en café y barismo para explorar percepciones, experiencias y expectativas.
- Diseño y distribución de encuestas estructuradas tanto en formato digital como físico en puntos estratégicos de Jaco para obtener datos cuantitativos sobre preferencias de consumo de café y la disposición a participar en cursos de barismo.
- Transcripción y codificación de entrevistas y observaciones de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de instrumentos.
- Identificación y agrupación temática para comprender mejor las percepciones y actitudes hacia el café de especialidad y la formación en barismo.
- Tabulación y análisis de datos de encuestas para examinar preferencias y comportamientos de consumo de café.
- Aplicación de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales para identificar correlaciones y tendencias entre variables clave.
- Planteamiento del plan de negocios y propuesta de programa de formación y capacitación en barismo por medio de un análisis de la información obtenida a partir de la aplicación de los instrumentos.

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El apartado de análisis de resultados se enfoca en interpretar y discutir los datos obtenidos a través de las entrevistas, encuestas y observaciones. A través de esta información, se busca comprender mejor el perfil de los consumidores, las necesidades del mercado y los factores que pueden influir en el éxito del proyecto, así como formular estrategias efectivas que integren el café de especialidad con la oferta turística de la región.

### **4.1 Análisis de datos obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación**

En este apartado se analizará concretamente los resultados de la aplicación de instrumentos a través de la sistematización de las respuestas obtenidas, se identifican patrones de consumo, preferencias de los consumidores, y factores clave para el éxito de un modelo de negocio que combine el café de especialidad con la formación en barismo.

#### **4.1.1 Sistematización de entrevistas con expertos**

En esta sección se presenta el análisis de las entrevistas realizadas a expertos en el área del café, quienes aportan conocimientos y experiencias sobre temas clave para el desarrollo de una escuela-cafetería orientada al café de especialidad en Jacó. A través de las diferentes perspectivas, se examinaron aspectos como las tendencias actuales en el consumo de café, las competencias esenciales para baristas, los factores críticos para el éxito de este tipo de establecimiento, así como los desafíos y oportunidades específicas de la región.

En el cuadro N° 9, se detalla la trayectoria de los entrevistados, cuyos perfiles demuestran una sólida experiencia en la industria del café, lo cual resulta vital para fundamentar la viabilidad del proyecto.

#### **Cuadro N° 9**

*Descripción de la trayectoria de los expertos entrevistados*

<b>Entrevistado</b>	<b>Detalle de la trayectoria</b>
---------------------	----------------------------------

<p><b>Cristopher Céspedes Mora</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 30 años de experiencia en la industria del café.</li> <li>- Ha colaborado con Cafés Finos de Costa Rica en el Campeonato Nacional de Barismo.</li> <li>- Participa en la Asociación de Baristas de Costa Rica y ha sido miembro de la Junta Directiva.</li> <li>- Es el Director del Campeonato Nacional de Vandola.</li> <li>- Ha trabajado en proyectos con la Cámara de Tostadores del Café.</li> <li>- Actualmente es el instructor del Instituto Capresso y propietario de la marca de Café el Brother.</li> </ul>
<p><b>Esdras Vega González</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 25 años de experiencia como catador, barista, tostador e instructor en el ámbito del café.</li> <li>- Ha trabajado 14 años en el Instituto del Café como catador.</li> <li>- Campeón nacional de catadores en 2018, representando a Costa Rica en la competencia mundial en Belo Horizonte, Brasil.</li> <li>- Tiene 10 años de experiencia como juez nacional en la competencia "Taza de la Excelencia".</li> <li>- Tres años como juez internacional en "Taza de la Excelencia", con ediciones en Costa Rica y Venezuela (2022 y 2023).</li> </ul>
<p><b>Gabriel Abarca Vargas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aproximadamente 12 años en control de calidad del beneficiado de café.</li> <li>- Formación en Catación, Tueste y Barismo (nivel avanzado).</li> <li>- Participación como juez en campeonatos de barismo y otros eventos nacionales y regionales.</li> <li>- Actualmente trabaja en el ICAFE como barista, tostador y catador.</li> </ul>

<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 16 años de experiencia en la industria del café.</li> <li>- Barista Formador en el ICAFE desde 2017.</li> <li>- Certificado como Barista Internacional en Italia en 2020, y como tostador en el programa Taza de la Excelencia 2022.</li> <li>- Profesional de tueste de la Specialty Coffee Association (SCA).</li> </ul>
-------------------------------	---

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Las opiniones recabadas en las entrevistas sirvieron como pauta para recomendaciones estratégicas que pueden guiar el desarrollo de una escuela-cafetería en Jacó, maximizando su viabilidad y su potencial de diferenciación en un mercado en crecimiento. A continuación se analizarán los datos obtenidos.

### **Cuadro N° 10**

#### *Opinión de los expertos entrevistados sobre las tendencias del café de especialidad*

<b>Entrevistado</b>	<b>Observaciones sobre tendencias</b>
<b>Cristopher Céspedes Mora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento en la preferencia por productos orgánicos y no lácteos.</li> <li>- Sostenibilidad y trazabilidad como factores clave en la industria.</li> </ul>
<b>Esdras Vega González</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento en el consumo de café con procesos de beneficiado innovadores y diferenciados, como el café natural y anaeróbico.</li> </ul>
<b>Gabriel Abarca Vargas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El espresso sigue siendo fundamental, pero hay una creciente popularidad de cafés filtrados con el surgimiento de nuevos métodos de infusión.</li> </ul>
<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento impulsado por la presencia en redes sociales.</li> <li>- Mayor interés en la calidad del café de especialidad y la variedad de procesos de beneficiado.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Como se puede evidenciar en el cuadro N° 10, los entrevistados identifican varias tendencias que están transformando la industria del café de especialidad.

Entre ellas, destacan el aumento en la demanda de productos sostenibles, el interés en métodos innovadores de procesamiento, y la influencia de las redes sociales en el crecimiento del consumo. Esto indica que el público está buscando más que un café estándar, ya que desea experiencias diferenciadas y sostenibles, lo cual representa una oportunidad de diferenciación para la escuela-cafetería.

### **Cuadro N° 11**

*Opinión de los expertos entrevistados sobre los factores clave para el éxito de una escuela-cafetería*

<b>Entrevistado</b>	<b>Factores clave de éxito</b>
<b>Cristopher Céspedes Mora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfoque en talento humano para brindar un buen servicio.</li> <li>- Equipamiento adecuado para preparar y servir el café de especialidad.</li> <li>- Explorar opciones de café frío como parte de la oferta.</li> <li>- Vinculación con el turismo local para atraer a una audiencia amplia.</li> </ul>
<b>Esdras Vega González</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovación en procesos de preparación y servicio.</li> <li>- Educación al consumidor a través de cataciones públicas, acercándolo a la cultura del café.</li> </ul>
<b>Gabriel Abarca Vargas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad del café y excelencia en el servicio al cliente como elementos diferenciadores.</li> <li>- Sinergia entre productores y baristas para fortalecer la cadena de valor.</li> </ul>
<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normas claras y establecidas en el proceso de formación de baristas.</li> <li>- Apertura a la innovación en los métodos y estilos de preparación.</li> <li>- Orientación vocacional en la formación, motivando a los baristas a desarrollar habilidades profundas y completas.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Según el cuadro N° 11, los expertos, el éxito de la escuela-cafetería dependerá de elementos como el enfoque en el talento humano, la calidad del

equipamiento, la innovación en los métodos de preparación y la integración con el turismo local. Estos factores resaltan la importancia de ofrecer un buen producto y proporcionar una experiencia y de educar a los consumidores sobre la cultura del café.

### **Cuadro N° 12**

*Opinión de los expertos entrevistados sobre las competencias esenciales para baristas*

<b>Entrevistado</b>	<b>Competencias clave</b>
<b>Cristopher Céspedes Mora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento de inglés para interactuar con clientes internacionales.</li> <li>- Dominio de técnicas de barismo para ofrecer una variedad de bebidas.</li> <li>- Orientación hacia el desarrollo de talentos y habilidades propias en el barismo.</li> </ul>
<b>Esdras Vega González</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento profundo de métodos de preparación, permitiéndole orientar al cliente en su elección de bebidas.</li> </ul>
<b>Gabriel Abarca Vargas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidades sensoriales para detectar y resaltar cualidades del café.</li> <li>- Capacidad de crear una experiencia memorable para el cliente en cada servicio.</li> </ul>
<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación holística que incluye tanto la preparación de bebidas como el servicio integral al cliente.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Los expertos enfatizan en el cuadro N° 12, competencias clave para los baristas, tales como el dominio de técnicas de preparación, habilidades sensoriales, servicio al cliente y, en algunos casos, conocimiento del idioma inglés. Esto indica que un programa de formación integral debería incluir tanto habilidades técnicas como interpersonales para formar baristas altamente calificados, capaces de conectar con un perfil de cliente diverso y exigente.

### **Cuadro N° 13**

*Opinión de los expertos entrevistados sobre la viabilidad de una escuela-cafetería*

<b>Entrevistado</b>	<b>Viabilidad y oportunidades</b>
<b>Cristopher Céspedes Mora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Combinación de formación en barismo con un menú bien diseñado.</li> <li>- Ofrecer una experiencia de alta calidad tanto en servicio como en los productos disponibles.</li> </ul>
<b>Esdras Vega González</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad de café adecuado para la capacitación de baristas.</li> <li>- Creciente interés en el barismo tanto a nivel nacional como internacional.</li> </ul>
<b>Gabriel Abarca Vargas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oportunidades atractivas al combinar el turismo con el café de especialidad.</li> <li>- Ofrecer experiencias completas para los clientes, integrando ambos aspectos.</li> </ul>
<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad de crear un reconocimiento de marca que atraiga al público.</li> <li>- Implementar una estrategia de marketing agresiva para posicionar la escuela-cafetería.</li> <li>- Crecimiento en la demanda educativa en barismo y especialidades en café.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Según datos del cuadro N° 13, la viabilidad del proyecto se observa como positiva, con oportunidades en la creciente demanda de capacitación en barismo y el interés tanto nacional como internacional en el café de especialidad. Sin embargo, los expertos también mencionan la necesidad de estrategias de marketing y de reconocimiento de marca para lograr una presencia destacada en el mercado.

#### **Cuadro N° 14**

*Opinión de los expertos entrevistados sobre los desafíos y oportunidades en Jacó*

<b>Entrevistado</b>	<b>Desafíos y oportunidades</b>
---------------------	---------------------------------

<b>Cristopher Céspedes Mora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retención de personal capacitado, crucial para mantener la calidad en el servicio.</li> <li>- Planificación adecuada para adaptarse a las temporadas turísticas.</li> <li>- Uso de redes sociales para promoción y atracción de clientes.</li> </ul>
<b>Esdras Vega González</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desafíos como enfermedades del café que afectan la producción.</li> <li>- Inestabilidad del mercado del café que dificulta la planificación a largo plazo.</li> <li>- Falta de recolectores nacionales, lo cual afecta la cosecha en las temporadas altas.</li> </ul>
<b>Gabriel Abarca Vargas</b>	- Necesidad de un modelo educativo integral enfocada en barismo.
	- Proporción sugerida: 80% práctica y 20% teoría para mejorar el aprendizaje.
<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	- Importancia de incluir ideas frescas y la creatividad de los jóvenes en estrategias de marketing.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Según el cuadro N° 14, los desafíos incluyen la retención de personal capacitado, la inestabilidad del mercado del café y la falta de recolectores. Por otro lado, se observa la oportunidad de integrar el turismo y el café de especialidad, lo cual podría ofrecer una experiencia completa y atractiva para los visitantes. Por lo tanto, la escuela-cafetería deberá contar con estrategias de fidelización y adaptabilidad para maximizar su potencial en la región.

### **Cuadro N° 15**

#### *Conclusiones y recomendaciones de los expertos entrevistados*

<b>Entrevistado</b>	<b>Conclusiones y recomendaciones</b>
<b>Cristopher Céspedes Mora</b>	- Enfocarse en desarrollar competencias relevantes para la industria turística local.

<b>Esdras Vega González</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear alianzas con productores locales para fortalecer la cadena de suministro.</li> <li>- Promover la educación continua tanto para consumidores como para baristas, mejorando su conocimiento sobre el café.</li> </ul>
<b>Gabriel Abarca Vargas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potencial de promoción del café local como un producto premium.</li> <li>- Replicar éxitos de experiencias internacionales en el ámbito local para atraer a turistas.</li> </ul>
<b>Jonathan Ramírez Bravo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creer en el proyecto y en su impacto en la comunidad local.</li> <li>- Mantener la calidad del café costarricense como un símbolo de orgullo y valor cultural.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Según el cuadro N° 15, los expertos entrevistados coinciden en que el éxito de un negocio de café especializado, integrado con el turismo local, depende del desarrollo de competencias relevantes, la creación de alianzas estratégicas, la promoción del café de especialidad y el mantenimiento de su calidad. Recomiendan fortalecer las habilidades de los trabajadores para atender las necesidades del sector turístico, especialmente en servicio al cliente, lo que permitirá ofrecer experiencias atractivas para los visitantes.

Además, subrayan la importancia de establecer vínculos sólidos con productores locales para robustecer la cadena de suministro, promoviendo al mismo tiempo una educación continua para consumidores y baristas. Esto incrementa el valor del café de especialidad e impulsa su consumo y profesionalización en la región.

En cuanto a la promoción del café, proponen posicionarlo como un producto de lujo y valor cultural, destacando su calidad a nivel internacional para atraer a turistas. Replicar prácticas exitosas de otros países podría ser una estrategia eficaz para diferenciar este proyecto en el mercado.

A continuación se agrega el cuadro N°16, en el que se evidencian coincidencias claras entre los expertos en temas como la formación integral de baristas, el enfoque en educación continua, la importancia de la calidad del servicio y del producto, y la necesidad de innovar constantemente. Estos puntos en común resaltan una visión compartida sobre la importancia de ofrecer una formación holística y de mantener altos estándares de calidad e innovación, lo cual constituye la base para que el proyecto logre un impacto positivo y sostenible en el mercado.

### Cuadro N° 16

#### *Coincidencias y puntos importantes entre los expertos entrevistados*

Punto	Número de entrevistado			
	1	2	3	4
Formación y desarrollo profesional				
Importancia de la formación integral de baristas	✓	✓	✓	✓
Enfoque en educación y formación continua	✓	✓	✓	✓
Viabilidad de una escuela-cafetería con enfoque integral	✓	✓	✓	✓
Importancia del inglés como competencia esencial para baristas	✓			
Normas claras, estandarización y orientación vocacional en la formación		✓	✓	✓
Modelo educativo integral		✓	✓	✓
Enfoque en competencias relevantes para la industria turística local	✓	✓	✓	✓
Innovación, calidad y experiencia del cliente				
Enfoque en la calidad del café y servicio al cliente	✓	✓	✓	✓
Creciente interés en cafés de especialidad y procesos innovadores	✓	✓	✓	✓
Necesidad de innovación y apertura a nuevas tendencias	✓	✓	✓	✓
Valor y promoción del café costarricense		✓	✓	✓

Enfoque en talento humano y equipamiento adecuado	✓	✓	✓	✓
Ofrecer experiencias completas y memorables al cliente	✓	✓	✓	✓
Innovación en procesos y exploración de café frío	✓	✓		✓
Crear en el proyecto y mantener la calidad del café como orgullo nacional	✓	✓	✓	✓
Marketing, promoción y desafíos				
Potencial en combinar el café con el turismo	✓		✓	
Desafíos en retención de personal y estrategias de marketing	✓			✓
Necesidad de alianzas con productores y sinergia entre actores		✓	✓	
Crecimiento impulsado por redes sociales y presencia en línea	✓			✓
Planificación para temporadas turísticas en zonas como Jacó	✓			
Desafíos como enfermedades del café y falta de recolectores nacionales		✓		
Importancia de incluir ideas frescas y creatividad juvenil en marketing				✓
Educación al consumidor a través de catas públicas		✓		
Necesidad de reconocimiento de marca y marketing agresivo				✓

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de entrevistas con expertos

Considerar estos puntos asegura que tu proyecto esté alineado con las mejores prácticas de la industria, satisfaga las expectativas del público y aproveche las oportunidades del mercado. Esto incrementa las posibilidades de que la escuela-cafetería se convierta en un negocio exitoso y en un punto de referencia en la cultura cafetalera y turística de la región.

#### 4.1.2 Sistematización de entrevistas con propietarios/administradores de cafeterías de especialidad en Jaco, Garabito

En esta sección se presenta un análisis detallado de las entrevistas realizadas a propietarios y administradores de cafeterías de especialidad en Jacó, Costa Rica. A través de su experiencia, se exploran las motivaciones, estrategias comerciales, desafíos y aspiraciones de cada establecimiento, permitiendo identificar las necesidades y oportunidades dentro del sector del café de especialidad en una zona turística. A partir de estos hallazgos, se pretende identificar oportunidades para el diseño de un modelo de cafetería-escuela que integre educación y cultura cafetalera, con el fin de fortalecer el sector y contribuir al desarrollo local.

#### Cuadro N° 17

*Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/Administrador de la cafetería **Jet Fuel***

<b>Propietario/Administrador</b>	<b>María Eugenia León</b>
<b>Historia y motivación:</b>	Lleva aproximadamente 2 años en el negocio y nació de la pasión por la cultura del café y el deseo de promover un espacio que refleje la identidad cafetalera de Costa Rica.
<b>Clientes y productos:</b>	Clientes variados, incluyendo tanto turistas como residentes. Ofrecen café de especialidad y una amplia variedad de productos locales en el menú, asegurándose de que la calidad y presentación sean de alta calidad para satisfacer tanto a locales como a visitantes internacionales.
<b>Marketing y desafíos:</b>	Utilizan principalmente Instagram para promoción, pero enfrentan desafíos relacionados con la

	estacionalidad y la rotación de personal, típicos en una zona turística.
<b>Futuro:</b>	Planea expandir el negocio para atraer a más clientes y diversificar la oferta, buscando consolidar su lugar en el mercado local.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de las cafeterías entrevistadas

Como se evidencia en el cuadro N° 17, Jet Fuel se basa en la pasión por la cultura cafetalera de Costa Rica. Tiene clientes tanto turistas y como locales. La experiencia de Jet Fuel muestra que existe un interés por el café de alta calidad y que los clientes buscan una experiencia diferenciada, lo cual respalda la viabilidad de incluir una formación en barismo que permita a los clientes profundizar en la experiencia del café.

La popularidad de un café de especialidad bien presentado y la fidelización basada en la calidad resaltan la oportunidad de una escuela que enseñe estas habilidades. Además, la fidelización de clientes gracias a la calidad del café bajo un enfoque en la capacitación de baristas podría asegurar un nivel de servicio que mantenga altos estándares y fomente la lealtad.

### **Cuadro N° 18**

*Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/Administrador la cafetería  
Los Cafeteros*

<b>Propietario/Administrador</b>	<b>Gersan Bolaños Centeno</b>
<b>Historia y motivación:</b>	Inició con el objetivo de aprovechar el atractivo económico del sector cafetalero y la ubicación estratégica. Su experiencia en el sector turístico y la operación de negocios lo llevó a fundar esta cafetería en Jacó.

<b>Clientes y productos:</b>	Clientes turistas y residentes locales. Ofrecen café de especialidad, y su menú varía de acuerdo con los productos que creen pueden atraer más a los clientes.
<b>Marketing y desafíos:</b>	Emplean Instagram como su herramienta principal para el marketing, aunque también confían en la recomendación de boca a boca.
<b>Futuro:</b>	Su plan futuro incluye posiblemente abrir una sucursal en otra ubicación, como en el Gran Área Metropolitana (GAM), y continuar innovando en la experiencia de café para los clientes.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de las cafeterías entrevistadas

Según los datos del cuadro N° 18, los Cafeteros muestran un enfoque más comercial y práctico, con una motivación económica clara y un cliente en su mayoría local. Utilizan variedades de café de alta calidad y una estrategia de boca a boca que enfatiza el valor de una buena experiencia. Los desafíos financieros y operativos que se mencionan reflejan la necesidad de personal capacitado que entienda la preparación del café, la atención al cliente y el manejo del negocio.

Los Cafeteros demuestra la importancia de contar con baristas que preparen de manera adecuada el café y que comprendan el valor de la presentación y servicio. Una cafetería-escuela podría llenar esta necesidad al ofrecer capacitación en estas áreas, proporcionando al negocio y a la comunidad un recurso de personal bien preparado y mejorando la experiencia del cliente.

### **Cuadro N° 19**

*Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/Administrador de la cafetería Roasters Edge*

<b>Propietario/Administrador</b>	<b>Abril Campbell</b>
----------------------------------	-----------------------

<b>Historia y motivación:</b>	Lleva alrededor de 2 años en el mercado y fue fundada por un grupo con ideas emprendedoras, con una fuerte motivación económica. Está ubicada en una zona que facilita el acceso a turistas.
<b>Clientes y productos:</b>	Predominantemente enfocada en turistas extranjeros, Roasters Edge ofrece un menú variado de productos y café de alta calidad. La cafetería también realiza eventos de degustación para atraer a los clientes interesados en experiencias alrededor del café.
<b>Marketing y desafíos:</b>	Activa en redes sociales, especialmente en Instagram, la cafetería realiza promociones y busca mantener el interés del cliente en el café de especialidad. Enfrentan desafíos en el manejo de un personal capacitado, especialmente durante temporadas altas.
<b>Futuro:</b>	Los planes incluyen diversificar aún más la oferta y trabajar en su propia marca de café en el futuro.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de las cafeterías entrevistadas

Roasters Edge destaca por su enfoque según cuadro N° 19, en la innovación y sus clientes predominantemente son turistas. La inclusión de catas y eventos de degustación muestra que la experiencia de los clientes va más allá de consumir café: buscan aprender y participar activamente. Este interés en eventos y el uso de cafés exóticos como Geisha refuerza la idea de que un entorno educativo podría capturar la atención de un público que ya muestra curiosidad por el café.

Roasters Edge ilustra la oportunidad de ofrecer una experiencia educativa y sensorial que atraiga tanto a turistas como a residentes. La escuela podría organizar

catas y talleres similares para satisfacer el interés en la exploración de variedades de café y el conocimiento profundo del producto.

### Cuadro N° 20

*Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/Administrador de la cafetería La Guapita*

<b>Propietario/Administrador</b>	<b>Kendall López Calix</b>
<b>Historia y motivación:</b>	Esta cafetería, con alrededor de 3 años de operación, nació de la idea de brindar un espacio acogedor cerca de la costa para el disfrute del café.
<b>Clientes y productos:</b>	Clientes compuestos principalmente por nómadas digitales, turistas y algunos residentes extranjeros que buscan un ambiente tranquilo para trabajar o relajarse. Su oferta incluye principalmente café de especialidad de la región.
<b>Marketing y desafíos:</b>	La cafetería no se enfoca tanto en redes sociales, lo cual podría ser una limitante, y los desafíos operativos incluyen mantener un equilibrio en los precios para los clientes locales frente a la competencia.
<b>Futuro:</b>	Aunque no hay un plan de expansión definido, la cafetería busca consolidar su presencia en el mercado y mejorar su servicio para asegurar su sostenibilidad en la región.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de las cafeterías entrevistadas

Según cuadro N° 20, la Guapita tiene clientes que incluyen nómadas digitales, un público en crecimiento que busca experiencias de valor y un ambiente cómodo para trabajar o relajarse. La ubicación y el perfil de cliente destaca la importancia de crear un espacio atractivo y cómodo donde los clientes puedan disfrutar de su experiencia mientras aprenden sobre el café.

La Guapita muestra que el espacio físico y la comodidad son claves para atraer a clientes que podrían estar interesados en cursos de barismo como una experiencia adicional. Por lo anterior, además de la capacitación en barismo, la escuela podría beneficiarse de un diseño atractivo y un enfoque en la experiencia integral del cliente.

### **Cuadro N° 21**

*Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/Administrador de la cafetería Sanito Café*

<b>Propietario/Administrador</b>	<b>Raquel Salazar</b>
<b>Historia y motivación:</b>	Este negocio es reciente y fue fundado con el objetivo de combinar la experiencia del café de especialidad con una orientación hacia la salud y el bienestar.
<b>Clientes y productos:</b>	Los clientes de Sanito Café incluyen tanto turistas como locales que valoran productos de alta calidad. Ofrecen una variedad de cafés, bebidas y productos saludables.
<b>Marketing y desafíos:</b>	La promoción en redes sociales, especialmente Instagram, es fundamental para atraer a los clientes. Además, Sanito Café organiza eventos y exposiciones relacionados con el café, proporcionando a

	los turistas y locales experiencias adicionales.
<b>Futuro:</b>	Los planes incluyen consolidarse en el mercado de Jacó y explorar más opciones de marketing visual y rotulación para atraer mayor Clientes.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de las cafeterías entrevistadas

Según los datos del cuadro N° 21, Sanito Café es un ejemplo de cómo el café de especialidad puede combinarse con una propuesta de bienestar y salud. Esta cafetería atrae a clientes que valoran tanto la calidad del café como un estilo de vida saludable, lo cual puede ser un nicho interesante para una cafetería-escuela que incluya opciones saludables en su menú y promueva prácticas sostenibles.

Sanito Café destaca la oportunidad de diferenciar la oferta educativa al incluir el conocimiento técnico sobre el café y temas de sostenibilidad, origen de los granos y la importancia de la salud en la preparación. Esto podría atraer a un público que busca una conexión más profunda con su experiencia de café.

### **Cuadro N° 22**

*Datos obtenidos a partir de la entrevista al Propietario/Administrador de la cafetería Ubaldo's Café*

<b>Propietario/Administrador</b>	<b>Ubaldo Prendas</b>
<b>Historia y motivación:</b>	Negocio familiar abierto hace 2 años, tras inspirarse en el barismo para combinar su pasión por el café con inversión familiar.
<b>Clientes y productos:</b>	Ubicado en un supermercado, con clientes tanto turistas y locales. Ofrece cafés especiales como Geisha, Moka, Típica, Kenia, y Caturra-Catuaí de

	alta calidad (86.75), provenientes de la finca Don Cayito en Santa María de Dota.
<b>Marketing y desafíos:</b>	Presencia limitada en redes sociales, prefiriendo la fidelización por calidad de producto y servicio. Desafíos incluyen la capacitación y mantener la calidad. Equipo de 3 personas y un colaborador adicional en temporadas altas.
<b>Futuro:</b>	El objetivo de Ubaldo's Café es mantener su presencia en el mercado y mejorar continuamente los servicios y productos para consolidarse en Jacó.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de las cafeterías entrevistadas

Según el cuadro N° 22, Ubaldo's Café se distingue por su ubicación estratégica dentro de un supermercado, que le permite atraer una Clientes de paso que incluye turistas y residentes. Aunque no realiza muchos eventos, la calidad del café y la atención al cliente son esenciales para su éxito. Los desafíos en la capacitación de personal y la inversión financiera resaltan la importancia de contar con un equipo capacitado que sepa transmitir la calidad del producto.

La experiencia de Ubaldo's Café muestra que un equipo bien capacitado en barismo y atención al cliente es clave para la satisfacción y fidelización del cliente. Una cafetería-escuela podría ofrecer esta formación, creando un recurso local de baristas que fortalezcan tanto su negocio como el sector cafetalero en Jacó.

El análisis de entrevistas a los propietarios y administradores de cafeterías de especialidad en Jacó evidencia necesidades que resaltan tanto los desafíos como las oportunidades del sector en esta región turística. Sin embargo, estos establecimientos enfrentan obstáculos significativos, como la rotación de personal, la estacionalidad del turismo y la necesidad de contar con un equipo de baristas capacitado en la preparación del café y en el manejo adecuado de la atención al cliente y los aspectos operativos de un negocio.

Los clientes incluyen turistas, locales, nómadas digitales y consumidores conscientes interesados en la sostenibilidad. Esto representa una oportunidad clave para desarrollar un modelo de cafetería-escuela que ofrezca formación en barismo y técnicas de servicio, así como actividades orientadas al aprendizaje, tales como catas y talleres.

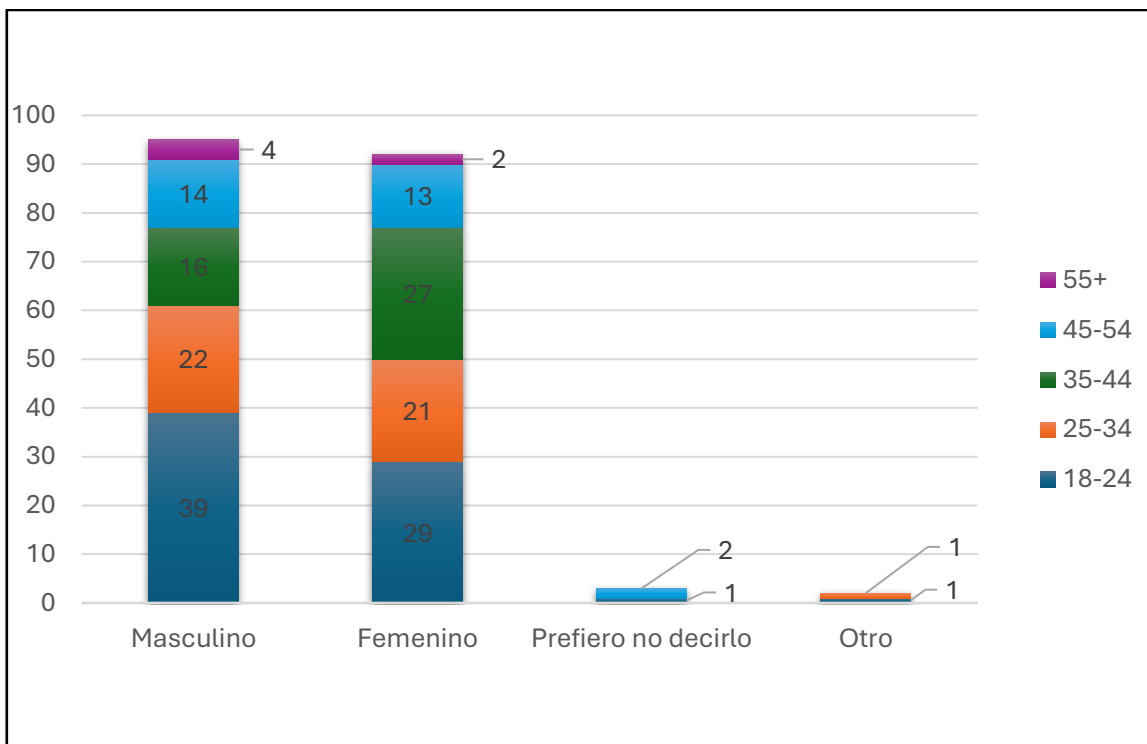
La creación de una cafetería-escuela podría promover la capacitación en barismo y atención al cliente, acompañada de un espacio diseñado para el aprendizaje, lo cual puede diferenciar este modelo de negocio y consolidarlo como un referente en la región, integrando de forma efectiva la cultura del café con el crecimiento turístico y económico de Jacó.

#### **4.1.3 Sistematización de encuestas a turistas y residentes**

En esta sección se presenta un análisis detallado de los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas a turistas y residentes, tanto nacionales como extranjeros, relacionados con las preferencias, intereses y percepciones de los encuestados sobre el barismo y las actividades formativas vinculadas al café. Este análisis examina los patrones de consumo, las motivaciones de aprendizaje, la disposición a pagar y las expectativas en torno al barismo, considerando factores demográficos como la edad y la nacionalidad. Además, se realiza un cruce de datos clave para identificar relaciones entre el perfil de los encuestados y preferencias, con el fin de fundamentar estrategias efectivas para la creación de una cafetería escuela de barismo.

#### **Figura N° 2**

*Distribución de género según edad de los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 2 se pueden observar cómo los resultados indican que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de 18-24 años, seguido por el grupo de 25-34 años. Esto puede ser un reflejo de la audiencia objetivo más común para el tipo de producto o servicio ofrecido por una cafetería escuela de barismo, ya que las generaciones más jóvenes tienden a mostrar un mayor interés en experiencias educativas, especializadas, y en la cultura del café. La participación equilibrada entre géneros (49.5% masculino y 47.9% femenino) indica que tanto hombres como mujeres muestran un interés similar en el tema, lo que podría reflejar un mercado amplio y diverso en términos de género.

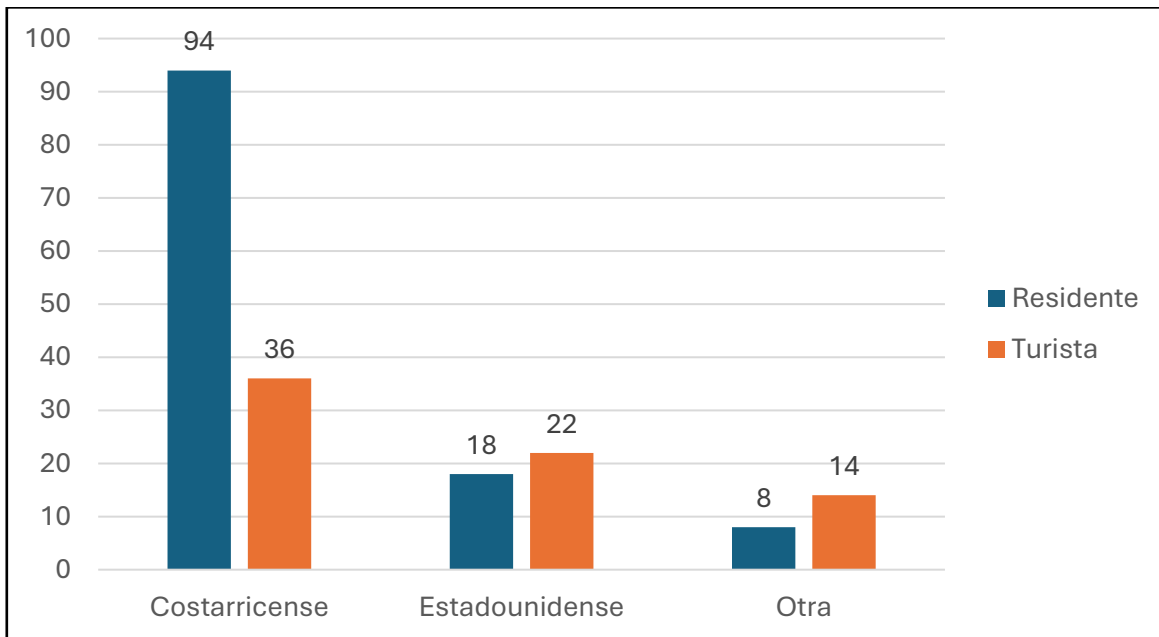
Los datos reflejan que existe una audiencia considerablemente joven interesada en el aprendizaje y la cultura del café, con una participación equitativa entre hombres y mujeres. Esto indica que una cafetería escuela de barismo tendría un perfil de cliente potencial variado y motivado, que busca mejorar los conocimientos o habilidades en el ámbito del café de especialidad. La tendencia demográfica hacia la juventud demuestra que los programas de barismo y las experiencias de aprendizaje práctico serán bien recibidos y podrían tener una demanda estable.

## **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Enfoque en el público joven
- Promociones inclusivas de género
- Ofrecer experiencias prácticas y participativas
- Fomentar una comunidad de aprendizaje
- Desarrollar una base de datos para futuros análisis

**Figura N° 3**

*Nacionalidad según tipo de encuestado*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

Según la figura N° 3 los resultados muestran que la mayoría de los participantes son costarricenses (67.7%), de los cuales un 72.3% son residentes y el resto turistas. Los estadounidenses representan el 20.8%, mientras que un 11.5% corresponde a otras nacionalidades. Esto evidencia que el mercado local (residente y nacional) es el grupo predominante, pero también hay una demanda significativa de turistas, principalmente estadounidenses, interesados en la cultura del café.

Los datos indican que hay un mercado potencial fuerte entre los residentes y nacionales, mientras que el interés de los turistas extranjeros, especialmente estadounidenses, lo que es una oportunidad para posicionar una cafetería escuela de barismo que atraiga tanto a locales como a visitantes interesados en experiencias de café de especialidad.

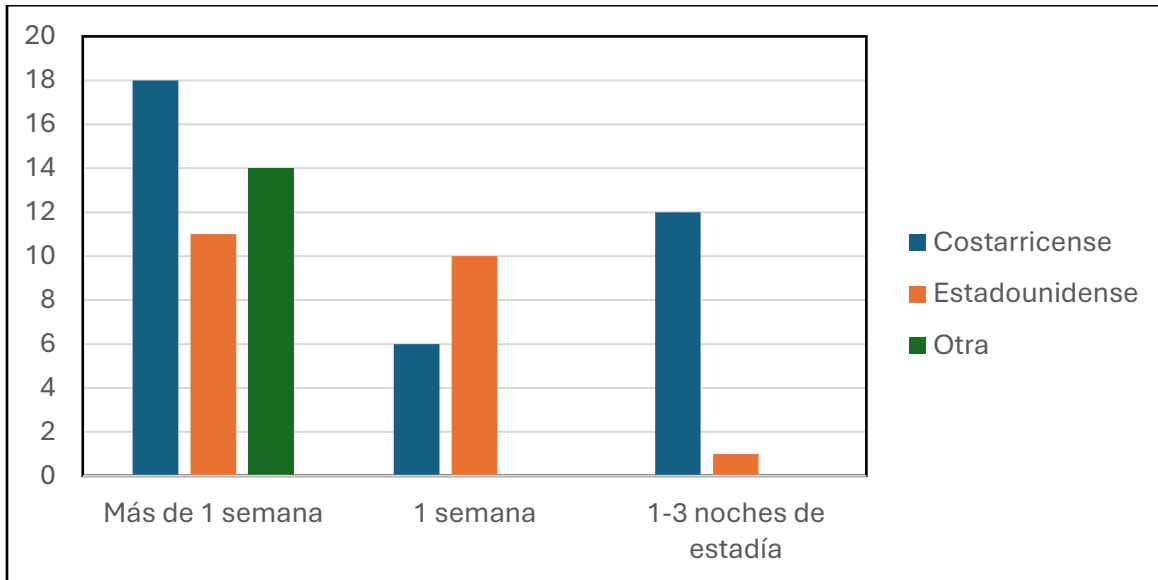
#### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Enfoque en el mercado local
- Ofertas turísticas personalizadas
- Marketing multilingüe y multicultural

- Alianzas con agencias de turismo

**Figura N° 4**

*Periodo de estadía según nacionalidad de turistas encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

Según la figura N° 4 la mayoría de los turistas extranjeros permanecen en Jacó por más de una semana (59.7%), lo cual puede interpretarse como que los turistas buscan estadías más prolongadas y, posiblemente, experiencias inmersivas. En cambio, los turistas nacionales suelen realizar visitas más breves, de una semana o menos, probablemente por proximidad y familiaridad con el lugar.

Estos datos indican que existe una diferencia clara en los intereses y patrones de visita según la nacionalidad: los turistas internacionales tienden a buscar actividades que complementen estadías prolongadas, mientras que los nacionales pueden estar interesados en actividades más breves. Lo cual es una oportunidad para ofrecer programas adaptados a la duración de las estadías, maximizando el interés de cada grupo.

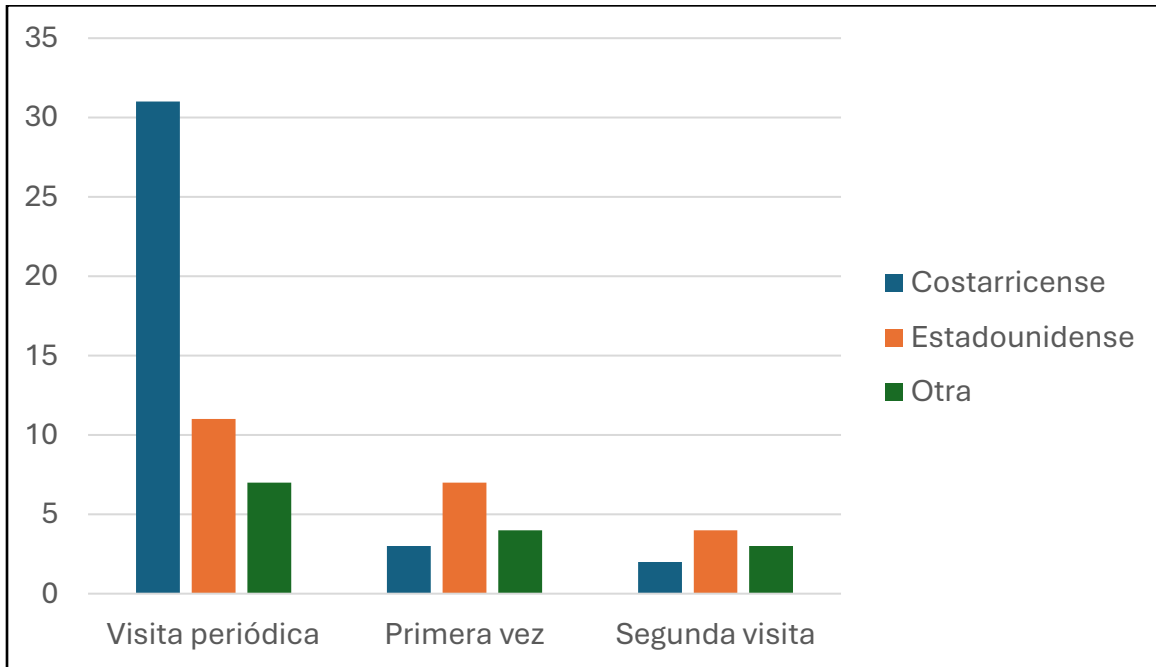
#### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Diseño de actividades por duración de estadía (Para turistas internacionales con estadías largas, ofrecer cursos intensivos de barismo, para visitantes nacionales con estadías breves, clases de introducción al barismo o degustaciones de una sola sesión)

- Cronograma de actividades según temporadas en las que se tenga en cuenta las temporadas altas y bajas para adaptar la oferta.
- Ajuste de horarios de apertura de cursos y actividades de manera flexible que permita a los turistas seleccionar actividades según su estadía.
- Colaboración con alojamientos y agencias locales
- Marketing específico según tipo de turista

**Figura N° 5**

*Frecuencia de visitación según nacionalidad de turistas encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas Según la figura N° 5, los resultados muestran que la mayoría de los turistas (68.1%) son visitantes periódicos, mientras que el 19.4% visitan Jacó por primera vez y el 12.5% están en su segunda visita. Por lo tanto se puede aseverar que Jacó tiene una base considerable de visitantes recurrentes, en su mayoría costarricenses, lo cual podría deberse a su proximidad y accesibilidad para los nacionales. La recurrencia en las visitas se puede interpretar como un interés continuo en el destino y las actividades presentes.

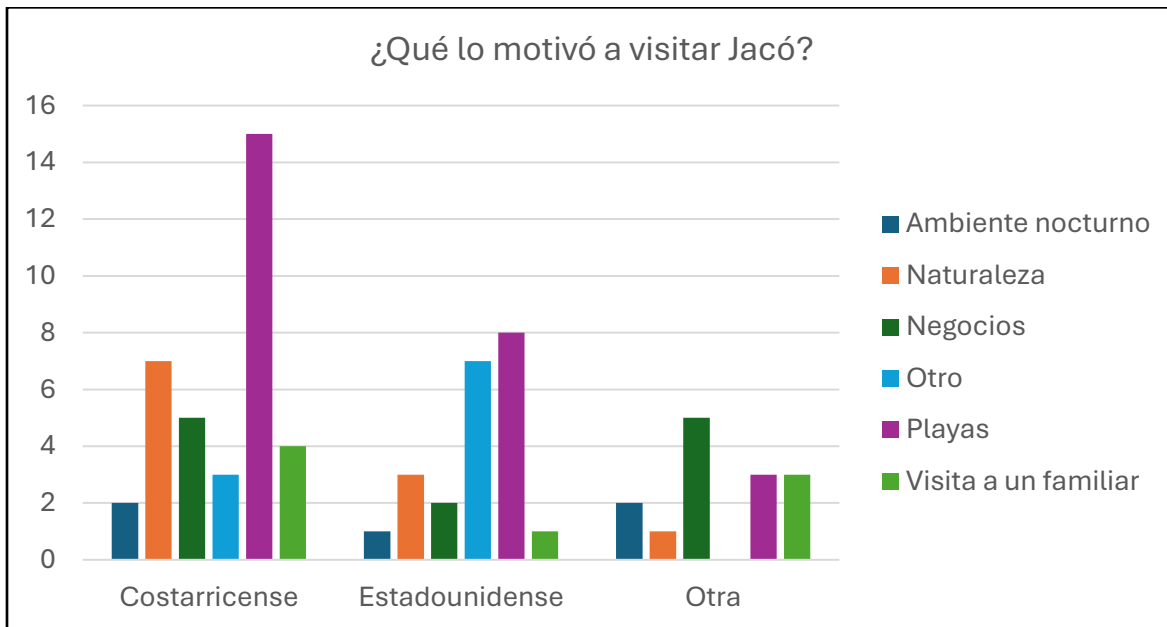
Los datos reflejan un perfil de cliente sólido de turistas recurrentes, especialmente nacionales, lo que indica un mercado estable que puede sostener actividades de manera continua. La frecuencia de visitas indica que hay una demanda constante de experiencias que pueden actualizarse o personalizarse para captar el interés de estos visitantes frecuentes. Los nuevos visitantes representan un segmento que puede atraer a más turistas internacionales interesados en actividades especializadas.

**Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Ofertas de actividades escalonadas para visitantes frecuentes como programa de fidelización o una serie de cursos continuos.
- Actividades exclusivas para nuevos visitantes que ofrezca experiencias introductorias. Adaptación de la oferta según frecuencia de visita y nacionalidad
- Retroalimentación para ajustar la oferta asegurando que estas evolucionen y se mantengan atractivas para quienes regresan.
- Estrategia de sostenibilidad y demanda continua

**Figura N° 6**

*Motivo de viaje según nacionalidad de turistas encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 6, los datos muestran que los principales motivos de visita a Jacó son playas (36.1%) y la naturaleza (15.3%), lo cual destaca su atractivo como destino natural. También se observa un porcentaje considerable de visitantes por negocios (16.7%) y para visitar familiares (11.1%). Aunque la mayoría de los turistas buscan disfrutar del entorno natural y de playa, hay segmentos interesados en actividades de trabajo y visitas familiares, especialmente entre costarricenses y estadounidenses.

Estos datos indican que Jacó tiene un perfil turístico mixto, atrayendo tanto a personas interesadas en experiencias recreativas (playas y naturaleza) como a aquellos con fines de negocios o visitas familiares. Esto implica que las actividades y ofertas en el destino deben ser diversas, adaptándose a las distintas razones de visita para captar y retener a estos distintos tipos de turistas.

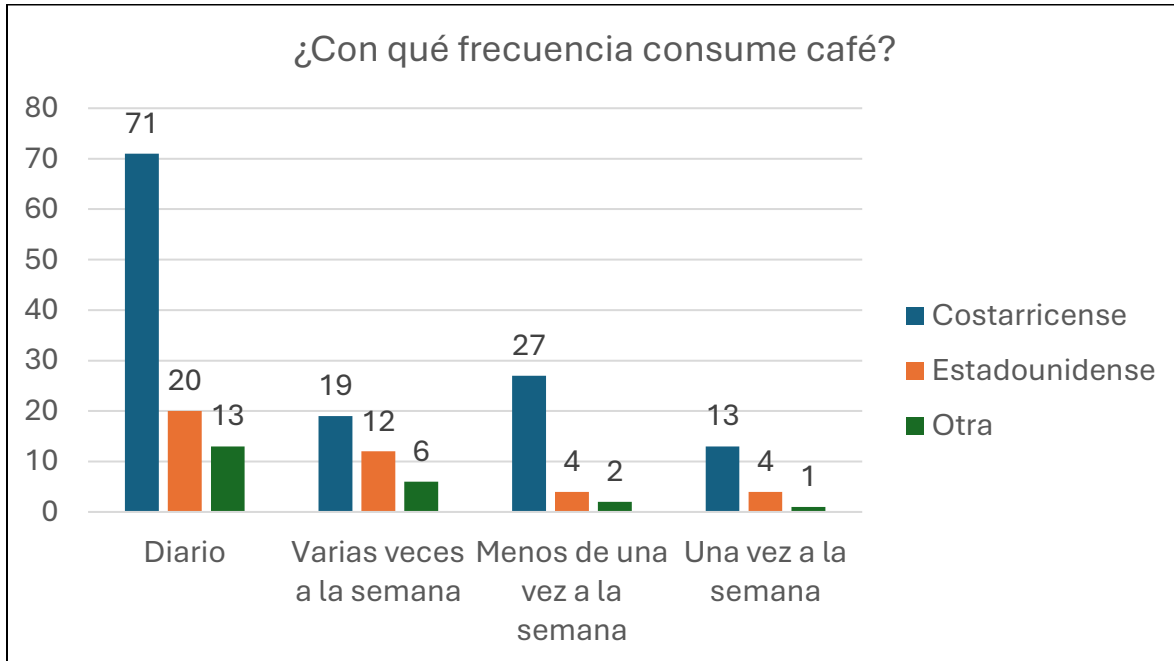
#### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Experiencias de barismo relajadas para visitantes recreativos como talleres de barismo de una sola sesión o degustaciones de café al aire libre.

- Actividades especiales para el segmento de negocios como paquetes de formación corporativa o sesiones privadas para grupos de negocios, como talleres de team-building centrados en el café.
- Ofertas para turistas como descuentos o promociones para grupos
- Promociones según perfil de visitante
- Adaptación de las actividades al perfil y motivo de visita

**Figura N° 7**

*Frecuencia en el consumo de café según nacionalidad de los encuestados  
independientemente del lugar de consumo*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

Según la figura N° , los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados consume café diariamente (54.2%), seguido por un 19.3% que lo consume varias veces a la semana. Esto indica una alta prevalencia de consumo regular, especialmente entre los costarricenses, quienes predominan en la categoría de consumo diario. Esta tendencia refleja una fuerte cultura de consumo de café en la región, principalmente entre los nacionales.

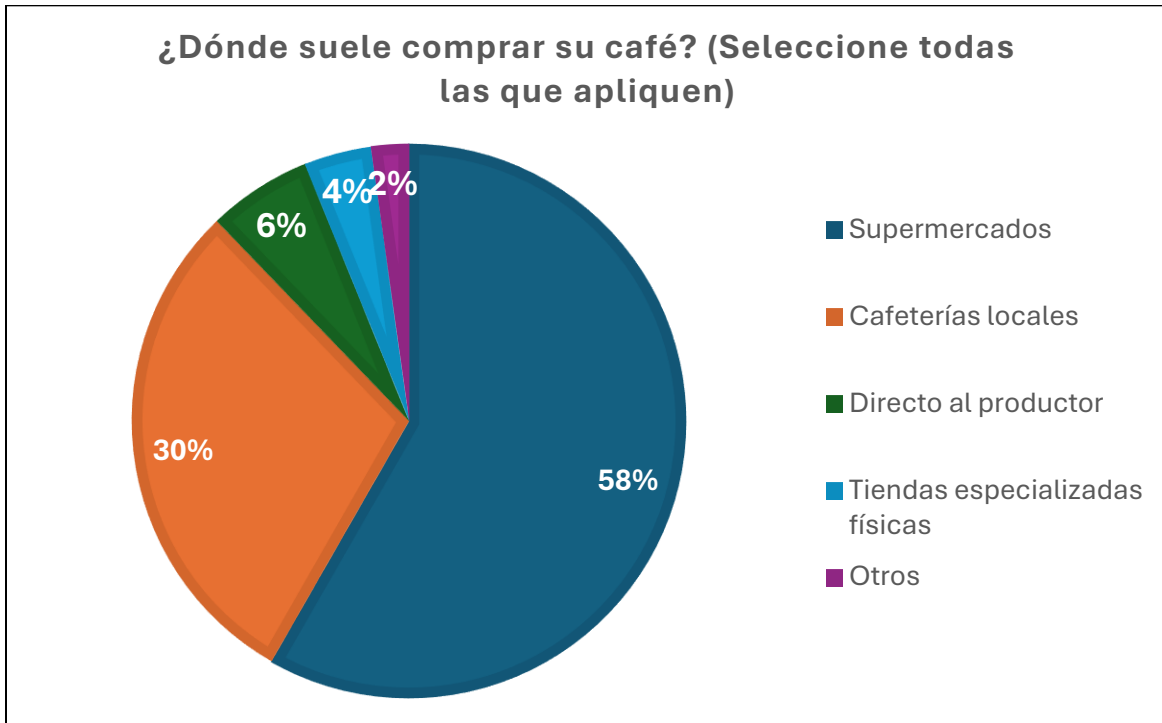
Los datos reflejan que existe una fuerte base de consumidores frecuentes de café, especialmente entre los locales. Esto significa que hay una demanda constante y estable para productos y experiencias relacionadas con el café. Para una cafetería escuela de barismo, estos datos indican que tanto los locales como los visitantes tienen un interés y disposición hacia el consumo de café, lo que puede facilitar la aceptación de cursos, talleres y degustaciones en el entorno de la cafetería.

**Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Ofrecer programas de fidelización y suscripciones para locales.
- Diseñar actividades que resalten la cultura cafetalera costarricense como talleres centrados en la historia del café en Costa Rica.
- Degustaciones y experiencias de café de especialidad.
- Paquetes y actividades especiales para turistas ocasionales que ofrezcan experiencias personalizadas de cata y talleres rápidos de barismo.
- Propuesta educativa sostenida con cursos continuos de barismo.

**Figura N° 8**

*Porcentajes según lugares de compra de café de los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

Según la figura N° 8, los resultados muestran que la mayoría de los encuestados compra su café en supermercados (58.3%), seguido por cafeterías locales (29.6%). Lo anterior sirve de evidencia que la conveniencia y accesibilidad son factores clave en la adquisición de café para la mayoría de los consumidores, ya que los supermercados suelen ser más accesibles y tener horarios amplios. Un grupo menor prefiere obtener su café directamente de los productores o en tiendas especializadas, lo cual podría estar relacionado con un mayor interés en la calidad y la experiencia de compra.

Estos datos indican que, aunque la mayoría de los consumidores opta por la compra de café en supermercados, existe un segmento considerable (29.6%) que prefiere adquirirlo en cafeterías locales, indicando preferencia por el café en un ambiente especializado. Este segmento representa una oportunidad para una cafetería escuela de barismo, ya que son consumidores que buscan algo más allá

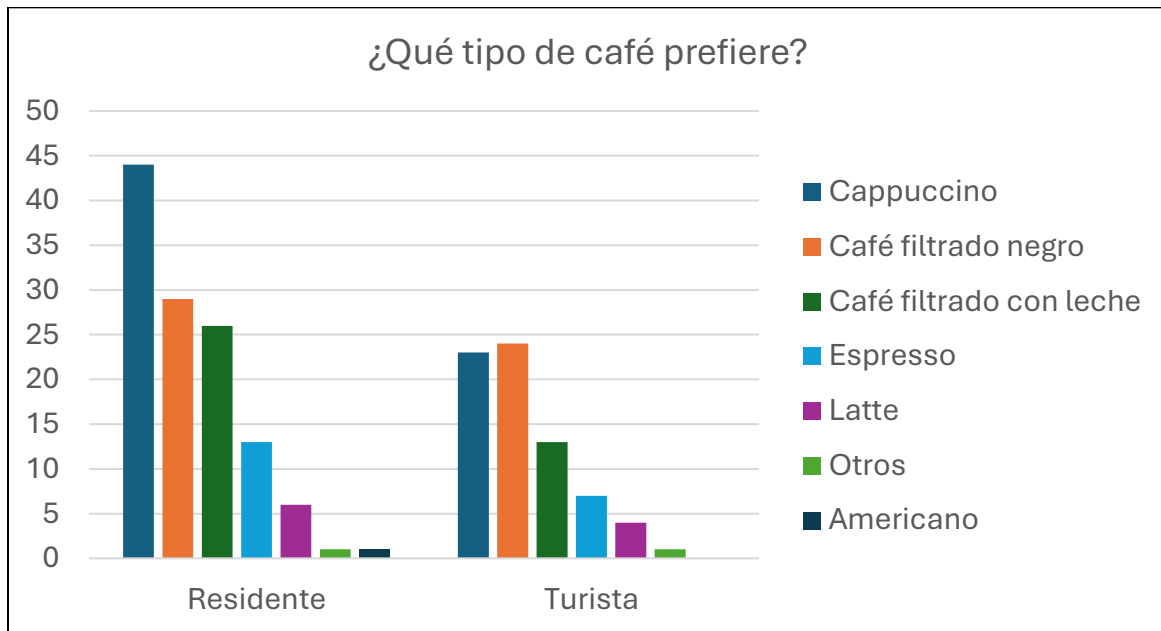
de la conveniencia y están dispuestos a pagar por una experiencia diferente y posiblemente de mayor calidad.

### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Crear un espacio que combine venta y educación de café de especialidad que ofrezca una experiencia educativa de compra
- Diferenciarse de los supermercados con un enfoque en la calidad, ofrecer café de alta calidad y ediciones limitadas
- Ofrecer talleres sobre cómo seleccionar café de especialidad y degustaciones comparativas que enseñen a los consumidores a diferenciar los tipos de café disponibles en el mercado.
- Incentivar la compra directa y la relación con productores organizando eventos de cata con caficultores o charlas sobre los procesos del café de especialidad.
- Desarrollar una tienda especializada dentro de la cafetería escuela

**Figura N° 9**

*Preferencias en consumo de bebidas a base de café según tipo de encuestado*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 9, los resultados muestran que el cappuccino (34.9%) es la bebida de café más popular, seguido del café filtrado negro (27.6%) y el café filtrado con leche (20.3%). Tanto residentes como turistas comparten una preferencia similar por estas bebidas, aunque los residentes muestran una inclinación ligeramente mayor hacia el cappuccino. Independientemente de la procedencia, las personas valoran tanto las bebidas clásicas como el café filtrado en diversas preparaciones.

Los datos indican que el perfil de cliente potencial de la cafetería escuela tiene una preferencia clara por una mezcla de bebidas de café de especialidad (como el cappuccino) y opciones más tradicionales (como el café filtrado). Esto significa que los consumidores valoran la diversidad en las preparaciones y están interesados en experimentar diferentes formas de disfrutar el café. Esta información es útil para crear una oferta variada y atractiva de bebidas en la cafetería escuela.

#### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

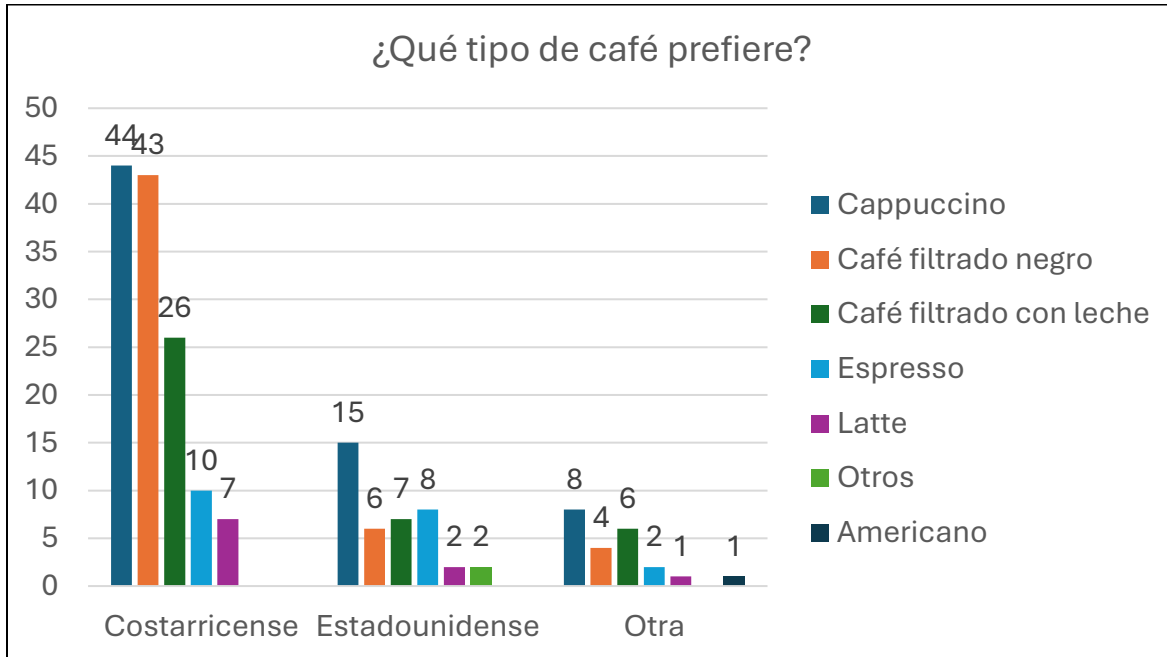
- Desarrollar un menú de bebidas variado que destaque las preparaciones preferidas Ofrecer talleres especializados en las bebidas

más populares como talleres de preparación de cappuccino y arte latte, talleres de métodos de filtrado.

- Crear una experiencia educativa de cata de cafés
- Promocionar bebidas y experiencias adecuado a las preferencias entre residentes y turistas.
- Desarrollar un programa de capacitación en bebidas clásicas y filtrados como parte de los cursos regulares de la cafetería escuela.

**Figura N° 10**

*Preferencias en consumo de bebidas a base de café según nacionalidad de los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 10, los resultados muestran que los costarricenses tienen una preferencia similar por el cappuccino (33.8%) y el café filtrado negro (33.1%), lo cual refleja una inclinación hacia métodos tradicionales y conocidos. Por otro lado, los estadounidenses y personas de otras nacionalidades también muestran interés en el café filtrado con leche y el espresso, por lo que estos grupos están abiertos a una mayor variedad de estilos de café y técnicas de preparación. Esto indica que, mientras los costarricenses prefieren métodos clásicos, los visitantes internacionales buscan experimentar con diferentes estilos.

Estos datos reflejan dos tipos de perfiles de consumidores:

- **Costarricenses:** Prefieren métodos tradicionales, valoran el sabor clásico del café en formas familiares como el café filtrado negro y el cappuccino.
- **Turistas internacionales:** Muestran mayor interés en estilos variados de preparación, como el espresso y el café filtrado con leche, lo que refleja una apertura a la exploración de diferentes tipos de café.

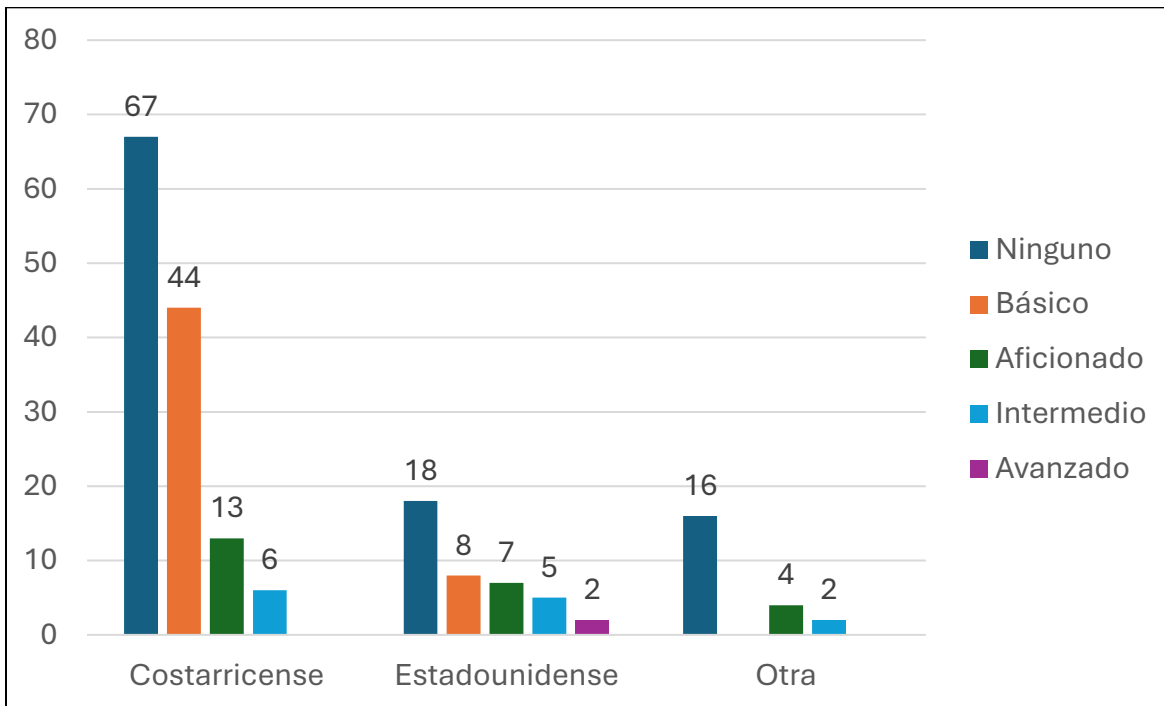
Esto significa que, para una cafetería escuela de barismo, es importante ofrecer tanto métodos tradicionales de preparación que atraigan a los costarricenses, como opciones variadas que respondan a las expectativas de los turistas.

### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Menú de bebidas que refleje tradiciones y novedades que refleje tanto la cultura local como las preferencias de los visitantes.
- Talleres de barismo orientados a distintos públicos por ejemplo talleres de café filtrado y cappuccino enfocados en técnicas tradicionales y populares entre los costarricenses y talleres de espresso y arte en leche o de métodos menos comunes en la región, como el café filtrado con leche, lo cual permite que los turistas experimenten con nuevas preparaciones.
- Catas de café temáticas que incluyan comparaciones entre métodos tradicionales y contemporáneos.
- Enfocar la publicidad según nacionalidad y preferencia
- Desarrollo de experiencias interactivas y personalizadas

**Figura N° 11**

*Nivel de conocimiento sobre barismo de los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 11, los resultados indican que la mayoría de los encuestados tiene un nivel nulo o básico de conocimiento en barismo (79.4%), con solo una pequeña proporción que alcanza niveles de conocimiento aficionado (12.5%), intermedio (6.8%) o avanzado (1%). La mayoría de los interesados en barismo están en una etapa inicial de aprendizaje y que, aunque hay un interés, los conocimientos técnicos son limitados en general.

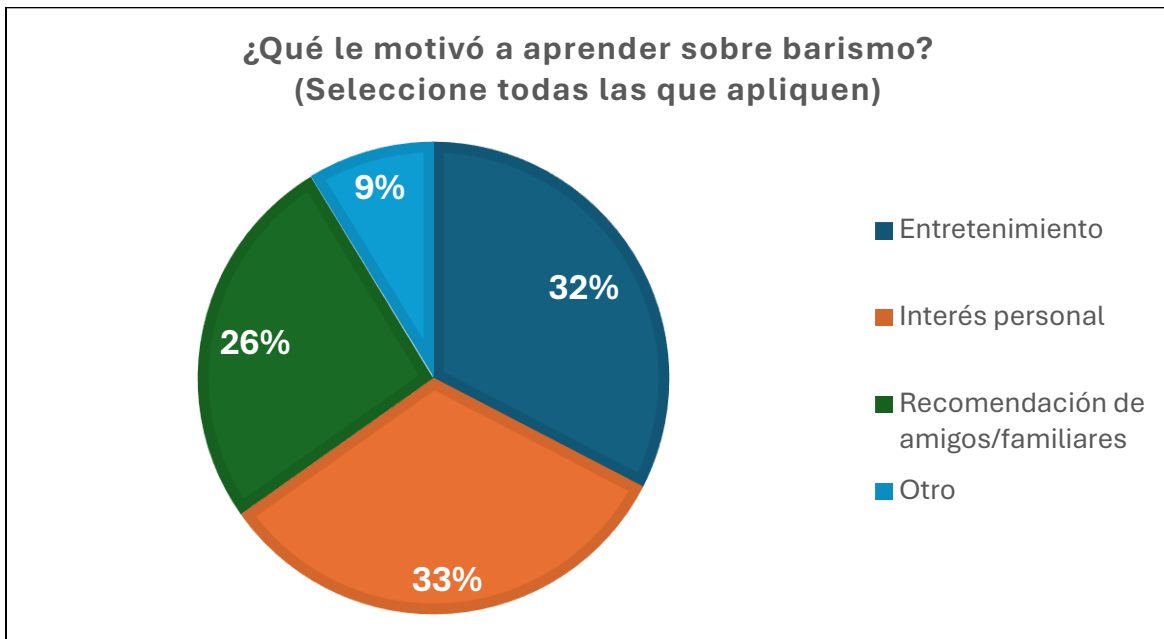
Estos datos muestran que existe un amplio segmento de personas que podrían beneficiarse de un aprendizaje estructurado y progresivo en barismo. Al estar en etapas iniciales, estos individuos estarían interesados en cursos de introducción y módulos básicos. La baja proporción de personas con conocimientos avanzados indica que una cafetería escuela de barismo podría enfocarse en acompañar a los estudiantes desde los niveles iniciales y básicos hasta niveles intermedios y avanzados, ofreciendo un camino de aprendizaje a largo plazo.

**Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Ofrecer una serie de cursos básicos de introducción al barismo para captar a la mayoría de los estudiantes.
- Motivar a los estudiantes en nivel básico a continuar su aprendizaje mediante un programa de incentivos por niveles de competencia
- Organizar eventos gratuitos o de bajo costo de introducción al barismo donde los estudiantes puedan probar técnicas básicas y conocer más sobre la cultura del café.

**Figura N° 12**

*Motivación para aprender sobre barismo de los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 12, los resultados muestran que las principales motivaciones para aprender sobre barismo son el entretenimiento (32.6%) y el interés personal (32.6%), seguidas de recomendaciones de amigos o familiares (26.1%). Posiblemente, las personas ven el barismo como una habilidad técnica y como una actividad recreativa y social, donde el aprendizaje se combina con la diversión y la satisfacción personal.

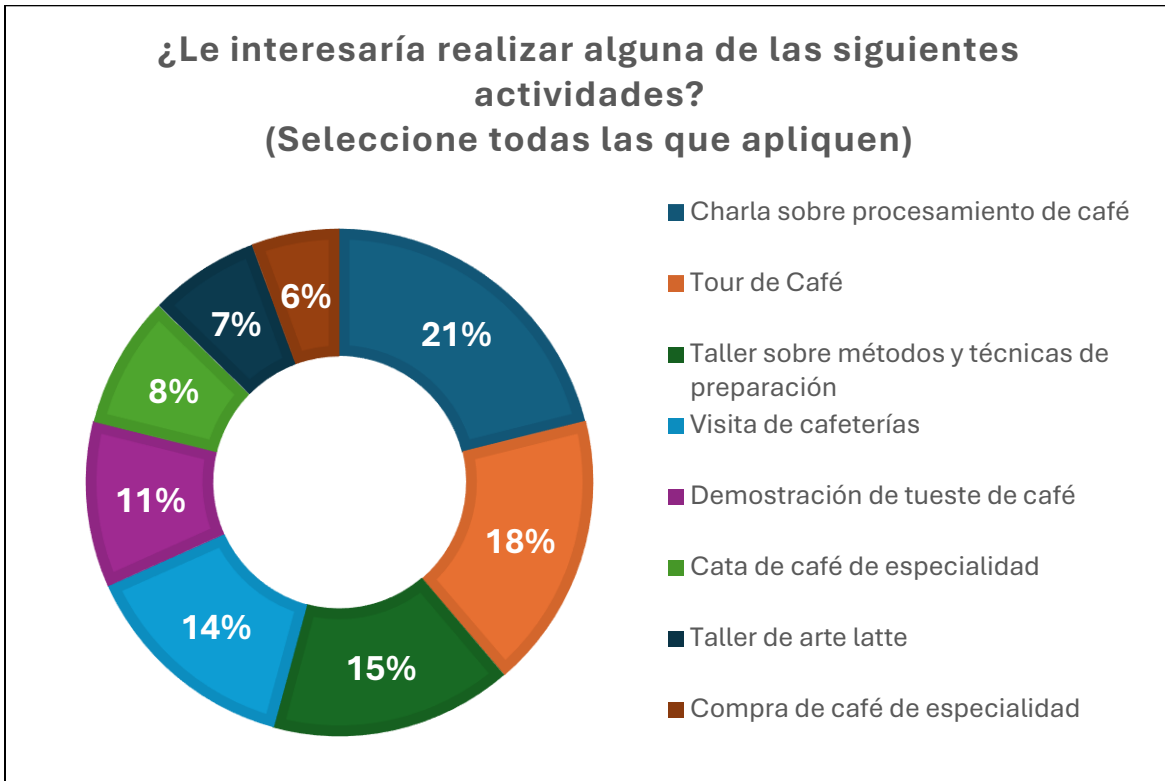
Los datos indican que el barismo es visto principalmente como una actividad recreativa y de desarrollo personal, con un aspecto social significativo. La poca diferencia entre los porcentajes de las motivaciones principales refleja que las personas se sienten igualmente atraídas por el barismo tanto por razones de entretenimiento como de interés personal, y también que las recomendaciones juegan un papel importante en generar este interés. Por lo tanto, un enfoque que combine estos aspectos recreativos, personales y sociales tendría éxito en atraer a nuevos estudiantes.

**Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Ofrecer experiencias recreativas y socialmente atractivas donde los participantes puedan aprender técnicas básicas mientras socializan.
- Promocionar el barismo como una actividad social y de desarrollo personal incluir descuentos para grupos de amigos o familiares.
- Diseñar actividades de barismo personalizadas y atractivas para quienes buscan entretenimiento
- Incorporar opciones de aprendizaje progresivo con sesiones sociales por medio de cursos modulares
- Organizar eventos de networking o sesiones de práctica abierta donde los estudiantes de todos los niveles puedan interactuar y practicar en un ambiente social.
- La poca diferencia en las motivaciones indica que una propuesta flexible sería beneficiosa. Ofrecer una variedad de programas, desde cursos cortos para quienes buscan una actividad de entretenimiento hasta cursos más profundos para quienes tienen un interés personal serio en el barismo, permitirá cubrir todos los tipos de interés.
- Estimular el boca a boca mediante programas de referidos

**Figura N° 13**

*Preferencia de actividades relacionadas al café de los turistas encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 13, los resultados muestran que las actividades preferidas de los turistas en relación con el café incluyen charlas sobre el procesamiento del café (21.1%) y tours de café (17.6%), seguidas de talleres de métodos y técnicas de preparación (15.5%) y visitas a cafeterías (14.1%). Esto indica que los turistas están interesados en el producto final y en comprender el proceso completo del café, desde el cultivo y procesamiento hasta la preparación y degustación.

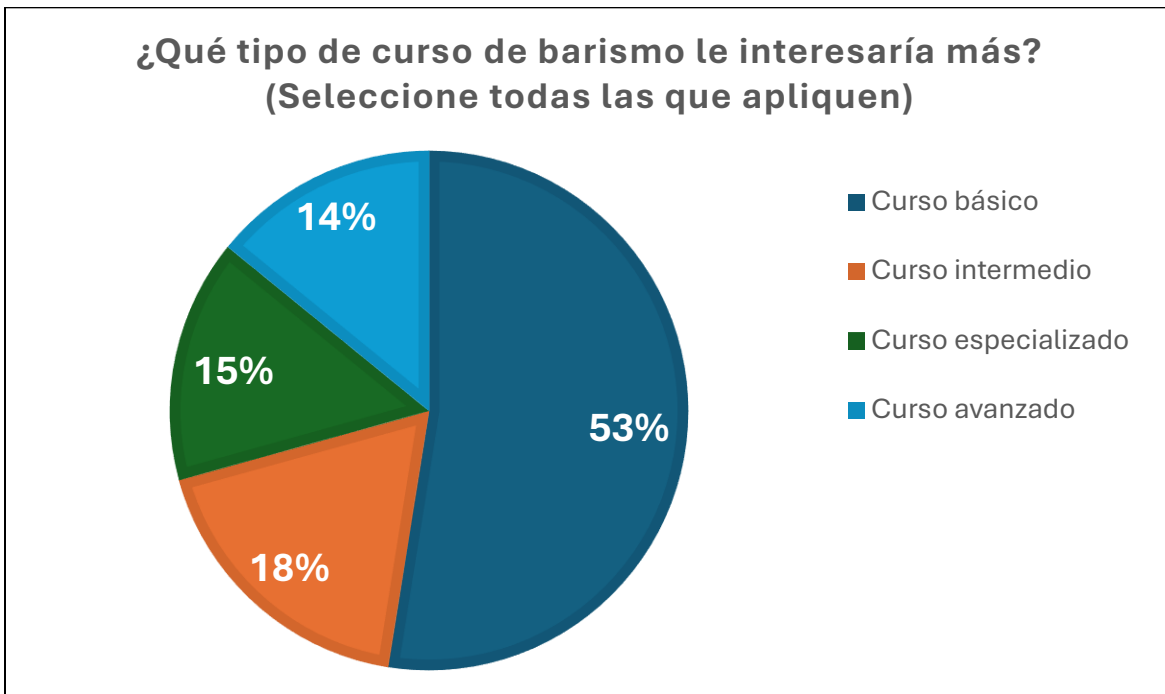
Los datos demuestran que los turistas desean disfrutar de una taza de café, entender su origen, el proceso que lo lleva a ser un café de especialidad, y aprender técnicas para preparar y disfrutar el café por sí mismos. Este interés en el conocimiento profundo y experiencial del café representa una oportunidad para crear actividades educativas que enseñen y a la vez que brinden una experiencia cultural relacionada con el café.

**Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Ofrecer charlas y talleres sobre el procesamiento del café
- Organizar tours de café y experiencias en alianza con cafetaleros
- Ofrecer versiones de tours más breves en la misma cafetería, como demostraciones de tostado o explicaciones interactivas sobre el café de especialidad.
- Ofrecer talleres prácticos en métodos de preparación
- Promover visitas guiadas a la cafetería con degustaciones
- Ofrecer paquetes que combinen múltiples actividades, como una charla sobre procesamiento seguida de un taller de preparación o un tour de café que finalice con una degustación en la cafetería.
- Durante temporadas altas, ofrecer más tours y charlas, mientras que en temporada baja, enfocarse en talleres y experiencias prácticas

**Figura N° 14**

*Tipo de cursos de barismo según preferencia de residentes encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 14, los datos muestran que la mayoría de los residentes encuestados prefieren cursos básicos de barismo (52.5%), mientras que un menor porcentaje se interesa en niveles intermedios (18.2%), especializados (15.2%) y avanzados (14.1%). Por lo tanto existe un interés predominante en aprender las bases del barismo, con un enfoque en conocimientos y habilidades iniciales que permitan una introducción práctica a este campo.

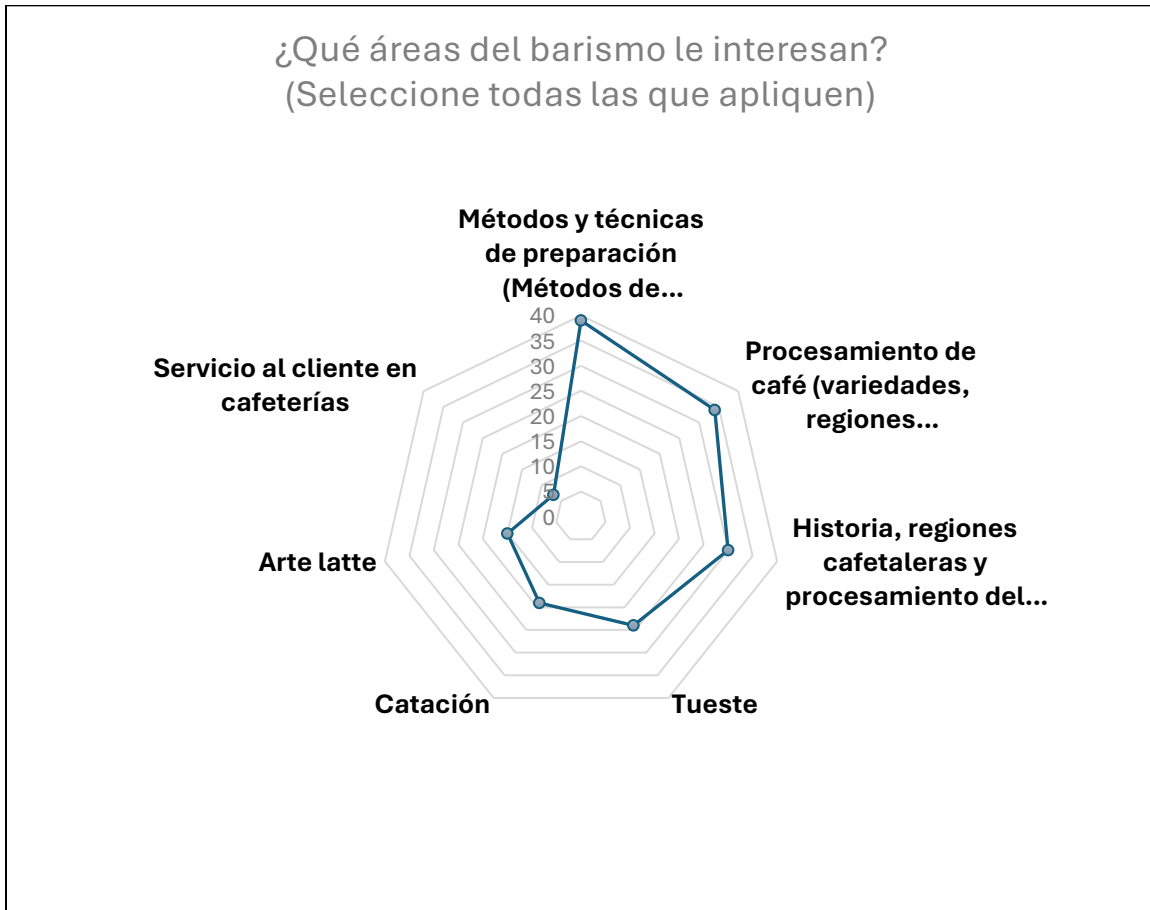
Estos datos indican que hay una demanda sólida por cursos de barismo a nivel inicial, lo cual representa una oportunidad para captar a aquellos interesados en aprender desde cero. La distribución en las preferencias también muestra que existe un grupo interesado en niveles más avanzados y especializados, lo cual podría aprovecharse para ofrecer una estructura progresiva de cursos. En otras palabras, el mercado de residentes tiene un interés básico inicial, pero también demanda oportunidades de profundización para quienes deseen avanzar en los conocimientos.

## **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Comenzar con una oferta sólida de cursos de introducción al barismo que cubran los fundamentos
- Ofrecer una ruta de aprendizaje progresiva en la que los estudiantes puedan avanzar a niveles intermedios, especializados y finalmente avanzados
- Diseñar contenido atractivo y fácil de seguir para cursos básicos que facilite la entrada de principiantes al mundo del barismo.
- Resaltar en la promoción la importancia de tener una buena base de conocimientos en barismo.
- Ofrecer paquetes o membresías que incluyan el curso básico y, opcionalmente, niveles intermedios y avanzados con descuentos especiales.
- Una estructura de cursos que permita un flujo constante de estudiantes a lo largo del tiempo.

**Figura N° 15**

*Preferencia sobre temas relacionados al barismo de los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 15, los datos indican que los temas de mayor interés entre los encuestados son métodos y técnicas de preparación (23.2%), seguidos del procesamiento de café (20.2%) y la historia y regiones cafetaleras (17.9%). Esto refleja una inclinación hacia temas prácticos, como las técnicas de preparación, junto con un interés significativo en entender el origen y proceso de producción del café, desde su origen hasta su preparación final.

Estos datos podrían indicar que los estudiantes buscan capacitación en técnicas de preparación para un entendimiento integral de los antecedentes y procesos del café. Este interés en conocimientos prácticos y culturales indica que un programa educativo debe cubrir tanto las habilidades de preparación como la

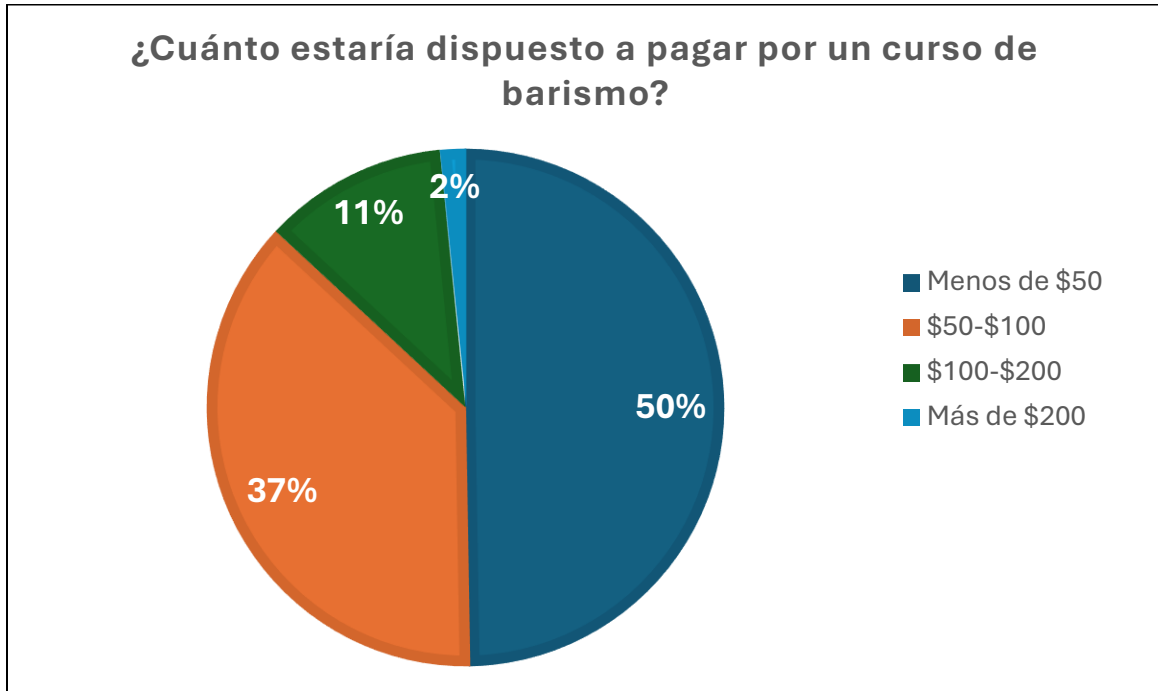
historia y el viaje del café, lo cual enriquecería la experiencia de aprendizaje y permitiría a los estudiantes conectar mejor con la esencia del café de especialidad.

### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Desarrollar un plan de estudios que combine teoría y práctica
- Incorporar módulos que aborden el procesamiento del café y la historia de las regiones cafetaleras.
- Organizar talleres específicos para cada área de interés o sea talleres independientes o sesiones breves que se enfoquen exclusivamente en temas específicos
- Enriquecer la experiencia de aprendizaje con elementos culturales
- Incorporar degustaciones temáticas en los cursos que permitan a los estudiantes probar cafés de diferentes regiones o cafés procesados de diferentes maneras.
- Promover los cursos resaltando su valor práctico y cultural

**Figura N° 16**

*Rango de precios a pagar por actividades formativas relacionadas al barismo a los que están dispuestos los encuestados*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

Según la figura N° 16, la mayoría de los encuestados prefiere gastar menos de \$50 en actividades formativas relacionadas con el café (49.7%), seguido por un grupo considerable que está dispuesto a pagar entre \$50 y \$100 (37.2%). Por lo tanto se puede inferir que el interés por actividades de barismo es moderado en términos de inversión, con una mayoría que opta por un rango de precios accesible y un grupo dispuesto a pagar más por experiencias formativas, aunque todavía dentro de un límite medio.

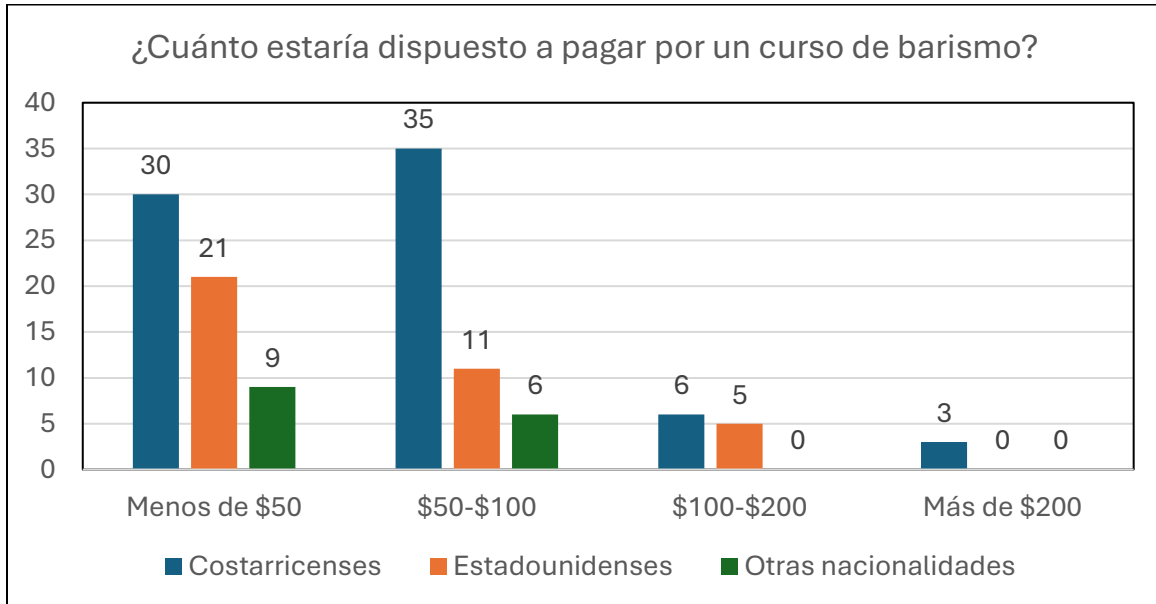
Estos datos reflejan una sensibilidad al precio en el mercado de actividades formativas relacionadas con el barismo. La mayoría de los clientes potenciales probablemente ve estas actividades como experiencias de bajo costo que deben ser accesibles. Esto indica que, para captar una mayor cantidad de participantes, las actividades deben tener precios asequibles, especialmente para aquellos que desean iniciarse en el barismo sin hacer una gran inversión.

## **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Diseñar cursos básicos a precios accesibles (menos de \$50), que incluyan contenido esencial sobre el barismo y permitan a los interesados aprender habilidades básicas sin un compromiso financiero elevado.
- Crear paquetes y talleres asequibles por temática como talleres cortos y específicos sobre temas populares.
- Para los encuestados dispuestos a gastar entre \$50 y \$100, se puede diseñar un programa de membresía o paquetes de cursos que cubran varios temas.
- Promociones y descuentos para incentivar el acceso a niveles superiores
- Crear actividades grupales o en formato de eventos de bajo costo como sesiones de degustación o talleres básicos de café, a precios accesibles.
- Incluir opciones de financiamiento, becas, opciones de pago flexibles,

**Figura N° 17**

*Rango de precios a pagar por actividades formativas relacionadas al barismo a los que están dispuestos los encuestados según nacionalidad*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 17, los datos muestran que la mayoría de los costarricenses y personas de otras nacionalidades prefieren gastar menos de \$50 en actividades formativas relacionadas con el barismo. En cambio, los estadounidenses presentan una mayor disposición a gastar entre \$50 y \$100. Un pequeño grupo de costarricenses estaría dispuesto a gastar más de \$200, pero este grupo es reducido. Por lo tanto, hay una limitación en la percepción del valor de las actividades de barismo, especialmente entre los costarricenses, que parecen ver el barismo como una actividad de bajo costo.

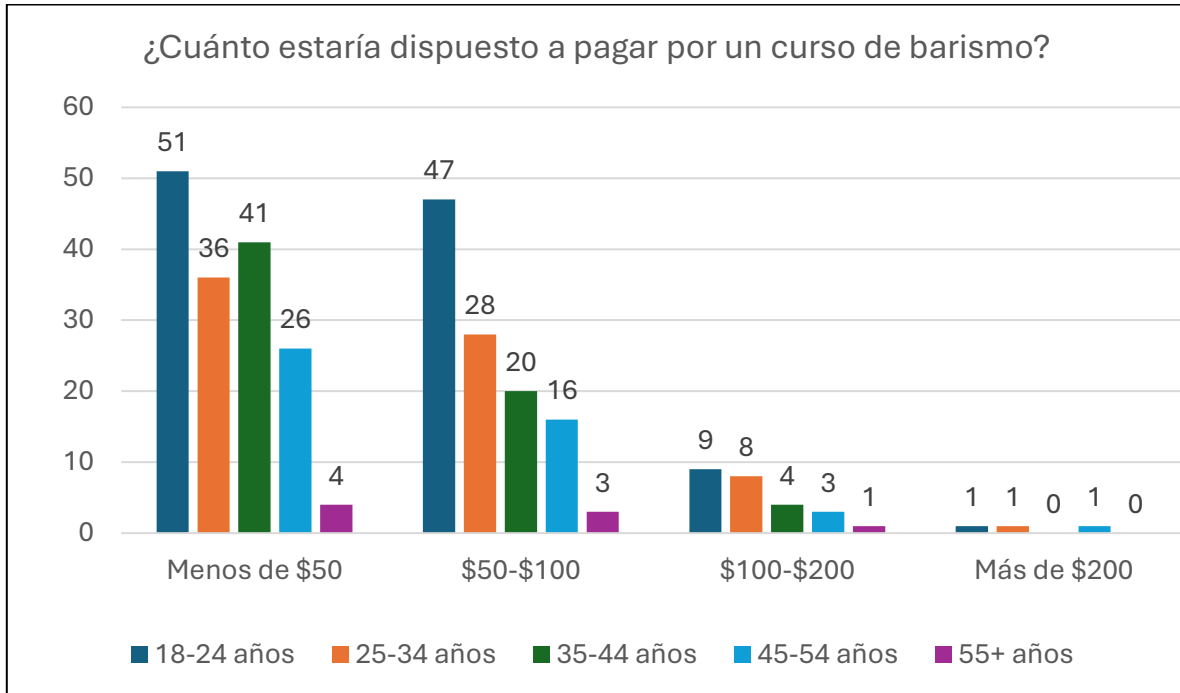
Estos datos reflejan que hay una percepción limitada del valor real de un curso de barismo profesional, especialmente entre los costarricenses. Esto representa un reto para comunicar adecuadamente el valor de la formación en barismo y justificar precios que reflejen el costo real y la calidad de los cursos. Por lo tanto, existe una oportunidad para trabajar en educar a los consumidores sobre la importancia del contenido de los cursos de barismo.

**Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Ofrecer sesiones informativas o charlas gratuitas que expliquen en qué consiste la formación en barismo, destacando el tiempo, el esfuerzo, y el nivel de especialización que implica.
- Crear campañas que resalten los beneficios de aprender barismo de manera profesional, como la oportunidad de adquirir una habilidad valiosa, mejorar la calidad del café que consumen, o incluso desarrollar una carrera en la industria del café.
- Estructurar los cursos de forma modular, con un curso introductorio de bajo costo y cursos avanzados con un costo mayor.
- Destacar el retorno de la inversión en habilidades
- Compartir testimonios de estudiantes que han completado cursos avanzados y cómo el aprendizaje en barismo ha influido positivamente en su vida o carrera.
- Proporcionar una clase de muestra o un evento demostrativo de técnicas avanzadas para que los estudiantes de cursos básicos vean en acción las habilidades que pueden adquirir en los cursos de mayor costo.

**Figura N° 18**

*Rango de precios a pagar por actividades formativas relacionadas al barismo a los que están dispuestos los encuestados según edad*



**Fuente:** Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En la figura N° 18, los datos muestran que la mayoría de los participantes en todos los grupos de edad prefieren gastar menos de \$50 en actividades de barismo, especialmente en los grupos de 18-24 y 25-34 años. Sin embargo, los grupos de 25-34 y 35-44 años presentan una mayor disposición a pagar entre \$50 y \$100, y un pequeño porcentaje en el grupo de 45-54 años estaría dispuesto a gastar más de \$200. Esto indica que la sensibilidad al precio disminuye ligeramente en los grupos de mayor edad, aunque el interés general sigue siendo en rangos de precios bajos o medios.

Estos datos indican que los consumidores perciben las actividades de barismo más como una actividad recreativa que profesional, lo que limita su disposición a pagar precios más altos. Además, existe una sensibilidad al precio que varía con la edad, lo que implica que las estrategias de precios deben adaptarse para atraer a los diferentes grupos etarios. Por lo tanto, es necesario educar al

público sobre el valor real de una formación en barismo para que estén dispuestos a considerar inversiones mayores en su aprendizaje.

### **Líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos**

- Organizar sesiones informativas gratuitas o charlas introductorias
- Enfoque de marketing según grupo de edad
- Incentivos de progresión y certificación creando una ruta de aprendizaje certificada Promociones de cursos avanzados para grupos de mayor edad
- Ofrecer paquetes exclusivos que incluyan una experiencia inmersiva en barismo, como cursos intensivos de varios días, con talleres de arte latte, cata de cafés de especialidad y clases personalizadas en métodos avanzados de preparación.

El análisis de los datos obtenidos permite observar una oportunidad significativa para desarrollar una cafetería escuela de barismo que responda a las necesidades y expectativas de distintos perfiles de consumidores. La preferencia general por cursos básicos y precios accesibles indica que muchos encuestados perciben el barismo como una actividad recreativa, más que como una habilidad profesional. Es necesario por tanto, una estrategia de educación gradual, que comience con cursos introductorios asequibles y progresivamente integre módulos avanzados que justifiquen una inversión mayor.

La disposición de los turistas, en particular los estadounidenses, a gastar un poco más en experiencias culturales también resalta el valor de ofrecer actividades de valor relacionadas con la historia, el procesamiento y la preparación del café costarricense. Además, la sensibilidad al precio en los grupos de menor edad y entre los residentes costarricenses hace importante estructurar un sistema de precios flexible, que permita captar el interés inicial con opciones económicas mientras se educa al público sobre el valor a largo plazo de la formación en barismo.

Estos datos sirven de fundamentación para diseñar el modelo de negocio para una cafetería escuela de barismo, que responda a las expectativas del mercado mediante una oferta de aprendizaje progresivo y adaptado a las necesidades económicas y motivacionales de distintos públicos.

## **4.2 Análisis FODA para un modelo de negocio Cafetería-Escuela de Barismo en la zona turística de Jaco, Garabito**

En el presente apartado se realizará un análisis FODA que en el contexto de una cafetería-escuela de barismo en la zona turística de Jacó, Garabito, permitirá evaluar de manera integral los factores internos y externos que impactan en la viabilidad y el éxito del proyecto. A través de este análisis, se podrá entender mejor el entorno del negocio, identificar ventajas competitivas y detectar áreas de mejora que ayuden a maximizar las oportunidades y mitigar los riesgos.

### **4.2.1 Contextualización**

En este apartado se detallará la situación económica, social y cultural del café de especialidad en Costa Rica y su relación con el turismo en Jaco, con el fin de contextualizar el análisis FODA que se realizará posteriormente, de manera que se entienda las características que servirán de base para el mismo.

Costa Rica, reconocido mundialmente por su producción de café de alta calidad, ha experimentado en las últimas décadas una transición importante hacia el café de especialidad. Este tipo de café representa un valor económico significativo para el país y es un componente cultural en la sociedad nacional. En este contexto, el café de especialidad ha pasado a ser mucho más que un producto de exportación; es una experiencia que atrae a turistas de todo el mundo y conecta al visitante con la historia y la cultura del país.

En términos económicos, el café de especialidad costarricense ha sido una herramienta clave para la diversificación y sostenibilidad de las fincas, ya que genera mayores ingresos en comparación con el café convencional. Los microbeneficios y productores dedicados a la creación de microlotes han logrado posicionarse en un nicho exclusivo donde la calidad, los métodos de beneficiado innovadores y las prácticas sostenibles son el centro de la oferta. Este enfoque ha permitido que muchos productores obtengan reconocimiento internacional y acceso a mercados premium. El Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE) ha jugado un papel fundamental en la promoción de estos estándares de calidad, lo que ha permitido que el café costarricense sea sinónimo de excelencia a nivel mundial.

En el plano social, la cultura del café en Costa Rica representa una identidad compartida. Las familias cafetaleras, algunas con generaciones de experiencia, son las guardianas de este conocimiento y han sido parte integral del desarrollo rural en zonas productoras como Tarrazú, Valle Central y la región de Turrialba. Sin embargo, el auge del café de especialidad ha abierto nuevas oportunidades para las familias que producen el café y para una generación de jóvenes interesados en el barismo y en el desarrollo de habilidades técnicas relacionadas con el café. Este fenómeno ha promovido la creación de escuelas de barismo, talleres de cata y eventos que celebran la cultura cafetalera, lo cual refuerza la conexión entre el café y la sociedad costarricense.

Desde una perspectiva cultural, el café de especialidad representa una nueva forma de consumo, donde el sabor, la procedencia y el método de preparación se valoran profundamente. Los consumidores en Costa Rica y el extranjero están cada vez más interesados en conocer los procesos detrás de la taza que consumen, lo que ha llevado a un aprecio por métodos de beneficiado sostenibles como el natural, el honey y el lavado, técnicas que resaltan los perfiles de sabor únicos de cada región. Esta cultura cafetalera se ha expandido en zonas turísticas, especialmente en lugares como Jacó, donde el interés de los visitantes por experiencias de valor se alinea con la oferta de cafés de especialidad. Jacó, siendo un destino con una alta afluencia de turistas internacionales y locales, ha comenzado a integrar el café de especialidad en su oferta turística, promoviendo actividades que combinan degustaciones, catas y talleres que permiten a los turistas acercarse a esta cultura.

El turismo en Jacó, caracterizado por un enfoque en actividades de aventura, naturaleza y vida nocturna, ha evolucionado para incluir experiencias gastronómicas y culturales como parte de la oferta. La integración del café de especialidad en la oferta turística de Jacó brinda una oportunidad de diversificación al atraer a un perfil de visitante que busca algo más allá de las playas y la vida nocturna. La posibilidad de experimentar la historia y el proceso de producción del café costarricense mediante actividades prácticas en una cafetería-escuela ofrece un atractivo adicional, haciendo de Jacó un destino que satisface tanto a los amantes de la aventura como a los entusiastas del café.

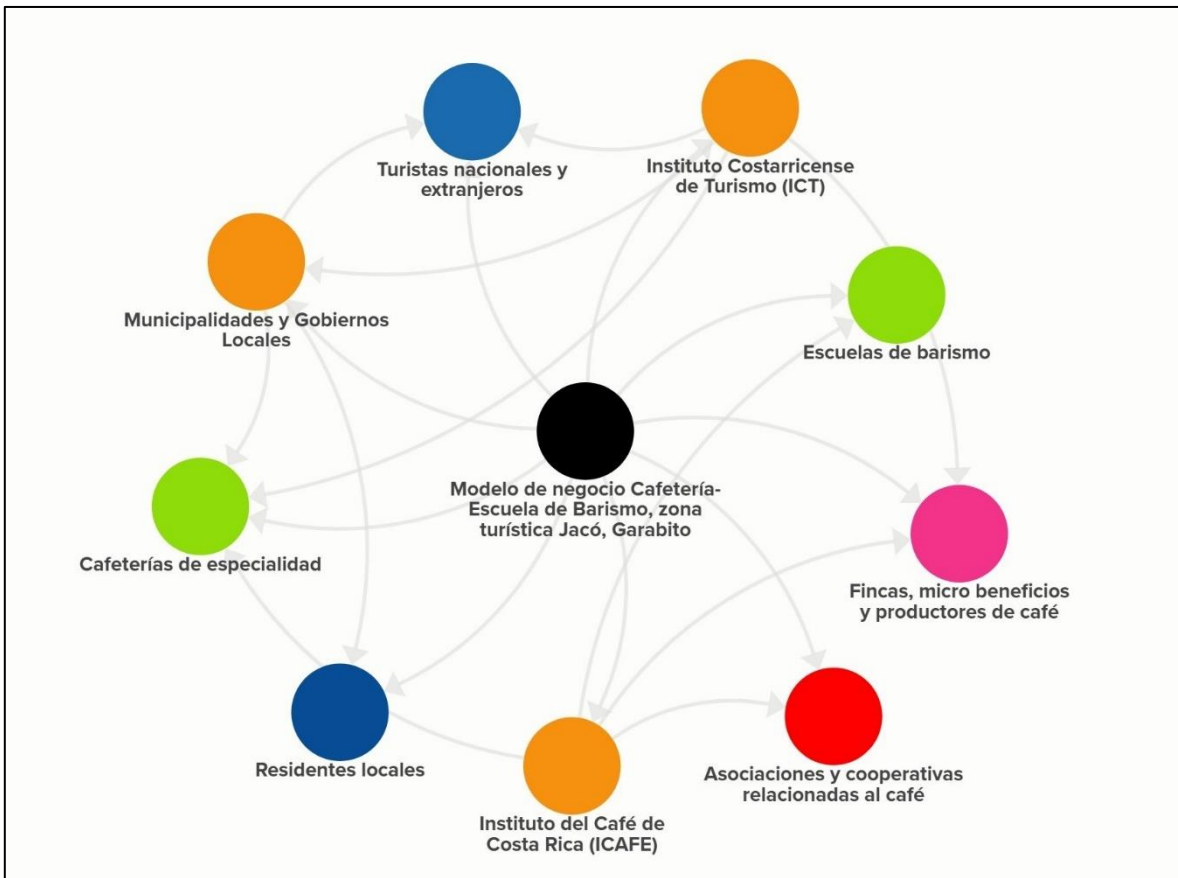
Por lo tanto es evidente cómo el café de especialidad y el turismo pueden fusionarse para ofrecer una experiencia diferenciada a los visitantes. Esta integración fomenta el turismo cultural y gastronómico y fortalece la identidad cafetalera del país y apoya a los productores locales mediante la creación de una cadena de valor que conecta a los turistas con el origen de este producto emblemático de Costa Rica.

#### **4.2.2 Actores clave**

La industria del café de especialidad involucra a múltiples actores que trabajan de manera interrelacionada para fortalecer su desarrollo y su impacto en el turismo, especialmente en destinos como Jacó. Los productores de café representan el primer eslabón en esta cadena, encargándose de cultivar variedades especiales y de aplicar métodos de beneficiado que aseguren calidad y sostenibilidad.

#### **Figura N° 19**

*Encadenamiento productivo de la Cafetería-Escuela de Barismo*



**Fuente:** Elaboración propia

En la figura N° 19, se ilustran las relaciones de encadenamientos entre diferentes actores relacionados al modelo de negocio propuesto. Por ejemplo, los productores, muchos de ellos organizados en cooperativas o pequeñas fincas familiares, generan ingresos mediante la venta de café y diversifican su oferta mediante experiencias de agroturismo, ofreciendo a los visitantes la posibilidad de conocer de primera mano el proceso de cultivo y producción del café costarricense.

Los dueños de cafeterías son actores clave en la promoción y comercialización del café de especialidad. En zonas turísticas como Jacó, las cafeterías han adoptado un enfoque educativo que incluye catas, talleres de barismo y demostraciones de métodos de extracción, acercando a los turistas y locales a la cultura del café. Estos establecimientos destacan el valor de la procedencia y colaboran frecuentemente con productores locales para ofrecer una experiencia completa y diferenciada, fortaleciendo la identidad cultural del café costarricense.

Los turistas, por su parte, desempeñan un rol fundamental en la demanda de café de especialidad y las experiencias asociadas. Muchos visitantes buscan disfrutar del café y comprender su proceso de producción y la historia detrás de cada taza. Este perfil de turista, interesado en la cultura local, representa una oportunidad económica para los actores involucrados, ya que están dispuestos a pagar por experiencias diferenciadas y de alta calidad, tales como visitas a fincas, talleres de cata y demostraciones de barismo.

Los organismos gubernamentales, como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE), juegan un rol esencial en la regulación, promoción y desarrollo de esta industria. El ICT fomenta el turismo cultural y gastronómico, integrando el café como una parte fundamental de la oferta turística de Costa Rica, mientras que el ICAFE regula la calidad del café en el país y brinda apoyo técnico a los productores, promoviendo estándares de sostenibilidad y excelencia que aseguren la reputación del café costarricense en el ámbito internacional.

Por su parte, las asociaciones de café y turismo, como la Cámara de Tostadores y diversas cooperativas, sirven de puente entre productores, cafeterías y organismos gubernamentales. Estas asociaciones impulsan políticas que favorecen el desarrollo sostenible del café de especialidad y crean alianzas estratégicas para incluir experiencias de café en la oferta turística. Además, organizan eventos y ferias que promueven la calidad del café, generando visibilidad para los productores locales y contribuyendo a la construcción de una imagen sólida de Costa Rica como destino de café de especialidad.

La dinámica del sistema de encadenamiento radica en la colaboración para posicionar al café costarricense como un producto de alta calidad y una experiencia cultural y turística. La interconexión de esfuerzos fortalece la industria cafetalera, fomenta el turismo cultural y contribuye al desarrollo económico de comunidades locales, haciendo del café de especialidad un elemento emblemático y enriquecedor de la identidad costarricense en el contexto global.

### 4.2.3 Análisis interno

En este apartado se van a identificar ventajas competitivas de la región y del sector del café de especialidad además se reconocerán limitaciones y áreas de mejora para la implementación de un modelo de negocio cafetería-escuela de barismo. En el cuadro N° 23, se detallan las fortalezas y debilidades identificadas a partir del análisis de datos:

**Cuadro N° 23**

*Análisis interno para la cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Experiencia en temas de barismo</li><li>- Productos de especialidad</li><li>- Enfoque en formación integral y profesionalización</li><li>- Relación entre turismo y cultura del café</li><li>- Innovación y equipamiento adecuado</li><li>- Demanda de aprendizaje en barismo</li><li>- Percepción del barismo como actividad recreativa y social</li><li>- Disposición de experiencias atractivas para turistas y locales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Retención de personal capacitado</li><li>- Dependencia de la temporada turística</li><li>- Sensibilidad al precio en residentes y grupos jóvenes</li><li>- Percepción limitada del barismo como actividad profesional</li><li>- Dependencia de turistas para experiencias inmersivas</li></ul>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.3.1 Fortalezas:

La cafetería-escuela de barismo contaría con una serie de fortalezas clave para ser un modelo diferenciado que le brinden un respaldo competitivo importante. En primer lugar, el proyecto contaría con el apoyo de expertos con una amplia trayectoria en el sector cafetalero costarricense, lo cual garantizaría que la oferta educativa en barismo sea de alta calidad y profesionalismo. La credibilidad y el establecimiento de vínculos con instituciones reconocidas, como el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE) y la Cámara de Tostadores, sería una prioridad para que los

programas sean atractivos tanto para estudiantes locales como para turistas interesados en la cultura cafetalera.

El auge del café de especialidad y de métodos de beneficiado sostenibles y únicos sugiere un mercado en expansión. Este crecimiento, potenciado por el interés de turistas y locales por experiencias de valor, favorece a la cafetería-escuela al ofrecer un producto diferenciado.

Una educación completa, que capacite en habilidades técnicas, en aspectos como el dominio del inglés y el servicio al cliente, garantiza que los futuros baristas estén bien preparados para un mercado competitivo y exigente, incrementando su empleabilidad.

La ubicación estratégica en Jacó permite aprovechar la afluencia de turistas en búsqueda de experiencias culturales y gastronómicas, atrayendo un segmento que valora el café y su historia. Esta integración refuerza la proyección de la marca y la fidelización de visitantes.

La disposición a implementar métodos de preparación innovadores (café frío, filtrados especiales) y un equipo especializado aseguran una experiencia diferenciada a los clientes. Este enfoque eleva la calidad del producto y el valor educativo de la oferta.

La atracción de jóvenes (18-34 años) hacia el aprendizaje en barismo, con un interés particular en cursos básicos, proporciona una sólida base de potenciales estudiantes y asegura una tener clientes de manera recurrente y diversificada.

La concepción del barismo como una actividad recreativa facilita la creación de un ambiente educativo y ameno, adecuado tanto para el aprendizaje formal como para la diversión, lo cual apela tanto a turistas como a residentes.

La preferencia de turistas extranjeros, en especial de estadounidenses, por experiencias de café de especialidad presenta una oportunidad para desarrollar paquetes exclusivos y de mayor valor.

#### **4.2.3.2 Debilidades:**

La alta rotación de personal en una zona turística implica un desafío en mantener un equipo estable. La falta de continuidad en el personal podría afectar la consistencia en la experiencia y calidad del servicio.

La fluctuación de la demanda en Jacó, según la época del año, representa un reto para mantener ingresos constantes, requiriendo planificación y adaptación en períodos de menor afluencia.

Aunque existe interés en el barismo, la mayoría de los encuestados tiene una disposición limitada a gastar más de \$50 en actividades, lo que podría dificultar el desarrollo de cursos avanzados a precios justos.

La tendencia a considerar el barismo como un pasatiempo podría limitar el interés en cursos avanzados, requiriendo estrategias de comunicación para destacar su valor profesional.

Las actividades relacionadas al café de especialidad dependen en gran medida del turismo, especialmente de turistas estadounidenses. Cualquier cambio en el flujo turístico puede representar una amenaza.

La preferencia de los consumidores por adquirir café en supermercados sugiere que la cafetería debe diferenciarse fuertemente para captar a quienes buscan calidad.

#### **4.2.4 Análisis externo:**

En este apartado se pretende detectar tendencias positivas y nichos de mercado que podrían ser aprovechados así como evaluar factores externos que podrían afectar negativamente la ejecución de un modelo de negocio como el de la presente investigación. En el cuadro N° 24, se detallan las oportunidades y amenazas identificadas a partir del análisis de datos:

#### **Cuadro N° 24**

*Análisis externo para la cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito*

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
----------------------	-----------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>-Interés creciente en el café de especialidad y el barismo</li> <li>-Promoción del café costarricense como producto de especialidad</li> <li>-Integración de redes sociales y marketing digital</li> <li>-Programas de fidelización para residentes</li> <li>-Segmentación de actividades según duración de estadía de los turistas</li> <li>-Alianzas estratégicas con el sector turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia creciente en el sector de cafés de especialidad</li> <li>-Cambios en las preferencias del consumidor</li> <li>-Estacionalidad del turismo y variabilidad en el flujo turístico</li> <li>-Desafíos económicos y de inversión</li> <li>-Preferencias de consumo conservadoras entre residentes costarricenses</li> </ul>
---	--

**Fuente:** Elaboración propia

#### **4.2.4.1 Oportunidades:**

La popularidad del café de especialidad a nivel nacional e internacional sugiere una base potencial de clientes y estudiantes interesados en conocer más sobre el tema.

Posicionar el café costarricense como un producto cultural de alto valor y calidad puede atraer a quienes buscan experiencias diferenciadas.

El uso efectivo de redes sociales facilitará la promoción de la escuela, especialmente en Jacó. Crear contenido atractivo aumentará la visibilidad y atraerá a una comunidad de café amante y turistas.

La frecuencia de consumo de café en el mercado local respalda el desarrollo de programas de fidelización o suscripciones, garantizando un flujo constante de clientes locales interesados en experiencias de café.

Ofrecer opciones de aprendizaje adaptadas a turistas que se quedan por diferentes periodos permite maximizar la participación de visitantes, ya sea a través de cursos intensivos o talleres cortos.

Colaboraciones con agencias de turismo y hoteles locales amplificarán el alcance de la cafetería, promoviendo la integración de experiencias de café en el itinerario de los visitantes.

#### **4.2.4.2 Amenazas:**

El auge del café de especialidad atrae a más competidores al mercado, incrementando la necesidad de innovación constante para destacar.

Las preferencias cambiantes hacia productos orgánicos o sostenibles pueden requerir ajustes en la oferta y la cadena de suministro.

La dependencia en el turismo hace vulnerable al proyecto a cambios estacionales y económicos que afectan la afluencia de turistas.

La inversión inicial para establecer una escuela de barismo con educación especializada es significativa y, en un mercado de márgenes ajustados, la rentabilidad puede estar sujeta a fluctuaciones en la demanda.

La inclinación hacia métodos tradicionales podría limitar inicialmente la aceptación de métodos innovadores y exóticos de preparación, requiriendo un proceso de educación y adaptación.

#### **4.2.5 Necesidades y oportunidades**

Basándose en el análisis FODA, identificar las necesidades específicas para la creación de una cafetería-escuela de barismo se procede en el presente apartado a la propuesta de estrategias para solventar dichas necesidades así como acciones que permitan visibilizar oportunidades que podrían ser aprovechadas para asegurar el éxito del proyecto.

La sólida trayectoria y experiencia de los expertos permite que la cafetería-escuela posicione el café costarricense como un producto de alta calidad en el mercado internacional. Esto puede atraer a turistas y estudiantes interesados en conocer a fondo la cultura del café costarricense. Mediante charlas y demostraciones, los expertos pueden promover el café local como un producto de especialidad, fortaleciendo la percepción del valor cultural del café.

La demanda de cafés de especialidad a nivel mundial y el interés por métodos de preparación únicos crean un entorno favorable para la cafetería. Esta fortaleza permite diseñar programas que enseñen sobre técnicas avanzadas de preparación y métodos de beneficiado, ofreciendo un producto que satisface a consumidores locales y a turistas en búsqueda de experiencias diferentes. Esto amplía la captación de un mercado que aprecia tanto la calidad del café como la educación en su preparación.

La ubicación en Jacó, un destino turístico popular, permite integrar la cultura cafetalera con la experiencia turística. Esto genera una ventaja al aprovechar la alta afluencia de turistas internacionales y locales interesados en experiencias gastronómicas y culturales. A través de paquetes de experiencias que incluyan talleres de barismo y catas, la cafetería puede ofrecer un producto diferenciado y atraer visitantes que valoren la cultura del café como parte de su experiencia de viaje.

El uso de métodos de preparación innovadores permite crear contenido atractivo para redes sociales, como demostraciones de arte latte o métodos de extracción. Al compartir este contenido, la cafetería puede captar la atención de usuarios digitales que buscan experiencias visuales y educativas, aprovechando el alcance digital para atraer tanto a turistas como a locales. Esta estrategia digital ayuda a generar una comunidad interesada en el café y en las actividades de la escuela.

La gran demanda de aprendizaje en barismo permite establecer programas de fidelización, dirigidos a estudiantes y residentes locales que deseen profundizar en habilidades. Estos programas podrían incrementar la lealtad de los clientes, y a la vez generar una fuente recurrente de ingresos y de promoción boca a boca, afianzando la reputación de la escuela como un centro de referencia en el aprendizaje del barismo.

La vasta experiencia de los expertos permite a la cafetería-escuela diferenciarse frente a la creciente competencia. A través de programas educativos que abarcan desde historia del café hasta técnicas avanzadas de preparación, se

crea un valor que va más allá de la simple oferta de café. La experiencia de los expertos, respaldada por el uso de equipos de alta calidad, garantiza una formación que otros establecimientos no pueden replicar fácilmente.

La demanda constante de productos de café de especialidad, tanto entre turistas como locales, permite amortiguar los efectos de la estacionalidad. Al dirigirse tanto a residentes como a visitantes, la cafetería-escuela puede asegurar una base de clientes relativamente estable durante todo el año, lo que reduce la dependencia de la temporada alta de turismo.

Al estar situada en un lugar turístico, la cafetería puede adaptarse con facilidad a las nuevas preferencias de los consumidores. La integración de productos como café orgánico y alternativas no lácteas en el menú permite satisfacer a los clientes, quienes son cada vez más consciente de la sostenibilidad y de la salud, reduciendo el riesgo de que la evolución de las preferencias afecte el negocio.

La inversión inicial en equipos de alta calidad puede ser significativa, pero su adquisición es una estrategia para garantizar la diferenciación de la cafetería. Esta fortaleza permite ofrecer experiencias de alta calidad que justifiquen el costo de las actividades y talleres. Además, al posicionarse como un establecimiento innovador, la cafetería puede atraer a clientes dispuestos a invertir en experiencias particulares.

La retención de personal es un reto en zonas turísticas, pero al ofrecer programas de capacitación continua y de alto nivel, se puede crear un ambiente de aprendizaje atractivo que motive a los empleados a quedarse. Al proporcionar formación integral en barismo y servicio al cliente, la cafetería puede convertir a los empleados en embajadores de la marca, lo cual incrementa el sentido de pertenencia y reduce la rotación.

Si bien la cafetería depende en gran medida del turismo, la integración con la industria turística local permite una promoción constante. Al ofrecer actividades diferenciadas, como talleres y tours de café, la cafetería puede captar el interés de agencias de turismo que recomienden las experiencias de la escuela durante todo el año, ayudando a compensar la dependencia estacional.

La disposición limitada a gastar en actividades formativas de grupos jóvenes y locales podría ser una limitación. Sin embargo, el alto interés en aprender barismo permite ofrecer cursos básicos a precios asequibles que generen una base de estudiantes constante, creando una experiencia positiva que incentive a estos estudiantes a avanzar en su formación, especialmente con promociones y descuentos.

Aunque el barismo es visto por algunos como una actividad recreativa, la experiencia y conocimiento de los expertos en la escuela pueden cambiar esta percepción. Al comunicar la profesionalización y las oportunidades de carrera en el barismo, la escuela puede educar a los clientes y destacar el valor de una formación avanzada en esta disciplina.

La dependencia de turistas para las actividades relacionadas al café de especialidad puede reducirse al diversificar las opciones para locales, aprovechando la innovación en equipos y métodos para ofrecer experiencias diferenciadas. De esta manera, tanto residentes como turistas podrán disfrutar de actividades y eventos especiales que van más allá de lo habitual en una cafetería.

La alta afluencia de turistas internacionales permite mitigar la estacionalidad ofreciendo actividades y experiencias diferenciadas para cada época del año. En temporadas altas, se pueden implementar experiencias significativas, mientras que en temporada baja, la cafetería puede lanzar promociones y eventos especiales dirigidos a la comunidad local.

El uso estratégico de redes sociales permite una diferenciación constante frente a la competencia, destacando la calidad de la oferta educativa. Las redes sociales también facilitan la creación de una comunidad de clientes fieles y permiten posicionar la marca como un referente en la cultura del café y la educación en barismo, tanto en el ámbito local como internacional.

La creación de un programa de fidelización que premie el consumo continuo y frecuente puede hacer que los consumidores locales adopten prácticas de consumo más variadas. Ofreciendo promociones específicas para bebidas o

métodos de preparación menos convencionales, se puede incentivar a los residentes a explorar nuevas opciones de café.

La variedad de estadías turísticas en Jacó permite desarrollar un programa de actividades flexibles, con opciones de cursos cortos para quienes visitan por poco tiempo y programas intensivos para quienes se quedan más tiempo. Este enfoque permite ajustar las actividades según el flujo de turistas y aprovechar al máximo la temporada baja, promoviendo opciones que se adapten a cada tipo de visitante.


### 4.3 Propuesta de modelo de negocio Canvas

En este apartado se presenta la propuesta de modelo de negocio Canvas para la cafetería-escuela de barismo en Jacó, Garabito. Este modelo permite estructurar y analizar los componentes clave del negocio, facilitando su planificación y ejecución. A través de los bloques, se detallan las alianzas clave, actividades y recursos esenciales, los segmentos de clientes, la propuesta de valor diferenciada, así como las fuentes de ingresos y la estructura de costos, lo que permitirá evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto en el contexto de la industria cafetalera y el turismo en la región. En el Cuadro N° 25, se expone un resumen de la propuesta:

**Cuadro N° 25**

*Propuesta de modelo de negocio Canva para cafetería-escuela de barismo en la zona turística de Jacó, Garabito.*

<p><b>Alianzas Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Proveedores de café de especialidad</li> <li>-Universidades, Colegios Técnicos Profesionales, INA, ICAFÉ.</li> <li>-Cámaras de turismo, Agencias de turismo</li> <li>-Proveedores de equipo de cafetería y tecnología</li> </ul>	<p><b>Actividades Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Formación práctica en barismo</li> <li>-Atención al público</li> <li>-Eventos y actividades</li> <li>-Innovación en productos y métodos</li> <li>-Promociones y marketing</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Experiencia educativa</li> <li>-Cultura y conocimientos</li> <li>-Calidad del producto</li> <li>-Innovación y Creatividad</li> </ul>	<p><b>Relación con clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Atención personalizada</li> <li>-Talleres y eventos de café</li> <li>-Programas de fidelización</li> </ul>	<p><b>Segmento de clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Turistas internacionales y nacionales</li> <li>- Residentes locales</li> <li>-Estudiantes y pasantes</li> </ul>
	<p><b>Recursos Clave</b> </p>		<p><b>Canales</b> </p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Infraestructura para escuela laboratorio.</li> <li>- Equipamiento especializado</li> <li>-Café de especialidad</li> <li>-Material educativo</li> <li>-Plataforma digitales y redes sociales</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Espacio físico</li> <li>-Redes sociales y plataformas digitales</li> <li>-Agencias de turismo</li> <li>-Alianza con hoteles y comercio locales</li> </ul>	
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Costos de personal</li> <li>-Equipamiento y mantenimiento</li> <li>-Costos de materias primas</li> <li>-Costos operativas</li> <li>-Marketing y publicidad</li> <li>-Costos de formación</li> </ul>			<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Venta de café y productos de cafetería</li> <li>- Eventos especiales</li> <li>- Alianzas y patrocinios</li> <li>-Cursos, talleres , pasantías</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración propia

El modelo de negocio Canvas propuesto presenta una estructura que abarca alianzas clave con proveedores de café, instituciones educativas y agencias de turismo, y actividades clave como la formación práctica en barismo, eventos, y la innovación constante en productos. Su propuesta de valor ofrece una combinación entre servicios en café de especialidad y la enseñanza del barismo, mientras mantiene una relación personalizada con los clientes a través de talleres,

eventos y programas de fidelización. Los recursos clave incluyen infraestructura especializada y plataformas digitales, y la estructura de costos y las fuentes de ingresos propuestas pretenden asegurar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

### **4.3.1 Alianzas clave**

Las Alianzas Clave son relaciones estratégicas con terceros que son esenciales para el funcionamiento y éxito de tu negocio. En el contexto de una cafetería-escuela de barismo, estas alianzas podrían potenciar la operación de la cafetería y enriquecer el programa de formación modular tipo laboratorio.

#### **4.3.1.1 Productores y fincas de café de especialidad**

Las alianzas con productores locales y fincas que cultivan café de especialidad en Costa Rica son esenciales para una cafetería-escuela de barismo. Estas colaboraciones nos permiten garantizar un suministro constante de café de alta calidad para el consumo en la cafetería y para las prácticas educativas de barismo. Además, facilitan la organización de visitas a las fincas y tours de café como parte del programa educativo, brindando experiencias enriquecedoras tanto para estudiantes como para clientes.

Al trabajar directamente con cooperativas cafetaleras, productores individuales y asociaciones de productores, promovemos prácticas sostenibles y ofrecemos café con trazabilidad. Lo anterior podría agregar valor a la propuesta, y fortalecer el compromiso con la sostenibilidad y la transparencia en la cadena de suministro del café. Estas alianzas estratégicas posibilitan el ofrecer un producto de calidad superior mientras educamos y concientizamos sobre la importancia de la sostenibilidad en la industria cafetera.

#### **4.3.1.2 Instituciones educativas y de certificación**

La colaboración con instituciones educativas y de certificación que avalan programas de formación en barismo y café de especialidad es esencial para el éxito de la cafetería-escuela. Estas alianzas aportan credibilidad y reconocimiento a los cursos ofrecidos, incrementando el valor percibido por los estudiantes y clientes. Contar con certificaciones reconocidas valida la calidad de la formación y atrae a un mayor número de interesados en profesionalizarse en el sector.

Además, estas instituciones brindan acceso a contenidos actualizados y a las mejores prácticas en educación de barismo. Esto garantiza que el currículo se

mantenga al día con las últimas tendencias y avances en la industria del café de especialidad. La conexión con una red más amplia de expertos en el campo enriquece el programa educativo y abre oportunidades adicionales para los estudiantes, como talleres, seminarios y eventos especializados.

Potenciales aliados en este ámbito incluyen al Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE), la Specialty Coffee Association (SCA) y otras instituciones locales que puedan aportar respaldo y recursos al proyecto. Estas colaboraciones fortalecen la posición de la cafetería-escuela en el mercado y contribuyen al desarrollo profesional de los participantes, consolidando su reputación como un centro de excelencia en la formación de baristas en Costa Rica.

#### **4.3.1.3 Expertos y profesionales del café**

Las alianzas con expertos y profesionales del café, como baristas, tostadores, catadores y otros especialistas, son fundamentales para enriquecer el programa educativo de la cafetería-escuela. Incluir instructores altamente calificados garantiza una formación de calidad, brindando a los estudiantes conocimientos profundos y actualizados sobre el mundo del café.

Además, estas colaboraciones permiten organizar talleres, catas y demostraciones que amplían la oferta educativa y mantienen a los estudiantes al día con las últimas tendencias e innovaciones en la industria cafetera. Lo anterior podría motivar una mejora la experiencia de aprendizaje y aportar reconocimiento al programa.

Potenciales aliados en este ámbito incluyen expertos en barismo, catación y tueste, la Asociación de Baristas de Costa Rica, así como jueces y campeones nacionales e internacionales. Estas alianzas facilitan el acceso a profesionales destacados y eventos relevantes, fortaleciendo la posición de la cafetería-escuela como referente en la formación de especialistas en café en el país.

#### **4.3.1.4 Organismos gubernamentales y asociaciones**

Las alianzas con organismos gubernamentales y asociaciones que promueven el turismo, la cultura y la industria del café son esenciales para el éxito

del modelo de negocio de la cafetería-escuela. Colaborar con entidades como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), cámaras y asociaciones de turismo locales, y la Municipalidad de Garabito permite asegurar el cumplimiento de normativas y acceder a incentivos o programas de apoyo que fortalecen el proyecto.

Estas colaboraciones facilitan la integración de la cafetería-escuela en las rutas y promociones turísticas oficiales, incrementando su visibilidad y atrayendo a más visitantes. Además, promueven la creación de redes locales y el apoyo comunitario para eventos y actividades, lo que contribuye al desarrollo económico y social de la comunidad.

#### **4.3.1.5 Empresas turísticas y hoteles**

Fortalecer alianzas estratégicas con hoteles, agencias de viajes y operadores turísticos en Jacó y alrededores es fundamental para aumentar el flujo de clientes hacia la cafetería-escuela. Estas colaboraciones facilitan la atracción de turistas mediante paquetes y promociones conjuntas, lo que diversifica las ofertas disponibles y enriquece la experiencia de los visitantes en la región.

Los potenciales aliados en este ámbito incluyen hoteles locales, agencias de viajes y operadores de tours, quienes pueden ofrecer estas experiencias exclusivas a los clientes. A través de la promoción cruzada, todas las partes involucradas amplían su alcance y fortalecen su posición en el mercado turístico. Además, estas alianzas contribuyen al desarrollo económico y social de la comunidad, posicionando a la cafetería-escuela como un atractivo destacado en Jacó y alrededores.

#### **4.3.1.6 Proveedores de equipamiento y suministros**

La alianza con proveedores de equipamiento y suministros es fundamental para el éxito y la calidad de la cafetería-escuela. Establecer relaciones sólidas con proveedores de máquinas de café, utensilios y materiales necesarios para la operación y formación garantiza el acceso a equipos de última generación. Esto mejora significativamente la experiencia de aprendizaje de los estudiantes, permitiéndoles practicar con tecnología actualizada y preparándose para las exigencias reales del mercado laboral.

Además, fortalecer estas alianzas puede ofrecer beneficios comerciales importantes, como descuentos especiales, asesoría técnica y soporte continuo. Colaborar con distribuidores de equipos profesionales, proveedores de insumos y marcas internacionales reconocidas asegura que la institución esté a la vanguardia en tecnologías y tendencias del sector cafetero. La innovación es un aspecto clave en esta industria, y contar con equipos modernos permite implementar nuevas técnicas y mantenerse competitivo.

#### **4.3.1.7 Medios de comunicación y plataformas digitales**

Las alianzas con medios de comunicación y plataformas digitales son esenciales para ampliar la visibilidad y el alcance de la cafetería-escuela. Colaborar con medios locales, revistas y blogs especializados, así como con influencers y creadores de contenido, permite generar contenido educativo y promocional que atrae y engancha a la audiencia interesada en la cultura del café y el barismo.

Estas colaboraciones facilitan la creación de una comunidad en torno al café, participando en medios informativos relacionados como "La Ruta del Café" y aprovechando plataformas turísticas como TripAdvisor y Booking.com para destacar las experiencias que ofrece la cafetería-escuela. Al hacerlo, se incrementa la comunicación con el público objetivo y se fortalecen las campañas de marketing y promoción, atrayendo a más visitantes y estudiantes interesados en el mundo del café de especialidad.

#### **4.3.1.8 Asociaciones y comunidades locales**

Colaborar con asociaciones y comunidades locales en Jacó y Garabito es fundamental para fortalecer la relación con la comunidad y contribuir al desarrollo social de la región. Al establecer alianzas con organizaciones culturales, escuelas, centros educativos y ONG locales, la cafetería-escuela puede integrarse de manera efectiva en la vida comunitaria.

Estas alianzas permiten ofrecer becas o programas especiales para poblaciones vulnerables, fomentando la inclusión y el impacto social positivo. Además, la participación en ferias, festivales y actividades comunitarias promueve la cultura del café y el barismo y ayuda a impulsar el desarrollo económico y social

local lo cual es muy beneficioso para la propuesta. Trabajar de la mano con organizaciones comunales por lo tanto, beneficia a ambas partes y refuerza el compromiso de la cafetería-escuela con el bienestar de la comunidad.

#### **4.3.1.9 Asociaciones internacionales**

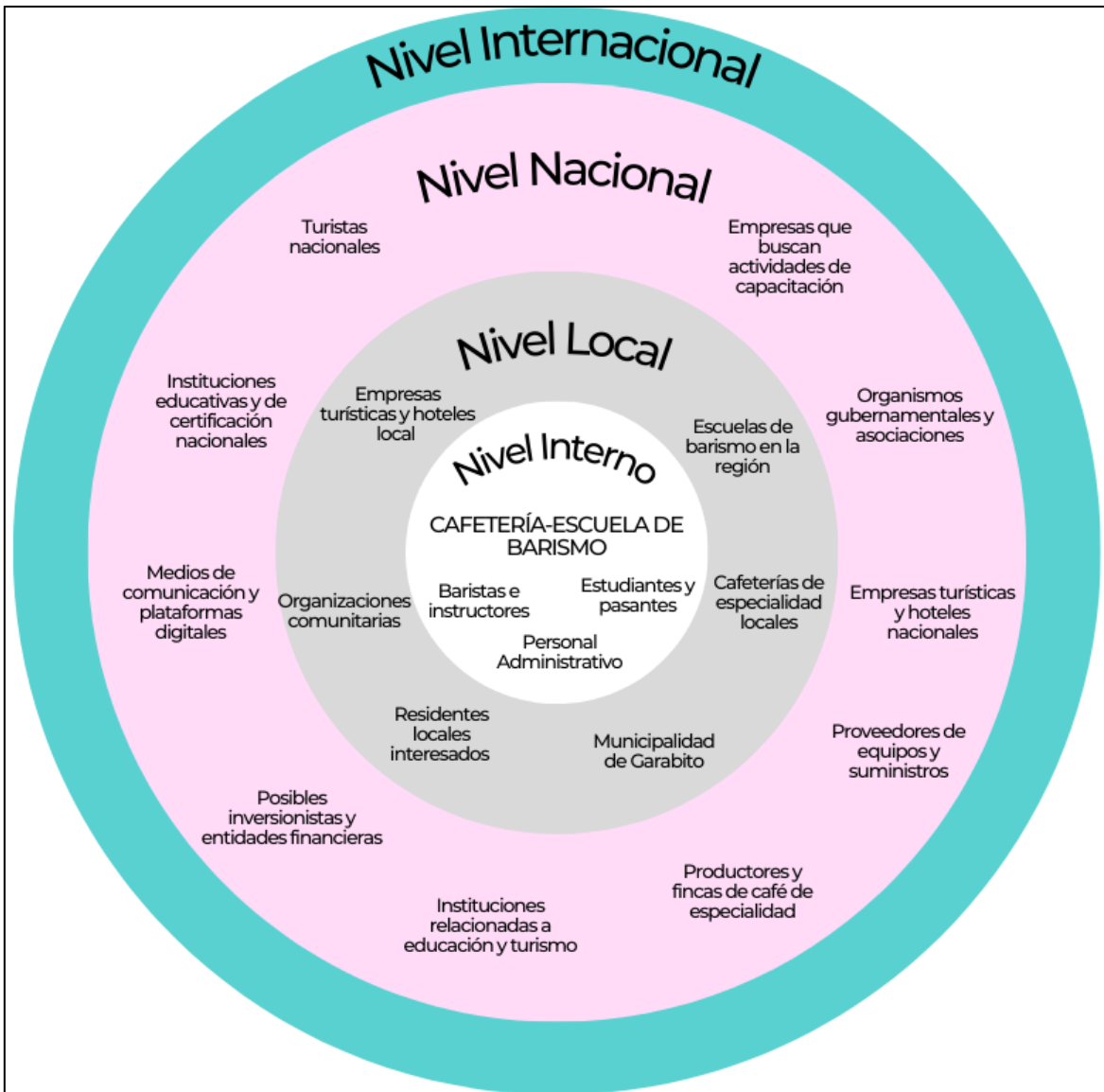
Las alianzas con asociaciones internacionales y organizaciones en el ámbito del café y la educación son clave para posicionar a la cafetería-escuela en un contexto global. Colaborar con entidades como la Specialty Coffee Association (SCA), el Coffee Quality Institute (CQI) y otras instituciones educativas internacionales permite adoptar prácticas y estándares reconocidos mundialmente.

Estas relaciones brindan acceso a recursos, investigaciones y tendencias internacionales, lo que enriquece el programa educativo y mantiene a la institución a la vanguardia del sector. Además, abrir las puertas a estudiantes y turistas internacionales a través de programas de intercambio o colaboración amplía el alcance del mercado y fomenta el intercambio cultural y de conocimientos.

Según la información brindada en los apartados anteriores es importante reconocer la relevancia de los actores clave, en la figura N° 20, se ha identificado y categorizado a los actores relevantes que pueden influir o ser influenciados por el proyecto:

#### **Figura N°20**

*Mapeo de stakeholders para el modelo de negocio Cafetería-Escuela de Barismo en la zona turística de Jacó*



**Fuente:** Elaboración propia

Para el éxito del proyecto de la cafetería-escuela en Jacó, es fundamental establecer alianzas estratégicas y colaboraciones con organizaciones, entidades y proveedores que contribuyan tanto al aspecto educativo como al comercial. Estas alianzas clave permitirán obtener recursos y conocimientos especializados y fortalecer la propuesta de valor de una experiencia de aprendizaje y servicio de alta calidad.

#### 4.3.2 Recursos clave

Los recursos clave son los activos esenciales que permiten que tu modelo de negocio funcione eficazmente y que son imprescindibles para el funcionamiento y la entrega de la propuesta de valor.. Para tu cafetería-escuela de barismo, estos recursos son fundamentales tanto para la operación de la cafetería como para la implementación del programa modular de formación tipo laboratorio. A continuación, detallamos los recursos clave necesarios, tangibles como intangibles que garantizan el éxito y la diferenciación de la cafetería-escuela en el mercado:

#### **4.3.2.1 Recursos humanos**

Un equipo de baristas certificados y capacitados en enseñanza, que se encargue del servicio al cliente y de la formación práctica de los estudiantes. Este personal debe tener habilidades en barismo, servicio al cliente y docencia, además de un conocimiento profundo de la cultura cafetera costarricense. En el cuadro N° 26, se detallan algunos de los recursos:

**Cuadro N° 26**

*Cuadro descriptivo de los recursos humanos requeridos*

<b>Tipo de recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Baristas e instructores Expertos	Profesionales altamente calificados con amplia experiencia en barismo, catación, tostado y enseñanza.	Calidad de la formación Reputación Atraer estudiantes interesados
Personal de Atención al Cliente y Servicios	Equipo amable y profesional encargado de la atención al cliente en la cafetería y apoyo en actividades educativas.	Experiencia memorable Operación fluida
Personal Multilingüe	Requisito de dominio del inglés y otros idiomas	Comunicación técnica Mercado potencial

	para atender a turistas internacionales.	
Equipo Administrativo y de Marketing	Personal encargado de la gestión operativa, financiera y promocional del negocio.	Sostenibilidad financiera Estrategias de marketing

**Fuente:** Elaboración propia

Es esencial contar con un equipo humano calificado mantener los estándares de calidad en formación y servicio ya que los baristas e instructores expertos aportan prestigio y atraen estudiantes interesados. Un equipo administrativo y de marketing adecuado puede asegurar la sostenibilidad y crecimiento del negocio.

#### **4.3.2.2 Recursos físicos**

Un local en Jacó diseñado para funcionar como cafetería y como espacio de enseñanza. Este debe incluir zonas separadas para atender a los clientes y para las prácticas educativas, además de contar con espacios para almacenamiento, áreas de descanso y una distribución óptima para el flujo de estudiantes y clientes. En el cuadro N° 27, se detallan algunos de los recursos:

#### **Cuadro N° 27**

*Cuadro descriptivo de los recursos físicos requeridos*

<b>Tipo de recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Instalaciones de la cafetería y escuela	Un espacio diseñado para operar como cafetería y como centro de formación con áreas específicas para teoría y práctica.	Ambiente adecuado Realización de cursos, talleres y eventos
Equipamiento y maquinaria especializada	Máquinas de espresso, molinos, herramientas de	Productos de alta calidad Innovación

	barismo, equipos para métodos de filtrado y otros utensilios necesarios.	Métodos y técnicas de preparación
Suministro de café de especialidad	Acceso constante a granos de café de especialidad de diferentes procesos y variedades provenientes de productores nacionales.	Calidad del producto sostenibilidad Trazabilidad
Materiales didácticos y recursos educativos	Manuales, guías, presentaciones, herramientas digitales y recursos audiovisuales para la enseñanza.	Aprendizaje efectivo Formación de alta calidad

**Fuente:** Elaboración propia

Máquinas de espresso, molinos, herramientas de precisión, y equipos de preparación de métodos alternativos (V60, Chemex, Aeropress, etc.), que garanticen la elaboración de café de alta calidad y sirvan como herramientas de enseñanza. La calidad del equipo es vital, para la experiencia del cliente y para la formación de los pasantes en el uso de tecnología avanzada.

#### **4.3.2.3 Recursos intelectuales**

Recursos como manuales, videos, presentaciones, y guías prácticas que respalden el aprendizaje teórico y práctico en el barismo. Estos materiales son fundamentales para los módulos teóricos del programa y para complementar las prácticas, además de servir como referencia para los pasantes. En el cuadro N° 28, se detallan algunos de los recursos:

#### **Cuadro N° 28**

*Cuadro descriptivo de los recursos intelectuales requeridos*

<b>Tipo de recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Programas Educativos y Currículo	Desarrollo de un plan de estudios estructurado modularmente que incluye cursos básicos, intermedios, avanzados y especializados.	Marco educativo sólido Estándares nacionales e internacionales Normas claras y estandarización
Marca y reputación	Creación de una identidad de marca que refleje calidad y conexión con la cultura cafetalera costarricense.	Diferenciación Confianza y lealtad
Certificaciones y acreditaciones	Obtención de certificaciones reconocidas a nivel nacional e internacional para los programas ofrecidos.	Valor percibido Referente de calidad Empleabilidad
Propiedad intelectual	Desarrollo de contenidos originales, metodologías de enseñanza y materiales exclusivos.	Ventaja competitiva Protección legal

**Fuente:** Elaboración propia

Los recursos intelectuales como programas educativos estructurados, una marca sólida, certificaciones reconocidas y propiedad intelectual original pretenden ser un marco educativo diseñado para la calidad, diferencian la oferta en el mercado y proporcionan ventajas competitivas y legales.

#### 4.3.2.4 Recursos financieros

Para llevar a cabo el proyecto, es indispensable asegurar los recursos financieros que permitan su establecimiento y operación exitosa. En el cuadro N° 29, se detallan algunos de los recursos:

**Cuadro N° 29**

*Cuadro descriptivo de los recursos financieros requeridos*

<b>Tipo de recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Capital inicial	Inversión necesaria para cubrir los costos de apertura, incluyendo adquisición de equipos, acondicionamiento del local y gastos operativos iniciales.	Establecer la infraestructura Punto de equilibrio
Flujos de efectivo y financiamiento continuo	Gestión de ingresos y egresos para asegurar la operación sostenible del negocio.	Estabilidad financiera Mejora continua
Acceso a créditos	Oportunidades de financiamiento a través de préstamos, inversionistas o programas gubernamentales.	Expansión Mitigar riesgos financieros

**Fuente:** Elaboración propia

Contar con un capital inicial adecuado, una gestión eficiente de los flujos de efectivo y acceso a créditos son elementos clave el crecimiento del negocio. Estos recursos financieros permiten la puesta en marcha del proyecto y también aseguran su viabilidad a largo plazo.

#### 4.3.2.5 Recursos tecnológicos

Plataformas digitales y presencia en redes sociales para la promoción de la cafetería, la organización de reservas de clientes y la gestión de eventos y cursos. Estas herramientas permiten el seguimiento de clientes y la gestión de relaciones con ellos, además de funcionar como un canal educativo en línea. En el cuadro N° 30, se detallan algunos de los recursos:

**Cuadro N° 30**

*Cuadro descriptivo de los recursos tecnológicos requeridos*

<b>Tipo de recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Sistemas de gestión y reservas	Software para administrar cursos, reservas, inventarios y operaciones diarias.	Eficiencia operativa Seguimiento y análisis
Plataforma en línea y presencia digital	Sitio web profesional, perfiles en redes sociales y posibles plataformas de e-learning.	Visibilidad Contenido educativo en línea
Equipos y herramientas audiovisuales	Cámaras, proyectores, sistemas de sonido para apoyo en clases y creación de contenido.	Experiencia educativa Contenido promocional

**Fuente:** Elaboración propia

Además de los recursos detallados anteriormente, se debe considerar la materia prima que incluye el café de especialidad de origen costarricense. Este debe contar con certificaciones de calidad y sostenibilidad, adecuado para prácticas educativas y servicio al cliente. La calidad del café es un recurso fundamental para respaldar la propuesta de valor de una experiencia de alta calidad.

#### 4.3.3 Actividades Clave

Para lograr una operación efectiva y cumplir con la propuesta de valor, se deben realizar una serie de actividades esenciales, tanto operativas como educativas. Las principales actividades clave son:

#### **4.3.3.1 Relaciones y Redes**

Desarrollar una cultura de calidad por medio de alianzas y formando relaciones por medio de actividades donde se trabaje en cooperación con diferentes actores como talleres de cata, charlas sobre la cultura cafetera, y talleres de métodos de preparación, dirigidos tanto a turistas como a locales. Estos eventos podrían enriquecer la experiencia del cliente y a la vez generar ingresos adicionales. En el cuadro N° 31, se detallan actividades clave:

**Cuadro N° 31**

*Cuadro descriptivo de las actividades clave en relaciones y redes*

<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Alianzas estratégicas	Relaciones con productores, instituciones educativas, organismos turísticos y empresas locales.	Alcance y reputación Encadenamiento productivo
Comunidad de clientes y estudiantes	Construcción de una comunidad fiel y participativa alrededor de la cultura del café y el barismo.	Lealtad y el boca a boca positivo Interés
Redes profesionales y sectoriales	Participación en asociaciones y redes del sector cafetalero y educativo.	Actualización Colaboración

**Fuente:** Elaboración propia

El desarrollo de relaciones y redes a través de alianzas estratégicas, la creación de una comunidad de clientes y estudiantes, y la participación en redes profesionales es enriquece la experiencia del cliente y podría generar ingresos adicionales. Además, estas acciones fortalecen la reputación, fomentan la lealtad y promueven la colaboración y la cultura del café de especialidad.

#### 4.3.3.2 Desarrollo del programa de formación en barismo

Capacitar a los estudiantes en el arte del barismo mediante módulos prácticos y teóricos que aborden desde la historia del café hasta técnicas avanzadas de preparación. Esta capacitación debe incluir el manejo de equipos, servicio al cliente y prácticas de sostenibilidad. En el cuadro N° 32, se detallan actividades clave:

**Cuadro N° 32**

*Cuadro descriptivo de las actividades clave en el programa de formación en barismo*

<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Crear un plan de estudios estructurado en módulos que sigan el modelo 70-20-10	70% aprendizaje práctico (experiencial) 20% aprendizaje social (interacción con otros) 10% aprendizaje formal (teoría y formación estructurada)	Efectividad en la formación profesional Aprendizaje prácticos y participativos Experiencia de aprendizaje integral
Manual de operación del laboratorio de barismo	Establecer un protocolo de uso del espacio donde los estudiantes puedan practicar y experimentar con diferentes técnicas y métodos de preparación	Entorno necesario para desarrollar habilidades técnicas y sensoriales

	bajo la supervisión de instructores.	
Programación de talleres y eventos educativos	Ofrecer talleres, charlas, demostraciones y catas abiertas al público, tanto para estudiantes como para clientes interesados.	Cultura del café Ingresos adicionales

**Fuente:** Elaboración propia

Implementar un programa de formación en barismo que combine módulos prácticos y teóricos capacita a los estudiantes de manera integral. El modelo 70-20-10, pretende ser una estructura de aprendizaje efectiva, participativa y cooperativa. Además, establecer un manual de operación del laboratorio y programar talleres y eventos educativos bajo criterios de estandarización puede promover la calidad.

#### **4.3.3.3 Operación de la cafetería**

Proporcionar un servicio de calidad al cliente, atendido en su mayoría por estudiantes en formación. Esto permite a los pasantes practicar en un entorno real y obtener experiencia en la atención directa al cliente, además de mejorar habilidades sociales y técnicas. En el cuadro N° 33, se detallan actividades clave:

**Cuadro N° 33**

*Cuadro descriptivo de las actividades clave en la operación de la cafetería*

<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Protocolo de servicio de cafetería con experiencias inmersivas	Ofrecer a los clientes bebidas y productos de café de especialidad y también una experiencia interactiva donde puedan	Experiencias educativas Valor añadido

	aprender y participar en el proceso.	
Protocolo de integración de estudiantes en el servicio	Involucrar a los estudiantes en la operación diaria de la cafetería, bajo supervisión, como parte de su formación práctica	Aprendizaje práctico Experiencia del cliente al interactuar con estudiantes
Desarrollo de menús innovadores y personalizados	Crear y actualizar regularmente un menú que incluya bebidas y preparaciones innovadoras, considerando las preferencias de los clientes y tendencias del mercado.	Satisfacer las preferencias diversas Experimentar y aplicar conocimientos
Diseño del Espacio y ambiente	Diseñar un espacio acogedor y funcional que facilite la interacción, el aprendizaje y la inmersión en la cultura del café.	Experiencia del cliente Facilitar actividades

**Fuente:** Elaboración propia

La operación de la cafetería proporciona a los estudiantes una valiosa experiencia práctica en un entorno real. Al implementar protocolos de servicio, integrar a los estudiantes en la atención diaria, desarrollar menús innovadores y pretende mejorar las habilidades técnicas y sociales de los estudiantes.

#### 4.3.3.4 Marketing y promoción

Desarrollar estrategias de promoción para atraer turistas, locales y posibles estudiantes al espacio. Estas actividades incluyen campañas en redes sociales, colaboración con agencias de turismo, y participación en ferias o eventos relacionados con el café y el turismo. En el cuadro N° 34, se detallan actividades clave:

**Cuadro N° 34**

*Cuadro descriptivo de las actividades clave en marketing y promoción*

<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Justificación</b>
Estrategias de marketing digital y presencia en redes sociales	Desarrollar y ejecutar campañas en redes sociales y plataformas en línea para promocionar la cafetería-escuela, productos y actividades.	Visibilidad Atracción de clientes
Promociones, comisiones con empresas de turismo	Colaborar con hoteles, agencias de viajes y otras empresas locales para ofrecer paquetes y promociones.	Aumenta el flujo de clientes Amplía el alcance de la promoción
<b>Educación y concientización del público</b>	Implementar actividades que eduquen al público sobre el valor del café de especialidad y el barismo como profesión.	Cambiar la percepción del barismo Fomentar el interés en los cursos

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.3.4 Propuesta de Valor

La propuesta de valor del modelo Cafetería-Escuela de Barismo en la zona turística de Jacó, Garabito pretende ofrecer una experiencia integral que fusiona la cultura del café de especialidad de Costa Rica con formación de excelencia en barismo, ofreciendo a turistas y residentes en Jacó una experiencia inmersiva, mediante un modelo educativo innovador y productos y servicios diferenciados.

Este modelo de negocio se basa en ofrecer una experiencia memorable que combina servicio de calidad con una dimensión educativa y cultural. Los clientes tienen la oportunidad de aprender sobre el café desde su origen hasta la taza. Esta experiencia educativa es enriquecida por el contacto directo con los pasantes, quienes explican los procesos y métodos utilizados en cada bebida.

La cafetería ofrece una ventana a la historia y la cultura del café en Costa Rica, destacando la trazabilidad y sostenibilidad del producto, y brindando a los clientes la posibilidad de conectar con el producto de una manera personalizada. Gracias a un enfoque en la experimentación, la cafetería puede ofrecer una gama variada de bebidas innovadoras, permitiendo que los clientes prueben recetas originales y diferentes métodos de preparación.

La cafetería-escuela contribuye al mercado laboral y turístico al preparar baristas altamente calificados, listos para ingresar al sector gastronómico, y al mismo tiempo educa al público en el consumo de café de especialidad. A través de un modelo de formación 70-20-10, se fomentarán habilidades técnicas, conocimientos culturales y conexiones humanas, bajo los siguientes elementos clave:

- **Formación práctica y experiencial (70%):** Los estudiantes aprenden haciendo, participando activamente en la preparación de bebidas, experimentando con métodos de extracción y atendiendo a clientes reales en una cafetería. Esta inmersión práctica desarrolla competencias reales y confianza en las habilidades propias del estudiante.
- **Aprendizaje social e interactivo (20%):** Se fomenta un ambiente colaborativo donde estudiantes, instructores y clientes intercambian conocimientos y

experiencias. Se realizarán actividades como catas, talleres grupales y eventos especiales que enriquezcan el aprendizaje.

- **Educación teórica de calidad (10%):** Se ofrecerán contenidos teóricos sólidos sobre historia del café, métodos y técnicas, trazabilidad y cultura cafetalera costarricense, respaldados por expertos reconocidos en la industria para que sirva de fundamento sólido que complemente la formación práctica.

Además, la propuesta de valor ofrece una cafetería en la cual turistas y residentes podrán participar en demostraciones, personalizar las bebidas y aprender sobre el proceso desde el grano hasta la taza, creando experiencias significativas en torno a la cultura del café de especialidad.

Se promoverá el café de especialidad, trabajando directamente con productores nacionales y destacando prácticas sostenibles. Apoyando a la economía, y educando sobre la importancia de la trazabilidad y el consumo responsable.

#### **4.3.5 Segmentos de Clientes**

La cafetería-escuela se dirige a diferentes grupos de clientes. Desde viajeros que buscan experiencias culturales y educativas. Estos clientes desean aprender sobre la cultura local y el café costarricense mientras disfruta de una bebida de alta calidad; hasta personas de la comunidad y alrededores que aprecian el café de especialidad y buscan un espacio que ofrezca productos de alta calidad junto con una experiencia de aprendizaje.

Al ser un modelo de negocio que integra la formación en barismo, incluye también personas interesadas en capacitarse como baristas y obtener experiencia en un entorno real. Este segmento incluye tanto locales como turistas que desean aprender sobre el café de manera formal.

Según los datos obtenidos respecto a la segmentación de clientes se considerará las características demográficas, comportamientos, necesidades y preferencias de los distintos grupos, permitiendo el diseño de estrategias

específicas para cada uno para maximizar el alcance del modelo de negocio. A continuación se detallan algunos de los perfiles más sobresalientes:

#### 4.3.5.1 Turistas estadounidenses

Los turistas estadounidenses constituyen un segmento clave para el negocio, representando el 20.8% de los encuestados. La mayoría disfruta de estadías largas y muestra un fuerte interés en actividades relacionadas al café. En el cuadro N° 35, se detallan las características de este perfil de clientes:

**Cuadro N° 35**

*Perfil de clientes turistas estadounidenses*

<b>Perfil demográfico</b>	<b>Necesidades y preferencias</b>	<b>Estrategias de captación</b>
<p>Representaron el 20.8% de los encuestados.</p> <p>Mayoría con estadías de más de una semana.</p> <p>Interés en experiencias culturales y educativas.</p>	<p>Buscan experiencias relacionadas con la cultura local.</p> <p>Dispuestos a invertir más en actividades formativas.</p> <p>Interesados en charlas sobre procesamiento del café y tours de café.</p> <p>Valoran la calidad del servicio y la atención en inglés.</p>	<p>Ofrecer talleres intensivos y experiencias personalizadas que se ajusten a estadías prolongadas.</p> <p>Promocionar paquetes que incluyan catas, tours de café y clases de barismo.</p> <p>Comunicaciones y materiales promocionales en inglés.</p> <p>Colaborar con hoteles y agencias de viajes para incluir ofertas en los paquetes.</p>

**Fuente:** Elaboración propia

Atender las necesidades específicas de los turistas estadounidenses mediante ofertas personalizadas, comunicación en inglés y alianzas con hoteles y agencias de viajes, puede atraer y satisfacer a este importante grupo de clientes, permitiendo un crecimiento en las oportunidades de negocio.

#### 4.3.5.2 Turistas Nacionales

Los turistas nacionales representan el 67.7% de los encuestados, conformando el segmento más grande según datos obtenidos de encuestas. Este grupo incluye a los turistas nacionales que realizan visitas cortas, de una semana o menos, y un porcentaje importante corresponde a visitantes recurrentes interesados en actividades recreativas y sociales. En el cuadro N° 36, se detallan las características de este perfil de clientes:

**Cuadro N°36**

*Perfil de clientes turistas nacionales*

<b>Perfil demográfico</b>	<b>Necesidades y preferencias</b>	<b>Estrategias de captación</b>
<p>Representan el 67.7% de los encuestados, con un 72.3% de residentes y el resto turistas nacionales. Realizan visitas más cortas, de una semana o menos.</p> <p>Visitantes periódicos (68.1%), muchos son visitantes recurrentes.</p>	<p>Interés en actividades recreativas y sociales.</p> <p>Buscan experiencias que se ajusten a su tiempo limitado.</p> <p>Preferencia por cursos básicos de barismo.</p> <p>Sensibilidad al precio, prefieren gastar menos de \$50 en actividades formativas.</p>	<p>Ofrecer talleres de introducción al barismo y degustaciones de una sola sesión.</p> <p>Crear promociones especiales para visitantes recurrentes y programas de fidelización.</p> <p>Ajustar horarios y actividades para fines de semana y períodos de vacaciones.</p> <p>Utilizar marketing en redes sociales y</p>

		promociones específicas para el mercado nacional.
--	--	---

**Fuente:** Elaboración propia

Atender las necesidades y preferencias de los turistas nacionales y ofrecer talleres breves, promociones especiales y ajustar horarios para adaptarse a su tiempo limitado y sensibilidad al precio. Por lo anterior, se necesitará fortalecer la fidelización y potenciar el crecimiento del negocio en el mercado nacional.

#### **4.3.5.3. Residentes nacionales**

Los residentes nacionales, especialmente los jóvenes adultos entre 18 y 34 años constituyen un segmento importante. Además, cuentan con un alto consumo diario de café, este grupo muestra un interés en adquirir nuevas habilidades y participar en actividades de entretenimiento relacionadas con el café y el barismo. En el cuadro N° 37, se detallan las características de este perfil de clientes:

**Cuadro N° 37**

*Perfil de clientes residentes nacionales*

<b>Perfil demográfico</b>	<b>Necesidades y preferencias</b>	<b>Estrategias de captación</b>
Jóvenes Adultos (18-34 años) Equilibrio de género: 49.5% masculino y 47.9% femenino. Consumen café diariamente (54.2%).	Interés en adquirir nuevas habilidades y en actividades de entretenimiento. Ven el barismo como una actividad recreativa y de interés personal. Sensibles al precio, prefieren actividades accesibles.	Ofrecer cursos básicos y accesibles de barismo. Implementar programas de membresía y descuentos para estudiantes. Organizar eventos sociales y actividades de networking. Promover el barismo como una habilidad

		valiosa y una posible carrera profesional.
--	--	--

**Fuente:** Elaboración propia

Los residentes nacionales tienen una preferencia por cursos accesibles, y eventos sociales, por lo que ofrecer actividades alineadas a esas preferencias es necesario para atraer a este público. Al promover el barismo como una habilidad y una posible carrera profesional, se podría fomentar el interés de este nicho de mercado.

#### **4.3.5.4 Nómadas digitales y extranjeros residentes**

Los nómadas digitales y extranjeros residentes representan un segmento creciente en Jacó, manteniéndose en la zona por períodos extendidos. Este grupo busca espacios donde puedan trabajar, socializar y disfrutar de café de calidad, valorando especialmente la disponibilidad de un servicio de internet. En el cuadro N° 38, se detallan las características de este perfil de clientes:

#### **Cuadro N°38**

##### *Perfil de clientes nómadas digitales y extranjeros residentes*

<b>Perfil demográfico</b>	<b>Necesidades y preferencias</b>	<b>Estrategias de captación</b>
Personas que viven en Jacó por períodos extendidos. Buscan espacios para trabajar, socializar y disfrutar de café de calidad.	Valoran un ambiente acogedor y con buen servicio de internet. Interés en eventos comunitarios y actividades culturales. Pueden estar interesados en cursos de barismo como actividad complementaria.	Crear espacios adecuados para el coworking y el estudio. Ofrecer eventos regulares que fomenten la comunidad. Promociones especiales para estancias prolongadas o membresías mensuales.

**Fuente:** Elaboración propia

La creación de espacios adecuados para trabajo y estudio, un servicio diferenciado y la organización de promociones especiales permitirá captar y fidelizar a este segmento. Esto podría enriquecer la cultura del café y fortalecer la posición del negocio en el mercado local.

#### **4.3.5.5 Otros perfiles de clientes potenciales**

Otros perfiles de clientes incluyen a las personas apasionadas por el café sin importar su edad o nacionalidad. Están interesados en profundizar en los conocimientos sobre métodos de preparación, historia y procesamiento del café. Para captar su atención, se pueden ofrecer cursos especializados, talleres temáticos, eventos exclusivos como noches de cata y demostraciones, además de paquetes formativos que incluyan visitas a fincas y productores.

Los aspirantes a baristas y profesionales del café son individuos que buscan una formación profesional en barismo, ya sean locales o internacionales. Están interesados en cursos avanzados y certificaciones reconocidas, desarrollo de carrera y oportunidades laborales, y están dispuestos a invertir más en su formación. Para atraerlos, es efectivo ofrecer programas completos de formación con certificaciones internacionales, facilitar bolsas de empleo y prácticas profesionales, y promocionar el barismo como una carrera viable y satisfactoria.

También se pueden considerar como clientes potenciales a empresas y grupos corporativos comprenden tanto empresas locales como visitantes en viajes de negocios, que según las encuestas representa un 16.7% de visitas por negocios. Se pueden realizar actividades tipo team-building o incentivos que fomenten el trabajo en equipo y brinden experiencias memorables para los empleados. Para captar este segmento, se pueden diseñar paquetes corporativos que incluyan talleres de barismo y actividades de integración, ofrecer sesiones privadas y personalizadas, y colaborar con hoteles y centros de convenciones para promocionar las ofertas.

Los consumidores conscientes y saludables son un segmento para considerar ya que son personas interesadas en productos orgánicos, sostenibles y

opciones saludables, valorando la sostenibilidad y el impacto ambiental. Buscan café de origen ético con prácticas sostenibles y están interesados en alternativas saludables como opciones veganas o sin gluten. Para atraerlos, es importante destacar el uso de café de comercio justo y prácticas sostenibles, ofrecer opciones de leche vegetal y productos orgánicos, y comunicar el compromiso ambiental y las iniciativas ecológicas del negocio.

Los turistas y residentes interesados en la cultura costarricense buscan experiencias educativas. Desean conocer la historia y tradiciones del café en Costa Rica y están interesados en eventos culturales, exposiciones y actividades artísticas. Para captarlos, se pueden organizar eventos que integren música, arte y café, ofrecer charlas y exposiciones sobre la historia del café, y colaborar con artistas locales para promover el arte costarricense.

Por su parte otra estrategia relacionada a la segmentación de clientes es el trato a clientes recurrentes y programas de fidelización ya que en Jacó existen visitantes periódicos que visitan Jacó con frecuencia. Buscan novedad y variedad en las visitas recurrentes y valoran beneficios y reconocimiento por su lealtad. Para mantener su interés, se pueden implementar programas de fidelización con recompensas y descuentos, ofrecer eventos exclusivos para miembros y presentar nuevas ofertas y actividades rotativas.

Los grupos familiares y amistades que visitan Jacó que buscan actividades que puedan disfrutar juntos. Sería importante ofrecer talleres o actividades grupales, crear promociones para grupos y descuentos por participación múltiple, y diseñar experiencias que sean educativas y entretenidas tanto para niños como para adultos.

#### **4.3.6 Relación con Clientes**

En este apartado, se establecerán estrategias para mantener relaciones sólidas y duraderas con los clientes. La relación con los clientes es fundamental para fidelizarlos, aumentar su satisfacción y convertirlos en embajadores de tu marca. A continuación, se presentan las estrategias detalladas:

#### 4.3.6.1 Estrategias para la cafetería

La cafetería organiza actividades como catas de café, talleres de barismo, y charlas sobre la cultura del café. Estas actividades son una forma de fortalecer la relación con el cliente y generar fidelización. En el cuadro N° 39, se detallan las estrategias que mejoren las relaciones con clientes de la cafetería:

#### Cuadro N°39

##### *Acciones estratégicas para mejorar la relación con clientes en la cafetería*

<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Implementación</b>
Experiencia personalizada y participativa	Ofrecer una atención personalizada, donde cada cliente se sienta valorado y pueda participar activamente en su experiencia de consumo.	Interacción con baristas y estudiantes Personalización de bebidas Beneficios
Programa de fidelización	Implementar un programa que recompense a los clientes frecuentes, incentivando su lealtad y aumentando la recurrencia de visitas.	Tarjetas de puntos o membresías Beneficios exclusivos
Comunicación a través de redes sociales	Utilizar las redes sociales para interactuar con los clientes, informarlos sobre novedades, promociones y eventos, y crear una comunidad en torno a la marca.	Contenido atractivo y educativo Interacción activa en comentarios, mensajes y reseñas Concursos y dinámicas

Eventos y actividades especiales	Organizar eventos temáticos, catas, exhibiciones y actividades culturales que atraigan a diferentes segmentos de clientes.	Noches de cata Demostraciones en vivo Eventos culturales
Servicio al cliente de excelencia	Brindar un servicio al cliente excepcional, que supere las expectativas y genere recomendaciones positivas.	Formación continua del personal Realimentación continua Resolución efectiva de problemas

**Fuente:** Elaboración propia

Además, se pueden implementar incentivos para clientes frecuentes, tales como descuentos, puntos acumulables o acceso prioritario a talleres. Este tipo de programas asegura la lealtad del cliente.

#### **4.3.6.2 Estrategias relacionadas a la formación en Barismo**

La formación es importante tanto como para que cada cliente sea atendido con esmero así como para que reciba una explicación detallada de las bebidas y métodos de preparación. La interacción cercana permite al cliente aprender del servicio. En el cuadro N° 40, se detallan las estrategias que mejoren las relaciones con los estudiantes:

**Cuadro N°40**

*Acciones estratégicas para mejorar la relación con los estudiantes*

<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Implementación</b>
Acompañamiento personalizado	Proporcionar seguimiento individualizado a los estudiantes, apoyándolos	Asignación de Mentores Sesiones de retroalimentación

	en su proceso de aprendizaje y desarrollo profesional.	Planes de desarrollo personalizados
Comunidad de aprendizaje y colaboración	Crear una comunidad activa entre los estudiantes, exalumnos y profesionales del sector, facilitando el intercambio de conocimientos y oportunidades.	Grupos y foros en línea Eventos colaborativos Club de exestudiantes
Flexibilidad y adaptación a las necesidades del estudiante	Ofrecer opciones flexibles en horarios, modalidades y contenidos para adaptarse a las circunstancias y preferencias de los estudiantes.	Horarios flexibles Modalidades mixtas Módulos personalizables
Valor añadido a través de certificaciones y oportunidades laborales	Ofrecer certificaciones reconocidas y facilitar la inserción laboral de los graduados.	Certificaciones Bolsa de empleo y prácticas Colaboraciones con empresas
Comunicación continua y soporte	Mantener el contacto con los estudiantes después de finalizado el curso, ofreciendo soporte y oportunidades de formación continua.	Actualizaciones Descuentos en cursos avanzados Acceso a recursos exclusivos

**Fuente:** Elaboración propia

Implementar estrategias enfocadas en la formación en barismo es fundamental para fortalecer la relación con los estudiantes y promover su desarrollo profesional. Las acciones propuestas, contribuyen en el mejoramiento de las habilidades técnicas de los estudiantes y fomentan su compromiso y lealtad.

#### **4.3.7 Canales**

A continuación, se detallan los canales de comunicación, distribución y ventas. Estos canales son fundamentales para crear conciencia, facilitar la compra y proporcionar un excelente servicio al cliente.

##### **4.3.7.1 Canales de comunicación y venta**

El espacio físico es el punto principal de interacción, donde se brinda servicio y se desarrollan actividades educativas, posicionando al local como un lugar de encuentro. Sin embargo, hay otros canales que permiten la promoción y una conexión activa. En el cuadro N° 41, se detallan las características de estos canales:

**Cuadro N°41**

*Descripción de canales de comunicación y venta*

<b>Canal</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características</b>
Plataforma web	Desarrollo de un sitio web profesional y atractivo, disponible en español e inglés, que funcione como el centro de información y reserva de servicios.	Información detallada Reservas en línea Blog educativo Integración con redes sociales
Redes sociales	Facebook, instagram, youtube, tiktok y linkedin.	Contenido visual y educativo Interacción con la comunidad Promociones y anuncios

Email	Envío regular de correos electrónicos y boletines informativos a suscriptores y clientes.	Actualizaciones y noticias Contenido educativo Promociones exclusivas
Publicidad digital	Campañas de búsqueda y anuncios segmentados en facebook e instagram	Google ads Publicidad en redes sociales
Presencia en plataformas turísticas	Tripadvisor, google my business, booking.com, airbnb experiences.	Perfil optimizado gestión de reseñas
Venta directa en la cafetería	La ubicación física en jacó es el principal punto de venta y distribución de productos y servicios	Ubicación estratégica Ambiente atractivo Señalización y rótulos
Alianzas con hoteles y agencias de viajes	Colaboración con establecimientos turísticos para promocionar y vender servicios.	Paquetes y promociones conjuntas Material promocional Comisiones por referencia
Participación en eventos y ferias	Presencia en ferias turísticas, eventos culturales y campeonatos de barismo, arte latte, etc.	Stands y demostraciones Distribución de material promocional
Canales de servicio y postventa	Brindar soporte y atención al cliente a través de diversos canales. Teléfono y whatsapp, correo electrónico, chat en línea	Disponibilidad Eficiencia

**Fuente:** Elaboración propia

La cafetería colaborará con turoperadores y empresas turísticas para ser promovida como un destino educativo, atrayendo tanto a locales como a turistas interesados en la cultura del café.

#### **4.3.7.2 Canales de distribución de productos y servicios**

Los canales de distribución de productos y servicios permiten ampliar el alcance del negocio y satisfacer las diversas necesidades de los clientes. Estos canales incluyen desde la venta directa de café y productos de marca hasta la oferta de cursos y recursos educativos en línea. En el cuadro N° 42, se detallan las características de estos canales:

**Cuadro N°42**

*Descripción de distribución de productos y servicios*

<b>Canal</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características</b>
Venta de café y productos	Distribuir café en grano y productos de marca en tiendas, supermercados y otras cafeterías.	Acuerdos de distribución
Envíos nacionales e internacionales	Ofrecer envíos de productos a nivel nacional y, potencialmente, internacional.	Plataforma de e-commerce Paquetes personalizados
Plataformas de e-learning	Ofrecer cursos y recursos educativos en línea.	Cursos en línea Webinars y clases en vivo Recursos descargables

**Fuente:** Elaboración propia

Diversificar los canales de distribución mediante acuerdos de venta, envíos nacionales e internacionales y plataformas permite llegar a un público más amplio. Estas estrategias ayudan a adaptarse a las tendencias actuales y las preferencias de los consumidores.

#### **4.3.8 Estructura de costos**

La estructura de costos en este negocio se organiza en varias categorías claves que aseguran tanto la operación diaria como el desarrollo de actividades especiales. En este apartado se presenta una estructura de costos completa y detallada, que incluye los costos iniciales (inversión) y los costos operativos, considerando todos los elementos que componen el modelo de negocio propuesto que incluye:

- Programa de formación en barismo (modelo 70-20-10)
- Actividades de laboratorio con equipos especializados
- Operación de cafetería

A continuación se detalla la estructura de costos donde se identifican todos los gastos necesarios para poner en marcha y operar un negocio.

##### **4.3.8.1 Costos de inversión inicial**

En esta sección se detallan los costos de inversión inicial necesarios para establecer la cafetería-escuela de barismo. Se abarcan todos los gastos previos al inicio de operaciones, incluyendo la adquisición y adecuación del local, mobiliario, equipamiento especializado, inventario inicial, licencias, permisos, seguros y marketing inicial. En el cuadro N° 43, se detallan los gastos necesarios para establecer el negocio antes de comenzar a operar:

#### **Cuadro N° 43**

*Costos de inversión inicial para el modelo de negocio cafetería-escuela de Barismo en la zona turística de Jacó*

<b>Costo de adquisición y adecuación del local:</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>

Depósito y alquiler inicial del local	Depósito (1 meses de alquiler) y primer mes de alquiler	\$6,000
Renovaciones y adecuaciones	Adaptaciones para áreas de cafetería, aulas, laboratorio y espacios comunes adecuaciones para soportar el equipamiento especializado..	\$2,000
<b>Mobiliario:</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Muebles para la cafetería	Mesas, sillas, barras, estanterías	\$5,000
Mobiliario para aulas y laboratorio	Mesas de trabajo, sillas ergonómicas, pizarras, escritorios.	\$2,000
Decoración y ambientación	Elementos decorativos, iluminación, plantas.	\$1,000
<b>Equipamiento de la cafetería</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Máquinas de espresso profesionales	2-3 grupos, para preparación de bebidas. 2 unidades	\$20,000
Molinos de café	Molinos para métodos y para espresso. 3 unidades	\$4,500
Métodos de filtrado	V60, chemex, aeropress, kalita wave. Equipos de cold brew sifones y prensas francesas.	\$2,000
Utensilios y herramientas	Jarras de leche Termómetros, cronómetros y balanzas Tamper y distribuidores Miquetas y tazas	\$1,500
Máquina registradora y sistema POS	Para gestión de ventas.	\$1,000
Refrigeradores y congeladores	Para almacenamiento de insumos.	\$3,000

Vajilla y menaje	Cubiertos, platos y vasos servilletas, manteles y accesorios para servicio al cliente.	\$2,000
<b>Equipos especializados</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Refractómetro de café	Para medir la extracción y concentración.	\$1,000
Colorímetro	Para evaluar el color del tostado.	\$1,500
Medidores de pH y TDS (Total de Sólidos Disueltos)	Para análisis de agua y café.	\$1,000
<b>Equipos de tostado</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Tostadora de café de laboratorio	Para pequeñas cantidades y enseñanza. 1 unidad	\$5,000
Tostador industrial	Para café de la cafetería, formación y empaque. 1 unidad	\$10,000
<b>Herramientas de catación</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Tazones y Cucharas de Catación		\$500
Kits de aromas	Para entrenamiento sensorial.	\$1,000
<b>Equipos audiovisuales</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Proyectores y pantallas	Para presentaciones. 2 unidades	\$2,000
Sistemas de sonido y micrófonos.	Ambientación y uso didáctico	\$1,000
Cámaras	Para creación de contenido y clases en línea.	\$1,000
<b>Tecnología y sistemas</b>		

<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Desarrollo de plataforma Web	Diseño y programación de sitio Web integración de sistema de reservas y pagos en línea.	\$2,000
Sistemas de gestión	Software POS licencias de software	\$1,000
<b>Equipos informáticos</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Computadoras y laptops	Para administración y aulas. 2 unidades	\$2,000
Tabletas o dispositivos móviles	Para uso en la cafetería y cursos. 2 unidades	\$1,000
<b>Inventario inicial de insumos de cafetería</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Café en grano	Variedades de especialidad de diferentes regiones.	\$2,000
Lácteos y sustitutos	Leche entera, descremada, vegetales.	\$1,000
Azúcares y edulcorantes.		\$200
Saborizantes y siropes.		\$200
Repostería y snacks:	Pasteles, galletas, sándwiches.	\$2,000
Suministros de limpieza	Detergentes y desinfectantes. Utensilios de limpieza Productos de higiene personal Producto para mantenimiento de máquinas de espresso, molinos, etc.	\$500
<b>Licencias, permisos y seguros</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>

Permisos de funcionamiento	Municipales, sanitarios y del ministerio de salud.	\$1,000
Licencias comerciales	Registro de la empresa y actividades económicas.	\$1,000
Seguros	Seguro de responsabilidad civil seguro de propiedad y equipos. Seguro de riesgos del trabajo. Anuales.	\$3,000
<b>Marketing inicial</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Diseño de marca e identidad corporativa	Logotipo, paleta de colores, tipografías.	\$1,000
Materiales promocionales:	Folletos, tarjetas y flyers. Rótulos y señalización. Campañas de lanzamiento.	\$1,500
<b>Otros costos iniciales</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Asesorías y consultorías	Constitución de la empresa, contratos, asesoría fiscal. Desarrollo del currículo y programas formativos. Fondos para cubrir gastos operativos hasta alcanzar el punto de equilibrio.	\$1,000
Capital de trabajo inicial	3 meses de costos operativos (\$20,250)	\$60,750
<b>Inversión inicial total</b>		<b>\$155,150</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La inversión inicial total para establecer el negocio propuesto cubre todos los gastos necesarios antes de comenzar a operar. Este monto abarca la adquisición y adecuación del local, mobiliario, equipamiento especializado, licencias, permisos y seguros, así como el capital de trabajo inicial para los primeros meses de operación. Una planificación financiera detallada es esencial para asegurar que la cafetería-

escuela de barismo comience las actividades con una base sólida y los recursos adecuados para ofrecer servicios de alta calidad desde el primer día.

#### 4.3.8.2 Costos Operativos

En esta sección se detallan los costos de inversión inicial necesarios para establecer la cafetería-escuela de barismo. Se abarcan todos los gastos previos al inicio de operaciones, incluyendo la adquisición y adecuación del local, mobiliario, equipamiento especializado, inventario inicial, licencias, permisos, seguros y marketing inicial. En el cuadro N° 44, se detallan los gastos recurrentes necesarios para el funcionamiento diario del negocio:

#### Cuadro N° 44

*Costos operativos para el modelo de negocio cafetería-escuela de Barismo en la zona turística de Jacó.*

<b>Gastos de personal</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Personal administrativo	1 gerente general salarios, cargas sociales y prestaciones	\$2,500
Baristas formador e instructores	Pago por servicios profesionales. 2 colaboradores	\$1,700
Personal de servicio	Salarios, cargas sociales y prestaciones. 1 colaborador.	\$700
Personal de limpieza	Salarios, cargas sociales y prestaciones. 1 colaborador.	\$700
<b>Alquiler y servicios</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Alquiler del local	Pago mensual del espacio.	\$3,000
Servicios públicos	Electricidad, agua, gas, internet y telefonía	\$1000

Equipos de cafetería laboratorio e instalaciones	Mantenimiento preventivo y correctivo	\$100
<b>Costos de insumos y materia prima</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Café en grano	Compra regular de diferentes variedades.	\$2,000
Productos lácteos y sustitutos.		\$1,000
Insumos de repostería y alimentos.		\$1,500
Suministros de cafetería	Vasos descartables: si se ofrecen bebidas para llevar. Servilletas, agitadores, etc.	\$500
<b>Gastos de marketing y publicidad</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Publicidad continua	Anuncios en redes sociales: campañas pagadas. Publicidad en medios locales.	\$500
Materiales promocionales	Actualización de folletos y menús. Promociones especiales.	\$100
<b>Gastos administrativos</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Contabilidad y auditoría.	Servicios profesionales	\$150
Asesoría legal	Servicios profesionales	\$100

Suministros de oficina	Papel, tinta, útiles de escritorio.	\$100
Software y licencias	Renovación de licencias. Suscripciones a servicios en la nube.	\$100
<b>Gastos de formación y educación</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Compra de nuevos materiales		\$300
Certificaciones y acreditaciones	Cuotas anuales y/o costos de evaluación	\$200
<b>Costos de tecnología y sistemas</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Mantenimiento de plataforma Web	Actualizaciones. Hosting y Dominios.	\$150
Antivirus y Firewalls.		\$50
<b>Seguros y cumplimiento legal</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Renovación de seguros	Responsabilidad civil. Propiedad y equipos.	\$500
Pago de impuestos y tasas	Impuesto sobre la renta. IVA. Patentes municipales.	\$1,000
<b>Gastos de operativos diarios</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Gastos de limpieza e higiene		\$100
Uniformes del personal y equipo de protección personal	Guantes, mascarillas.	\$100

Gastos de transporte	Entrega de productos desplazamientos del personal	\$100
<b>Otros costos</b>		
<b>Costo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Amortización y depreciación	Del equipo y mobiliario para fines contables y planificación de reemplazos.	\$1,500
Contingencias y fondo de reserva	Reparaciones urgentes, reemplazo de equipos.	\$500
<b>Total de costos operativos mensuales</b>		<b>\$20,250</b>

**Fuente:** Elaboración propia

El total de costos operativos mensuales de \$20,250 refleja la complejidad de establecer y mantener una cafetería-escuela de barismo en una zona turística como Jacó. La inversión es alta por lo que es importante generar una oferta diversificada para obtener mayores ingresos y también trabajar en el reconocimiento de marca para diferenciarse en un mercado competitivo.

#### **4.3.9 Fuentes de Ingresos**

Las fuentes de ingresos son los mecanismos por los cuales un negocio generará ingresos. A continuación, se presenta una descripción detallada de cómo el modelo de negocio propuesto generará ingresos, tomando en cuenta la operación de la cafetería, el programa modular de formación en barismo, y otras fuentes complementarias para proporcionar una visión completa y estratégica. La cafetería cuenta con diversas fuentes de ingresos, cada una diseñada para aprovechar al máximo las oportunidades del negocio y diversificar los flujos financieros.

##### **4.3.9.1 Ingresos de cafetería**

La principal fuente de ingresos proviene de la venta diaria de café y productos de cafetería, como bebidas a base de café, té, jugos naturales y repostería. Estos productos están pensados para captar tanto a los clientes locales como a los turistas, ofreciendo opciones para todos los gustos. Además, la cafetería ofrece

distintos métodos de preparación de café que añaden valor a la experiencia del cliente y permiten vender el café a un precio premium, dado el enfoque en la calidad del producto. En el cuadro N° 45, se detallan los ingresos correspondientes a servicios de cafetería:

### Cuadro N° 45

#### *Detalle de ingresos por servicios de cafetería*

<b>Producto o Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el Cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso Mensual</b>
Espresso	Café espresso simple	\$3.00	500 ventas	\$1,500
Cappuccino	Café espresso con leche vaporizada y espuma	\$4.50	500 ventas	\$2,250
Café filtrado	Preparación de café filtrado	\$3.50	500 ventas	\$1,750
Café cold brew	Café preparado en frío	\$5.00	100 ventas	\$500
Té y bebidas alternas	Variedad de té y bebidas sin cafeína	\$3.00	267 ventas	\$801
Snacks y postres	Pasteles y bocadillos para acompañar el café	\$3.00	400 ventas	\$1,200
Venta de café en grano	Café en grano para consumo en casa	\$15.00 (por libra)	30 ventas	\$450
<b>Total estimado de ingresos mensuales cafetería</b>				<b>\$8,451</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.3.9.2 Ingresos por programas de formación en barismo

La cafetería ofrece una serie de cursos y talleres especializados en temas como barismo, cata de café y conocimientos básicos de la cultura del café. Estos cursos, que pueden ser de corta o larga duración, representan una fuente de ingresos significativa y atraen a clientes interesados en aprender y profundizar los conocimientos.

Además, se ofrecerá programas de formación para estudiantes y talleres para aficionados del café que busquen experiencias inmersivas. También, se incluirán prácticas supervisadas que brindarán capacitación en el ambiente de trabajo real, lo cual genera ingresos adicionales y contribuye a posicionar a la cafetería como un centro de formación en la cultura cafetalera. En el cuadro N° 46, se detallan los ingresos por concepto de programas formativos en barismo:

**Cuadro N° 46**

*Detalle de ingresos por programas de formación en barismo*

<b>Cursos básicos de barismo</b>				
<b>Producto o servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso mensual</b>
Curso introductorio al barismo (No es parte del plan de estudios)	Curso introductorio de preparación de espresso y técnicas para estudiantes externos al programa educativo.	\$75.00 (por curso)	20 estudiantes	\$1,500
Cursos del nivel básico	Cursos del módulo I, según plan de estudios.	\$150.00 (por curso)	15 estudiantes	\$2,250

Cursos opcionales de	-Servicio al cliente en turismo -Ingles aplicado al barismo -Protocolo de servicio en barismo - Emprendedurismo en negocios relacionados al café de especialidad	\$100.00 (por curso)	20 participantes	\$1,000
<b>Total estimado de ingresos mensuales</b>				<b>\$4,750</b>
<b>Cursos intermedios y prácticas y laboratorios</b>				
<b>Producto o servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso mensual</b>
Cursos del nivel intermedio	Cursos del módulo II, según plan de estudios	\$200.00 (por curso)	20 estudiantes	\$4,000
Práctica supervisada I, II, y III	Prácticas para estudiantes en el ambiente de cafetería	\$200.00 (28 horas mensuales)	10 estudiantes	\$2,000
Laboratorios I, II, y III	Sesiones de practica y experimentación para estudiantes con baristas formadores	\$200.00 (Cada laboratorio)	10 estudiantes	\$2,000
<b>Total estimado de ingresos mensuales</b>				<b>\$8,000</b>

<b>Cursos avanzados e intensivos</b>				
<b>Producto o servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso mensual</b>
Cursos nivel avanzado	Cursos del módulo III, según plan de estudios	\$250.00 (mensual)	10 estudiantes	\$2,500
Programa intensivo	Programa intensivo de formación práctica en barismo	\$250.00 (mensual)	10 estudiantes	\$2,500
<b>Total estimado de ingresos mensuales</b>				<b>\$5,000</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### **4.3.9.3 Ingresos por actividades complementarias y eventos especiales**

La organización de eventos especiales, como catas de café, celebraciones temáticas y noches de música en vivo, representa una fuente de ingresos adicionales. Estos eventos suelen tener un costo de inscripción y están diseñados para fortalecer la conexión del cliente con la marca. Al ofrecer eventos exclusivos, la cafetería podría aumentar los ingresos, y reforzar la fidelidad de los clientes, además de atraer a nuevos interesados en experiencias sociales y culturales. En el cuadro N° 47, se detallan los ingresos por este tipo de actividades:

#### **Cuadro N° 47**

*Detalle de ingresos por actividades complementarias y eventos especiales*

<b>Actividades formativas presenciales para clientes</b>				
<b>Producto o servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso mensual</b>
Charla sobre la historia del café	Historia y cultura del café	\$40.00 (por curso)	10 estudiantes	\$400

	de especialidad para clientes.			
Taller de catación	Técnicas sensoriales para degustación de café para clientes	\$75.00 (por taller)	10 participantes	\$750
Taller de arte latte	Técnicas de espumado de leche y diseño de arte latte para clientes	\$75.00 (por taller)	10 participantes	\$750
Taller de métodos de filtrado	Técnicas de filtrado en V60, Chemex, Vandola, Kalita y otros, para clientes	\$75.00 (por taller)	10 participantes	\$750
Catas públicas	Degustaciones abiertas al público	\$20.00 (por persona)	10 participantes	\$200
Demostración de métodos	Barra de métodos de filtrado	\$20.00 (por persona)	10 participantes	\$200
<b>Total estimado de ingresos mensuales</b>				<b>\$3,050</b>
<b>Ingresos por servicios en línea</b>				
<b>Producto o servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso mensual</b>

Cursos en línea	Versión en línea de cursos de barismo	\$40.00 (por curso)	20 estudiantes	\$800
Tienda en línea	Venta de café y productos en la tienda en línea	\$15.00 (promedio)	20 ventas	\$300
<b>Total estimado de ingresos mensuales servicios en línea</b>				<b>\$1,100</b>
<b>Ingresos por venta de accesorios y equipos</b>				
<b>Producto o servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio para el cliente</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ingreso mensual</b>
Delantales de barista	Delantales profesionales con logo de la escuela	\$25.00	10 unidades	\$250
Métodos de preparación	V60, chemex, aeropress, prensa francesa y otros	\$40.00 (promedio)	15 unidades	\$600
Filtros y accesorios menores	Filtros, cucharas de medición, jarras de leche	\$10.00 (promedio)	30 unidades	\$300
<b>Total estimado de ingresos mensuales</b>				<b>\$1,150</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Los datos presentados reflejan un negocio con múltiples líneas de ingresos que, al combinarse, generan una sólida estimación mensual. Esta estructura financiera, presenta una oferta diversificada y pretende sentar las bases para la sostenibilidad a largo plazo del modelo de negocio propuesto.

#### **4.3.9.4 Resumen de ingresos**

Este análisis nos permite comprender la importancia y el peso de cada una de las fuentes de ingresos en la operación general. El Cuadro N° 48 presenta un

resumen detallado de los ingresos estimados mensuales del negocio, desglosados por categorías:

#### **Cuadro N° 48**

##### *Resumen de ingresos estimados mensuales*

<b>Categoría de ingresos</b>	<b>Ingreso mensual</b>
Cafetería	\$8,451
Programas de formación básico	\$4,750
Programas de formación (intermedios y avanzados)	\$9,000
Prácticas y talleres experienciales	\$4,000
Actividades complementarias y eventos	\$3,050
Servicios en línea	\$1,100
Venta de accesorios y equipos	\$1,150
<b>Total estimado de ingresos mensuales del negocio</b>	<b>\$31,501</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La cafetería podría también establecer alianzas estratégicas con empresas locales y operadores turísticos, lo que permite generar ingresos adicionales. Estas alianzas pueden incluir paquetes turísticos que se presentan a la cafetería como un punto de interés cultural, atrayendo a turistas interesados en la cultura del café. Además, los patrocinios de marcas que comparten valores similares (como productos artesanales o ecológicos) permiten promocionar la cafetería a nuevos segmentos de mercado y añadir valor a la marca, generando ingresos a través de colaboraciones y patrocinios específicos.

#### **4.4 Propuesta de programa de formación y capacitación en barismo**

A partir de la identificación de las necesidades y el interés demostrado en el análisis de los resultados, se presenta una propuesta de programa de formación y capacitación en barismo que busca satisfacer dichas demandas y promover el desarrollo profesional en el campo del barismo.

#### 4.4.1 Análisis

Para garantizar la efectividad del programa, es fundamental realizar un análisis detallado de las necesidades de formación en barismo. Este análisis permitirá diseñar un contenido educativo que responda a las expectativas de los estudiantes y cubra las áreas de mayor interés.

##### 4.4.1.1 Identificación de Necesidades de Formación en Barismo

Según los datos recopilados, existe un alto interés en aprender sobre barismo, especialmente entre jóvenes de 18 a 34 años, que representan la mayoría de los encuestados. Un alto porcentaje tiene conocimiento mínimo o básico en barismo, indicando una necesidad de formación en este campo.

Por su parte, los encuestados muestran preferencia por métodos de aprendizaje prácticos y participativos. Además, el barismo es visto como una actividad recreativa y de interés personal, lo que sugiere que el programa debe ser atractivo y accesible tanto para aficionados como para aquellos que buscan una formación profesional. En el cuadro N° 49. se pueden observar las principales necesidades identificadas a partir de la presente investigación y que pueden utilizarse como fundamento para el planteamiento de la propuesta de formación en barismo:

#### Cuadro N° 49

##### *Necesidades Identificadas en Formación en Barismo*

<b>Necesidad</b>	<b>Descripción</b>
1. Habilidades prácticas en preparación de café	Desarrollo de competencias prácticas en métodos de preparación, manejo de equipos y técnicas de elaboración de bebidas a base de café.
2. Conocimiento teórico sobre el café	Comprensión profunda sobre la historia, origen, variedades y procesos del café.
3. Arte latte y creatividad	Aprender técnicas de arte latte y fomentar la creatividad en la presentación de bebidas.
4. Servicio al cliente y habilidades sociales	Desarrollo de competencias en atención al cliente, comunicación y manejo de situaciones.

5. Emprendimiento y gestión de negocios	Conocimientos sobre cómo iniciar y gestionar un negocio relacionado con el café.
6. Certificaciones reconocidas	Obtención de certificados que avalen las competencias y aumenten la empleabilidad.
7. Flexibilidad horaria y modalidades de estudio	Necesidad de opciones flexibles en horarios y modalidades (presencial, en línea, mixto).
8. Prácticas profesionales y experiencia real	Oportunidades de aplicar conocimientos en entornos laborales reales y prácticas supervisadas.
9. Conocimiento sobre sostenibilidad y comercio justo	Aprender sobre prácticas sostenibles, comercio justo y responsabilidad social en la industria del café.
10. Desarrollo de habilidades sensoriales (catación)	Formación en análisis sensorial, identificación de sabores y evaluación de calidad del café.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados.

Los temas de mayor interés según los estudios realizados en la presente investigación, se encuentra primeramente en los métodos y técnicas de preparación, seguido por el arte latte y también el conocimiento general sobre café. Esto indica que el contenido del programa debe cubrir estas áreas para satisfacer las necesidades de los estudiantes.

#### **4.4.1.2 Perfil de salida de los estudiantes**

Al finalizar el programa, los graduados habrán desarrollado un perfil integral que les permitirá desempeñarse adecuadamente en la industria. A continuación, se presentan algunas competencias clave que conforman este perfil de salida:

- Habilidad para utilizar diversos métodos de extracción y preparación de bebidas a base de café.
- Comprensión teórica sobre la historia, origen, variedades, cultivo y procesamiento del café.
- Capacidad para realizar análisis sensoriales, identificando sabores, aromas y calidad del café.

- Competencia en técnicas de arte latte y creación innovadora de bebidas y cócteles con café.
- Desarrollo de habilidades de comunicación, atención al cliente y trabajo en equipo en entornos de servicio.
- Conocimientos para iniciar y gestionar negocios relacionados con el café.
- Conciencia sobre prácticas sostenibles, comercio justo y responsabilidad social en la industria del café.
- Aplicación de conocimientos en entornos reales a través de prácticas supervisadas y participación en eventos.
- Obtención de certificaciones que avalan las competencias adquiridas, mejorando la empleabilidad.
- Actitud proactiva para mantenerse actualizado en tendencias y avances del sector cafetero.

Los egresados estarán capacitados en las habilidades técnicas del barismo, en aspectos de gestión, sostenibilidad y servicio al cliente. Este conjunto de competencias les permitirá posicionarse como profesionales completos y adaptables en un mercado en constante evolución.

#### **4.4.1.3 Mercado laboral y oportunidades de empleo**

El sector del café de especialidad está en crecimiento en Costa Rica y a nivel mundial, lo cual está aumentando la demanda de baristas calificados y conocedores del producto. Lo anterior abre una amplia gama de oportunidades de empleo en cafeterías de especialidad, hoteles, restaurantes y empresas relacionadas con el turismo. Además, la formación en barismo puede servir de base para plantear proyectos de emprendimientos propios.

Es importante considerar que el mercado laboral requiere baristas con habilidades prácticas sólidas, conocimientos teóricos sobre el café y competencias en servicio al cliente y ventas. No obstante, se requieren habilidades técnicas y un desarrollo profesional y crecimiento personal. La posibilidad de establecer redes profesionales, participar en eventos de la industria y mantenerse actualizado en las últimas tendencias permite a los baristas profesionales construir carreras sólidas y

dinámicas en muchas áreas, a continuación en el cuadro N° 50. se detallan algunas de ellas:

### Cuadro N° 50

#### *Opciones de mercado laboral para un profesional en barismo*

<b>Mercado laboral</b>	<b>Descripción</b>
Barista en cafeterías convencionales y/o de especialidad locales y nacionales	Preparación de bebidas a base de café, atención al cliente y mantenimiento de la calidad del servicio.
Barista en restaurantes, hoteles y resorts	Servicio de café a huéspedes, creación de experiencias personalizadas y colaboración en eventos especiales.
Barista en cruceros	Preparación y servicio de café a bordo, adaptándose al mercado internacional y horarios flexibles.
Emprendedor	Crear y gestionar un emprendimiento, desde la planificación hasta la operación diaria y estrategia de negocio.
Asesor en barismo	Asesorar a negocios sobre la implementación de servicios de café, selección de equipos y formación de personal.
Barista en eventos y servicio de catering	Preparación y servicio de café en eventos corporativos, sociales y festivos, adaptándose a diferentes entornos.
Barista móvil (food truck de café)	Operar un servicio móvil de café, llevando bebidas especializadas a diferentes ubicaciones y eventos.
Representante de ventas en la industria del café	Promocionar y vender productos relacionados con el café, estableciendo relaciones comerciales.

Gerente de cafetería	Supervisar operaciones diarias, manejo de personal, control de inventarios y estrategias de ventas.
Especialista en arte latte	Crear diseños avanzados en bebidas con leche, participando en competencias y talleres especializados.
Guía en fincas cafetaleras	Conducir tours educativos, compartir conocimientos sobre el cultivo y procesos del café con visitantes.
Barista competidor profesional	Participar en competencias de barismo a nivel nacional e internacional, representando a marcas o establecimientos.

#### 4.4.1.4 Definición de objetivos de aprendizaje

**Objetivo General:** Proporcionar a los participantes las habilidades, conocimientos y competencias necesarias para desempeñarse como baristas profesionales en el sector del café de especialidad.

#### **Objetivos Específicos:**

- Desarrollar habilidades prácticas en la preparación de bebidas a base de café utilizando diferentes métodos y técnicas.
- Fomentar el entendimiento profundo sobre el origen, procesamiento y características del café.
- Fortalecer habilidades de servicio al cliente, comunicación y trabajo en equipo.
- Promover la creatividad e innovación en la creación de bebidas y experiencias relacionadas con el café.
- Preparar a los participantes para oportunidades laborales y emprendimientos en el sector del café.

#### 4.4.2 Diseño

considerando las preferencias y expectativas de los estudiantes potenciales, se ha diseñado un programa de formación que busca desarrollar las competencias requeridas en el mercado laboral actual. Este diseño contempla aspectos teóricos y prácticos, garantizando una formación completa.

##### 4.4.2.1 Diseño curricular del programa de formación en barismo

El diseño curricular se estructura en módulos progresivos que abarcan desde los conocimientos básicos hasta habilidades avanzadas en barismo. Cada módulo cubre áreas específicas de aprendizaje, facilitando así el desarrollo de competencias técnicas y profesionales en los participantes. El programa cubrirá diferentes áreas y se estructurará en los siguientes módulos:

##### 4.4.2.1.1 Módulo 1: Nivel básico

Este módulo introductorio se enfoca en proporcionar a los estudiantes los fundamentos esenciales del barismo. A través de una combinación de teoría y práctica, los participantes conocerán la historia del café, las técnicas básicas de extracción y los principios fundamentales de la catación, sentando así las bases para su desarrollo en el campo del barismo. En el cuadro N° 51, se detallan los contenidos correspondientes a este módulo:

**Cuadro N° 51**

*Detalle de contenidos del módulo de nivel básico*

	<b>Contenidos</b>	<b>Horas 10%</b>	<b>Horas 20%</b>	<b>Horas 70%</b>
1	<b>Introducción al barismo</b> -Historia y origen del café en Costa Rica y el mundo -Las olas del café e implicaciones en el barismo -Las 8 regiones cafetaleras de Costa Rica -Etapas del cultivo y procesamiento del café -Especies, variedades y cultivares de café <b>Prueba escrita I</b>	8		

2	<b>Técnicas de extracción I</b> -Vocabulario técnico en barismo -Equipos y utensilios utilizados en filtración -Origen e historia de los métodos de extracción -Tipos de filtración -Funcionamiento básico de métodos de extracción <b>Prueba escrita II</b>	4		
3	<b>Catación I</b> -Fundamentos sensoriales -La rueda del catador -Catación de frutas -Catación de sabores primarios del café -Kit de aromas para memoria sensorial <b>Evaluación formativa</b>	4		
4	<b>Laboratorio I</b> -Gira a finca cafetalera -Práctica de reconocimiento de equipo y utensilios -Práctica funcionamiento de métodos de filtración <b>Proyecto de experimentación libre</b> <b>Prueba de ejecución</b>		12	
5	<b>Práctica supervisada</b>			112

**Fuente:** Elaboración propia

Al concluir este módulo, los estudiantes habrán adquirido una comprensión sólida de los conceptos básicos del barismo, preparándolos para avanzar a niveles más complejos y especializados en su formación.

#### **4.4.2.1.2 Módulo 2: Nivel intermedio**

En este módulo, se profundizará en técnicas más avanzadas de extracción y se explorarán temas como el tueste del café y cataciones especializadas. Los estudiantes tendrán la oportunidad de aplicar conocimientos teóricos en prácticas

más intensivas. En el cuadro N° 52, se detallan los contenidos correspondientes a este módulo:

### Cuadro N° 52

*Detalle de contenidos del módulo de nivel intermedio*

	<b>Contenidos</b>	<b>Horas 10%</b>	<b>Horas 20%</b>	<b>Horas 70%</b>
1	<p><b>Técnicas de extracción II</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-El barista</li> <li>-Puntos de control del barista</li> <li>-Grano (Región cafetalera, Variedad, Proceso)</li> <li>-Método (Molienda, Método, Filtro, Temperatura del agua)</li> <li>-Técnica (Receta, Turbulencia, Tiempo de extracción)</li> </ul> <p><b>Prueba escrita I</b></p>	4		
2	<p><b>Tueste I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Historia de la máquina de tueste</li> <li>-Tipos de máquinas de tueste</li> <li>-Funcionamiento de la máquina de tueste</li> <li>-Perfiles de tueste</li> <li>-Defectos de tueste</li> </ul> <p>Prueba escrita</p> <p><b>Prueba escrita II</b></p>	4		
3	<p><b>Catación II</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Características físicas del grano</li> <li>-Procesos de beneficiado</li> <li>-Defectos del café y cómo identificarlos</li> <li>-Catación de defectos del café</li> </ul>	8		

	-Catación de diferentes procesos de beneficiado, regiones, variedades, y perfiles de tueste <b>Evaluación formativa</b>			
4	<b>Laboratorio II</b> -Práctica métodos de filtración por goteo -Práctica métodos por inmersión (Prensa francesa, Clever, Aeropress) -Práctica métodos por presión -Práctica de espressos <b>Proyecto de experimentación libre</b> <b>Prueba de ejecución</b>		32	
5	<b>Práctica supervisada</b>			112

**Fuente:** Elaboración propia

Tras completar este módulo, los participantes habrán adquirido competencias técnicas y teóricas, adquiriendo un nivel intermedio que les permitirá abordar técnicas más complejas y prepararse para roles más exigentes en el campo del barismo.

#### 4.4.2.1.2 Módulo 3: Nivel avanzado

Este módulo está orientado a perfeccionar las habilidades de los estudiantes en áreas especializadas como el espresso, el arte latte y la mixología del café. Se fomentará la creatividad y la innovación, preparando a los baristas para destacarse. En el cuadro N° 53, se detallan los contenidos correspondientes a este módulo:

#### Cuadro N° 53

*Detalle de contenidos del módulo de nivel avanzado*

	<b>Contenidos</b>	<b>Horas 10%</b>	<b>Horas 20%</b>	<b>Horas 70%</b>
1	<b>Técnicas de extracción III</b> -Historia y origen de la máquina de espresso -Tipos de máquinas de espresso	4		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Componentes de la máquina de espresso</li> <li>-Perfil técnico y sensorial del espresso</li> <li>-El molino de espresso</li> <li>-Calibración de la máquina de espresso</li> </ul> <p><b><i>Prueba escrita I</i></b></p>			
2	<p><b>Arte Latte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Historia del arte latte</li> <li>-Composición química de la leche</li> <li>-Técnicas de vaporizar la leche</li> <li>-Extracción de un espresso para arte latte</li> <li>-Presentación y servicio del arte latte</li> </ul> <p><b><i>Prueba escrita II</i></b></p>	4		
3	<p><b>Mixología del café</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Historia y tendencias en mixología del café</li> <li>-Principios básicos de mixología en café</li> <li>-Equipo y utensilios de mixología</li> <li>-Cold brew en cócteles</li> <li>-Infusión con especias, frutas y hierbas</li> <li>-Cócteles con y sin alcohol</li> <li>-Técnicas de coctelería</li> </ul> <p><b><i>Evaluación formativa</i></b></p>	8		
4	<p><b>Laboratorio III</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Práctica de calibración de espresso</li> <li>-Práctica de espressos con diferentes perfiles de sabor</li> <li>-Práctica de espumado de leche</li> <li>-Práctica de espumado de leches vegetales</li> <li>- Práctica arte latte básico y compuesto</li> <li>-Práctica Cold Brew</li> <li>-Práctica de coctelería en café</li> </ul> <p><b><i>Proyecto de experimentación libre</i></b></p>		32	

	<b>Prueba de ejecución</b>			
5	<b>Práctica supervisada</b>			112
	<b>Cursos optativos:</b> -Servicio al cliente en turismo -Ingles aplicado al barismo -Protocolo de servicio en barismo -Emprendedurismo en negocios relacionados al café de especialidad			

**Fuente:** Elaboración propia

Al finalizar el último módulo, los estudiantes tienen 4 cursos a los que pueden optar para especializarse más en la formación, este último módulo pretende preparar a los estudiantes para que logren desempeñarse como baristas profesionales de alto nivel, listos para innovar y desempeñarse adecuadamente en la industria del café de especialidad, en un entorno turístico y según estándares internacionales.

#### **4.4.2.2 Estructura del programa de formación en barismo basado en el modelo 70-20-10**

Para asegurar una formación efectiva, el programa se ha estructurado siguiendo el modelo de aprendizaje 70-20-10. Este enfoque pedagógico combina el aprendizaje experiencial, social y formal para el desarrollo de competencias en los estudiantes. A continuación, se describe cómo se implementa cada componente dentro del programa:

##### **4.4.2.2.1 Aprendizaje experiencial 70% (Práctica supervisada)**

Los estudiantes serán guiados por baristas experimentados que les brindarán retroalimentación y consejos personalizados. Además, participarán en la preparación y servicio de bebidas en un entorno real en una zona turística, interactuando con clientes y aplicando técnicas aprendidas.

Se realizarán talleres prácticos enfocados en desarrollar habilidades específicas, como técnicas de extracción, arte latte y creación de bebidas e

infusiones. Estas actividades programadas, serán eventos abiertos al público los cuales disfrutarán de demostraciones guiadas por estudiantes y supervisadas por baristas formadores.

#### **4.4.2.2 Aprendizaje Social 20% (Laboratorio)**

Los estudiantes deberán realizar proyectos en barismo, en los cuales lleven a cabo procesos de experimentación documentada con diferentes variables y métodos, fomentando la innovación y comprensión profunda de los procesos de preparación de café.

Además se fomentará la participación en actividades colaborativas entre estudiantes activos y egresados para motivar el trabajo en equipo, resolución de problemas y proyectos grupales que promuevan el intercambio de conocimientos y experiencias.

Se instará a la creación de redes y comunidades en la cultura del café de especialidad en la que se desarrolle y participe en eventos, grupos y foros que conecten a los estudiantes con profesionales y aficionados al café.

#### **4.4.2.3 Aprendizaje Formal 10% (Cursos teóricos)**

El aprendizaje formal, incluirá clases teóricas compuestas por sesiones estructuradas que proporcionen el marco teórico necesario para comprender los conceptos y prácticas del barismo. Los estudiantes tendrán a disposición diversos materiales de estudio como lecturas, videos y recursos que complementen el aprendizaje en clase.

Al finalizar cada módulo el estudiante debe cumplir no solo la aprobación de los cursos, las horas prácticas y las prácticas de laboratorio. Si no que contará con evaluaciones teóricas que aseguren la comprensión de los contenidos.

#### **4.4.3 Cronograma para fases de desarrollo e implementación**

En esta sección se detallará la propuesta de cronograma abarcará las fases y etapas relacionadas a la ejecución del proyecto de Cafetería-Escuela de Barismo en la zona turística de Jacó Garabito.

#### 4.4.3.1 Fase 1: Desarrollo

En esta fase inicial, se llevará a cabo el desarrollo de todos los materiales y recursos necesarios para la implementación efectiva del programa de formación en barismo. El objetivo es establecer una base sólida que garantice la calidad y el éxito del programa desde el inicio. En el cuadro N° 54, se detallan las actividades a desarrollar en esta fase:

**Cuadro N° 54**

*Descripción de actividades de la fase de desarrollo*

Descripción de actividades	Semanas					
	1	2	3	4	5	6
<b><i>Etapa 1: Creación de materiales de formación</i></b>						
Elaboración de documentos detallados que cubren los temas del programa, incluyendo imágenes, diagramas y ejemplos prácticos.						
Desarrollo de diapositivas y materiales visuales para apoyar las clases teóricas y talleres.						
Producción de videos que muestran técnicas, procesos y buenas prácticas en barismo.						
Preparación de kits con herramientas y materiales necesarios para las actividades prácticas.						
Creación de un espacio virtual para acceso a recursos, foros y actividades complementarias.						
<b><i>Etapa 2: Planificación de recursos y logística</i></b>						
Inventario y adquisición de máquinas de espresso, molinos y utensilios.						

Selección y capacitación de instructores, mentores y asistentes.						
Adecuación de aulas y áreas de práctica para un entorno óptimo.						
Establecimiento de fechas, horarios y duración de cada módulo.						
Planificación de la adquisición y almacenamiento de café, leche y otros materiales.						

**Fuente:** Elaboración propia

Al finalizar la Fase 1, todos los materiales de formación y recursos logísticos estarán preparados, asegurando que el programa pueda comenzar sin contratiempos y con una estructura que le dé un soporte el aprendizaje efectivo de los estudiantes.

#### **4.4.3.2 Fase 2: Implementación**

Con la fase de desarrollo completada, la Fase 2 se centrará en la ejecución del programa y en el seguimiento del progreso para garantizar que se cumplan los objetivos establecidos. Esta etapa es importante para poner en práctica todo lo planificado y realizar ajustes según sea necesario. En el cuadro N° 55, se detallan las actividades a desarrollar en esta fase:

**Cuadro N° 55**

*Descripción de actividades de la fase de implementación*

<b>Descripción de actividades</b>	<b>Semanas</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b><i>Etapa 1: Ejecución del programa</i></b>						
Difusión de la convocatoria a clase de prueba.						

Ejecución de clase prueba						
Periodo de matrícula y creación de grupos.						
Selección de facilitadores, así como la asignación de instructores a módulos específicos.						
Inicio de clases						
<b>Etapa 2: Evaluación y control</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Registro diario del desempeño práctico y observaciones sobre habilidades técnicas y actitud						
Aplicación de encuestas de satisfacción y recolección de sugerencias para mejoras						
Reuniones de instructores para discutir el progreso y documentación de desafíos y éxitos.						
Análisis de cumplimiento de objetivos iniciales e identificación de fortalezas y áreas de mejora.						
Establecimiento de un cronograma para implementar cambios y mejoras.						

**Fuente:** Elaboración propia

Al concluir la Fase 2, se habrá completado la implementación inicial del programa, permitiendo evaluar su efectividad y realizar los ajustes requeridos para mejorar el proceso de formación en barismo y garantizar el éxito continuo del programa.

#### **4.4.5 Evaluación del programa de formación en Barismo**

Para medir el logro de los objetivos educativos y asegurar la calidad del programa de formación, se implementará un sistema de evaluación integral que

considera distintos aspectos del desempeño de los estudiantes. En el cuadro N° 56, se detallan las actividades evaluativas del programa de formación:

### Cuadro N° 56

*Descripción de rubros de evaluación del programa de formación en barismo*

	<b>Rubro de evaluación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	<i>Prueba escrita I</i>	Evaluación de conocimientos teóricos	10%
<b>2</b>	<i>Prueba escrita II</i>	Evaluación de conocimientos técnicos y específicos	10%
<b>3</b>	<i>Evaluación formativa</i>	Evalúa la participación y cumplimiento de las actividades programadas.	10%
<b>4</b>	<i>Proyecto de experimentación libre</i>	Presentación de informe técnico del proyecto de experimentación relacionado a una temática del módulo elegido por el estudiante en donde aplique lo aprendido en clase.	10%
<b>5</b>	<i>Prueba de ejecución</i>	Evaluación del desempeño y aplicación de las técnicas practicadas en los laboratorios	20%
<b>6</b>	Práctica supervisada	Cumplimiento de 112 horas a lo largo del módulo.	40%
	<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Este esquema de evaluación permitirá obtener una visión completa del progreso de los estudiantes, para que estos adquieran conocimientos teóricos, desarrollen habilidades prácticas y formen actitudes profesionales necesarias para destacarse en el ámbito del barismo.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

El desarrollo del modelo de negocio para la Cafetería-Escuela de Barismo en Jacó, Garabito, Puntarenas, ha abarcado desde el análisis FODA hasta la estructuración detallada de programas de formación, alianzas estratégicas, recursos clave, actividades, segmentos de clientes, canales de comunicación, estructura de costos y fuentes de ingresos. A partir de los hallazgos de la investigación en este apartado se plantean las respectivas conclusiones en función del logro de los objetivos propuestos.

En base al primer objetivo específico de investigación “Describir el contexto socioeconómico nacional y regional de la cultura del café de especialidad en relación con el turismo, por medio de un análisis FODA estableciendo las necesidades y oportunidades en torno a la creación de una cafetería-escuela de barismo.”, se logró concluir lo siguiente:

- La ubicación estratégica en Jacó, un destino turístico popular, facilita la captación de turistas interesados en experiencias culturales y educativas.
- Colaboraciones con productores locales, instituciones educativas, organismos gubernamentales y empresas turísticas fortalecen la cadena de valor y amplían el alcance del negocio.
- La fluctuación en la demanda según la temporada turística requiere una planificación flexible y estrategias de diversificación de ingresos.
- La dependencia del flujo turístico hace vulnerable al negocio a cambios económicos que afecten la afluencia de turistas.
- Mantenerse al día con las tendencias del mercado del café de especialidad permite diferenciar el negocio y mantener el interés de los clientes actuales y potenciales.

En base al segundo objetivo específico de investigación “Plantear un plan de negocio para una cafetería-escuela, por medio del modelo canvas que integre aspectos financieros y operativos, promoviendo su viabilidad y su contribución al desarrollo local.”, se logró concluir lo siguiente:

- La oferta de café de alta calidad y métodos de preparación innovadores atrae a clientes que valoran un servicio de calidad.
- El uso efectivo de plataformas digitales puede aumentar la visibilidad y atraer a una comunidad global de entusiastas del café.
- La diversificación de las fuentes de ingresos asegura una base financiera sólida y reduce la dependencia de una única fuente de ingresos.
- Las proyecciones de ingresos mensuales superan los costos operativos, indicando una viabilidad financiera desde el inicio. Es crucial mantener una gestión financiera eficiente y adaptarse a las fluctuaciones del mercado para asegurar la sostenibilidad a largo plazo.
- El diseño de un modelo de negocio para una cafetería-escuela de barismo que fomente la cultura del café de especialidad en Jacó se prevé como factible y puede servir de base para otros proyectos similares.

En base al tercer objetivo específico de investigación “Proponer un programa de formación y capacitación en barismo, por medio de un modelo integral 70-20-10-ADDIE, fomentando la empleabilidad y contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.”, se logró concluir lo siguiente:

- La presencia de expertos en barismo y café de especialidad garantiza una formación de alta calidad y una oferta diferenciada en el mercado.
- El diseño curricular basado en el modelo 70-20-10 ofrece una combinación equilibrada de aprendizaje experiencial, social y formal, asegurando que los estudiantes adquieran habilidades técnicas y competencias sociales.
- La estructura modular permite una progresión lógica en el aprendizaje, facilitando tanto la formación de aficionados como de profesionales en el barismo.
- El sector del café de especialidad está en crecimiento tanto en Costa Rica como a nivel mundial, aumentando la demanda de baristas calificados.
- Las oportunidades laborales identificadas abarcan desde roles en cafeterías de especialidad hasta posiciones en hoteles, restaurantes, cruceros y emprendimientos propios.

- La posibilidad de desarrollar habilidades en áreas como el arte latte, la mixología del café y la gestión de negocios ofrece a los graduados una amplia gama de opciones profesionales.

## **5.2. Recomendaciones**

Las conclusiones anteriormente detalladas evidencian tanto las oportunidades como los desafíos inherentes al contexto socioeconómico, turístico y educativo de la región del modelo de negocio propuesto de una Cafetería-Escuela de Barismo en Jacó, Garabito, Puntarenas. Estas conclusiones sustentan la formulación de recomendaciones estratégicas que, alineadas con los objetivos específicos del proyecto, buscan una viabilidad y sostenibilidad de la iniciativa. Por lo tanto, en el presente apartado se proponen recomendaciones a partir de las conclusiones detalladas en el apartado anterior.

En base al primer objetivo específico de investigación “Describir el contexto socioeconómico nacional y regional de la cultura del café de especialidad en relación con el turismo, por medio de un análisis FODA estableciendo las necesidades y oportunidades en torno a la creación de una cafetería-escuela de barismo.”, se recomienda lo siguiente:

- Desarrollar paquetes turísticos conjuntos con hoteles y agencias de viajes, para incluir talleres de barismo y catas de café como parte de las ofertas turísticas.
- Establecer acuerdos formales con productores locales, para garantizar el suministro de café de alta calidad y organizar visitas y tours educativos que incrementen la visibilidad.
- Desarrollar un calendario de actividades ajustado a las temporadas altas y bajas, ofreciendo promociones y eventos especiales durante períodos de menor afluencia para mantener ingresos constantes.
- Desarrollar estrategias de marketing enfocadas en atraer a la población local durante las temporadas bajas, reduciendo la dependencia del turismo.

- Colaborar con el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE) y la Specialty Coffee Association (SCA), para obtener asesoría de expertos y acceso a recursos educativos y nuevas tendencias en barismo.

En base al segundo objetivo específico de investigación “Plantear un plan de negocio para una cafetería-escuela, por medio del modelo canvas que integre aspectos financieros y operativos, promoviendo su viabilidad y su contribución al desarrollo local.”, se recomienda lo siguiente:

- Mantenerse al día con las tendencias del mercado del café de especialidad, introduciendo nuevas bebidas y métodos de preparación que atraigan a clientes interesados en la innovación.
- Utilizar redes sociales y plataformas digitales para promocionar la cafetería-escuela, compartiendo contenido atractivo y educativo que resalte la cultura del café costarricense.
- Introducir nuevos servicios en línea y venta de accesorios, complementando las ventas diarias de café y programas de formación.
- Implementar un sistema de monitoreo y evaluación continua, utilizando indicadores de desempeño (KPIs) para evaluar el progreso y el éxito del proyecto, realizando ajustes según sea necesario.
- Desarrollar y perfeccionar el modelo de negocio propuesto, asegurando su implementación exitosa y estableciendo una referencia para futuras iniciativas en el sector.

En base al tercer objetivo específico de investigación “Proponer un programa de formación y capacitación en barismo, por medio de un modelo integral 70-20-10-ADDIE, fomentando la empleabilidad y contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.”, se recomienda lo siguiente:

- Implementar programas de formación de calidad por medio de alianzas con expertos y organizaciones líderes en temas de café de especialidad.
- Implementar estándares de calidad rigurosos tanto en la operación de la cafetería como en la formación educativa, para asegurar la satisfacción del cliente y la excelencia en la educación.

- Diseñar programas educativos flexibles, que se adapten a las necesidades de diferentes tipos de estudiantes, desde aficionados hasta profesionales.
- Priorizar la contratación de personal que domine idiomas, especialmente inglés, para mejorar la atención a turistas internacionales y preparar a los estudiantes para oportunidades laborales globales.
- Publicar testimonios de estudiantes que hayan completado los cursos y mejorado las oportunidades laborales, demostrando el impacto positivo de la formación en barismo.
- Fomentar la participación de los estudiantes en actividades de índole nacional e internacional como campeonatos, ferias y eventos en los que puedan demostrar habilidades como arte latte, mixología del café y gestión de negocios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82-95. <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Almaguer, B., & Cossio, E. (2022). Métodos de muestreo para la optimización de diseño de experimentos. *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya 2022* (Celaya, Guanajuato, México, 9-11 de noviembre de 2022), 14(9), 39-44. Academia Journals. <https://www.academiajournals.com/pubcelaya2022>
- Almelhi, A. M. (2021). Effectiveness of the ADDIE model within an E-learning environment in developing creative writing in EFL students. *English Language Teaching*, 14(2), 20-36. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1284437>
- Amador, M., Madriz, C., Mc Adam, M., & Mena, E. (2017). *Propuesta de comercialización de una tienda de café de especialidad para la marca Kawah*. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/5018/1/41796.pdf>
- Amenuy, E. B., & Badu, Y. A. (n.d.). Leaders' experiences of integrated leadership development in higher education: Kolb's experiential learning theory and the 70:20:10 model. *International Journal of African Higher Education*. Retrieved from <https://www.ajol.info/index.php/ijahe/article/view/270675/255467>
- Arets, J., Jennings, C., & Heijnen, V. (2016). 70:20:10 into action. Retrieved from <https://702010institute.com/wp-content/uploads/2018/11/Primer-702010-into-action.pdf>
- Ayestas, D. (2023). ¿El valor del café de especialidad está en el productor más que en el café en sí mismo?. <https://perfectdailygrind.com/es/2023/04/26/valor-cafe-especialidad-productor/>
- Berrocal, C. M., & Venegas, N. (2019). La gestión de calidad en el proceso de secado del café de especialidad natural en Costa Rica. Casos de estudio: Microbeneficios Coffea Diversa, Vista al Valle, Don Elí y El Pilón. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/17316/LA%20GESTI%20c>

[3%93N%20DE%20CALIDAD%20EN%20EL%20PROCESO%20DE%20SECADO%20DEL%20CAF%c3%89%20DE%20ESPECIALIDAD%20NATURAL%20EN%20COSTA%20RICA .pdf](#)

- Boza, J. (2019). Propuesta de desarrollo de una cafetería familiar mediante el análisis de viabilidad técnico. San José, Costa Rica. <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/56602298-7fa9-43d4-b4a2-30f16c7f09eb/content>
- Cadena, G. y Viñan, C. (2021). Innovación turística del Barrio de Guápulo en la ciudad de Quito a través del café de especialidad y barismo. [https://dspace.utpl.edu.ec/visorHub/?handle=20.500.11962\\_28354](https://dspace.utpl.edu.ec/visorHub/?handle=20.500.11962_28354)
- Campos Rodríguez, A. F. (2022). Estudio de las tendencias innovadoras en el barismo: un análisis a partir del modelo de negocio de las cafeterías de especialidad, ubicadas en el distrito El Carmen, San José. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/93000391/Estudio de las tendencias innovadoras en el barismo un analisis a partir del modelo-libre.pdf](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/93000391/Estudio_de_las_tendencias_innovadoras_en_el_barismo_un_analisis_a_partir_del_modelo-libre.pdf)
- Chicaiza-Lema, N., Chicaiza-Lema, B., Velasco-Guerra, A., & Mena-Garzón, N. (2022). Diagnóstico de la gestión administrativa en la Compañía de Transporte “Rutas Salcedenses” a través de herramienta de análisis FODA. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 7(3), artículo e8399854. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8399854>
- Cortes, J. (2020). Una Revisión General de los Artículos de Revisión. *Scientia Et Technica*, 25(1). <https://doi.org/10.22517/23447214.24011>
- FNC. (1958). Manual del cafetero colombiano. <https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/831/1/01.%20Historia%20del%20caf%C3%A9.pdf>
- Deyn, M. (2023). La progresión profesional para baristas de café de especialidad. <https://perfectdailygrind.com/es/2023/07/11/progresion-profesional-baristas-cafe-especialidad/>

- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 62-79. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>
- Fernández, K. & Llontop, J. (2018). *Plan de negocio para la instalación de una cafetería temática parisina-peruana en la ciudad de Chiclayo*. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1527/1/TL\\_LlontopEugenioJahaira\\_FernandezLojaKresly.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1527/1/TL_LlontopEugenioJahaira_FernandezLojaKresly.pdf)
- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y negocios*, 21(42), 143-156. Epub 10 de octubre de 2020. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- Granados, C. (2004). El impacto ambiental del café en la historia costarricense. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 4(2), 0. Universidad de Costa Rica. San Pedro de Montes de Oca, Costa Rica. <https://www.redalyc.org/pdf/439/43940206.pdf>
- Guzmán, V. (2021). El método cualitativo y su aporte a la investigación en las ciencias sociales. *Gestionar: Revista De Empresa Y Gobierno*, 1(4), 19-31. <https://doi.org/10.35622/j.rg.2021.04.002>
- Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3), . Epub 01 de septiembre de 2021. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es).
- ICAFFE. (2015). Historia del Café de Costa Rica. <https://www.icafe.cr/nuestro-cafe/historia/>
- ICAFFE. (2020). 8 Regiones cafetaleras de Costa Rica. <https://cafedecostarica.com/regiones>
- ICAFFE. (2020). Traceability & Sustainability Statement. <https://cafedecostarica.com/statement>

- Jaramillo, D. (2022). Impacto e importancia del barista en el consumo de cafés especiales. <https://perfectdailygrind.com/es/2022/04/20/impacto-barista-en-consumo-de-cafes-especiales/>
- Jiménez, C. (2020). Centro de Consumo de Café de Especialidad en el Centro Comercial Tournón para el 2020. <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/c484ad10-3844-4058-95df-7b49cd22f944/content>
- La tienda del café.(2024). 20 Métodos de preparación de café. <https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/20-metodos-de-preparacion-de-cafe>
- Lösch, S., Rambo, C. A., & Ferreira, J. de L. (2023). La investigación exploratoria en el enfoque cualitativo en educación. Revista IberoAmericana de Estudos em Educação, 18(0), e023141. <https://doi.org/10.21723/riaee.v18i00.17958>
- Martínez-Olmo, F., & González-Catalán, F. (2023). Apuntes de Investigación Descriptiva y Explicativa. Barcelona, España: Universidad de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/204620/4/IDEE-Apuntes-01.pdf>
- Melese, Y. Y., & Kolech, S. A. (2021). Coffee (Coffea arabica L.): Methods, Objectives, and Future Strategies of Breeding in Ethiopia—Review. Sustainability, 13(19), 10814. <https://doi.org/10.3390/su131910814>
- Mucha-Hospinal, L. F., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M. E., & Alania-Contreras, R. D. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. Desafios, 12(1), 50–57. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- NCA. (2023). 2023 National Coffee Data Trends Specialty Coffee Report. <https://www.ncausa.org/specialty>
- OIC. (2024). Coffee Market Report (CMR). <https://www.icocoffee.org/documents/cy2023-24/cmr-0224-c.pdf>

- OIT. (2020). Empleo juvenil en América Latina y el Caribe. <https://www.ilo.org/es/migration-stub-4877/empleo-juvenil-en-america-latina-y-el-caribe>
- Orozco, C. (2023). Trazabilidad del Café: Del Origen a la Taza. <https://www.salonchocolate.mx/wp-content/uploads/2023/09/Bol-2-EC-Trazabilidad-del-Cafe-Del-Origen-a-la-Taza.pdf>
- Paredes-Pérez, M. , Palomino-Crispin, A., & Gonzales-Peralta, C. (2022). Modelo de Negocios Canvas y Calidad de Servicios en Clientes del Sector Hospedaje de la Región Junín. *Investigación Valdizana*, 16(2), 65–73. <https://doi.org/10.33554/riv.16.2.1399>
- Pérez, A. (2018). *Análisis de estrategias de comercialización de café a través de microlotes en Costa Rica y cafeterías de especialidad en México*. [http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/10521/3702/Rodriguez\\_Mendez\\_E\\_MC\\_Innovacion\\_Agroalimentaria\\_Sustentable\\_2015.pdf](http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/10521/3702/Rodriguez_Mendez_E_MC_Innovacion_Agroalimentaria_Sustentable_2015.pdf)
- Pérez, C., & Montiel, E. (2021). Especialización del café en Costa Rica: panorama local de los mercados internacionales del café. <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/RPS/article/view/9971/9918>
- Peters, G. (2006). Con sabor a tertulia: Historia del consumo de café en Costa Rica (1840-1940). *Revista Historia*, 53-54, 265-268. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/historia/article/download/16252/23372/>
- Puerta, G. (2007). Registro de la trazabilidad del café en la finca. <https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/375/1/avt0355.pdf>
- Quinto, D., & Ramírez, L. (2021). Plan de negocios para la creación de una cafetería de especialidad con un enfoque de experiencias. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b58f2a65-52a0-415f-85c6-1c614911d6d1/content>
- Ramírez J. (s.f.). Potencial de las variedades de café en relación con la calidad de la bebida. <https://ramirezcaficulturadesdecostarica.com/ct-84>

- Revista SUMMA. (2023). Turismo cafetalero toma fuerza entre los viajeros que visitan Costa Rica. <https://revistasumma.com/turismo-cafetalero-toma-fuerza-entre-los-viajeros-que-visitan-costa-rica/>
- Rodríguez, E. (2015). *Trazabilidad del café: Una estrategia de diferenciación en el mercado de cafés de especialidad*. [http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/10521/3702/Rodriguez Mendez E MC Innovacion Agroalimentaria Sustentable 2015.pdf](http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/10521/3702/Rodriguez_Mendez_E_MC_Innovacion_Agroalimentaria_Sustentable_2015.pdf)
- Romero, M. (2020). *Plan de negocio: local de indumentaria de montaña* (Tesina de grado). Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas. <https://bdigital.uncu.edu.ar/15797>
- Ruiz, F. (2022). Café de especialidad de Costa Rica cautiva el paladar internacional y gana espacio en mercado local. <https://elfinancierocr.conare.elogim.com/economia-y-politica/cafe-de-especialidad-de-costa-rica-cautiva-el/DTK3MNKQVNCA5GOB5UHXR MU5CA/story/>
- Sanchez, D. (2020). *Análisis foda o dafo*. Bubok.
- Sánchez, J., Fernández, M., & Diaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sánchez, L., Solano, W., Gatica-Arias, A., Chavarría, M., & Araya-Valverde, E. (2020). Microsatellite DNA fingerprinting of *Coffea* sp. germplasm conserved in Costa Rica through singleplex and multiplex PCR. *Crop Breeding and Applied Biotechnology*, 20(1). <https://doi.org/10.1590/1984-70332020v20n1a3>
- Sari, E. N. F. T., Amin, M., Hudha, A. M., Fatmawati, D., & Fauzi, A. (2021). Development of HOTS-based biology learning documents using ADDIE Model. *Research and Development in Education (RaDEn)*, 1(2), 61-70. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/raden/article/view/19049>

Solano, D. (2021). Propuesta de un estudio de factibilidad y rentabilidad financiera de un negocio tipo cafetería en la comunidad de Uvita, Osa de Puntarenas, como alternativa gastronómica saludable durante el segundo semestre del 2020.

[https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1404/1/TFG\\_Ulatina\\_Diana\\_Solano\\_Garcia\\_20150270068.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1404/1/TFG_Ulatina_Diana_Solano_Garcia_20150270068.pdf)

Sonderegger, P. (2023). Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo. *Revista Abierta De Informática Aplicada*, 4, 7–16. <https://doi.org/10.59471/raia202022>

Thomson, L. (2023). Diseño de un modelo y plan de negocio para una cafetería y tostadería de especialidad.

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/198153/Diseno-de-un-modelo-y-plan-de-negocio-para-una-cafeteria-y-tostaduria-de-especialidad.pdf>

Uwihanganye, S. (2023). Guía de tueste para mezclas de cafés de especialidad.

<https://perfectdailygrind.com/es/2023/05/23/guia-tueste-mezclas-cafes-especialidad/>

Vega, T., & Guerrero, L. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico [Business plan and marketing plan in the MSMEs: bibliometrics analysis]. *Espacios*, 41(45), Article 20. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p20>

Vega, V., Leyva ez, M. & Sánchez, B. (2022). Análisis FODA-PAJ: Una alternativa esencial para realizar el estudio de la empresa avícola Matanzas. *Universidad Y Sociedad*, 14(S5), 34–46.

<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3268>

Vignola, R., Watler, W., Poveda, K., Vargas, A., Mora, M., & Rivera, P. (2018). Ficha técnica cultivo de café: Como parte del estudio de prácticas efectivas para adaptación de cultivos prioritarios para seguros, en Costa Rica.

<https://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-8206.pdf>

Zeman, J. (2022). Capstone Project Culture Influences the 70-20-10 Adult Learning Model. Retrieved from [https://www.i-ten.org/wp-content/uploads/2022/05/ZEMAN\\_ODL-785-Capstone-Project-Paper\\_April-28-2022-FINAL.pdf](https://www.i-ten.org/wp-content/uploads/2022/05/ZEMAN_ODL-785-Capstone-Project-Paper_April-28-2022-FINAL.pdf)

Zegarra, M. (2021). Implementación de un programa de capacitación de servicio en una empresa de combustibles de Lima Metropolitana y Provincia. [https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/13237/Implementacion\\_ZegarraSanchez\\_Maria.pdf](https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/13237/Implementacion_ZegarraSanchez_Maria.pdf)

## APÉNDICES

### Apéndice 1: Ficha bibliográfica

<b>Autor(es)</b>		<b>Año de publicación</b>
<b>Título del artículo/libro/capítulo</b>		
<b>Título de la revista/libro</b>		
<b>Editorial</b>		<b>Lugar de publicación</b>
<b>Páginas</b>	<b>Tema principal</b>	
<b>Palabras clave</b>		
<b>Resumen/Notas relevantes</b>		

### Apéndice 2: Guía de observación en cafeterías

<b>Aspecto por observar</b>	<b>Descripción</b>
Fecha:	
Observador:	

Nombre de la cafetería:	
Dirección:	
<b>1. Ambiente:</b>	
Descripción general del ambiente (decoración, música, limpieza):	
Interacción entre clientes y personal:	
Nivel de ocupación (número de clientes presentes):	
<b>2. Oferta de Productos:</b>	
Variedad de bebidas de café disponibles:	
Presencia de café de especialidad:	
Disponibilidad de alimentos complementarios:	
<b>3. Servicio:</b>	
Tiempo de atención desde la llegada del cliente hasta la entrega del pedido:	
Actitud y profesionalismo del personal:	
Calidad de la presentación de las bebidas y alimentos:	
<b>4. Interacción con Clientes:</b>	

Observaciones sobre la satisfacción de los clientes:	
Comentarios escuchados de clientes:	
Nivel de conocimiento del personal sobre el café y su preparación:	
<b>5. Otros Aspectos Relevantes:</b>	
Actividades o eventos especiales en la cafetería:	
Uso de tecnología en el servicio (ej. aplicaciones de pedido):	
Innovaciones o prácticas únicas observadas:	
Notas Adicionales:	

**Apéndice 3: Entrevista semiestructurada para dueños/administradores de cafeterías locales (ESPAÑOL)**

**Objetivo:** Obtener información sobre la experiencia, estrategias y desafíos de dueños/administradores de cafeterías locales en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Instrucciones:** Conteste de manera completa y honesta, esta entrevista es confidencial y está destinada únicamente para uso académico. Las respuestas proporcionadas serán utilizadas para entender mejor el mercado local y su integración con el turismo.

Pregunta	Respuesta
----------	-----------

Fecha:	
Nombre del Entrevistado:	
Cargo/Posición:	
Nombre de la cafetería:	
Lugar de la Entrevista:	
1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio de las cafeterías y cuál es la historia de su cafetería?	
2. ¿Qué le motivó a abrir una cafetería y qué factores consideró al elegir la ubicación?	
3. ¿Cómo describiría a su clientela principal en términos de edad e intereses?	
4. ¿Qué tipo de café y otros productos ofrece, y cómo decide qué incluir en el menú?	
5. ¿Qué importancia tiene el café de especialidad en su negocio y cómo cree que puede atraer a turistas?	
6. ¿Qué estrategias de marketing utiliza para atraer a los clientes y cómo maneja la presencia en redes sociales y plataformas digitales?	
7. ¿Realiza eventos o promociones especiales para atraer a nuevos clientes y ofrece experiencias relacionadas con el café para turistas?	

8. ¿Cuántos empleados tiene, cómo gestiona su equipo y qué sistemas o tecnologías utiliza para mejorar la eficiencia?	
9. ¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta y qué lecciones importantes ha aprendido a lo largo de su trayectoria?	
10. ¿Cuáles son sus planes futuros para su cafetería y cómo ve el futuro de la industria del café de especialidad en su área?	
Notas Adicionales:	

**Semi-Structured Interview for Local Coffee Shop Owners/Managers  
(ENGLISH)**

**Objective:** To gather information about the experience, strategies, and challenges of owners/managers of local coffee shops in touristic area of Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Instructions:** Answer fully and honestly, this interview is confidential and intended solely for academic research purposes. The responses will help understand the local market and its integration with tourism.

<b>Question</b>	<b>Answer</b>
Date:	
Interviewee's Name:	
Position:	
Coffee Shop name:	

Interview Location:	
1. How long have you been in the coffee shop business and what is the history of your coffee shop?	
2. What motivated you to open a coffee shop and what factors did you consider when choosing the location?	
3. How would you describe your main clientele in terms of age and interests?	
4. What type of coffee and other products do you offer, and how do you decide what to include on the menu?	
5. How important is specialty coffee in your business and how do you think it can attract tourists?	
6. What marketing strategies do you use to attract customers and how do you manage your presence on social media and digital platforms?	
7. Do you host special events or promotions to attract new customers and offer coffee-related experiences for tourists?	
8. How many employees do you have, how do you manage your team, and what systems or technologies do you use to improve efficiency?	
9. What are the main operational challenges you face and what important lessons have you learned throughout your career?	

10. What are your future plans for your coffee shop and how do you see the future of the specialty coffee industry in your area?	
Additional Notes:	

#### **Apéndice 4: Entrevista semiestructurada para expertos en café y barismo (ESPAÑOL)**

**Objetivo:** Obtener perspectivas y conocimientos de expertos en la industria del café y barismo para el diseño de un modelo de negocio de cafetería-escuela de barismo en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Indicaciones:** Conteste honestamente lo solicitado, esta entrevista es confidencial y está destinada únicamente para uso académico. Las preguntas buscan explorar tendencias actuales, factores de éxito, oportunidades y desafíos específicos para el diseño del modelo propuesto.

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
Fecha:	
Nombre del Entrevistado:	
Cargo/Posición:	
Lugar de la Entrevista:	
1. ¿Puede contarme un poco sobre su experiencia en la industria del café y el barismo?	

2. ¿Cuáles son las tendencias actuales en la cultura del café de especialidad en Costa Rica?	
3. ¿Qué factores considera cruciales para el éxito de una cafetería-escuela de barismo?	
4. ¿Qué prácticas de preparación y servicio de café considera más efectivas?	
5. ¿Cuál es su opinión sobre la viabilidad de un modelo de negocio que combine una cafetería con una escuela de barismo en Jacó?	
6. ¿Qué oportunidades ve en el mercado del café de especialidad en Jacó?	
7. ¿Qué desafíos anticipa para este modelo de negocio en esta región?	
8. ¿Qué recomendaciones daría para diseñar un programa educativo de barismo de alta calidad?	
9. ¿Cómo ve la respuesta de los clientes hacia las experiencias educativas relacionadas con el café?	
10. ¿Hay algo más que le gustaría agregar sobre este tema?	
Notas Adicionales:	

**Semi-Structured Interview for Coffee and Barista Experts (ENGLISH)**

**Objective:** To gather comprehensive insights from coffee and barista industry experts for the design of a coffee shop-barista school model in touristic area of Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Instructions:** Answer honestly the required questions, this interview is confidential and intended solely for academic research purposes. The questions aim to explore current trends, success factors, opportunities, and anticipated challenges specific to the proposed model.

<b>Question</b>	<b>Answer</b>
Date:	
Interviewee's Name:	
Position:	
Interview Location:	
1. Can you tell me a bit about your experience in the coffee and barista industry?	
2. What are the current trends in specialty coffee culture in Costa Rica?	
3. What factors do you consider crucial for the success of a barista school coffee shop?	
4. What preparation and service practices do you consider most effective?	
5. What is your opinion on the viability of a business model that combines a coffee shop with a barista school in Jacó?	

6. What opportunities do you see in the specialty coffee market in Jacó?	
7. What challenges do you anticipate for this business model in this region?	
8. What recommendations would you give it to design a high-quality barista education program?	
9. How do you see customer response to educational experiences related to coffee?	
10. Is there anything else you would like to add on this topic?	
Additional Notes:	

**Apéndice 5: Encuesta sobre consumo de café y preferencias para turistas nacionales y extranjeros (ESPAÑOL)**

**Objetivo:** Recolectar información sobre hábitos de consumo de café y preferencias hacia actividades relacionadas con el café entre turistas en Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Indicaciones:** Conteste de manera completa y honesta, esta entrevista es confidencial y está destinada únicamente para uso académico. Esta encuesta busca entender las motivaciones de los turistas para visitar Jacó, así como sus preferencias de consumo de café y disposición hacia actividades educativas y experiencias relacionadas con el café.

Pregunta	Respuesta
----------	-----------

Fecha:	
Lugar de Aplicación:	
Edad:	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55+
Género:	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Prefiero no decirlo
Nacionalidad:	<input type="checkbox"/> Costarricense <input type="checkbox"/> Extranjero Especifique: _____
Periodo de estadía en Jacó	<input type="checkbox"/> 1-3 noches de estadía <input type="checkbox"/> 1 semana <input type="checkbox"/> Más de 1 semana
Frecuencia de visita a Jacó	<input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/> Segunda visita <input type="checkbox"/> Visita periódica
¿Qué lo motivó a visitar Jacó?	<input type="checkbox"/> Playas <input type="checkbox"/> Ambiente nocturno <input type="checkbox"/> Naturaleza <input type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/> Destino de transito

	<input type="checkbox"/> Visita a un familiar <input type="checkbox"/> Otro: _____
¿Con qué frecuencia consume café?	<input type="checkbox"/> Diario <input type="checkbox"/> Varias veces a la semana <input type="checkbox"/> Una vez a la semana <input type="checkbox"/> Menos de una vez a la semana
¿Dónde suele comprar su café? (Seleccione todas las que apliquen)	<input type="checkbox"/> Directo al productor <input type="checkbox"/> Cafeterías locales <input type="checkbox"/> Supermercados <input type="checkbox"/> Tiendas especializadas físicas <input type="checkbox"/> Tiendas especializadas en línea <input type="checkbox"/> Otros: _____
¿Qué tipo de café prefiere?	<input type="checkbox"/> Café filtrado negro <input type="checkbox"/> Espresso <input type="checkbox"/> Café filtrado con leche <input type="checkbox"/> Cappuccino <input type="checkbox"/> Latte <input type="checkbox"/> Otros: _____
¿Tiene conocimientos sobre barismo?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Nivel de conocimiento sobre barismo:	<input type="checkbox"/> Aficionado <input type="checkbox"/> Básico <input type="checkbox"/> Intermedio <input type="checkbox"/> Avanzado <input type="checkbox"/> No aplica

<p>¿Ha realizado tours, talleres, demostraciones, catas relacionadas al café en los lugares que visita?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
<p>¿Qué le motivó a realizar estas actividades? (Seleccione todas las que apliquen)</p>	<p><input type="checkbox"/> Interés personal <input type="checkbox"/> Entretenimiento <input type="checkbox"/> Recomendación de amigos/familiares <input type="checkbox"/> Mejorar habilidades en la preparación de café <input type="checkbox"/> Ampliar mis conocimientos sobre barismo <input type="checkbox"/> Otros: _____ <input type="checkbox"/> No aplica.</p>
<p>¿Le interesaría realizar alguna de las siguientes actividades? (Seleccione todas las que apliquen)</p>	<p><input type="checkbox"/> Charla sobre procesamiento de café (variedades, regiones cafetaleras de Costa Rica, tipos de proceso, etc.). <input type="checkbox"/> Taller sobre métodos y técnicas de preparación (Métodos de infusión, espresso, etc.). <input type="checkbox"/> Taller de Arte latte. <input type="checkbox"/> Demostración Tueste de café <input type="checkbox"/> Cata de café de especialidad <input type="checkbox"/> Compra de café de especialidad <input type="checkbox"/> Visita de cafeterías <input type="checkbox"/> Tour de Café <input type="checkbox"/> Otras: _____ <input type="checkbox"/> Ninguna</p>
<p>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por actividades relacionadas al barismo?</p>	<p><input type="checkbox"/> Menos de \$50 <input type="checkbox"/> \$50-\$100 <input type="checkbox"/> \$100-\$200 <input type="checkbox"/> Más de \$200</p>

Comentarios Adicionales:	
--------------------------	--

**Coffee Consumption and Preferences Survey for National and Foreign Tourists (ENGLISH)**

**Objective:** To gather information on coffee consumption habits and preferences for coffee-related activities among tourists in touristic area of Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Instructions:** Answer fully and honestly; this interview is confidential and intended solely for academic research purposes, this survey aims to understand tourists' motivations for visiting Jaco, their coffee consumption habits, and their interest in coffee-related educational activities and experiences.

Question	Answer
Date:	
Location:	
Age:	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55+
Gender:	<input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/> Prefer not to say

Nationality:	<input type="checkbox"/> Costa Rican <input type="checkbox"/> Foreigner Specify: _____
Length of stay in Jacó	<input type="checkbox"/> 1-3 nights <input type="checkbox"/> 1 week <input type="checkbox"/> More than 1 week
Frequency of visits to Jacó	<input type="checkbox"/> First time <input type="checkbox"/> Second visit <input type="checkbox"/> Regular visitor
What motivated you to visit Jacó?	<input type="checkbox"/> Beaches <input type="checkbox"/> Nightlife <input type="checkbox"/> Nature <input type="checkbox"/> Business <input type="checkbox"/> Transit destination <input type="checkbox"/> Visiting family <input type="checkbox"/> Other: _____
How often do you consume coffee?	<input type="checkbox"/> Daily <input type="checkbox"/> Several times a week <input type="checkbox"/> Once a week <input type="checkbox"/> Less than once a week
Where do you usually buy your coffee? (Select all that apply)	<input type="checkbox"/> Directly from the producer <input type="checkbox"/> Local coffee shops <input type="checkbox"/> Supermarkets <input type="checkbox"/> Brick-and-mortar specialty stores <input type="checkbox"/> Online specialty stores <input type="checkbox"/> Others: _____

<p>What type of coffee do you prefer?</p>	<p><input type="checkbox"/> Black pour-over coffee  <input type="checkbox"/> Espresso  <input type="checkbox"/> Pour-over coffee with milk  <input type="checkbox"/> Cappuccino  <input type="checkbox"/> Latte  <input type="checkbox"/> Others: _____</p>
<p>Do you have any knowledge about barista skills?</p>	<p><input type="checkbox"/> Yes  <input type="checkbox"/> No</p>
<p>Level of knowledge about barista skills</p>	<p><input type="checkbox"/> Amateur  <input type="checkbox"/> Basic  <input type="checkbox"/> Intermediate  <input type="checkbox"/> Advanced  <input type="checkbox"/> Not applicable</p>
<p>Have you participated in tours, workshops, demonstrations, or tastings related to coffee at the places you visit?</p>	<p><input type="checkbox"/> Yes  <input type="checkbox"/> No</p>
<p>What motivated you to participate in these activities? (Select all that apply)</p>	<p><input type="checkbox"/> Personal interest  <input type="checkbox"/> Entertainment  <input type="checkbox"/> Recommendation from friends/family  <input type="checkbox"/> Improve coffee preparation skills  <input type="checkbox"/> Expand my knowledge about barism  <input type="checkbox"/> Others: _____  <input type="checkbox"/> Not applicable.</p>
<p>Would you be interested in participating in any of the</p>	<p><input type="checkbox"/> Talk about coffee processing (varieties, coffee-growing regions of Costa Rica, processing types, etc.).</p>

following activities? (Select all that apply)	<input type="checkbox"/> Workshop on brewing methods and techniques (Infusion methods, espresso, etc.). <input type="checkbox"/> Latte art workshop. <input type="checkbox"/> Coffee roasting demonstration. <input type="checkbox"/> Specialty coffee tasting. <input type="checkbox"/> Specialty coffee buying. <input type="checkbox"/> Coffee shop visit. <input type="checkbox"/> Coffee tour. <input type="checkbox"/> Others: _____ <input type="checkbox"/> None
How much would you be willing to pay for barista-related activities?	<input type="checkbox"/> Less than \$50 <input type="checkbox"/> \$50-\$100 <input type="checkbox"/> \$100-\$200 <input type="checkbox"/> More than \$200
Additional Comments:	

**Apéndice 6: Encuesta sobre consumo de café y preferencias de programas de barismo residentes locales o extranjeros (ESPAÑOL)**

**Objetivo:** Recolectar información sobre hábitos de consumo de café e interés en programas de barismo entre residentes locales y extranjeros en la zona turística de Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Indicaciones:** Conteste de manera completa y honesta, esta entrevista es confidencial y está destinada únicamente para uso académico, esta encuesta busca entender las preferencias de consumo de café y la disposición hacia cursos de barismo entre diferentes grupos demográficos en la zona.

Pregunta	Respuesta
Fecha:	
Lugar de Aplicación:	
Edad:	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55+
Género:	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Prefiero no decir
Residencia:	<input type="checkbox"/> Residente nacional <input type="checkbox"/> Residente extranjero <input type="checkbox"/> Otro: _____
¿Con qué frecuencia consume café?	<input type="checkbox"/> Diario <input type="checkbox"/> Varias veces a la semana <input type="checkbox"/> Una vez a la semana <input type="checkbox"/> Menos de una vez a la semana
¿Dónde suele comprar su café? (Seleccione todas las que apliquen)	<input type="checkbox"/> Directo al productor <input type="checkbox"/> Cafeterías locales <input type="checkbox"/> Supermercados <input type="checkbox"/> Tiendas especializadas físicas <input type="checkbox"/> Tiendas especializadas en línea <input type="checkbox"/> Otros: _____

<p>¿Qué tipo de café prefiere?</p>	<p><input type="checkbox"/> Café filtrado negro</p> <p><input type="checkbox"/> Espresso</p> <p><input type="checkbox"/> Café filtrado con leche</p> <p><input type="checkbox"/> Cappuccino</p> <p><input type="checkbox"/> Latte</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>
<p>¿Tiene conocimientos sobre barismo?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>Nivel de conocimiento sobre barismo</p>	<p><input type="checkbox"/> Aficionado</p> <p><input type="checkbox"/> Básico</p> <p><input type="checkbox"/> Intermedio</p> <p><input type="checkbox"/> Avanzado</p> <p><input type="checkbox"/> No aplica</p>
<p>¿Estaría interesado en participar en cursos de barismo?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No estoy seguro</p>
<p>¿Qué le motivaría a inscribirse en un curso de barismo? (Seleccione todas las que apliquen)</p>	<p><input type="checkbox"/> Interés personal</p> <p><input type="checkbox"/> Mejorar habilidades profesionales</p> <p><input type="checkbox"/> Recomendación de amigos/familiares</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p> <p><input type="checkbox"/> No aplica</p>
<p>¿Qué tipo de curso de barismo le interesaría más? (Seleccione todas las que apliquen)</p>	<p><input type="checkbox"/> Curso básico</p> <p><input type="checkbox"/> Curso intermedio</p> <p><input type="checkbox"/> Curso avanzado</p> <p><input type="checkbox"/> Curso especializado</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>

<p>¿Qué áreas del barismo le interesan? (Seleccione todas las que apliquen)</p>	<p><input type="checkbox"/> Historia, regiones cafetaleras y procesamiento del café</p> <p><input type="checkbox"/> Métodos y técnicas de preparación (Métodos de infusión, espresso, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Tueste</p> <p><input type="checkbox"/> Catación</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio al cliente en cafeterías</p> <p><input type="checkbox"/> Arte Latte</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>
<p>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de barismo?</p>	<p><input type="checkbox"/> Menos de \$50</p> <p><input type="checkbox"/> \$50-\$100</p> <p><input type="checkbox"/> \$100-\$200</p> <p><input type="checkbox"/> Más de \$200</p>
<p>Comentarios Adicionales:</p>	

**Coffee Consumption and Barista Program Preferences Survey for Local or Foreign Residents (ENGLISH)**

**Objective:** To gather information on coffee consumption habits and interest in barista programs among local and foreign residents in touristic area of Jacó, Garabito, Puntarenas.

**Instructions:** Answer fully and honestly; this interview is confidential and intended only for academic research purposes, this survey aims to understand coffee consumption preferences and attitudes towards barista courses among different demographic groups in the area.

Question	<b>Answer</b>
Date:	

Location:	
Age:	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55+
Gender:	<input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/> Prefer not to say
Residence:	<input type="checkbox"/> National resident <input type="checkbox"/> Foreign resident <input type="checkbox"/> Other: _____
How often do you consume coffee?	<input type="checkbox"/> Daily <input type="checkbox"/> Several times a week <input type="checkbox"/> Once a week <input type="checkbox"/> Less than once a week
Where do you usually buy your coffee? (Select all that apply)	<input type="checkbox"/> Directly from the farmer <input type="checkbox"/> Local coffee shops <input type="checkbox"/> Supermarkets <input type="checkbox"/> brick-and-mortar specialty store <input type="checkbox"/> Online specialty stores <input type="checkbox"/> Others: _____
What type of coffee do you prefer?	<input type="checkbox"/> Black pour-over coffee <input type="checkbox"/> Espresso <input type="checkbox"/> Pour-over coffee with milk

	<input type="checkbox"/> Cappuccino <input type="checkbox"/> Latte <input type="checkbox"/> Others: _____
Do you have any knowledge about barista skills?	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No
Level of knowledge about barista skills	<input type="checkbox"/> Amateur <input type="checkbox"/> Basic <input type="checkbox"/> Intermediate <input type="checkbox"/> Advanced <input type="checkbox"/> Not applicable
Would you be interested in participating in barista courses?	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Not sure
What would motivate you to enroll in a barista course? (Select all that apply)	<input type="checkbox"/> Personal interest <input type="checkbox"/> Improve professional skills <input type="checkbox"/> Recommendation from friends/family <input type="checkbox"/> Others: _____
What type of barista course interests you the most? (Select all that apply)	<input type="checkbox"/> Basic course <input type="checkbox"/> Intermediate course <input type="checkbox"/> Advanced course <input type="checkbox"/> Specialized course <input type="checkbox"/> Others: _____
What areas of barista skills interest you? (Select all that apply)	<input type="checkbox"/> History, coffee-growing regions, and coffee processing <input type="checkbox"/> Brewing methods and techniques (Infusion methods, espresso, etc.)

	<input type="checkbox"/> Roasting <input type="checkbox"/> Tasting <input type="checkbox"/> Customer service for coffee shops <input type="checkbox"/> Latte Art <input type="checkbox"/> Others: _____
How much would you be willing to pay for a barista course?	<input type="checkbox"/> Less than \$50 <input type="checkbox"/> \$50-\$100 <input type="checkbox"/> \$100-\$200 <input type="checkbox"/> More than \$200
Additional Comments:	

**Apéndice 7: Inventario cafeterías Jacó, Garabito.**

	<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Tipo</b>	<b>Tipo de café</b>
1	Cafe Bohio	Cafetería	Café de especialidad
2	Ubaldo's Café	Cafetería	Café Tarrazú Don Cayito
3	Sanito café	Cafetería	Café de especialidad
4	La Guapita Coffee	Cafetería	Café de especialidad
5	Los Cafeteros	Cafetería	Café Doka 3 generaciones
6	Jet Fuel Coffee Shop Jaco	Cafetería	Café de especialidad
7	Roasted Edge	Pastelería y café	Café Doka 3 generaciones
8	Cafetería Brioche	Pastelería y café	Café Britt
9	Cafe Sonrisa Bella	Restaurante y café	Café de consumo
10	El Cafecito by Mono Verde	Restaurante y café	Café de consumo
11	Cafe Napoli - Wood Fired Italian Bistro Jaco	Restaurante y café	Café de consumo
12	La Estacion Dulce cafetería & crepería	Restaurante y café	Café de consumo
13	Khaos Café	Restaurante y café	Café de consumo
14	Tala's Coffee	Restaurante y café	Café de consumo
15	Ambrosia Cafe	Restaurante y café	Café de consumo
16	Café Mar	Restaurante y café	Café Britt
17	Dos Vistas Café	Restaurante y café	Café de consumo
18	Karma Cafe & Restaurant	Restaurante y café	Café de consumo
19	FlavourCup Coffee	Restaurante y café	Café de consumo
20	Britt Café Bakery Jacó	Panadería y café	Café Britt
21	Pachi's Pan	Panadería y café	Café Britt

22	Panadería Artesanal	Panadería y café	Café de consumo
23	Sabores Lejanos	Panadería y café	Café de consumo