

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE TURISMO

TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO:

**BACHILLERATO EN TURISMO CON ENFÁSIS EN HOTELERÍA Y
RESTAURANTES**

Tema:

Modelo de negocio para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* que celebre la cocina típica costarricense, en el distrito de Orosi del cantón de Paraíso, Cartago, Costa Rica, para el II cuatrimestre del 2025

Estudiante:

MSc. Katherine Bermúdez Quesada

Tutor:

MBA. Giovanni Jiménez Esquivel

Sede Aranjuez, San José

Agosto 2025

Índice general

ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	7
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	8
DEDICATORIA	9
AGRADECIMIENTO.....	10
RESUMEN EJECUTIVO	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1 Planteamiento de la investigación	14
1.2 Objetivos de la investigación.....	16
1.2.1 Objetivo general	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 Justificación.....	16
1.4 Antecedentes.....	19
1.4.1 Antecedentes internacionales.....	19
1.4.2 Antecedentes nacionales	22
1.5 Proyecciones	26
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	30
2.1 Marco histórico.....	30
2.1.1 Evolución de los productos locales en Orosi e influencia en la identidad local	30
2.1.2 Desarrollo del turismo en Orosi y su vinculación con la cultura cafetalera	31
2.1.3 Influencia de la gastronomía en el fortalecimiento del turismo en la región	32
2.2 Marco conceptual	32
2.2.1 Gastronomía.....	32
2.2.2 Gastronomía costarricense	32
2.2.3 Emprendimiento.....	33
2.2.4 Mercado meta.....	33
2.2.5 Segmentación de mercado	33
2.2.6 Cultura.....	34
2.2.7 Cultura costarricense	34
2.2.8 Tour	34
2.2.9 <i>Coffee tour</i>	35
2.2.10 Hacienda cafetalera.....	35

2.2.11 Definición y alcance del turismo gastronómico	35
2.2.12 Restaurantes temáticos.....	36
2.2.13 Sostenibilidad y experiencias gastronómicas.....	36
2.3 Marco referencial.....	36
2.3.1 Experiencias gastronómicas y culturales	36
2.3.2 Economía local y emprendimiento rural	37
2.3.3 Desarrollo sostenible en la industria gastronómica	37
2.3.4 Importancia del turismo gastronómico en Costa Rica.....	38
2.3.5 Relación entre el café y la gastronomía costarricense.....	38
2.3.6 Principales teorías relacionadas con el turismo gastronómico	38
2.4 Esquema del marco teórico.....	39
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	40
3.1 Enfoque de la investigación	40
3.2 Método de la investigación.....	40
3.3 Fuentes de información	41
3.3.1 Fuentes primarias	42
3.3.2 Fuentes secundarias	42
3.4 Población y muestra	43
3.5 Unidades de análisis	44
3.6 Instrumentos	46
3.6.1 Revisión bibliográfica	47
3.6.2 Encuestas	47
3.6.3 Entrevista a profundidad	48
3.7 Fases de recolección de instrumentos	48
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	50
4.1 Encuesta a público en general.....	50
4.2 Entrevistas.....	63
4.2.1 Entrevista N°1 Jesús Coto Quirós, Café Don Enrique (emprendimiento familiar).....	63
4.2.2 Entrevista N°2 Rosa Coto Picado, Orosi al Natural Spa (empresa familiar).....	65
4.2.3 Entrevista N°3 David Sanabria, Pizzería Il Giardino (jefe de salón)	67
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
5.1 Conclusiones.....	71
5.1.1 Objetivo general	71

5.1.2 Objetivo específico 1	71
5.1.3 Objetivo específico 2	72
5.1.4 Objetivo específico 3	72
5.2 Recomendaciones.....	73
5.3 Recomendaciones para futuras investigaciones.....	74
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	76
6.1 Estudio de mercado.....	76
6.1.1 Oferta y demanda	76
6.1.2 Segmentación.....	77
6.1.3 Análisis FODA.....	78
6.2 Estudio tecnológico	81
6.2.1 TICS y Hardware	81
6.2.2 Sostenibilidad	83
6.3 Estudio de suministros	83
6.3.1 Vías de acceso.....	83
6.3.2 Logística y suministros.....	84
6.3.3 Disponibilidad de proveeduría para productos y servicios	84
6.3.4 Contratación de talento humano.....	85
6.4 Estudio administrativo	86
6.4.1 Municipalidad	86
6.4.2 Ministerio de Salud.....	86
6.4.3 Manipulación de alimentos.....	87
6.4.4 CCSS	87
6.4.5 Seguros.....	88
6.4.6 Ministerio de Hacienda	88
6.4.7 Instituto Costarricense de Turismo.....	88
6.5 Estudio de Impacto Ambiental	90
6.5.1 Acciones ambientales propuestas	91
6.5.2 Educación y mitigación ambiental	92
6.6 Análisis financiero.....	92
6.6.1 Fuentes de financiación	92
6.6.2 Planificación pre-durante-post ejecución	94
6.6.3 Estimaciones financieras (ingresos, gastos y presupuestos)	95

6.7 Análisis económico/social	97
6.7.1 Políticas	97
6.7.2 Reglamentos	98
6.7.3 Manuales	100
6.7.4 Protocolos	103
6.7.5 Plan de operación turística	104
6.8 Análisis técnico	106
6.8.1 Descripción del producto turístico	106
6.8.2 Confirmación de la prefactibilidad	106
6.8.3 Confirmación del financiamiento	106
6.8.4 Confirmación del planeamiento pre-ejecución	107
6.8.5 Simulacros de puesta en marcha	108
6.8.6 Controles	108
6.9 Propuesta de Anteproyecto:	108
6.9.1 Nombre y Logo	108
6.9.2 Misión	109
6.9.3 Visión	109
6.9.4 Valores	109
6.9.5 Sostenibilidad	109
6.9.6 Menú de gastronomía costarricense y tradición cafetalera	109
6.9.6 Propósito de la experiencia gastronómica	112
6.9.7 Operación del <i>coffee tour</i>	113
6.9.8 Esquema básico de costos	114
6.9.9 Organigrama y perfil del puesto	116
6.9.10 Marketing turístico del proyecto	118
Referencias Bibliográficas	121
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	44
Tabla N° 2	45
Tabla N° 3	81
Tabla N° 4	114
Tabla N° 5	115
Tabla N° 6	116
Tabla N° 7	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	50
Gráfico 2	51
Gráfico 3	52
Gráfico 4	53
Gráfico 5	54
Gráfico 6	55
Gráfico 7	56
Gráfico 8	57
Gráfico 9	58
Gráfico 10	59
Gráfico 11	60
Gráfico 12	61
Gráfico 13	62

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1	129
Ilustración N° 2	130
Ilustración N° 3	131
Ilustración N° 4	132
Ilustración N° 5	134
Ilustración N° 6	139
Ilustración N° 7	140
Ilustración N° 8	142
Ilustración N° 9	144
Ilustración N° 10	146
Ilustración N° 11	148
Ilustración N° 12	149

DEDICATORIA

"A mis hijos Melany, Michael, Ahmed y Theo, que son la luz de mi vida y la motivación para lograr mis metas. A mi esposo, por ser mi apoyo incondicional en cada decisión y cada paso que doy, porque sin ellos, no hay propósito para mí".

A la memoria de mis abuelas Esmeralda, Nani y Susana, que Dios las tenga en su regazo, en mi permanecerá siempre un lindo recuerdo.

A mi hermana Sophia, que heredó la buena sazón de la comida tradicional, "la mejor cocinera".

Con amor,

Katherine Bermúdez Quesada

AGRADECIMIENTO

“A mi padre Albán Bermúdez Vargas, por heredarme el amor por la comida tradicional y esas ricas comidas que me preparó de niña y hoy siguen en mi memoria”

A los profesores y coordinador de carrera que fueron parte de mi formación y aprendizaje, y a personitas que con sinceridad tuvieron palabras de motivación, admiración y soporte para concluir mi tesina. A Dios padre, por darme las fuerzas para concluir con esta carrera. Y a mí misma, por demostrarme que soy capaz de lograr una meta más.

Katherine Bermúdez Quesada

RESUMEN EJECUTIVO

Esta tesina propone una idea de negocio: un restaurante con experiencias cafetaleras en Orosi, Cartago. La idea principal es combinar la buena comida costarricense con la tradición del café, para ofrecer a los turistas una experiencia única, en un lugar rural lleno de historia, cultura y naturaleza. Para desarrollar esta propuesta, se investigó cómo es actualmente el turismo en Orosi, qué buscan los visitantes y qué piensan los emprendedores de la zona. Se aplicaron encuestas a turistas y se realizaron entrevistas a personas con experiencia en negocios relacionados con café y gastronomía. Esto ayudó a entender si un proyecto como este es posible, útil y atractivo para el público.

Los resultados muestran que sí hay un gran interés de los visitantes por conocer más sobre el café, su historia y cómo se produce, además de probar platos típicos que usen ingredientes locales. También se nota que Orosi tiene muchas cualidades positivas: es una zona reconocida por su café, tiene bellezas naturales y una cultura rica. Pero también enfrenta algunos retos, como la falta de apoyo entre negocios locales, poca promoción turística y necesidades de mejorar en infraestructura.

El restaurante que se propone no será uno común. Será un espacio donde el visitante pueda hacer un recorrido por los cafetales, aprender sobre el café, probar platillos preparados con productos locales, y vivir una experiencia cercana con las personas del lugar. Además, se usarán prácticas sostenibles, como el compostaje, el uso de ingredientes de la zona y el trabajo conjunto con otros emprendedores.

El análisis FODA del proyecto permitió identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno. Esto ayuda a tomar decisiones claras para que el restaurante sea exitoso y duradero. En resumen, esta propuesta tiene el potencial de apoyar el desarrollo turístico y económico de Orosi. Busca dar valor al café como símbolo local, rescatar recetas típicas, generar empleo, fortalecer la comunidad y atraer turistas interesados en experiencias auténticas, educativas y sostenibles. Con el apoyo adecuado, este proyecto podría convertirse en un atractivo importante para la región y en un ejemplo de turismo rural responsable.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La gastronomía ha ido tomando popularidad e importancia en la industria turística, contribuyendo a la economía y la cultura, por lo que cada vez son más los turistas que buscan la experiencia de la finca a la mesa, conocer los procesos de producción locales, las tradiciones culinarias, y la gastronomía costarricense desde sus raíces. Costa Rica, reconocida por su biodiversidad y atracciones turísticas, ha identificado la gastronomía como una vía potencial para mejorar su identidad y fomentar el desarrollo sostenible. El distrito de Orosi, ubicado en el Cantón del Paraíso en la provincia de Cartago, destaca por su rica historia colonial, la belleza natural y herencia de cultivo de café. A pesar de contar con los recursos necesarios en la zona, el café no se ha aprovechado completamente en rutas turísticas para que sea parte de las ofertas culinarias.

La historia de la gastronomía está conectada con la historia de la humanidad. Comer no es solo una necesidad para sobrevivir, sino también una experiencia que nos brinda placer y estimula los sentidos. A lo largo del tiempo, las personas han buscado no solo saciar su hambre, sino también disfrutar de comidas atractivas, con rico aroma y una buena presentación. Esto ha llevado al desarrollo de utensilios y tradiciones alrededor de la comida, convirtiéndola en un momento único para compartir en familia y celebrar ocasiones importantes.

En el turismo, la gastronomía juega un papel clave, ya que refleja las costumbres, la forma de vida y la identidad de un país. Según Gustavo J. Segura, ministro de Turismo de Costa Rica, el país ha impulsado una gastronomía sostenible, que valore los ingredientes locales y beneficie a las comunidades. La cocina costarricense, rica en productos naturales, tiene un gran potencial para ofrecer experiencias culinarias innovadoras y responsables, resaltando la biodiversidad y la cultura del país.

El *coffee tour* ofrece la oportunidad de aprender sobre la vida de campo y adquirir conocimiento del cultivo, la recolección y la producción de café. Sin embargo, la oferta gastronómica suele ser limitada y no se aprovecha la oportunidad de complementar la experiencia con platillos típicos de la zona el establecimiento que complemente los beneficios de una gira de café con una propuesta gastronómica podría ser un modelo de negocio nuevo e innovador en la

parte turística y no limitarse a la degustación del café acompañado de bocadillos que no representan la cocina de la región.

La investigación propone un plan de negocios para un restaurante que destaca los platos típicos de Costa Rica, utilizando el café como el producto estrella, destacando la cultura y la cocina local. Este restaurante no solo agregaría valor a las experiencias de *coffee tour*, sino que también ayudaría a fortalecer el turismo sostenible en la región, fomentando el consumo de productos locales y el desarrollo de las comunidades aledañas.

El establecimiento de un modelo de negocio para un restaurante que destaca los platos tradicionales de Costa Rica en tours de café tiene como objetivo acercar a los turistas a pasar más tiempo y vivir experiencias de hacienda, como se solía ser en épocas de antaño. El proyecto cuenta con el objetivo proporcionar una experiencia integral que incluya degustar platos tradicionales hechos con ingredientes locales y aprender sobre la historia y las técnicas de la cocina costarricense.

El turismo sustentable depende en gran medida del consumo de la cocina local, para que los pequeños productores se beneficien mediante el uso de ingredientes locales en restaurantes turísticos. Además, el establecimiento de restaurantes rurales genera empleo, estimula las actividades empresariales y sostiene las tradiciones culinarias. El establecimiento de un restaurante durante una gira de café no solo atraerá a turistas extranjeros, sino también nacionales, contribuyendo al crecimiento de la economía de Orosi.

El deseo de los turistas de encontrar un producto o servicio auténtico está en aumento, los viajeros desean conectarse con las culturas y tradiciones locales, participando en actividades como clases de cocina, talleres de artesanía y festivales culturales. La combinación de recorridos de café con una experiencia culinaria permite ofrecer un producto turístico distintivo y atractivo. Costa Rica destaca por ser un destino ecológico y sostenible, resaltando su variada oferta turística y oportunidades para adentrarse en la cultura local.

Esta investigación contribuye al conocimiento sobre turismo y gastronomía en Costa Rica. Aunque existen estudios sobre el impacto del turismo en la economía y el ambiente, hay poca investigación sobre la integración de experiencias gastronómicas en las rutas de turismo rural en zonas cafetaleras (Molina, 2020, p. 88). El objetivo de este estudio es llenar los vacíos de investigación existentes sobre la influencia de la gastronomía en el turismo rural, establecer un estándar para futuros esfuerzos en este campo y promover el desarrollo sostenible en la región.

1.1 Planteamiento de la investigación

El turismo en Costa Rica ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, consolidándose como una de las principales actividades económicas del país (ICT, 2020, p. 10). Dentro de este sector, el turismo gastronómico representa una oportunidad de desarrollo que aún no ha sido aprovechada en muchas partes del país, incluyendo Orosi, a pesar de su importancia como destino histórico y cultural.

Las experiencias de Tour de Café en la región son una de las principales atracciones, atrayendo a turistas nacionales e internacionales interesados en conocer el proceso de producción del café (Sánchez, 2015, p. 33). Sin embargo, la falta de una oferta gastronómica orientada con la temática del café y la cocina tradicional costarricense limita la experiencia y reduce el tiempo de permanencia de los visitantes en la zona.

Actualmente, los visitantes de estos tours tienen pocas opciones para complementar su experiencia con una degustación de platillos tradicionales preparados con ingredientes locales, lo cual representa una oportunidad desaprovechada para fortalecer la identidad culinaria de la región, y se trasladan a buscar otras opciones para completar su visita. En los trayectos se encuentran con establecimientos de comidas rápidas o con otras temáticas, que no es el objetivo del viaje.

De este modo, las nuevas generaciones prefieren comer hamburguesas, papas a la francesa, pollo frito, pizzas y otras variedades de productos alimenticios, los cuales se encuentran prácticamente en todas las ciudades. Además, al darse la preferencia por este tipo de comidas, se

crean pequeños negocios locales que subsisten con la preparación y venta de alimentos similares como *fast food* y otros.

La diversidad de actividades y su distribución en el país han influido en la evolución del indicador de 'estadía media' de los turistas en Costa Rica, pasando de 6 a 12 noches en las últimas tres décadas, convirtiéndose en una de las más altas a nivel internacional (López, 2020, p. 29). La ausencia de una oferta gastronómica en los *coffee tours* de Orosi podría estar limitando el tiempo de permanencia de los turistas en la región, reduciendo el impacto económico positivo que el turismo puede generar (ICT, 2021, p. 37).

Durante los últimos tiempos, las fiestas o turnos de pueblo en las diferentes localidades del país llegarían a ser prácticamente las únicas ocasiones accesibles para disfrutar de ese tipo de comidas artesanales. Sin embargo, se está dando más apertura a las comidas autóctonas, con los restaurantes de temática de gastronomía tradicional.

La comida tradicional ha tenido más relevancia a través de instituciones como el caso de la Caja Costarricense del Seguro Social con proyectos de personas de la tercera edad y el Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural con el “Concurso de comidas y bebidas típicas” que se ha realizado desde el año 2001 en diferentes provincias. Otro caso en especial que rescata las tradiciones es la promoción de talleres de cocina inspirados en las recetas de las abuelitas. La necesidad de analizar la viabilidad de un modelo deberá considerar aspectos como la pre factibilidad y la factibilidad, estudio de mercado de la zona, la infraestructura requerida, fuentes de financiamiento, propuesta de menú, y aporte sostenible a la localidad.

Se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo puede un modelo de negocio de restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* en Orosi potenciar la gastronomía típica costarricense y fortalecer el turismo sustentable en la región para el II cuatrimestre del 2025?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar una propuesta de un modelo de negocio para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* que celebre la cocina típica costarricense, en el distrito de Orosi del cantón de Paraíso, Cartago, Costa Rica, para el II cuatrimestre del 2025.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Ejecutar un estudio de pre factibilidad y factibilidad para la implementación de un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* en Orosi de Cartago.
2. Realizar una propuesta de un menú que promueva la cocina típica costarricense que satisfaga las necesidades y expectativas de la demanda turística nacional y extranjera.
3. Formular una propuesta de anteproyecto que se fundamente en un plan de estrategia empresarial sostenible para este modelo de negocio.

1.3 Justificación

El turismo gastronómico ha demostrado ser un factor clave para la actividad económica y cultural en muchas partes del mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020, p. 28), la gastronomía representa aproximadamente el 30% del gasto turístico global, lo que resalta su importancia dentro de la industria. En Costa Rica, este sector ha mostrado un crecimiento constante, pero aún existen oportunidades de mejora en la integración de experiencias culinarias con otras formas de turismo, como el ecoturismo y el turismo rural (ICT, 2021, p. 46).

La propuesta de un modelo de negocio para un restaurante que celebre la cocina típica costarricense dentro del contexto de los *coffee tours* busca fortalecer la identidad cultural del país y mejorar la oferta turística en regiones cafetaleras como Orosi.

Según Jiménez y Vargas (2019, p. 58), la falta de una oferta gastronómica bien estructurada en zonas cafetaleras impide que los turistas prolonguen su estancia, lo que limita los

beneficios económicos para la comunidad. Este proyecto busca cerrar esta brecha al ofrecer una experiencia integral donde los visitantes puedan degustar platillos tradicionales elaborados con productos locales y aprender sobre la historia y técnicas de la cocina costarricense.

Además, la gastronomía desempeña un papel esencial en la sostenibilidad del turismo. Según Guier Serrano y Quesada Castro (2018, p. 150), la integración de ingredientes locales en la oferta gastronómica turística no solo enriquece la experiencia cultural del visitante, sino que también promueve prácticas agrícolas sostenibles y fortalece la economía local. En el contexto costarricense, adoptar un enfoque sostenible en la gastronomía puede tener un impacto positivo en la conservación del medio ambiente y en la promoción de prácticas agrícolas responsables. Hernández Castro (2018, p. 92) destaca que el apoyo a productores locales y la reducción de la huella de carbono en la cadena de suministro alimentaria son fundamentales para el desarrollo de un turismo más sostenible en Costa Rica.

El turismo gastronómico también contribuye a la diversificación de la economía local. Según el estudio de López y Ramírez (2018, p. 67), la creación de establecimientos gastronómicos en zonas rurales genera empleo, impulsa el emprendimiento y fomenta la preservación de técnicas culinarias tradicionales. En este sentido, la propuesta de un restaurante en un entorno de *coffee tour* no solo atraerá a turistas nacionales e internacionales, sino que también permitirá fortalecer la economía de la región de Orosi.

Otro aspecto clave que justifica este estudio es la creciente demanda de experiencias auténticas por parte de los turistas. Investigaciones recientes han demostrado que los turistas buscan cada vez más conexiones con la cultura local, lo que incluye la gastronomía (UNWTO, 2019, p. 54). Probar la cocina local es una parte esencial de la experiencia de. En este sentido, la combinación de *coffee tours* con una propuesta culinaria que facilita ofrecer un producto turístico diferenciado y con alto valor agregado.

La gastronomía tradicional de Costa Rica desempeña un papel clave en la identidad cultural, la sostenibilidad y la promoción del turismo gastronómico. Según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), la comida costarricense no solo es un reflejo de la diversidad de

ingredientes locales, sino que también contribuye al bienestar de las comunidades y a la protección del medioambiente (ICT, 2023).

El enfoque en una gastronomía sostenible permite rescatar recetas ancestrales y promover prácticas de producción responsables, fortaleciendo la economía local y asegurando la conservación de productos autóctonos como el maíz, el pejibaye y el cacao. Además, la combinación de tradición y salud impulsa el reconocimiento de la cocina costarricense a nivel internacional, generando nuevas oportunidades para el sector turístico (ICT, 2023).

La gastronomía costarricense es un reflejo de la historia y la identidad cultural del país. Platos como el gallo pinto, picadillos y tortillas palmeadas no solo forman parte de la dieta cotidiana, sino que a la vez simbolizan el patrimonio culinario costarricense. Desde una perspectiva histórica, la comida tradicional ha sido influenciada por la herencia indígena, española y africana, dando lugar a preparaciones únicas que han sido transmitidas de generación en generación. Además, la producción local de alimentos juega un papel clave en la economía y sostenibilidad alimentaria del país. Promover su consumo y preservación no solo fortalece la identidad nacional, sino que también favorece el desarrollo de comunidades agrícolas y el turismo gastronómico (UCR, 2015).

Las universidades, como la UCR, han desempeñado un papel importante en la investigación y promoción de la comida tradicional, destacando su valor nutricional y cultural en la sociedad costarricense.

En el ámbito académico, este estudio contribuye a la literatura sobre turismo sostenible y gastronomía en Costa Rica. Existen diversas investigaciones sobre el impacto del turismo en la economía y el medio ambiente, pero son limitados los estudios que aborden específicamente la integración de experiencias gastronómicas dentro de rutas de turismo rural en zonas cafetaleras (Molina, 2020, p. 88). La presente investigación busca llenar este vacío y ofrecer un marco de referencia para futuros proyectos en el sector.

Finalmente, desde una perspectiva cultural y patrimonial, la propuesta de este modelo de negocio favorece la promoción de la identidad culinaria costarricense. Según Castro y Rodríguez

(2017, p. 73), la globalización ha generado una homogeneización en la oferta gastronómica de muchos destinos turísticos, lo cual pone en riesgo las tradiciones culinarias locales. Un restaurante basado en la cocina típica costarricense no solo incentivaría el consumo de recetas tradicionales, sino que también serviría como un espacio educativo donde turistas y locales puedan conocer la historia y evolución de la gastronomía nacional.

1.4 Antecedentes

El turismo gastronómico ha cobrado gran relevancia como una herramienta para potenciar la identidad cultural de los destinos y contribuir al desarrollo económico de las comunidades locales. Este tipo de turismo permite integrar las tradiciones culinarias con las características propias de cada región, creando experiencias únicas que atraen a los visitantes. En particular, en las áreas cafetaleras, la combinación de recorridos por las fincas y una oferta gastronómica centrada en productos locales puede ser clave para revitalizar la economía, promover el empleo y fortalecer los lazos con la cultura local.

Además, esta propuesta fomenta el uso de ingredientes autóctonos, lo que favorece tanto la sostenibilidad como la preservación de las tradiciones. La creciente demanda de experiencias auténticas y cercanas a la cultura de los destinos ofrece una oportunidad para desarrollar proyectos que no solo impulsen el turismo, sino que también contribuyan a la valorización de los recursos naturales y la identidad local.

1.4.1 Antecedentes internacionales

El turismo gastronómico ha sido ampliamente estudiado en diversos países, demostrando su potencial para el desarrollo económico y cultural. En España, un estudio realizado por Sánchez et al. (2018) analizó la relación entre el turismo y la gastronomía en la región de La Rioja, encontrando que la integración de experiencias culinarias con rutas de vino ha incrementado el número de visitantes en un 30% en los últimos cinco años (p. 112).

En Perú, Huamán y Vargas (2020) investigaron el impacto de la gastronomía en la identidad cultural y el turismo, resaltando cómo la promoción de la cocina tradicional a través de

festivales gastronómicos ha fortalecido la imagen del país como un destino culinario reconocido internacionalmente (p. 89). Este enfoque ha permitido a las comunidades locales beneficiarse directamente de la actividad turística, impulsando el consumo de productos autóctonos.

Por otro lado, en Colombia, Ramírez (2017) exploró la relación entre el café y el turismo en la región del Eje Cafetero, evidenciando que la implementación de experiencias inmersivas dentro de las fincas ha generado un aumento en la permanencia de los turistas, favoreciendo el crecimiento de emprendimientos locales ligados a la gastronomía y al turismo sostenible (p. 76). Es evidente que este país tiene mucha experiencia en la parte cafetalera, por lo cual este modelo de negocio es muy importante para representar su identidad cultural en la fusión de gastronomía y tour de café.

Otro país que ha también ha implementado este tipo de negocio es México, particularmente en el estado de Chiapas, Martínez y Herrera (2020, p. 78) identificaron que los proyectos de café-turismo han contribuido significativamente al desarrollo económico de la región. Estos programas combinan la historia del cultivo del café con degustaciones de platillos tradicionales, ofreciendo a los visitantes una experiencia completa que fomenta la identidad cultural y fortalece el turismo rural.

El turismo del café en Etiopía, cuna del café arábica, ha integrado la gastronomía tradicional en sus tours cafeteros, permitiendo a los turistas degustar platos típicos mientras aprenden sobre la historia y producción del café. Esta combinación de gastronomía y cultura cafetera permite a los visitantes conectar más profundamente con el lugar, lo que mejora su satisfacción general y fomenta un sentido de autenticidad en su experiencia (Lavazza, 2024, p. 3). La gastronomía tradicional se convierte así en un vehículo para contar la historia del café arábica, destacando su origen y el papel que juega en la vida cotidiana de los etíopes.

Por otro lado, el enfoque gastronómico también contribuye a la sostenibilidad del turismo en Etiopía. Al promover productos locales y prácticas culinarias tradicionales, se fomenta la conservación de técnicas ancestrales y se apoya a los agricultores locales, lo que ayuda a mantener vivas las tradiciones culturales (Jaramillo, 2022, p. 5). Esto no solo beneficia a los turistas al

brindarles una experiencia más rica y auténtica, sino que también consolida la economía local al crear empleos y oportunidades para los productores.

La región de Toscana y la fusión del café con la gastronomía local en Italia, ha desarrollado rutas gastronómicas que combinan café con productos locales como quesos y vinos, atrayendo a un turismo gourmet que busca experiencias sensoriales completas (Brasil Food Safaris, 2024, p. 2). La combinación de café con otros productos locales puede ser una excelente manera de resaltar la cultura toscana. Organizar eventos que celebren las tradiciones culinarias de la región, como festivales gastronómicos que incluyan el café como elemento central, atrae tanto a turistas como a locales.

Esta idea de negocio se desarrolla en otros países que han sabido aprovechar su patrimonio gastronómico para atraer turistas. En México, festivales como la Guelaguetza en Oaxaca no solo celebran la gastronomía local, sino que también educan a los turistas sobre su importancia cultural. Asimismo, en Argentina, la Ruta del Vino en Mendoza ha demostrado cómo el enoturismo puede generar ingresos significativos y promover el desarrollo local. Estos ejemplos reflejan cómo el turismo gastronómico no solo contribuye al crecimiento económico, sino que también fortalece la identidad cultural y social de las comunidades al involucrar a los residentes en la promoción de sus tradiciones culinarias.

A nivel internacional, investigaciones como las de Villa (2011) destacan la relevancia de integrar la gastronomía en el turismo rural, especialmente en áreas productoras de café. Estos estudios indican que una oferta gastronómica insuficiente puede limitar la duración de la estancia de los turistas, restringiendo así los beneficios económicos para las comunidades locales (Villa, 2011, p. 15).

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo se constituye en el motor de desarrollo económico más viable y sostenible, además de que contribuye a la atenuación de la pobreza fundamentalmente en los países en vías de desarrollo (OMT, 2010). El turismo rural, y en especial el agroturismo, es considerado por las autoridades públicas y privadas como una estrategia para dinamizar el desarrollo de las

zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios (Blanco y Riveros, 2011).

En América Latina, específicamente, en México y Colombia, se han desarrollado productos como los tours de café y se han comenzado a diseñar visitas a plantaciones de cacao, piña, banano, uva, pimienta o nopal, donde los visitantes aprenden sobre la historia y técnicas de cultivo y procesamiento hasta culminar con la degustación del producto (Blanco y Riveros, 2011, p. 11). Este modelo de negocio demuestra la viabilidad de combinar productos locales con experiencias sensoriales para atraer turismo sostenible.

1.4.2 Antecedentes nacionales

En el caso de Costa Rica, conocida por su gran biodiversidad, ofrecen recorridos por fincas o áreas naturales. El componente agropecuario se basa en la siembra de monocultivos extensivos, café, piña y plátano, específicamente de los sitios donde se utiliza un monocultivo extensivo; además de la utilización de técnicas orgánicas como parte de sus atractivos turísticos (Chavarría, 2009, p. 36).

De la misma forma, a nivel nacional, la creación de una oferta gastronómica que resalte los productos locales puede impulsar el crecimiento económico al generar empleo y promover la conservación de técnicas culinarias tradicionales (Foodie Tours, 2020, p. 3). El interés de los turistas por experiencias auténticas ha crecido, con muchos buscando una conexión más profunda con la cultura local a través de actividades como talleres de cocina y festivales gastronómicos.

La combinación de recorridos por fincas cafetaleras con una propuesta gastronómica única no solo proporciona una experiencia singular, sino que también refleja el compromiso de Costa Rica con el ecoturismo y la sostenibilidad. Este enfoque permite a los visitantes conocer la historia del café mientras disfrutan de platos que celebran las raíces costarricenses (Foodie Tours, 2020, p. 4).

En la región de Tarrazú, se presenta otro ejemplo de cómo la gastronomía se ha integrado al turismo rural es el modelo de las rutas del café, en el cual los turistas aprenden sobre el proceso de producción del café y degustar productos locales en el marco de experiencias turísticas. Según un informe del Instituto Costarricense de Turismo (ICT, 2019), esta tendencia ha permitido aumentar el flujo de turistas hacia esta región, mejorando la economía local y fortaleciendo el sector turístico del país. La implementación de iniciativas gastronómicas, como la promoción de cafés de especialidad y platillos tradicionales, ha sido un componente clave para el crecimiento de este tipo de turismo (ICT, 2019, p. 25).

Un estudio de la Organización Mundial del Turismo (OMT) indica que las experiencias gastronómicas son uno de los factores que más atraen a los turistas en Costa Rica, representando una porción considerable del gasto turístico global (OMT, 2021, p. 30). Por tanto, integrar una propuesta gastronómica basada en productos locales en los tours de café en Orosi podría ser una excelente estrategia para diversificar la oferta turística y fomentar un turismo más sostenible.

Asimismo, un modelo de negocio que combine la oferta gastronómica y el turismo rural contribuiría a un desarrollo más inclusivo y sostenible en la región. Según Soto y Pérez (2020), la integración de las experiencias gastronómicas dentro de las rutas de turismo rural contribuye al fortalecimiento de las economías locales, pues promueve el uso de ingredientes autóctonos y favorece a los productores locales, lo cual faculta un impacto positivo en la economía de la región (p. 76). Esta estrategia se alinea con las tendencias globales de un turismo más responsable, que busca no solo explorar nuevos destinos, sino también apoyarlos de manera efectiva a través del consumo consciente y el apoyo a las economías locales (Soto y Pérez, 2020, p. 78).

En Costa Rica, el desarrollo del turismo gastronómico ha tenido un impacto positivo en comunidades como Monteverde. Según López (2021), el turismo rural basado en experiencias gastronómicas ha permitido diversificar la oferta turística, ofreciendo a los visitantes no solo una inmersión en la naturaleza, sino también una conexión con la cultura local a través de la gastronomía. Esto ha generado nuevas fuentes de empleo y ha impulsado la economía local, al mismo tiempo que ha fomentado la conservación de las tradiciones culinarias costarricenses. Esta

tendencia es una oportunidad clave para replicar en otras zonas rurales del país, como Orosi (López, 2021, p. 42).

El turismo gastronómico en la Zona de los Santos, reconocida por su café de alta calidad, ha experimentado un auge gracias a la implementación de experiencias que integran platillos autóctonos y promueven la cultura local, así como el consumo de productos sostenibles. De acuerdo con un estudio de Vargas y Jiménez (2020), esta región ha logrado consolidarse como un ejemplo de cómo el turismo rural puede revalorizar la identidad cultural y potenciar la economía local mediante la gastronomía (Vargas y Jiménez, 2020, p. 45).

En Heredia, Finca Rosa Blanca ha destacado por integrar la gastronomía costarricense en su oferta turística. Este lugar ofrece menús que priorizan ingredientes locales y orgánicos, atrayendo a turistas interesados en experiencias sostenibles. Según López y Ramírez (2018), este tipo de iniciativas no solo diversifican la oferta turística, sino que también fomentan el desarrollo económico sostenible al trabajar directamente con productores locales (López y Ramírez, 2018, p. 67).

Por su parte, en Turrialba se han desarrollado proyectos que combinan el café con la gastronomía tradicional, generando una experiencia más completa para los visitantes. Estas iniciativas han facilitado a pequeños productores locales ganar visibilidad y fortalecer su participación en el mercado turístico. Como señala Morales (2019), este enfoque no solo beneficia a las comunidades rurales, sino que también contribuye a preservar las tradiciones culinarias y culturales de la región (Morales, 2019, p. 32).

Café Britt, fundado en 1985 por Steve Aronson, se ha consolidado como un referente en la producción y comercialización de café gourmet en Costa Rica. En 1991, la empresa lanzó el Britt Coffee tour, el primer tour de café en el país, que ofrece una experiencia interactiva que abarca todo el ciclo de producción del café, desde la siembra hasta la taza. Este tour no solo ha atraído a turistas de todo el mundo, sino que también ha contribuido a la educación sobre la cultura cafetera costarricense (Café Britt, 2023, p. 2).

La importancia del Britt Coffee tour radica en su enfoque educativo y entretenido, que combina la historia del café con presentaciones teatrales; de esta forma, se convierte en una experiencia única para los visitantes. Desde su inauguración, más de un millón de personas han participado en este recorrido, lo cual refleja su éxito y relevancia en el ámbito del turismo gastronómico en Costa Rica (Café Britt, 2024, p. 3).

Café Britt no solo se dedica a ofrecer tours, sino que también ha expandido su presencia abriendo tiendas en lugares clave como aeropuertos y hoteles. Esto les faculta no solo vender su delicioso café, sino también compartir la rica cultura costarricense con el mundo. Desde sus inicios, la empresa ha sido innovadora al crear un modelo de negocio que permite a los costarricenses disfrutar de café gourmet, algo que antes solo estaba disponible para la exportación. Este enfoque ha ayudado a posicionar a Café Britt como un símbolo de calidad y tradición en el mercado del café.

Hacienda Doka, situada en el corazón del Valle Central de Costa Rica, es reconocida por su tradición en la producción de café de alta calidad. Esta hacienda ofrece a los visitantes una experiencia única a través de sus tours de café, donde pueden sumergirse en el fascinante proceso que va desde la siembra hasta la taza. Durante el recorrido, los turistas tienen la oportunidad de aprender sobre las distintas etapas de producción, incluyendo la plantación, cosecha y el detallado proceso de tostado, todo guiado por expertos apasionados por el café (Hacienda Doka, 2024, p. 2).

Los tours no solo son educativos, sino que también incluyen degustaciones que resaltan la rica diversidad de los granos cultivados en la hacienda. Los visitantes pueden disfrutar de un ambiente rodeado de exuberantes paisajes y vistas panorámicas al Volcán Poás, lo que añade un valor visual a la experiencia (Hacienda Doka, 2024, p. 3). Además, Hacienda Doka se preocupa por ofrecer un servicio personalizado y adaptado a las necesidades de cada grupo turístico, asegurando que cada visita sea memorable.

La hacienda también cuenta con instalaciones adecuadas para recibir a los visitantes, incluyendo un restaurante donde se pueden degustar platillos típicos costarricenses y una tienda de souvenirs que ofrece productos locales. Esto no solo enriquece la experiencia del turista, sino

que también apoya a la economía local al promover el consumo de productos autóctonos (Tripadvisor, 2023, p. 1).

En resumen, Hacienda Doka se ha posicionado como un destino apropiado para los amantes del café y aquellos interesados en conocer más sobre la cultura cafetera costarricense. Su enfoque en la educación y la experiencia sensorial convierte cada visita en una oportunidad para apreciar el arte del café.

La gastronomía costarricense ha tomado un papel destacado en el ámbito turístico debido a su creciente importancia dentro de las experiencias turísticas, especialmente al integrar los productos locales y las tradiciones culinarias en las ofertas turísticas (Cordero, 2021, p. 143). En Costa Rica, la gastronomía no solo actúa como un atractivo turístico, sino que también es vista como una forma de fortalecer la identidad cultural del país. En particular, el distrito de Orosi, en el Cantón de Paraíso, se caracteriza por su rica herencia cafetalera y su notable biodiversidad, que representan oportunidades clave para un turismo sostenible (Gómez y Martínez, 2020, p. 78).

Sin embargo, el potencial del café como producto turístico aún no ha sido aprovechado en su totalidad, y muchos tours de café en la zona carecen de una oferta gastronómica que complemente la experiencia (López y Ramírez, 2018, p. 120).

En los últimos años, el interés por las experiencias turísticas auténticas ha incrementado significativamente, lo que ha llevado a los turistas a buscar vivencias que conecten con la cultura local a través de la gastronomía (Hernández, 2022, p. 50). Los turistas, especialmente los de mercados internacionales, desean conocer los procesos de producción local y participar en actividades que ofrezcan una comprensión más profunda de las tradiciones culinarias.

1.5 Proyecciones

Al tener en cuenta las proyecciones de esta investigación, se consideran tanto los aspectos que se desean alcanzar como las limitaciones que pueden surgir a lo largo del estudio. Los alcances reflejan los temas que se quieren explorar durante la investigación y están alineados con los

objetivos establecidos, lo cual facilita obtener resultados positivos. Estos alcances ayudan a definir claramente los temas que se van a analizar y desarrollar, organizándolos en tres puntos clave esenciales para el avance del trabajo.

En cuanto a los alcances, se busca señalar de manera directa los temas por tratar en este estudio, creando un vínculo con los objetivos de investigación para lograr un mejor resultado en el proceso. Esta relación entre los alcances y los objetivos permite un enfoque más claro y efectivo, facilitando la identificación precisa de los temas por desarrollar y analizar. Estos temas se estructuran en tres puntos fundamentales para la evolución y el progreso de la investigación.

- Primero se desarrollará un menú especializado en cocina con café para diferenciar la oferta gastronómica; se diseñaría un menú basado en platillos que integren el café como ingrediente elemental, tanto en bebidas como en comidas y postres. La prefactibilidad de esta propuesta se apoya en el auge de la gastronomía innovadora y en estudios que indican que los turistas buscan experiencias únicas y sensoriales.
- Segundo, dentro del restaurante o finca cafetalera, se podría incluir una vitrina o un pequeño mercadito donde se vendan productos autóctonos como café en grano, rompopo de café y chayote, miel, jaleas artesanales de frutas de temporada, pan casero y artesanías locales. Esta iniciativa fomenta el turismo sostenible al incentivar la compra directa a productores locales y fortalecer la economía regional.
- Por último, se busca que el restaurante fomente y promueva el uso de ingredientes orgánicos y de productores locales. La viabilidad de esta proyección radica en la creciente preferencia de los turistas por destinos y negocios sostenibles que respeten el medioambiente y las comunidades locales. Además, llegar a complementar con talleres interactivos donde los visitantes aprendan a preparar platillos típicos como tortillas palmeadas, gallo pinto y picadillos, utilizando ingredientes locales y técnicas tradicionales.

Esta actividad complementaría la experiencia del *coffee tour* y prolongaría el tiempo de estancia de los turistas en la zona.

En el contexto de las limitaciones de la investigación, se contemplan las condiciones necesarias para finalizar el desarrollo. Se definen límites en las áreas de estudio que se abordarán dentro de este proyecto específico. Estas restricciones ayudan a enfocar y precisar de manera efectiva el alcance y los objetivos del estudio.

- Primeramente, una de las limitaciones de esta propuesta es la falta de capacitación adecuada para el personal en la preparación de platillos que integren el café como ingrediente clave. Sin el entrenamiento necesario, existe la posibilidad de que la calidad de los platillos no cumpla con las expectativas de los turistas. Además, podría haber resistencia por parte de algunos productores locales a adoptar nuevas técnicas o ingredientes, lo cual limitaría la implementación del menú y su atractivo.
- En segundo lugar, la venta de productos autóctonos, enfrentaría desafíos relacionados con la disponibilidad y estacionalidad de los productos locales. Esto significa que ciertos artículos podrían no estar siempre disponibles para la venta, lo que decepcionaría a los turistas. Además, el éxito de esta iniciativa depende del apoyo y colaboración constante de los productores locales, quienes quizá no estén dispuestos a participar debido a diversas razones, como costos o logística.
- Finalmente, implementar medidas como el uso exclusivo de ingredientes orgánicos, certificaciones ecológicas y talleres interactivos generaría costos operativos más altos que los modelos tradicionales.

Esto dificultaría la rentabilidad. Además, la sensibilización y educación del consumidor también representa un desafío: aunque hay una creciente preferencia por opciones sostenibles, no todos los turistas están dispuestos a pagar precios más altos asociados con este tipo de servicios. Esto puede limitar la demanda y afectar la viabilidad del modelo.

Se espera que el restaurante se convierta en un destino gastronómico clave dentro de la oferta turística de Orosi. Gracias a su ubicación estratégica y su propuesta diferenciada, atraerá tanto a turistas nacionales en busca de experiencias autóctonas como a turistas internacionales

interesados en la gastronomía y sostenibilidad. La alianza con operadores turísticos y plataformas digitales permitirá posicionar el restaurante como un punto de referencia en el circuito turístico de la provincia de Cartago.

La implementación de un restaurante con gastronomía tradicional de un *coffee tour* temático dentro de una finca cafetalera ofrecería una experiencia auténtica de "la finca a la mesa". Este restaurante utilizaría productos locales e incorporaría el café como ingrediente principal en platillos típicos. Su viabilidad se sustenta en la creciente demanda de experiencias culinarias auténticas y en el interés por conocer la cocina costarricense.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

2.1.1 Evolución de los productos locales en Orosi e influencia en la identidad local

El cultivo del cacao y el tabaco fueron de los principales productos que acrecentaron la colonización española. En los años de 1614, 1690 y 1694 la aparición de varias epidemias devastó a casi todas las poblaciones a lo largo del valle del río Reventazón. El pueblo se extinguió en el siglo XVII, pero fue repoblado en el XVIII por los misioneros franciscanos con indígenas de la etnia cabécar traídos desde Talamanca.

En 1743, se construyó el Convento de Padres Franciscanos de Orosi (hoy Museo de Arte Religioso de San José de Orosi), y en 1753 se erigió la parroquia. En 1766 se finalizó la construcción del templo, hecho de adobe y cañabrava, que subsiste hasta nuestros días. En 1846, los franciscanos abandonaron el pueblo, dejando el templo al cuidado del sacerdote de Paraíso. Ya para esta fecha se inicia la actividad cafetalera en la región del valle de Orosi. En 1920, el templo fue declarado Patrimonio Nacional, y se reactivó la parroquia con el regreso de los padres franciscanos para hacerse cargo del mismo hasta 1996, cuando pasó a manos de los diocesanos.

Entre 1973 y 1980, se realizaron restauraciones en el templo y el convento, y se inauguró el Museo de Arte Religioso. La zona de Orosi, situada en el Valle Central de Costa Rica, presenta una rica historia agrícola que se remonta a la colonización española en el siglo XVI. A lo largo de los siglos, la producción de café ha sido un pilar fundamental de la economía local, estableciendo vínculos entre la cultura agrícola y la identidad local. El café, que se cultiva en las laderas fértiles de la región, ha evolucionado desde su cultivo tradicional hasta convertirse en un producto gourmet reconocido internacionalmente.

A medida que la actividad cafetalera se modernizaba, también lo hacían las tradiciones locales, dando lugar a una identidad cultural que integra las prácticas agrícolas con la vida comunitaria y los festivales que celebran la cosecha del café. El Grano de Oro, como se conoce al café de Costa Rica, comenzó a cultivarse en estas tierras del Valle de Orosi, aproximadamente en

1850, impulsando el desarrollo social y económico del país, considerado uno de los mejores cafés del mundo.

2.1.2 Desarrollo del turismo en Orosi y su vinculación con la cultura cafetalera

Según el Instituto del Café de Costa Rica (s.f.), Orosi es una de las comunidades más antiguas del país. La tradición cafetalera tiene más de 100 años, y la comunidad se ha desarrollado en torno a esta actividad económica. Gracias a las fértiles tierras del Valle de Orosi y las condiciones climáticas ideales, la región produce un café suave con una taza balanceada, buena acidez, cuerpo y aroma. La producción se distribuye tanto en las áreas planas como en las laderas.

Las elevaciones superiores de la región montañosa de Orosi se encuentran resguardadas por reservas biológicas privadas y áreas pertenecientes a Parques Nacionales, lo cual ha permitido conservar sus condiciones climáticas naturales, sin interferencias significativas derivadas de actividades humanas. Esta región posee una característica climática distintiva, pues recibe influencia tanto de la vertiente atlántica como de la pacífica. En cuanto a su geografía, la zona cafetalera de Orosi se configura como un valle estrecho y alargado, delimitado y protegido por formaciones de ladera.

El desarrollo del turismo en Orosi se consolidó a finales del siglo XX y comienzos del XXI, inicialmente con un fuerte énfasis en el ecoturismo, impulsado por el atractivo natural y la riqueza biológica de la zona. Posteriormente, diversas fincas cafetaleras incorporaron recorridos turísticos que permiten a los visitantes conocer de manera directa el proceso de producción del café, una actividad profundamente ligada a la identidad cultural de la comunidad. Estas iniciativas no solo han contribuido a la educación del turista en torno al cultivo y procesamiento del grano, sino que también han fortalecido la promoción de la tradición cafetalera costarricense.

La reputación histórica del café de Orosi ha favorecido su posicionamiento como un producto de alta calidad, asociando la experiencia turística con un bien de valor reconocido. Tanto el ecoturismo como el turismo vinculado al café han mostrado un crecimiento notable en la región, impactando positivamente la economía local y respaldando la preservación de la cultura.

2.1.3 Influencia de la gastronomía en el fortalecimiento del turismo en la región

La gastronomía local va más allá de simplemente satisfacer una necesidad de alimentación, es una forma de reflejar y celebrar la identidad cultural de la región. Los platillos tradicionales de Orosi, elaborados con ingredientes frescos y autóctonos, cuentan historias sobre las costumbres y tradiciones de la comunidad. Al permitir que los turistas prueben la comida costarricense en un ambiente auténtico, se establece una conexión emocional entre quienes visitan y el lugar, enriqueciendo así su experiencia y haciéndola más memorable.

La incentivación del turismo gastronómico tiene un impacto directo en la economía local, los restaurantes, cafeterías, comerciantes y productores que se benefician de la llegada de turistas generan empleo y aumentan la economía de la región. Al atraer a más visitantes, la gastronomía desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico de Orosi.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Gastronomía

La gastronomía no se limita a la preparación y consumo de alimentos, sino que constituye una práctica cultural integral que refleja la historia, los valores y el entorno de una sociedad. Implica el conocimiento de técnicas culinarias, el uso de ingredientes autóctonos, y el modo en que se comparten los alimentos en espacios sociales y familiares. Asimismo, la gastronomía ha evolucionado como un campo multidisciplinario que abarca desde la antropología hasta la sostenibilidad, convirtiéndose en una herramienta de promoción turística, desarrollo económico y preservación del patrimonio intangible (Montanari, 2011, p. 9).

2.2.2 Gastronomía costarricense

La gastronomía costarricense es una manifestación viva de la diversidad cultural del país, formada por una mezcla de herencias indígenas, coloniales españolas y afrocaribeñas. Sus preparaciones tradicionales, como el gallo pinto, los picadillos, las empanadas o las sopas reflejan el aprovechamiento de ingredientes locales como el maíz, el frijol, el arroz y diversas frutas y tubérculos. Además, su relación con la identidad nacional es evidente en celebraciones, costumbres

familiares y eventos comunitarios. En los últimos años, se ha impulsado una visión sostenible de esta gastronomía, revalorizando productos autóctonos y apoyando a pequeños productores rurales (ICT, 2023, p. 12).

2.2.3 Emprendimiento

El emprendimiento puede entenderse como un proceso dinámico en el que individuos o grupos identifican oportunidades y desarrollan soluciones innovadoras, mediante la creación de bienes o servicios que responden a necesidades del mercado o de la sociedad. Este proceso implica asumir riesgos, gestionar recursos y adaptarse al cambio, con el objetivo de generar impacto económico, social o ambiental. En el contexto turístico y gastronómico, el emprendimiento permite revitalizar zonas rurales, promover la cultura local y diversificar la oferta turística (Hisrich y Peters, 2014, p. 29).

2.2.4 Mercado meta

El mercado meta representa aquel segmento de consumidores al que una empresa dirige específicamente sus productos o servicios. La selección de un mercado meta implica identificar características demográficas, psicográficas, geográficas o conductuales que determinan las preferencias y necesidades de un grupo determinado. Esta identificación permite diseñar estrategias de mercadeo más efectivas y propuestas de valor más relevantes. En proyectos turísticos y gastronómicos, conocer el mercado meta facilita la creación de experiencias auténticas alineadas con los intereses del visitante (Kotler y Armstrong, 2017, p. 186).

2.2.5 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es una estrategia clave que consiste en dividir un mercado amplio en grupos más pequeños y homogéneos, con base en variables como la edad, el comportamiento de consumo, la ubicación o los intereses. Esta segmentación permite a las organizaciones diseñar ofertas más específicas y mejorar la comunicación con sus audiencias. En el turismo, esta práctica permite adaptar los productos a diferentes perfiles de visitantes, como

ecoturistas, viajeros gastronómicos o turistas culturales, optimizando los recursos y la satisfacción del cliente (Lamb, Hair y McDaniel, 2015, p. 174).

2.2.6 Cultura

La cultura se refiere al conjunto de significados compartidos, prácticas, creencias, conocimientos y formas de vida que definen a un grupo humano determinado. Esta incluye expresiones materiales e inmateriales, como el lenguaje, la religión, la gastronomía, el arte, las costumbres y las normas sociales. Es un elemento dinámico que se transforma a través del tiempo y constituye la base para la construcción de identidad individual y colectiva. En el turismo, la cultura es tanto un atractivo como un recurso que debe ser protegido y promovido de forma respetuosa (UNESCO, 2001, p. 3).

2.2.7 Cultura costarricense

La cultura costarricense está marcada por la herencia de civilizaciones indígenas, la colonización española y la influencia afrocaribeña, lo cual se manifiesta en su gastronomía, tradiciones religiosas, celebraciones populares, arte, y modos de vida rurales y urbanos. Se caracteriza por su orientación pacífica, la importancia de la familia, el respeto a la naturaleza y el sentido comunitario. Asimismo, la cultura costarricense incorpora el concepto de “Pura Vida” como expresión de bienestar y hospitalidad, siendo un distintivo del país ante el mundo (Ministerio de Cultura y Juventud, 2022, p. 5).

2.2.8 Tour

Un tour es una actividad organizada que permite a los participantes explorar y aprender sobre un destino, temática o proceso específico, a través de un recorrido planificado que puede incluir componentes educativos, culturales, recreativos o experienciales. En turismo, los tours son fundamentales para estructurar la vivencia del visitante, facilitando su inmersión en la historia, el paisaje o las prácticas del lugar que visita. La calidad del tour depende del contenido, la narrativa, la interacción con el entorno y la autenticidad (UNWTO, 2018, p. 26).

2.2.9 Coffee tour

Un *coffee tour* es una modalidad turística que ofrece una experiencia inmersiva dentro de fincas cafetaleras, donde los visitantes pueden conocer el ciclo completo del café, desde la semilla hasta la taza. Estos recorridos combinan aspectos educativos, culturales y sensoriales, permitiendo a los turistas entender la historia, técnicas de cultivo, procesos de beneficio y la importancia social del café. En Costa Rica, estos tours son fundamentales para mostrar la cultura cafetalera y promover el turismo rural sostenible (ICAFFE, 2020, p. 18).

2.2.10 Hacienda cafetalera

Una hacienda cafetalera es una propiedad agrícola dedicada a la producción de café, que tradicionalmente incluye plantaciones, infraestructura de beneficio húmedo o seco, áreas residenciales y elementos culturales o históricos relacionados con la caficultura. Muchas de estas haciendas han evolucionado hacia modelos turísticos, ofreciendo recorridos guiados, talleres y experiencias gastronómicas. Su valor radica en la autenticidad de su entorno, su vínculo con la historia local y su capacidad de generar desarrollo sostenible mediante el agroturismo (FAO, 2019, p. 44).

2.2.11 Definición y alcance del turismo gastronómico

El turismo gastronómico puede definirse como un fenómeno que implica viajar con el objetivo primordial de disfrutar de la comida y las tradiciones culinarias de un lugar. Esta forma de turismo ha crecido a ritmo acelerado, impulsada por el interés de los consumidores en experiencias auténticas que les conectan con los entornos locales y sus culturas (Maldonado, 2021, p. 11). El alcance del turismo gastronómico incluye desde visitas a mercados locales y clases de cocina hasta la participación en ferias gastronómicas y tours de vinos, convirtiéndose en un motor en muchas regiones (Pérez, 2021, p. 67).

2.2.12 Restaurantes temáticos

Los restaurantes temáticos han surgido como una tendencia innovadora en la gastronomía, proporcionando no solo alimento, sino una experiencia cultural inmersiva. Estos establecimientos ofrecen un menú que refleja una narrativa o concepto específico, a menudo vinculado a la historia local, tradiciones o un enfoque en la sostenibilidad (García, 2020, p. 99). Por ejemplo, en Orosi, un restaurante temático podría enfocarse en la historia del café costarricense y sus diversas presentaciones gastronómicas, creando un espacio que educa a los comensales al tiempo que los deleita (Sánchez, 2021, p. 52).

2.2.13 Sostenibilidad y experiencias gastronómicas

La sostenibilidad en el turismo gastronómico implica prácticas que minimizan el impacto ambiental mientras se maximizan los beneficios económicos y sociales para las comunidades locales (López y Ríos, 2020, p. 12). Esto incluye la promoción de productos locales y técnicas de cocina que respetan el medio ambiente y fomentan el uso responsable de los recursos.

2.2.14 Modelos de negocio con experiencias de hacienda cafetalera en el sector turístico

Los modelos de negocio en la industria turística que integran experiencias de haciendas cafetaleras sostenibles incluyen tours en los que los visitantes aprenden sobre el proceso de producción del café, participan en la cosecha y preparan su propio café. Estos modelos no solo benefician a los turistas, sino que también proporcionan a las comunidades locales la oportunidad de educar y compartir su herencia cultural (Quesada, 2022, p. 48).

2.3 Marco referencial

2.3.1 Experiencias gastronómicas y culturales

Las experiencias que combinan gastronomía y cultura contribuyen a una comprensión más rica de las tradiciones locales. En el contexto de Orosi, estas experiencias pueden incluir desde recorridos por fincas, donde los visitantes aprenden sobre la historia del café, hasta talleres de

cocina donde es factible preparar platos típicos bajo la guía de chefs locales (Morales, 2021, p. 94). Tales iniciativas no solo benefician el turismo, sino que también empoderan a la comunidad al generar ingresos y preservar las tradiciones culturales (Fernández, 2021, p. 88).

2.3.2 Economía local y emprendimiento rural

El emprendimiento rural ha sido impulsado por la creciente demanda de productos locales en el turismo gastronómico. Pequeños emprendedores están creando negocios que ofrecen experiencias culinarias auténticas: desde cocinas familiares hasta ferias de productos agropecuarios, fortaleciendo así la economía local (González, 2022, p. 77). El turismo gastronómico actúa como un catalizador para la creatividad empresarial, ayudando a los productores a innovar y diversificar sus ofertas.

2.3.3 Desarrollo sostenible en la industria gastronómica

“La gastronomía habla en la mesa de las distintas identidades que conforman nuestro país, comunica costumbres, estilos de vida y es un motivador de viaje”, señaló Gustavo J. Segura, ministro rector de Turismo. “Coherente con nuestro modelo de desarrollo turístico, hemos buscado apoyar el desarrollo de una gastronomía sostenible, es decir, una experiencia culinaria que tome en cuenta el origen de los ingredientes, su cultivo y su comercialización en los mercados antes de llegar a la mesa en deliciosos platillos; Costa Rica tiene enorme potencial y ha ido ganando espacio en este nicho”, agregó el jerarca.

La ONU lo deja claro, “debemos ir hacia sistemas alimentarios sostenibles y saludables, ver a la gastronomía más allá del plato, pues esta tiene cara de biodiversidad regenerativa, de resiliencia y mitigación del cambio climático, tiene cara de cocineros y cocineras, de profesionales del servicio y de personas trabajadoras de todos los sectores, tiene cara de cultura y tradición, de inclusión, de compra local y cocinas regionales, tiene mirada de innovación y tiene cara de trabajo conjunto y productividad y de salud pública hacia la incorporación de mejores hábitos alimenticios que nos ayuden revertir la curva ascendente de la obesidad y el sobrepeso”, comentó Echeverría.

La gastronomía sostenible y saludable tiene rostro y cuerpo de desarrollo socioeconómico y cultural integral, en síntesis, de una versión revitalizada del “pura vida”, porque también es un detonante para realizar turismo y probar los platillos autóctonos de cada zona del país.

2.3.4 Importancia del turismo gastronómico en Costa Rica

En Costa Rica, el turismo gastronómico es integral para el desarrollo económico y la promoción cultural. Aportando al crecimiento del PIB, esta forma de turismo estimula la demanda de productos locales y la generación de empleos en las comunidades (Castro, 2022, p. 31). La promoción de la gastronomía local también eleva la conciencia sobre la biodiversidad del país, incentivando la conservación de ingredientes autóctonos y prácticas agrícolas sostenibles (Oviedo, 2021, p. 70).

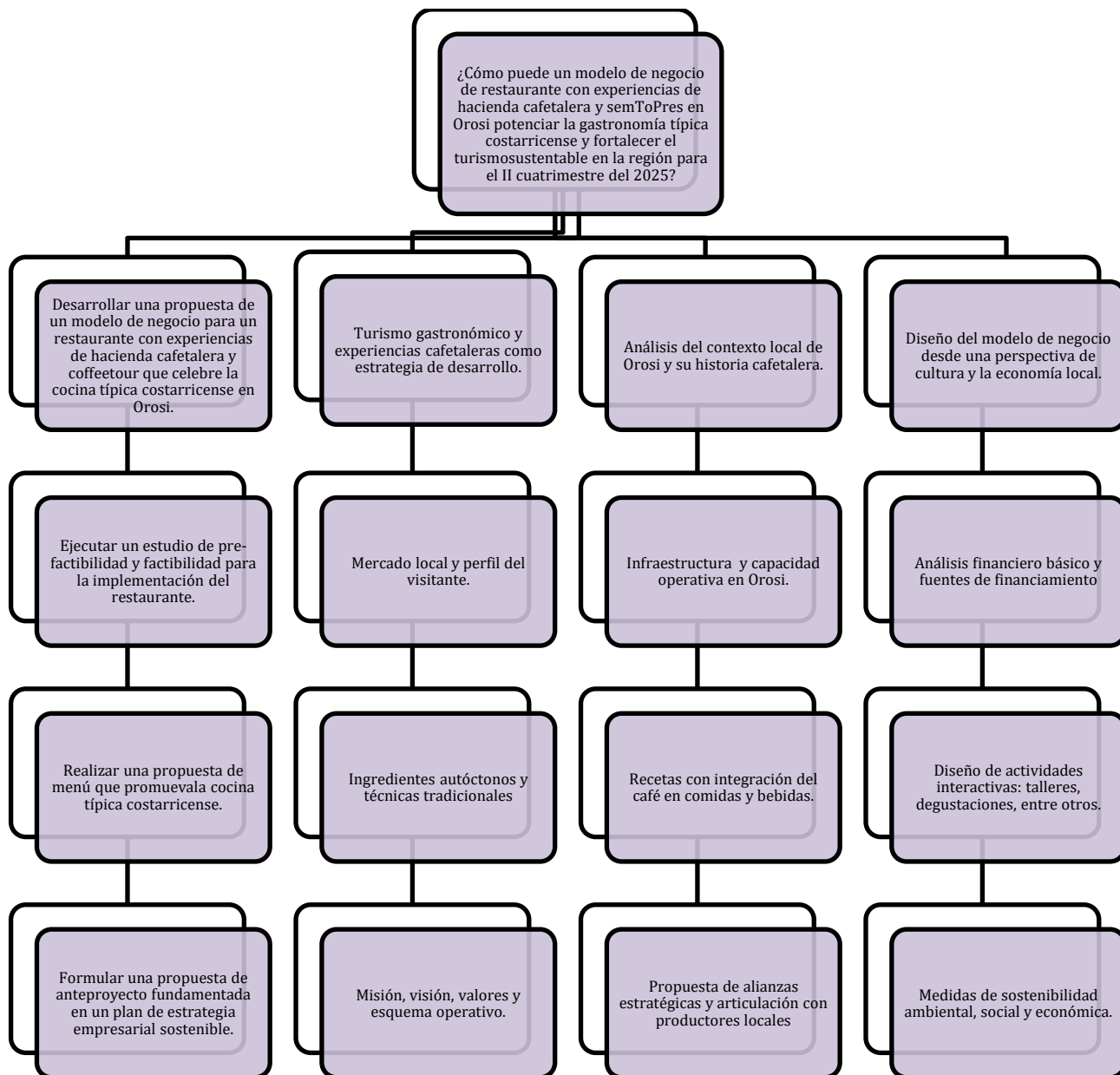
2.3.5 Relación entre el café y la gastronomía costarricense

La conexión entre el café y la gastronomía es profunda en Costa Rica, donde el café se integra en muchos platos tradicionales, desde postres hasta bebidas. Esta relación no solo resalta la importancia del café en la cultura costarricense, sino que también potencia el atractivo de destinos turísticos locales (Sánchez, 2020, p. 55). La promoción de productos elaborados con café, como los licores y los dulces, añade valor y diversidad a las ofertas gastronómicas del país (Vargas, 2022, p. 39).

2.3.6 Principales teorías relacionadas con el turismo gastronómico

Varios enfoques teóricos abordan el turismo gastronómico, incluyendo la teoría de la experiencia del consumidor, que se centra en cómo las experiencias afectan la satisfacción del turista (Hernández, 2019, p. 105). Además, la teoría de la sostenibilidad en el turismo analiza la necesidad de equilibrar el crecimiento económico con la responsabilidad ambiental y la preservación cultural (Alvarado, 2022, p. 27).

2.4 Esquema del marco teórico



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 Orosí, Paraíso, Cartago. 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 de restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* en Orosí:

3.1 Enfoque de la investigación

Se realizará con un enfoque cualitativo para obtener una comprensión del problema que permitirá profundizar en aspectos subjetivos y contextuales, además de entender percepciones y experiencias a través del análisis de información. En este estudio, se llevarán a cabo entrevistas a la población elegida, tales como posibles clientes potenciales (turistas nacionales o extranjeros), emprendedores turísticos y productores locales de la zona de Orosí. Luego se examinarán los datos para obtener una visión general de la información, identificando ideas clave y tendencias.

En síntesis, este enfoque de investigación es clave para diseñar un modelo de negocio para un restaurante inspirado en la experiencia de una hacienda cafetalera y un *coffee tour*, resaltando la cocina típica costarricense. Este método permite comprender mejor las necesidades y preferencias de los clientes potenciales, analizar la viabilidad del proyecto y su aceptación dentro de un plan estratégico de negocio sostenible.

3.2 Método de la investigación

Esta investigación adopta un enfoque exploratorio y descriptivo, debido a que se pretende abordar un tema poco desarrollado en la zona de Orosí: el diseño de un modelo de negocio que combine un restaurante de gastronomía típica con experiencias en haciendas cafetaleras. El propósito principal es comprender el entorno, las oportunidades y los desafíos que presenta esta idea, y a la vez identificar con claridad las características y expectativas del público objetivo.

La investigación exploratoria faculta adentrarse en una realidad poco conocida, recolectando información valiosa para entender el comportamiento del mercado y el contexto local. Como lo afirman Sandoval y Méndez (2021), este tipo de estudios ayuda a abrir camino en temáticas nuevas o poco tratadas, con el fin de plantear ideas viables y originales (p. 83). Para este caso en particular, se realizaron entrevistas a emprendedores, caficultores y otros actores vinculados al turismo de la zona, con el fin de identificar cómo se percibe la integración del café con la gastronomía en experiencias turísticas.

Se utilizó una metodología descriptiva para obtener un panorama detallado de las preferencias de los visitantes. A través de encuestas a turistas nacionales y extranjeros, se logró recopilar información sobre gustos, intereses, comportamientos de consumo y nivel de aceptación hacia actividades que mezclan cultura, café y cocina tradicional. En conjunto, estos dos enfoques metodológicos facilitan analizar la viabilidad del modelo de forma más integral, pues se consideran tanto las voces de quienes trabajan en el territorio como las preferencias de quienes lo visitan. Esto favorece un diseño de propuesta ajustado a la realidad local y con mayor potencial de éxito.

3.3 Fuentes de información

Las fuentes de información son esenciales en cualquier proceso de investigación, ya que proporcionan la base para sustentar los argumentos y hallazgos del estudio. A través de ellas, es posible acceder a conocimientos previos, teorías relevantes, estudios especializados y datos empíricos que enriquecen el análisis del tema en cuestión.

Además, las fuentes de información fomentan el desarrollo del pensamiento crítico, porque se contrastan diferentes enfoques y se evalúa la solidez de los argumentos planteados. Al revisar múltiples referencias, el investigador detecta posibles errores de tendencias, analiza la validez de los datos y formularía conclusiones bien fundamentadas. Asimismo, el acceso a diversas fuentes no solo amplía el conocimiento del investigador, sino que también contribuye a la generación de nuevas ideas y enfoques dentro del área de estudio.

3.3.1 Fuentes primarias

Las fuentes primarias corresponden a los datos obtenidos directamente a través de encuestas, entrevistas y observación en el contexto del estudio. Según Ramírez (2021, p. 5), las fuentes primarias representan información original recopilada por el investigador, proporcionando datos de primera mano sobre el fenómeno estudiado. En este caso, estas fuentes incluirán público en general, quienes serán encuestados para conocer su interés en experiencias gastronómicas que combinen la cultura cafetalera con la cocina típica costarricense.

Otra fuente primaria clave serán empresarios o expertos en turismo de Orosi, quienes a través de entrevistas aportarían información sobre la oferta actual de productos gastronómicos y su percepción sobre la viabilidad de integrar un restaurante de experiencias de hacienda en *coffee tour*. Lo anterior con la finalidad de analizar estrategias que permitan desarrollar un modelo de negocio alineado con el turismo responsable y el uso de insumos locales.

3.3.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que proporcionan información basada en el análisis, interpretación y recopilación de datos e investigaciones realizadas por otros investigadores. Estas fuentes son creadas a partir de fuentes primarias, pero son elaboradas por terceros que han analizado y sintetizado la información original para generar nuevos conocimientos y perspectivas. Las fuentes secundarias incluyen libros, artículos académicos, informes de investigación, tesis, revisiones bibliográficas y otros documentos basados en la información recopilada y presentada por otros investigadores.

Según Fernández (2022, p. 18), las fuentes secundarias corresponden a información recopilada y analizada previamente por otros investigadores, lo cual permite contextualizar el estudio dentro de un marco teórico sólido. Para esta investigación, se revisarán estudios y artículos académicos sobre turismo gastronómico y su impacto en la promoción de productos locales, con el objetivo de comprender las mejores estrategias para integrar la cocina típica costarricense en una experiencia turística centrada en el café.

Asimismo, se analizarán informes de entidades gubernamentales y organismos especializados en turismo y gastronomía, como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que proporciona datos sobre las preferencias y comportamiento de los turistas. También se consultarán libros o manuales escritos por expertos en temas de sostenibilidad gastronómica y desarrollo turístico, con el fin de estructurar una propuesta alineada con las tendencias actuales del turismo responsable.

Finalmente, se revisarán artículos o publicaciones de revistas especializadas que aborden la evolución de la industria del café en Costa Rica, las tendencias culinarias en desarrollo y la percepción de los consumidores sobre experiencias gastronómicas temáticas.

3.4 Población y muestra

Para llevar a cabo un estudio, es fundamental definir la población de interés, ya que esta constituye el grupo de individuos o elementos sobre los cuales se pretende obtener información. Según González y Pérez (2020), “la población en una investigación se refiere al conjunto de unidades que comparten características específicas y que son objeto de análisis en un estudio determinado” (p. 45). En este caso, la población considerada para la investigación abarca a los actores clave del sector turístico y gastronómico, incluyendo productores, empresarios, visitantes, posibles visitantes; en general, interesados en experiencias gastronómicas auténticas.

Por otro lado, la muestra representa un subconjunto de la población que brinda información representativa sin necesidad de estudiar a todos los individuos. De acuerdo con Ramírez (2021), “la selección de una muestra adecuada garantiza la validez de los resultados y permite hacer inferencias sobre la población total” (p. 87). Para esta investigación, la muestra incluirá a productores de la región, propietarios de establecimientos turísticos y expertos en hotelería y restaurantes. La recopilación de datos mediante entrevistas facultará comprender mejor sus percepciones, necesidades y expectativas, lo cual contribuirá al diseño de estrategias más efectivas para fortalecer el turismo gastronómico en la zona.

Tabla N° 1

Muestra objetivo de la investigación

Entrevistado	Puesto	Razón
No. 1 Jesús Coto	Emprendedor de <i>coffee tour</i> de la zona y productor local.	Brindarán una perspectiva sobre la creación y gestión de experiencias turísticas en torno al café, además de los retos y beneficios de integrar la gastronomía local en estos tours.
No. 2 Rosa Coto	Propietario de empresa gastronómica.	Aportará información sobre los desafíos y oportunidades en la gestión de un negocio gastronómico, así como su experiencia en la promoción de productos locales dentro del sector turístico.
No. 3 David Sanabria	Experto en turismo (Hotelería y restaurantes)	Proporcionará un análisis sobre las tendencias actuales del turismo gastronómico y su papel en el desarrollo sostenible de la región.

3.5 Unidades de análisis

Las unidades de análisis en una investigación representan los elementos fundamentales sobre los cuales se centra el estudio y de los que se obtienen datos para responder a los objetivos de la investigación. Según Pérez y Gómez (2021), “la unidad de análisis es el objeto principal de estudio y puede incluir individuos, grupos, comunidades o fenómenos específicos que permitan comprender la problemática planteada” (p. 89). En este caso, las unidades de análisis incluyen a productores de café, empresarios gastronómicos y turistas, con el propósito de evaluar su influencia en la promoción de experiencias gastronómicas basadas en productos autóctonos.

Asimismo, la identificación y análisis de estas unidades es crucial para establecer patrones y tendencias relevantes. Según Castillo y Fernández (2020), “la correcta delimitación de las unidades de análisis facilita la recopilación de información estructurada y el desarrollo de conclusiones fundamentadas que pueden aplicarse en contextos similares” (p. 112).

Esto permitirá un interpretar de manera integral la interacción entre la oferta gastronómica, la producción de café y la demanda turística, con el fin de fortalecer la propuesta de valor en el sector en el desarrollo de un modelo de negocio para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* que celebre la cocina típica costarricense.

Tabla N° 2

Unidad de análisis

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento	Ítem
Ejecutar un estudio de pre factibilidad y factibilidad para la implementación de un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y <i>coffee tour</i> en Orosi de Cartago.	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial turístico • Experiencia gastronómica • Identidad cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Atracción turística • Interacción con el café • Elementos tradicionales 	Se refiere a la viabilidad de desarrollar un restaurante con experiencias que resalten la cultura cafetalera de Orosi, promoviendo el turismo gastronómico y la inmersión en tradiciones locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a Profundidad • Revisión bibliográfica 	Opinión de expertos en turismo, gastronomía y sostenibilidad sobre la viabilidad del proyecto.
Realizar una propuesta de un menú que promueva la cocina típica costarricense que satisfaga las necesidades y expectativas de la demanda turística nacional y extranjera.	<ul style="list-style-type: none"> • Tradición culinaria • Atractivo gastronómico • Experiencia sensorial 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes autóctonos • Platos emblemáticos • Presentación y servicio 	Se refiere a la incorporación de recetas tradicionales costarricenses con ingredientes locales, destacando sabores y técnicas culinarias que representen la identidad del país.	Encuestas	Preferencias y expectativas de los turistas sobre la gastronomía costarricense.

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento	Ítem
Formular una propuesta de anteproyecto que se fundamente en un plan de estrategia empresarial sostenible para este modelo de negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Desarrollo local • Responsabilidad social 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de productos locales • Prácticas ecológicas • Impacto en la comunidad 	Hace referencia a la integración de estrategias responsables con el medio ambiente y la comunidad, asegurando un desarrollo sostenible del restaurante en el tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a profundidad • Revisión bibliográfica 	Opinión de expertos sobre la implementación de prácticas sostenibles en la gastronomía y el turismo.

3.6 Instrumentos

Los instrumentos de investigación son herramientas esenciales en el proceso de recopilación de datos, pues permiten obtener información estructurada y precisa para responder a los objetivos del estudio. Según Ramírez y Torres (2022), “la selección y diseño de los instrumentos de recolección de datos deben estar alineados con la naturaleza del estudio, ya que su correcta aplicación garantiza la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos” (p. 214). En esta investigación, se emplearán entrevistas como principales métodos de recolección de información, asegurando así un enfoque integral que facilite comprender las percepciones y necesidades de los actores involucrados.

Los instrumentos de investigación son herramientas fundamentales para la recopilación y análisis de datos, pues permiten estructurar la información de manera ordenada y precisa. Facilitan la obtención de evidencia confiable, lo cual contribuye a la interpretación objetiva de los resultados. Según López y Márquez (2021), “el uso de técnicas estandarizadas permite establecer comparaciones, identificar tendencias y detectar relaciones significativas entre variables, lo que fortalece la validez de las conclusiones” (p. 178).

En este estudio, la entrevista se emplea como instrumento de investigación para recopilar información detallada sobre la aceptación de la oferta gastronómica basada en productos autóctonos dentro del sector turístico y empresarial, proporcionando una perspectiva clara sobre su viabilidad y potencial impacto.

3.6.1 Revisión bibliográfica

La revisión bibliográfica es un paso fundamental en cualquier estudio, pues proporciona una visión integral y actualizada del conocimiento disponible sobre el tema en cuestión. A través de este proceso, los investigadores identifican conceptos clave, teorías relevantes y antecedentes que les ayuden a estructurar su trabajo de manera sólida. Según Martínez y Rodríguez (2019), “una revisión bibliográfica bien realizada permite no solo contextualizar el problema de investigación, sino también identificar vacíos de conocimiento que puedan abordarse en nuevos estudios” (p. 23).

Además, la revisión de la literatura permite seleccionar fuentes confiables, asegurando que la investigación se base en información validada y respaldada por expertos en la materia. Esto contribuye a la construcción de un marco teórico sólido. Por lo tanto, la revisión bibliográfica no solo enriquece el desarrollo de la investigación, sino que también orienta al investigador en la formulación de objetivos claros y bien fundamentados.

3.6.2 Encuestas

La encuesta es una de las herramientas más utilizadas en la investigación social, ya que facilita obtener información directa de los participantes a través de preguntas estructuradas. Se utilizará una encuesta cerrada para conocer las percepciones y el interés del público objetivo en relación con la propuesta del restaurante típico con experiencia cafetalera en Orosi, lo que validaría, por lo tanto, la viabilidad del modelo propuesto.

Según Hernández et al. (2014), “la encuesta es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, que se aplican a una muestra o a la totalidad de una población para describir características, actitudes u opiniones” (p. 382). Su principal ventaja es la posibilidad de

estandarizar la información, lo cual da paso a la comparación de respuestas y alcanzar resultados estadísticos confiables.

3.6.3 Entrevista a profundidad

La entrevista a profundidad es una técnica fundamental en la investigación cualitativa, la cual permite explorar a detalle las experiencias, percepciones y opiniones de los participantes. A diferencia de otros métodos, esta técnica ofrece flexibilidad en la conversación, dando la oportunidad de que el entrevistado exprese sus ideas con mayor libertad y sin restricciones impuestas por respuestas predefinidas. Así, el investigador puede indagar en aspectos subjetivos que no se captarían mediante herramientas cuantitativas, como emociones, valores y motivaciones personales.

Además, este tipo de entrevista proporciona información rica y contextualizada, facilitando una comprensión más profunda del fenómeno estudiado. Según Taylor y Bogdan (1994, p. 87), las entrevistas a profundidad facultan “descubrir significados, estructuras y procesos desde la perspectiva de los participantes, lo que contribuye a la construcción de conocimientos más auténticos y cercanos a la realidad social analizada”. Por ello, esta técnica es ampliamente utilizada en estudios donde se busca comprender a fondo las experiencias y narrativas de los individuos en su contexto particular.

3.7 Fases de recolección de instrumentos

La investigación cualitativa es esencial para comprender en profundidad las percepciones, expectativas y experiencias de los actores involucrados en el desarrollo de un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* en Orosi de Cartago. Según Gutiérrez y Ramírez (2021, p. 89), este enfoque ofrece explorar significados, interpretaciones y dinámicas sociales relacionadas con la gastronomía y el turismo, proporcionando información clave para la formulación del modelo de negocio.

La recolección de instrumentos será fundamental para estructurar una propuesta de negocio alineada con las expectativas del mercado y las tradiciones culinarias costarricenses. A través de

entrevistas, observación y análisis documental se podrá diseñar una experiencia auténtica que potencie el valor cultural y gastronómico de Orosi como destino turístico.

Para este estudio, la recolección de datos cualitativos se llevará a cabo mediante las siguientes técnicas:

- Se caracterizará la zona de Orosi, destacando su relevancia histórica, turística y cultural en la producción de café y su potencial como destino gastronómico.
- Se establecerá el enfoque del estudio, delimitando la importancia de un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera en Orosi de Cartago.
- Se analizarán casos de éxito y tendencias en la gastronomía costarricense vinculada a experiencias en haciendas cafetaleras y modelos de negocio sostenibles en Costa Rica y otros países.
- Se definirán los métodos de recolección de información cuantitativa y cualitativa, aplicando encuestas a población en general y priorizando entrevistas.
- Se validarán los instrumentos para garantizar que las preguntas sean pertinentes y alineadas con los objetivos del estudio.
- Se entrevistará a emprendedores, productores de café y expertos en turismo gastronómico para determinar oportunidades y desafíos del modelo de negocio.
- Se identificarán oportunidades de diferenciación para la propuesta gastronómica basada en la cultura cafetalera costarricense.
- Se presentarán recomendaciones sobre la viabilidad del restaurante con experiencias de hacienda cafetalera, con base en los datos obtenidos.

Este enfoque metodológico permite integrar conocimientos teóricos y prácticos para evaluar la aceptación de la oferta gastronómica basada en productos autóctonos dentro del sector turístico y empresarial. A través de la combinación de revisión de fuentes bibliográficas y entrevistas a actores clave, se busca estructurar una propuesta alineada con las necesidades del mercado y la identidad gastronómica de la región de Orosi.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

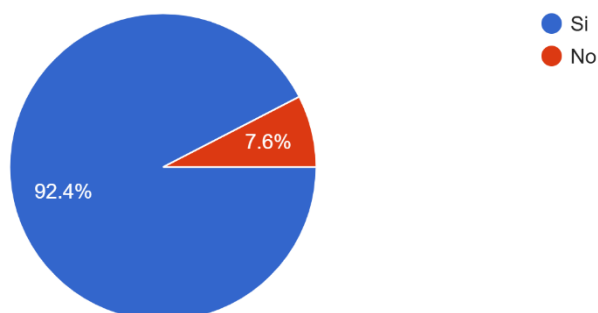
Este capítulo presenta el análisis de los datos obtenidos mediante una encuesta aplicada a una muestra de 66 personas de la población general. El instrumento de recolección fue diseñado para indagar el grado de conocimiento, interés y disposición del público hacia experiencias turísticas relacionadas con la caficultura y la gastronomía tradicional costarricense, en el contexto del distrito de Orosi, Cartago. Los resultados obtenidos permiten identificar tendencias, validar la viabilidad del modelo de negocio propuesto y detectar oportunidades para su desarrollo.

4.1 Encuesta a público en general

La encuesta fue respondida por 66 personas que voluntariamente aceptaron participar. A continuación, se presenta el análisis por cada ítem del cuestionario, acompañado de su respectiva interpretación en el marco del proyecto propuesto.

4.1.1 Pregunta #1 ¿Conoce usted el distrito de Orosi en Cartago?

Gráfico 1



Resultado

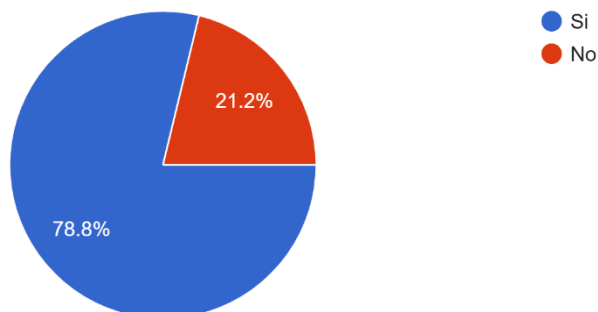
El 92.4% de los encuestados afirmó conocer el distrito de Orosi, lo que evidencia un alto grado de familiaridad con el destino y confirma que cuenta con un posicionamiento previo en la mente de la mayoría de los participantes. Este nivel de notoriedad es una fortaleza significativa, ya que facilita la creación de estrategias promocionales orientadas a resaltar experiencias novedosas y diferenciadas, en lugar de invertir gran parte de los recursos en dar a conocer el lugar desde cero.

No obstante, resulta recomendable segmentar estos datos según la procedencia de los encuestados en locales, nacionales e internacionales. Este análisis permitiría identificar el tipo de vínculo o motivación que cada grupo tiene con Orosi, lo cual favorecería la creación de acciones promocionales más precisas. Por ejemplo, al conocer cómo perciben el destino los visitantes locales, es factible impulsar actividades de corta duración o gastronomía tradicional. Se podrían resaltar atractivos culturales y de naturaleza y para el mercado internacional, reforzar la narrativa cafetalera y de biodiversidad.

Por su parte, el 7.6% que indicó no conocer Orosi representa un segmento con potencial de captación, sobre todo en mercados menos expuestos al turismo rural, abriendo la oportunidad de campañas de promoción específicas que los acerquen a descubrir el destino.

4.1.2 Pregunta #2 ¿Ha visitado alguna vez una finca cafetalera en Costa Rica?

Gráfico 2



Resultado

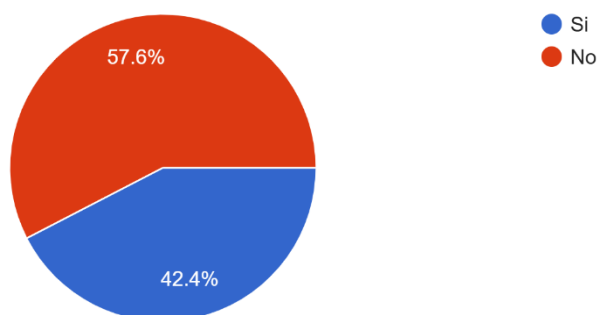
El 78.8% de los encuestados indicó que sí ha visitado una finca cafetalera en Costa Rica, lo cual confirma la relevancia del café no solo como producto agrícola, sino también como un recurso turístico con gran potencial. Este resultado evidencia que la caficultura es percibida como una experiencia enriquecedora y valorada, capaz de integrarse dentro de la oferta de turismo cultural del país. Por su parte, el 21.2% que no ha tenido dicha experiencia constituye un nicho de mercado aún no explorado por completo, lo que abre la posibilidad de diseñar propuestas más

inclusivas, accesibles y diferenciadas que motiven su interés y participación en este tipo de actividades.

Para afinar las estrategias promocionales, sería recomendable cruzar estos resultados con variables como edad y ocupación, lo que identificaría de manera más precisa los perfiles de público meta. Este análisis complementario ayudaría a comprender qué segmentos muestran mayor afinidad hacia las experiencias cafetaleras y cuáles requieren acciones de atracción específicas, optimizando así el diseño y la comunicación de la oferta turística.

4.1.3 Pregunta #3 ¿Ha participado en un *coffee tour*?

Gráfico 3



Resultado

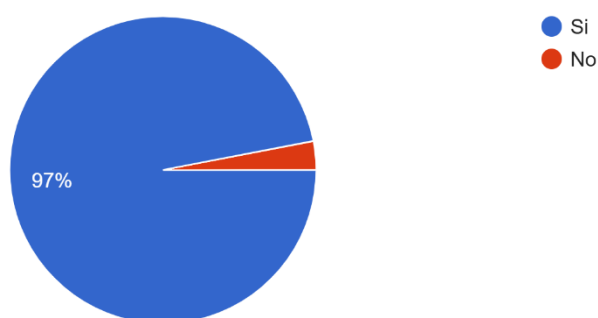
Aunque la mayoría de los encuestados ha visitado alguna finca cafetalera, solo el 42.4% ha participado formalmente en un *coffee tour*. Esta diferencia evidencia que, si bien existe interés en el café como producto y experiencia, no siempre se accede a recorridos organizados o especializados. Esta brecha representa una oportunidad para profesionalizar y estructurar mejor la oferta, de manera que resulte más atractiva, informativa y memorable.

Un diseño de experiencia que combine la tradición cafetalera con componentes educativos, sensoriales y gastronómicos motivaría la participación de quienes ya han visitado fincas y, al mismo tiempo, captar a nuevos públicos. Para potenciar el alcance de la propuesta, se puede

complementar este hallazgo con un estudio del rango de precio que los potenciales visitantes estarían dispuestos a pagar por una experiencia integral. Esta información conduciría a efectuar un ajuste del producto turístico a las expectativas económicas del mercado meta, asegurando su viabilidad y competitividad.

4.1.4 Pregunta #4 ¿Le gustaría realizar un *coffee tour* que incluya una experiencia gastronómica?

Gráfico 4



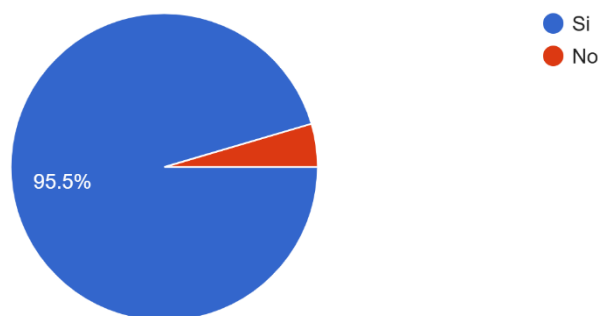
Resultado

El 97% de las personas encuestadas manifestó interés en realizar un *coffee tour* que incluya una experiencia gastronómica, lo que valida de manera directa la propuesta del modelo de negocio. Este elevado nivel de aceptación refleja la tendencia actual del turismo experiencial, donde los visitantes no solo desean observar, sino también vivir y saborear el destino. La integración de un recorrido cafetalero con una oferta gastronómica basada en la cocina tradicional costarricense responde plenamente a esta expectativa y, a la vez, refuerza la identidad cultural del país.

Además de confirmar la viabilidad de incluir un restaurante con menú típico como parte de la experiencia, sería conveniente profundizar en las preferencias del público respecto de la duración del recorrido ya sea corto, mediano o largo. Este dato permitiría diseñar itinerarios más eficientes y ajustados a las expectativas y tiempos disponibles de los visitantes, optimizando así la satisfacción del cliente y el aprovechamiento de los recursos del emprendimiento.

4.1.5 Pregunta #5 ¿Considera interesante visitar un restaurante que ofrezca recorridos guiados?

Gráfico 5



Resultado

El 95.5% de los participantes manifestó que considera atractiva la idea de visitar un restaurante que ofrezca recorridos guiados, lo cual respalda el enfoque de diseñar experiencias integrales donde el visitante no solo disfruta de la gastronomía, sino que también participa en actividades que lo conectan con la historia, el entorno y la cultura del lugar. Este alto nivel de interés confirma que el turismo actual valora lo vivencial y educativo por encima de lo puramente comercial, posicionando la integración de recorridos guiados como un elemento diferenciador y competitivo para el proyecto.

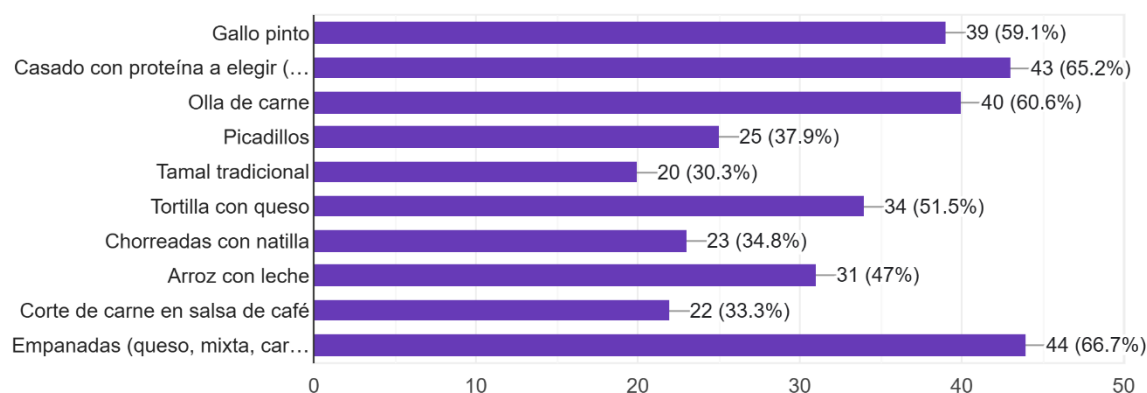
Para optimizar esta propuesta, se debe identificar las preferencias del público en cuanto a la duración del recorrido corto, mediano o largo. Esta información contribuiría al estructurar itinerarios ajustados a los tiempos y expectativas de los visitantes, garantizando experiencias más satisfactorias y un uso eficiente de los recursos disponibles.

4.1.6 Pregunta #6 De las siguientes opciones, seleccione los platillos de gastronomía tradicional costarricense que gustaría disfrutar cuando viaja:

- Gallo pinto
- Casado con carne, pollo o pescado

- Olla de carne
- Picadillos (pejibaye, papa con carne, papa)
- Tamal tradicional
- Tortilla con queso
- Chorreadas con natilla
- Arroz con leche
- Corte carne bañado en salsa de café
- Café
- Bizcochos
- Cas

Gráfico 6



Resultado

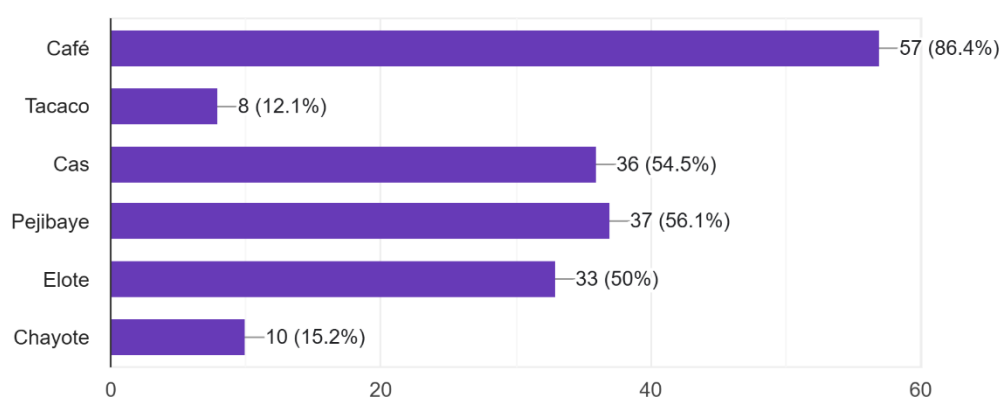
Las opciones más seleccionadas por las personas encuestadas fueron: empanadas (66.7%), casado (65.2%) y olla de carne (60.6%), seguidas por tortilla con queso, arroz con leche y picadillos. Esta tendencia refleja una clara preferencia por alimentos tradicionales de preparación artesanal, que evocan la identidad costarricense y fortalecen el sentido de pertenencia cultural. Estos resultados orientan la elaboración de un menú que rescate recetas tradicionales, manteniendo su esencia y autenticidad en la presentación.

Además, el interés en platillos como chorreadas, tamales o picadillos abre la posibilidad de incorporar talleres o actividades de cocina en vivo, potenciando la experiencia del visitante y agregando valor al servicio. Para optimizar la oferta gastronómica, se puede tomar en cuenta los platillos con más frecuencia de consumo que forman parte de la dieta habitual y servir como platillos ancla para atraer al público.

4.1.7 Pregunta #7 Seleccione ingredientes locales que le gustaría degustar en los platillos del menú:

- Café
- Tacaco
- Cas
- Pejibaye
- Elote
- Chayote

Gráfico 7



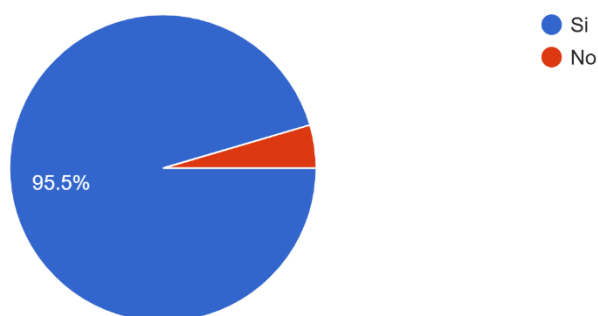
Resultado

El café (86.4%) se posiciona como el ingrediente más deseado, seguido por el pejibaye (56.1%) y el cas (54.5%). La alta aceptación del café no solo como bebida, sino también como elemento para platillos principales, postres y bebidas especiales, evidencia su potencial para ser reinterpretado creativamente en la propuesta gastronómica. Asimismo, la preferencia por ingredientes como el tacaco, el chayote o el pejibaye refleja una clara inclinación hacia lo local y rural, alineándose con el interés por rescatar productos endémicos y biodiversos con fuerte arraigo territorial.

Para garantizar la viabilidad y consistencia del menú a lo largo del año, es necesario considerar la disponibilidad estacional de estos ingredientes. Este análisis facultaría planificar el menú de forma estratégica, asegurando que los platillos se elaboren con productos frescos y de temporada, al tiempo que se optimiza la logística de abastecimiento y se fortalecen los encadenamientos con productores locales.

4.1.8 Pregunta #8 ¿Le llama la atención un menú donde el café sea parte de las recetas (comidas, postres o bebidas)?

Gráfico 8



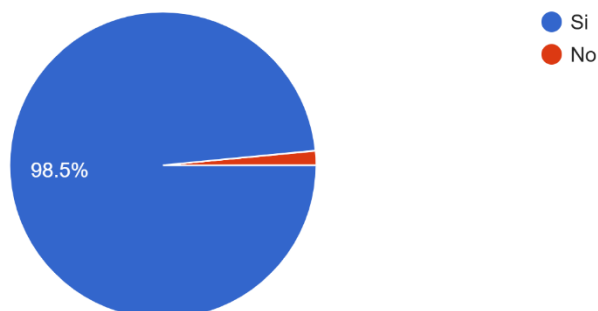
Resultado

El 95.5% de los encuestados manifestó interés en un menú donde el café sea parte de las recetas incluyendo comidas, postres y bebidas, lo cual confirma de manera sólida la viabilidad del concepto “café como eje” de la propuesta gastronómica. Este resultado respalda la idea de innovación tradicional, en la que ingredientes cotidianos se reinterpretan sin perder su conexión con la cultura y el territorio. Desde la perspectiva operativa, esta preferencia ofrece una ventaja competitiva al utilizar un producto de alta disponibilidad local, fácil acceso y gran valoración, lo que da paso a estandarizar preparaciones, controlar costos y fortalecer una identidad de marca coherente.

Para ampliar el alcance del concepto y atraer a públicos con gustos diversos, se puede explorar la tolerancia y preferencia del visitante por propuestas más innovadoras, incluyendo fusiones con técnicas o ingredientes de la cocina internacional. Esto de manera que se mantenga el protagonismo del café, pero con una oferta más variada y atractiva para distintos perfiles de consumidor.

4.1.9 Pregunta #9 ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por un menú tradicional costarricense dentro de una finca cafetalera?

Gráfico 9



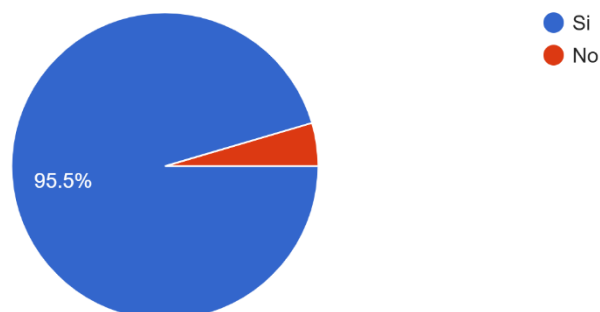
Resultado

El 98.5% indicó que sí estaría dispuesto a pagar, lo cual constituye un respaldo directo al modelo económico planteado. Esta respuesta representa más que un dato cuantitativo; es un reflejo del valor percibido que las personas otorgan a este tipo de experiencias. No se trata únicamente de la comida, sino del contexto donde esta se ofrece: un espacio rural, culturalmente cargado, que genera una experiencia diferenciada. El hecho de que haya una disposición explícita a pagar por ello indica que el mercado valora la autenticidad, el contacto con lo local y la vivencia sensorial integrada.

Desde la perspectiva operativa, esta preferencia ofrece una ventaja competitiva al trabajar con un producto de alta disponibilidad local, fácil acceso y gran valoración. Esto facilita la estandarización de preparaciones, el control de costos y la consolidación de una identidad de marca coherente. El café, de esta forma, no solo actúa como producto turístico, sino como eje central que articula toda la experiencia. Para optimizar la estrategia de precios, se debe analizar y estimar un promedio de la disposición a pagar de los diferentes segmentos y ajustar las tarifas de forma realista, asegurando tanto la accesibilidad para el público meta como la rentabilidad del emprendimiento.

4.1.10 Pregunta #10 ¿Le gustaría comprar productos artesanales y locales (como café, miel o jaleas) en un mercadito dentro de una finca?

Gráfico 10



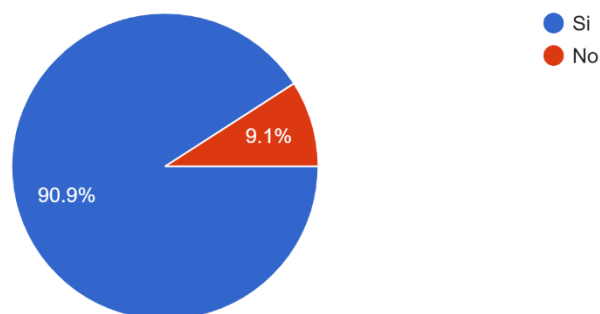
Resultado

El 95.5% manifestó interés en adquirir este tipo de productos, lo cual amplía el alcance del emprendimiento más allá del restaurante. Este dato revela una oportunidad para implementar un espacio de comercialización directa que fortalezca los encadenamientos productivos y promueva la economía circular local.

La inclusión de un mercadito artesanal no solo diversifica las fuentes de ingreso, sino que convierte al visitante en un consumidor consciente, al conectarlo con la historia, la procedencia y el valor social de los productos. Además, puede convertirse en una vitrina para visibilizar el trabajo de mujeres rurales, emprendedores familiares y cooperativas locales, alineándose con los principios del turismo rural sostenible. Para maximizar el atractivo y las ventas, se recomienda que los empaques y presentaciones sean reutilizables o biodegradables al ser más valorado por el turista. Esto permite adaptar la oferta a las expectativas estéticas, prácticas y culturales del cliente, potenciando la experiencia y fomentando la fidelización del destino.

4.1.11 Pregunta #11 ¿Considera atractiva la idea de participar en talleres para aprender a preparar platillos típicos como tortillas palmeadas, ajiacos o tayuyos a la leña?

Gráfico 11



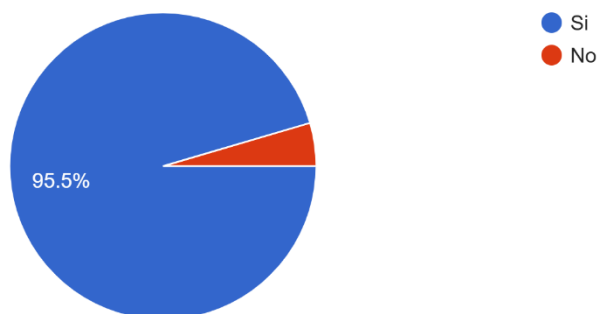
Resultado

El 90.9% de los encuestados consideró atractiva la idea de participar en talleres para aprender a preparar platillos típicos como tortillas palmeadas, ajiacos o tayuyos a la leña, lo cual demuestra una fuerte demanda por experiencias turísticas que involucren la participación activa del visitante. Este hallazgo resalta el valor de integrar espacios de interacción directa con la cultura gastronómica local, superando la simple degustación y permitiendo un acercamiento vivencial.

La propuesta se alinea con los principios del turismo de aprendizaje y del turismo vivencial, en los que el turista deja de ser un espectador pasivo para convertirse en protagonista de la experiencia, interactuando con el entorno, las personas y las tradiciones. La implementación de talleres prácticos no solo genera recuerdos memorables y aprendizaje cultural, sino que también fortalece el vínculo emocional con el destino. Para optimizar esta iniciativa, sería recomendable medir la disposición de pago y el tiempo que los visitantes estarían dispuestos a invertir en la actividad. Lo anterior facilitaría definir formatos y tarifas ajustados a las expectativas del mercado, garantizando su rentabilidad y atractivo.

4.1.12 Pregunta #12 ¿Preferiría esta experiencia en lugar de visitar restaurantes de comida rápida durante su paseo turístico?

Gráfico 12



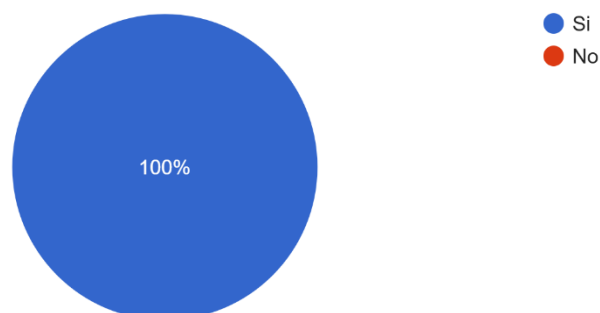
Resultado

El 95.5% de las personas encuestadas expresó preferir una experiencia gastronómica cultural por encima de visitar restaurantes de comida rápida durante su paseo turístico. Este resultado refleja un cambio significativo en las motivaciones de consumo, especialmente en el contexto postpandemia, donde se otorga mayor valor a lo auténtico, artesanal y local. Esta preferencia respalda plenamente el modelo planteado, en el que el restaurante no solo es un punto de venta de alimentos, sino un espacio cultural inmersivo que complementa el recorrido turístico. La cocina tradicional, ofrecida en un entorno rural y enriquecida con relatos, saberes e historia, genera un valor percibido difícil de igualar por cadenas estandarizadas.

Profundizando en la comparación, la cocina tradicional suele asociarse con valores como frescura, origen local, autenticidad, identidad cultural y conexión con la comunidad, mientras que la comida rápida se percibe como un consumo acelerado, estandarizado y desvinculado del territorio. Este contraste brinda una ventaja competitiva clara al ofrecer una experiencia original y coherente con principios de sostenibilidad, identidad y diferenciación, respondiendo a una demanda que busca calidad, historia y sentido en cada plato.

4.1.13 Pregunta #13 ¿Cree usted que este tipo de experiencia turística podría ayudar al desarrollo económico de comunidades rurales como Orosi?

Gráfico 13



Resultado

El 100% de los encuestados afirmó que este tipo de experiencia turística contribuiría al desarrollo económico de comunidades rurales como Orosi, lo que constituye un respaldo unánime y contundente al potencial de impacto positivo del modelo de negocio propuesto. Esta unanimidad refleja una conciencia colectiva sobre el papel del turismo como motor para dinamizar economías locales, generar empleo y revalorizar tradiciones, fortaleciendo así la cohesión social y el sentido de pertenencia. Desde la perspectiva de sostenibilidad, este resultado refuerza la pertinencia del proyecto dentro del marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en lo relacionado con la erradicación de la pobreza (ODS 1), la generación de trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), la producción y consumo responsables (ODS 12) y la protección del patrimonio cultural y natural (ODS 11).

Para potenciar este argumento ante inversionistas y organismos de apoyo, sería recomendable acompañar este hallazgo con estimaciones concretas de impacto económico, tales como proyección de empleos directos e indirectos, encadenamientos productivos previstos y volumen estimado de compras a proveedores locales. Estos indicadores aportarían datos cuantitativos que complementen la validación social obtenida en la encuesta y fortalezcan la viabilidad del proyecto.

4.2 Entrevistas

Como parte de la recopilación de información, se aplicó una entrevista a tres personas, con perfiles adecuados para la obtención de resultados confiables, específicamente emprendedores o trabajadores del sector privado, con conocimiento de turismo local. Las mismas seis preguntas fueron aplicadas a los tres entrevistados.

4.2.1 Entrevista N°1 Jesús Coto Quirós, Café Don Enrique (emprendimiento familiar)

Don Jesús Coto Quirós, comenta que el emprendimiento de café tiene más de 100 años de pertenecer a su familia, desde el papá de su abuelo, su abuelo, su papá y ahora él; y en honor al bisabuelo se debe el nombre del Café Don Enrique. La finca se ubica en La Alegría de Orosi a 1200 metros sobre el nivel del mar. El entrevistado cuenta que tienen más de cuatro variedades de café que son Obata, Marsellesa, Costa Rica 95 y Villa Sarchí. Para don Jesús, los emprendimientos en la zona van bastante bien, pero que, de parte de la municipalidad no han tenido ayuda ni por entes locales. A pesar de ser una zona turística, muy cafetalera y pertenecer al anillo turístico de la ruta nacional 224, no han tenido el apoyo esperado.

En cuanto a si hay turistas en la zona interesados por experiencias de cultura, gastronomía y naturaleza, don Jesús opina que ha visto en Orosi al turista interesado en su gastronomía y lugares silvestres, ha visto que van muy de la mano con la parte bioambiental, opina que los turistas buscan estar en una parte natural, ya sea un parque nacional o un río, y después ir a probar la comida que se cocina y produce en la zona.

En cuanto a la pregunta de que, si él considera factible un restaurante con temática de experiencias cafetaleras y que ofrezca comida típica costarricense, don Jesús comenta que sí sería interesante, y que ya se había iniciado un proyecto en Orosi entre el 2019-2020, antes de pandemia, pero con todo lo ocurrido el proyecto se vino abajo. Opina que sería bueno implementar que todos los restaurantes de la zona de Orosi tuvieran sus espacios para que los emprendedores cafetaleros expongan sus productos, ya sea café, miel de café u otros derivados de este. Comenta que esto ya se había hablado y se veía factible y que se podría retomar de nuevo el proyecto.

La siguiente pregunta que se realizó, con respecto a los factores clave para tener éxito en un proyecto, desde su experiencia comenta que en el 2019 se hizo una reunión y se convocó a empresarios y productores. Dice que él también, al ser empresario, tiene productos derivados del café, también da tours de café, en finca se les da banano, hortalizas, tour de hortalizas, se hace flor de pájaros, se le da desayuno o almuerzo al turista y en la noche también da un tour de ranas.

Cree que se podría acordar de nuevo las conversaciones, pues considera que el restaurante como tal ya estaba integrado, se promovía todo y que la idea era que, en el caso de ellos, iban al restaurante y promovían los productos. Sostiene que para el productor sería muy bueno lo anterior, reitera que los entes locales no han dado apoyo, pero que entre los mismos empresarios y el comercio sería muy bueno, porque es un apoyo mutuo.

En cuanto a la consulta sobre si consideraría la idea de que el café sea el principal ingrediente para realizar platillos o productos diferentes que el turista quiera venir a probar, asume que el café sería como una punta de lanza. Al estar de moda la parte de los productos del café sería un plus, porque aquí en la zona hay muchos lugares donde se promociona cortes de carne y mariscos, a pesar de que Orosi no es un lugar vacuno, no es de carne ni una zona pesquera, sino una zona cafetalera.

Con respecto al papel de los bienes locales como café, miel, frutas entre otros productos de la zona, para lo que es crecimiento de los negocios, comenta que ya hay dos cafeterías de especialidad en Orosi y muchos restaurantes locales piden a los productores que todo lo que se produzca en la finca, se lo ofrezcan a ellos. Hay una amalgama bonita y perfecta entre productor y empresario de restaurante, porque no piden solo café, sino plátano, banano, naranjas limones, hortalizas, especialmente si es orgánica. Por ese lado, se puede ir creciendo ya que después de pandemia se perdió el enfoque.

Para finalizar la entrevista se le consulta si estaría dispuesto a colaborar o promover estos emprendimientos como parte del desarrollo turístico de la región y responde que sí, que café Don Enrique fue uno de los pioneros en Orosi. En 2017 salió a la venta y se hizo todo el trámite para que el café estuviera inscrito con su marca y origen. Después se han unido varios compañeros, con

lo cual han hecho un buen grupo de trabajo y personas que ahora tienen su propia marca de café. Afirma que el desarrollo viene de la comunicación y trabajo en equipo, por lo que sí se comprometería y estaría a gusto de colaborar para que el auge del café de Orosi salga a relucir y la gente no piense solo en la Iglesia de Orosi, sino también en el café.

4.2.1.1 Perfil del entrevistado

La entrevista fue realizada al señor Jesús Coto Quirós, productor de café y encargado del emprendimiento familiar Café Don Enrique, ubicado en La Alegría de Orosi. Su finca tiene más de 100 años de historia y lleva el nombre de su bisabuelo, quien inició esta tradición cafetalera. Don Jesús ha aprendido el oficio del café a través de generaciones y, con el tiempo, ha incorporado de forma empírica actividades turísticas en su finca. Fue seleccionado como informante clave por su experiencia en el sector cafetalero y por promover vivencias que mezclan agricultura, cultura y gastronomía, aportando así una perspectiva clave para este proyecto.

4.2.2 Entrevista N°2 Rosa Coto Picado, Orosi al Natural Spa (empresa familiar)

Doña Rosa Coto explica que ella administra el área de alimentos y bebidas. Ella con su experiencia como parte de la cámara de turismo se refiere a que en Orosi ha costado organizarse en el área de turismo, que cada negocio nació muy solo y emprendiendo por sí mismo y eso ha ocasionado que todavía, en esta época, no se puedan enlazar o luchar juntos para tener un turismo más sostenible para el Valle de Orosi. El lugar tiene todo para desarrollar su turismo, pero falta unión entre los mismos emprendedores locales.

Doña Rosa también opina que Orosi tiene todo potencial muy grande para que el turista nacional o extranjero pueda visitar, que se cuenta con un turismo muy rico y muy sabroso en cuanto a la gastronomía. La parte verde que, por ejemplo, tiene al Parque Tapantí que es uno de los íconos que más los representa, así como la Iglesia de Orosi en la parte arquitectónica y uno de los emblemas del turismo. Además, la zona cuenta con turismo rural, caminatas, gastronomía.

Con respecto al interés creciente de los turistas por la parte cultural, gastronómica y de naturaleza, doña Rosa piensa que, al tener el Colegio Técnico Profesional de Orosi la rama de turismo y recibir muchachos de pasantía y práctica, ha ido abriendo las puertas, porque han ido conociendo desarrollado por los estudiantes en estas áreas y les ha dado la oportunidad de emplearlos y ser sus colaboradores y de ahí está ese gran interés de saber que ya se tiene gente preparada para poder coordinar con los turistas. También dice que está el turismo rural comunitario que se podría enlazar para brindar una mejor oferta a los turistas nacionales y extranjeros.

De acuerdo con la pregunta de factibilidad de un restaurante con temática de experiencias cafetaleras y cocina típica costarricense, comenta que es sabido que Orosi ha sido siempre una zona cafetalera, una de las mejores de Costa Rica y todavía se cuenta con buenas fincas donde se podría impulsar desde donde están cada uno un poco más, dándole esa importancia a la parte del café y unirse y enlazarse para tener platillos típicos costarricenses relacionados con el café, bebidas, postres y hasta cocteles.

Desde su experiencia como empresaria local, doña Rosa afirma que uno de los factores que considera negativo es la infraestructura vial, pues no fue bien diseñado en su momento, y que ahora se necesita la apertura del puente de Palomo. Esto para hacer un buen recorrido en el anillo turístico: entrando por Paraíso, pasando por Ujarrás que también es riquísimo en experiencias y llegando de nuevo a Paraíso. Cree que muy pronto tal vez se pueda resolver y emprender con un buen turismo a nivel nacional.

Expresa que el visitante podría venir y hacer no un tour de ida y vuelta, sino que se quede en la zona y viva experiencias enriquecedoras y memorables. Cuenta que Orosi tiene 15 años aproximadamente de dar un hospedaje en fincas y propiedades y que hay muchachos y muchachas que se están especializando en caminatas nocturnas; están certificados por el ICT y están promocionado este tipo de turismo y para fortalecerlo se debe fortalecer también las estadías.

En cuanto al papel de los productos locales, como miel, café y hortalizas, doña Rosa comenta que es muy importante para los restaurantes a nivel nacional, debido a eso han ido incursionado con huertas caseras, alimentadas totalmente con un compost hecho de los desechos

de la cocina, tanto de cáscaras y desechos de comida y café, no solo en su restaurante, sino en varios restaurantes de Orosi lo han visto también que lo están poniendo en práctica. Menciona que ha visto a la municipalidad de Paraíso regalando composteras y dando cursos muy importantes para tener esas prácticas sanas y saludables.

De igual manera se ha ido fortaleciendo a los productores locales, que sean ellos los que lleven los productos que ellos tienen para no tener que salir de Orosi a comprar a otros lugares y fortalecer esos productos como el café, banano, plátano, naranja, chayote y la papa, que son muy ricos en los platos y gastronomía en general.

Comenta, para finalizar la última pregunta, acerca de colaborar con este tipo de emprendimientos, dice que sí estaría dispuesta, piensa que una de las más experiencias más enriquecedoras es la de tener un turismo sostenible y un negocio sostenible donde todos los desechos sean devueltos al plato en una forma diferente. Por lo cual, sí estaría dispuesta a colaborar y enlazar las experiencias de otros también para que todo sea mucho mejor como emprendedores.

4.2.2.1 Perfil de la entrevistada

La entrevista fue realizada a doña Rosa Coto Picado, encargada del área de alimentos y bebidas en Orosi al Natural Spa, un negocio familiar ubicado en el Valle de Orosi. Además de su experiencia en gastronomía, ha colaborado activamente con la Cámara de Turismo de la zona, lo cual le ha permitido conocer de cerca los retos del desarrollo turístico local. Fue elegida como informante clave por su compromiso con el turismo sostenible, su cercanía con los emprendedores de la comunidad y su visión práctica sobre cómo unir esfuerzos para fortalecer el turismo en Orosi. Su experiencia aporta ideas valiosas para impulsar un restaurante que promueva los sabores tradicionales y los productos locales de la región.

4.2.3 Entrevista N°3 David Sanabria, Pizzería Il Giardino (jefe de salón)

David Sanabria, comparte que tiene a cargo el área de salón de y de bar en IL Giardino, tiene acerca de 20 de años de experiencia en el tema de alimentos y bebidas en hoteles y restaurantes y su función ha sido en mesa y en barra, pero ha tratado de aprender de todo. Por

ejemplo, en Hotel Villa Florencia en Turrialba tenía a cargo vender eventos, organizar y coordinar la ejecución del evento y en el Hotel Colonial, con el tema de la pandemia estuvo apoyando la parte de recepción, pues tuvieron que reducir personal, y en restaurantes al mismo tiempo tenía que ser recepcionista. Su pasión es el mundo de las bebidas; menciona que es barista y mixólogo profesional y próximamente sumiller.

De acuerdo con la pregunta del desarrollo actual de turismo en la zona de Orosi menciona que está en una etapa de refrescamiento, cree que como todas las zonas rurales del país, que los frenó muchísimo, y en la zona de Orosi, Cachi y Ujarrás (el anillo turístico) tuvieron un problema vial, donde el difícil acceso de carreteras y puentes hizo que los buses grandes de turistas no pudieran ingresar a la zona. Ahora se tiene el proyecto de Hacienda Orosi que otra vez puso a Orosi en el mapa, con la parte cafetalera, ganadera, aguas termales y se está viendo como un refrescamiento de la zona, por toda la inversión que ha hecho la Hacienda Orosi en darse a conocer y, por ende, también la zona.

En relación con la pregunta de si considera que hay un interés creciente del turista hacia experiencias que integren la cultura, gastronomía y naturaleza, afirma que lamentablemente la gente los considera como un pueblo de la vieja guardia, de antaño, muy sano, tradiciones a la antigua y se tiene como ahí nada más, no se ve como un atractivo turístico, como decir, voy a pasar mi luna de miel en Orosi o voy a pasar mis vacaciones familiares. Todavía no se ha llegado a ese punto y mucho es culpa de los oroseños, de no aprovechar lo que saben, toda la parte precolombina o al asentamiento católico que hubo en Costa Rica, que es la iglesia de Orosi, la parte de observación de aves, como lo ha hecho Turrialba, no se ha aprovechado los ríos, los parques, sino que se han quedado con el turismo que ha llegado por recomendación o porque ya conocen Orosi, pero no se les está invitando constantemente, no se mueven en redes, no se invita al ICT a ayudar y a aprovechar los recursos que les pueda dar.

David comenta que los esfuerzos de cámara de turismo quedan frenados hasta cierto punto y las personas que donan su tiempo y su esfuerzo, como ven tanta traba, lo dejan ahí. Opina que se han quedado rezagados en la parte de comunicación. Se le pregunta a David qué está pasando con la cámara de Orosi y responde que le llama la atención que tuvo la oportunidad de participar

con la cámara de Turrialba y pasaba mucho lo mismo, cree que falta personas fuertes que estén de acuerdo sobre cuál es el norte y los demás puedan seguirlo, suele pasar que todos quieren hacerlo a su manera y no se llega a nada y que no haya una visión encaminada.

Se le pregunta a David qué opina sobre cuan factible sería un restaurante con experiencias cafetaleras y comida tradicional costarricense. Menciona que parece muy importante rescatar las recetas tradiciones costarricenses, cree que es Il Giardino ha sido exitoso porque es una fusión italoamericana. Afirma que los demás han tratado de hacer lo mismo, vendiendo pastas, carnes, arroces, comida típica, comida china, casi todos los restaurantes de la zona son de gastronomía muy variada, pero que sería muy exitoso que alguien rescate recetas costarricenses, productos locales, receta casera de la abuela, que es lo que no hay, porque también es muy difícil de hacer.

Orosi es un pueblo de fines de semana, entre semana, la comida típica cuesta mucho que salga, comenta. Los empresarios han apostado por menús que más salen, como comidas rápidas, carnes, entre otros, pero que sí se necesita comida típica y esto podría traer más atracción a Orosi. David menciona también que cuando estuvo en Hotel Sanchirí, ese era el gran atractivo: receta tradicional de pozol, olla de carne, picadillos y era lo que hacía que excursiones vinieran a Orosi.

Se le pregunta qué opina de integrar el café como ingrediente principal en los platillos del menú de un restaurante, comenta que no sabe hasta dónde el café permita dar variables en las recetas, pero considera que lo que acompaña al café, no tanto las experiencia del café en sí mismo, sino la experiencia de cafetal, que por ejemplo, para el café se usan arboles de sombra y que en Orosi, se usan son naranja, banano, guayaba, que es parte de lo que hay en el suelo que aporta propiedades al café, podrían ser una gran opción, donde hay arboles de mora, mandarina y ese tipo de frutas que podrían aportarle mucho a la gastronomía.

Se le pregunta a David qué piensa del aporte de los productos locales a la zona para el crecimiento de los negocios, David comenta que hay muy poco aporte, pues Orosi consume mucho producto de las zonas altas de Cartago (Tierra Blanca), como yuca, papa, camote, zanahoria que es lo que Orosi ofrece y todo eso se trae de afuera, y de lo propio se trabaja muy poco. Podría ser una mejor experiencia si se trabaja con los productos que se encuentran aquí mismo; más que

experiencia de café, le llamaría experiencia cafetalera: todos los productos que salen de un cafetal incorporarlas en las recetas del menú.

Con respecto a la pregunta de los factores clave para el éxito de un proyecto en Orosi, desde su experiencia explica que el restaurante donde se encuentra es un buen ejemplo, que, si se habla con el dueño, va a decir que es constancia y habla de cinco años duros, para que el restaurante tenga un nivel de madurez con solvencia y efectivo en caja, cinco años en los que hay que estar reinvertiendo y mejorando. El restaurante es un constante renovarse para estar de acuerdo con las tendencias gastronómicas del mundo. Cuenta David que trató de ayudar a un restaurante de la zona y en menos de un año se cansaron porque no había retorno a la inversión y que por lo menos el primer año es de sólo invertir y tratar de recuperar para solventar gastos, no para ganancia.

Además, menciona que se ocupa mucha constancia, y se ocupa escuchar al cliente. Recuerda que en restaurante Sanchirí en su momento eran un éxito las tortillas de queso y que las dejaron de hacer porque no era factible, y “Bocadito del cielo” lo aprovechó con una gran lona que decía “Tortillas de queso a toda hora”. David comenta que los estándares de calidad no se deben bajar y deben mantenerse. Para finalizar, sostiene que sí estaría dispuesto a colaborar o promover un emprendimiento como parte del desarrollo turístico de la región y responde que un esfuerzo de la cámara de turismo fue tratar de crear una marca, la marca obliga a que quien la lleve tiene que capacitarse y e incorporar estándares de calidad para ser parte de la marca Orosi, por lo que le encantaría poder crear esa marca y capacitar a todos los colegas de la zona, ya que siempre trata de invertir en conocimiento y capacitarse para traer su aprendizaje a Orosi.

4.2.3.1 Perfil del entrevistado

La entrevista fue realizada a David Sanabria, jefe de salón y bar en Pizzería Il Giardino. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector de alimentos y bebidas, tanto en hoteles como en restaurantes, y se ha especializado como barista y mixólogo profesional. Fue elegido como informante clave por su conocimiento del turismo gastronómico en la zona, su experiencia práctica en atención al cliente y su visión sobre cómo fortalecer la identidad culinaria de Orosi. Su aporte resulta valioso para el enfoque del restaurante temático que propone esta investigación.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En respuesta al problema de investigación, se concluye que el desarrollo de un modelo de negocio enfocado en un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera en Orosi es altamente viable y pertinente. Existe una clara apertura del mercado hacia propuestas que integren cultura, sostenibilidad y tradición gastronómica, especialmente cuando se promueve la identidad local mediante productos como el café, platillos típicos y actividades vivenciales.

5.1 Conclusiones

Después de analizar la información recopilada mediante encuestas a 66 personas y entrevistas a actores clave del turismo en Orosi, se presenta un conjunto de conclusiones claras que responden a los objetivos propuestos y determinan la viabilidad del modelo de negocio de un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour*. Esta propuesta busca rescatar la gastronomía tradicional costarricense, fortalecer la economía local y ofrecer experiencias turísticas auténticas.

5.1.1 Objetivo general

Los resultados evidencian un sólido respaldo del público hacia este tipo de iniciativas. Más del 95% de los encuestados manifestaron interés en vivir una experiencia que combine el café con la gastronomía tradicional, y un 98.5% estaría dispuesto a pagar por ella. Las entrevistas confirmaron que el perfil del turista que visita Orosi busca actividades con valor cultural, contacto con la naturaleza y autenticidad gastronómica. Por tanto, la propuesta responde directamente a esta demanda y tiene un potencial real para fortalecer la economía local mediante un modelo diferenciado, vivencial y sostenible.

5.1.2 Objetivo específico 1

Se identificó que Orosi posee un entorno natural, histórico y cultural favorable para implementar este tipo de emprendimiento. La alta familiaridad del público con el distrito del 92.4% y la experiencia previa en fincas cafetaleras del 78.8%, refuerzan esta viabilidad. No obstante, las

entrevistas revelaron desafíos estructurales como el limitado apoyo institucional, la debilidad en infraestructura vial y la escasa articulación entre actores turísticos. Estas limitaciones no anulan la factibilidad, pero sí evidencian la necesidad de una estrategia de gestión que potencie alianzas, capacitación y fortalecimiento comunitario como base para el éxito del proyecto.

5.1.3 Objetivo específico 2

Los platillos más valorados por los encuestados fueron el casado, la olla de carne, las empanadas y el arroz con leche, reflejando un alto aprecio por la cocina tradicional. Además, un 95.5% expresó interés en menús que incorporen café como ingrediente, lo cual valida la visión innovadora de integrar este producto emblemático en diversas preparaciones. Las entrevistas aportaron ideas valiosas como el uso de frutas cultivadas junto al café, derivados como miel o rompope, y una cocina que sea tanto experiencia como educación. En este sentido, el menú diseñado no solo satisface preferencias, sino que conecta al visitante con la cultura cafetalera desde el gusto y el afecto.

5.1.4 Objetivo específico 3

La sostenibilidad fue uno de los ejes más respaldados tanto por el público como por los actores entrevistados. Se identificó un interés generalizado por comprar productos artesanales (95.5%) y participar en talleres de cocina tradicional (90.9%), lo que refuerza el valor de la experiencia como herramienta educativa y económica. Asimismo, se propuso implementar prácticas como el uso de ingredientes locales, manejo responsable de residuos, huertas propias, compostaje y alianzas con emprendedores rurales. Estas acciones permitirían construir un modelo sostenible no solo ambientalmente, sino también en lo económico y social, al integrar a la comunidad como parte activa del proyecto.

5.2 Recomendaciones

A partir del análisis e interpretación de los resultados obtenidos, se plantean las siguientes recomendaciones, con el fin de orientar la implementación efectiva del modelo de negocio propuesto y promover el desarrollo sostenible del turismo rural en Orosi:

- Desarrollar un plan de gestión participativo con actores locales:

Crear una mesa de trabajo o red de colaboración que integre productores, emprendedores, guías turísticos y autoridades locales. Este espacio debe servir para coordinar acciones conjuntas, estandarizar la calidad de los servicios, habilitar espacios para exposición y venta de productos en restaurantes y fomentar encadenamientos productivos que fortalezcan la economía local.

- Segmentar las estrategias de promoción según procedencia:

Diferenciar las acciones de mercadeo para mercado local, nacional e internacional, enfocando la oferta en gastronomía y actividades cortas para el público local, experiencias culturales y de aventura para el mercado nacional, y café y biodiversidad para el visitante internacional.

- Establecer alianzas estratégicas con instituciones financieras, educativas y de apoyo a pymes: Gestionar convenios con entidades como Coopenae, Banca para el Desarrollo o el MEIC. Esto para facilitar financiamiento, capacitación y asistencia técnica. Integrar acuerdos con centros educativos locales para incorporar talento joven capacitado en turismo y gastronomía.

- Implementar una estrategia de comercialización multicanal:

Diseñar campañas que combinen redes sociales, Google Maps, TripAdvisor y alianzas con tour operadores, resaltando el “ecosistema del cafetal” como eje de identidad. Posicionar a Orosi como un destino de experiencias auténticas y no solo como un lugar de paso.

- Diseñar un menú flexible que integre tradición, innovación y sostenibilidad:

Incorporar platillos tradicionales de alta preferencia (empanadas, casado, olla de carne) y opciones innovadoras con café y productos asociados al cafetal como naranja, banano o guayaba. Clasificar

los platillos según frecuencia de consumo y novedad, y validar la propuesta mediante degustaciones piloto.

- Planificar la carta según la disponibilidad estacional de ingredientes:

Considerar la estacionalidad de productos como tacaco, chayote o pejibaye, entre otros, para garantizar frescura, sostenibilidad y un abastecimiento eficiente.

- Mantener un compromiso de compra local:

Establecer acuerdos directos con productores para garantizar insumos frescos y de calidad, promoviendo prácticas sostenibles como huertas y compostaje.

- Desarrollar un programa de talleres vivenciales y formación continua:

Ofrecer actividades como cocina tradicional, barismo e historia del café, estableciendo duración y precios según la disposición del visitante. Capacitar de forma constante al personal en servicio, gastronomía y sostenibilidad.

- Aprovechar el interés en productos artesanales y mercaditos locales:

Incluir un espacio permanente para la venta de café, miel, frutas procesadas y otros productos, con empaques atractivos y narrativa de origen para fortalecer la experiencia turística.

- Incorporar mecanismos de evaluación e indicadores de impacto:

Medir periódicamente la satisfacción del cliente, la rentabilidad, el porcentaje de compras locales, la generación de empleo y el impacto en la comunidad.

- Avanzar hacia certificaciones de sostenibilidad:

Iniciar la postulación al Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) y explorar acreditaciones adicionales que fortalezcan la reputación y credibilidad del proyecto.

5.3 Recomendaciones para futuras investigaciones

- Profundizar en el análisis del perfil de visitante:

Cruzar variables de interés y participación en experiencias con edad, ocupación e ingresos para diseñar productos, precios e itinerarios ajustados a cada segmento.

- Medir la disposición a pagar y tiempo disponible:

Determinar rangos de precios y duraciones óptimas para *coffee tours*, talleres y recorridos guiados, a fin de optimizar la experiencia y la rentabilidad.

- Analizar el impacto económico y social del modelo:

Cuantificar empleos generados, volumen de compras a productores locales y encadenamientos productivos derivados de la implementación.

- Estudiar experiencias comparativas en otras zonas cafetaleras:

Revisar modelos similares en regiones como Santa María de Dota, Naranjo o Turrialba para identificar buenas prácticas adaptables a Orosi.

- Explorar la innovación gastronómica con café

Investigar nuevas aplicaciones del café en la cocina salada, dulce y en bebidas, incluyendo el uso creativo de productos asociados al cafetal.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Este capítulo presenta la propuesta concreta del modelo de negocio para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y gastronomía tradicional costarricense en el distrito de Orosi. La propuesta se fundamenta en los hallazgos del trabajo de investigación, incorporando el análisis del entorno, las necesidades del mercado, las preferencias del público objetivo y los principios de sostenibilidad. Se estructura en componentes clave como el estudio de mercado, el análisis financiero, aspectos legales y operativos, la estrategia gastronómica y el impacto cultural, con el fin de demostrar la factibilidad y pertinencia del emprendimiento. La propuesta también responde a la necesidad de fortalecer el desarrollo turístico rural mediante encadenamientos productivos, experiencias auténticas y un modelo que integre la cultura cafetalera a través de la cocina.

6.1 Estudio de mercado

6.1.1 Oferta y demanda

El distrito de Orosi se encuentra en una zona del país que ha venido fortaleciendo su infraestructura turística, especialmente en áreas como el ecoturismo, las actividades culturales y el turismo rural. De acuerdo con lo establecido en el Plan Nacional de Turismo 2022-2027 elaborado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), tanto el turismo rural como el cultural han registrado un desarrollo sostenido, posicionándose como dos de los sectores con mayor dinamismo dentro de la oferta nacional.

Esta tendencia se ve reflejada en el creciente interés de visitantes, tanto nacionales como extranjeros, que optan por propuestas que integren autenticidad, sostenibilidad y un componente educativo. Las estadísticas más recientes del ICT demuestran que un porcentaje significativo de estos turistas prioriza actividades que les permitan conectar con la esencia cultural del país, como son las visitas a fincas cafetaleras, talleres culinarios y experiencias comunitarias de bajo impacto ambiental.

Aunque Orosi ya cuenta con una oferta orientada al senderismo, al turismo de naturaleza y a recorridos por fincas de café, aún no se ha consolidado una propuesta integral que articule la gastronomía costarricense con experiencias vivenciales en torno a la cultura cafetalera. Este vacío en la oferta representa una clara oportunidad de mercado para iniciativas innovadoras que combinen estos elementos de forma coherente y estructurada.

Esta lectura del entorno no solo se sustenta en los datos del ICT, sino también en la experiencia personal como habitante de la zona. Desde esa perspectiva cercana, es evidente que muchos restaurantes y emprendimientos locales no han incorporado de manera estratégica el valor simbólico del café, ni el potencial cultural y narrativo de los productos autóctonos. Esta apreciación se alinea con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada durante esta investigación, en la cual más del 85% de las personas consultadas manifestaron interés y disposición para pagar por una experiencia que combine café, identidad cultural y cocina tradicional. Este hallazgo confirma la existencia de una demanda real y de un nicho aún no completamente atendido.

6.1.2 Segmentación

Para definir los segmentos del mercado meta, se consideraron los perfiles, motivaciones y patrones de comportamiento de los turistas que visitan Costa Rica. Según los informes del Instituto Costarricense de Turismo, los visitantes no residentes que ingresan al país por sus principales aeropuertos presentan una diversidad en cuanto a duración de su estadía, tipo de hospedaje y actividades preferidas. Dentro de estas últimas destacan las visitas a fincas agropecuarias, las experiencias culturales y el ecoturismo, lo cual resulta relevante para el modelo de negocio que aquí se plantea. Con base en estas características y en concordancia con los objetivos del proyecto, se identificaron cinco segmentos clave con alto potencial de afinidad con la propuesta:

- **Turistas nacionales:** Este grupo incluye familias, parejas, estudiantes y excursionistas que visitan la zona de Orosi por motivos recreativos, educativos o de esparcimiento. Se caracterizan por su preferencia por actividades auténticas, accesibles y de bajo impacto, especialmente aquellas que fomentan la conexión con la cultura costarricense y sus raíces rurales.

- **Turistas internacionales:** Principalmente originarios de Estados Unidos, Canadá, países europeos y algunas naciones asiáticas. Este perfil busca vivencias relacionadas con la naturaleza, el patrimonio cultural y la gastronomía local. Según datos del ICT, son visitantes con alto interés en experiencias agro productivas, talleres culinarios y rutas que les permitan comprender el origen de los alimentos, como los recorridos por cafetales.
- **Instituciones educativas:** Colegios, universidades y centros académicos que organizan salidas pedagógicas o giras didácticas centradas en temas como el medio ambiente, la identidad cultural, el patrimonio agroindustrial o la historia del café. Este segmento valora propuestas interactivas, educativas y con componentes vivenciales.
- **Operadores turísticos y agencias de viajes:** Interesados en enriquecer sus itinerarios con productos turísticos novedosos, diferenciados y con valor agregado. Este grupo busca alianzas estratégicas que les permitan diversificar su oferta y satisfacer una demanda creciente de experiencias auténticas, enfocadas en el turismo vivencial.
- **Turismo empresarial o corporativo:** Compuesto por empresas que organizan actividades de integración, bienestar o incentivos para su personal. Este tipo de turismo valora entornos tranquilos, rurales y con servicios que combinen gastronomía tradicional, cultura y relax en un solo lugar.

6.1.3 Análisis FODA

Con el propósito de evaluar la viabilidad estratégica del modelo de negocio propuesto, se elabora el siguiente análisis FODA. Esta herramienta permite identificar las variables internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas), y es fundamental para tomar decisiones informadas en la gestión del proyecto, establecer estrategias realistas y fortalecer la sostenibilidad a largo plazo.

6.1.3.1 Fortalezas

- Ubicación geográfica privilegiada, pues el restaurante se desarrollará en Orosi, un destino reconocido por su belleza natural, tradición cafetalera y cercanía con atractivos turísticos de la provincia de Cartago.
- Reconocimiento del café de Costa Rica nacional e internacional, lo que respalda el modelo de negocio y le añade un componente identitario con gran valor simbólico.
- Existen alianzas potenciales con caficultores, cocineras tradicionales y artesanos que promueven una economía circular en la zona y consolidan una propuesta con sentido de comunidad.
- Propuesta diferenciadora y cultural de experiencias que combina gastronomía tradicional, talleres participativos y educación cafetalera, brindando una vivencia integral que se distingue en el mercado turístico.

6.1.3.2 Oportunidades

- Creciente demanda por turismo sostenible, según el ICT, el turismo rural, cultural y de bienestar continúa en crecimiento, favoreciendo modelos de negocio como el propuesto.
- Interés en experiencias inmersivas de turistas, tanto nacionales como internacionales, buscan vivencias participativas, donde puedan conectar con las tradiciones y aprender haciendo.
- Posibilidad de cooperación con operadores turísticos que buscan constantemente productos innovadores que puedan integrarse en sus paquetes, lo que abre oportunidades para alianzas comerciales estratégicas.
- Acceso a programas de apoyo estatal: Existen convocatorias de instituciones como el ICT, INDER o el MAG que promueven el “emprededurismo” rural, el turismo responsable y los proyectos liderados por mujeres.

6.1.3.3 Debilidades

- Requerimientos de inversión inicial elevados: La adecuación del espacio, adquisición de equipo y cumplimiento normativo implican un desembolso significativo.
- Necesidad de capacitación continua del personal, ya que la propuesta exige un equipo preparado, tanto en atención al cliente como en conocimientos de cultura cafetalera y manipulación de alimentos.
- Falta de posicionamiento inicial del modelo al tratarse de una propuesta novedosa en la zona, se deberá trabajar intensamente en campañas de difusión, marca e identidad para atraer al público meta.
- Limitada infraestructura turística de apoyo, pues la zona, si bien es atractiva, aún enfrenta retos en conectividad vial y señalización, lo que afectaría la accesibilidad para algunos visitantes.

6.1.3.4 Amenazas

- Competencia en zonas turísticas cercanas, ya que existen otras regiones como Turrialba o el Valle Central con propuestas similares, por lo cual es necesario ofrecer un valor agregado distintivo.
- Riesgos climáticos sobre la caficultura porque el cambio climático puede afectar la producción de café, lo que impactaría la experiencia cafetalera si no se implementan prácticas de adaptación.
- Inestabilidad en la demanda turística debido a fenómenos externos como crisis económicas, sanitarias o eventos sociales que reducirían el flujo de visitantes en ciertas temporadas.
- Dependencia de actores externos, esto porque el modelo requiere colaboración con productores, guías, cocineros y proveedores locales; si no se mantienen relaciones sólidas, podría afectarse la operación integral del proyecto.

Con el fin de evaluar la viabilidad estratégica del modelo de negocio propuesto para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera en Orosi, se ha desarrollado un análisis FODA integral, seguido de la construcción de una matriz cruzada que permite derivar estrategias claras y accionables a partir de la interacción entre los factores internos (fortalezas y debilidades) y los

externos (oportunidades y amenazas). Este enfoque no solo identifica las condiciones actuales del entorno y del proyecto, sino que facilita el diseño de líneas estratégicas que contribuyan al posicionamiento y sostenibilidad del emprendimiento.

Tabla N° 3

Matriz FODA

Fortalezas y oportunidades (FO)	Debilidades y oportunidades (DO)
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la ubicación estratégica de Orosi para atraer turistas interesados en turismo rural y sostenible. • Utilizar la identidad cafetalera del país como narrativa principal para enriquecer la experiencia gastronómica. • Promover encadenamientos productivos con productores locales como valor agregado que refuerce la autenticidad del servicio. • Incorporar la innovación cultural en el diseño del menú y la experiencia para facilitar el acceso a fondos de desarrollo rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar programas públicos de financiamiento para reducir la presión de la inversión inicial. • Ofrecer procesos de capacitación con aliados como el INA o programas del ICT para profesionalizar al personal. • Aprovechar la tendencia de experiencias participativas para posicionar el proyecto aún sin reconocimiento previo. • Establecer colaboraciones con operadores turísticos para compensar la falta de posicionamiento de marca.
Fortalezas y amenazas (FA)	Debilidades y amenazas (DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar la propuesta gastronómica con elementos culturales y recetas propias ante la presencia de competidores cercanos. • Utilizar alianzas comunitarias para diversificar el enfoque del tour en caso de afectación del cultivo por clima. • Reforzar el valor simbólico del café y la tradición local como estrategia para competir frente a destinos más conocidos. • Diseñar experiencias estables y resilientes que mantengan atractivo el modelo frente a fluctuaciones del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar planes de contingencia financiera que aseguren sostenibilidad ante la estacionalidad del turismo. • Diseñar estrategias de comunicación digital de bajo costo para posicionar el emprendimiento progresivamente. • Desarrollar productos alternativos y talleres culturales que no dependan exclusivamente del café como insumo. • Integrar prácticas agroecológicas y de resiliencia climática para reducir la dependencia de las condiciones externas.

6.2 Estudio tecnológico

6.2.1 TICS y Hardware

En este modelo de emprendimiento, se plantea el uso de herramientas tecnológicas como apoyo fundamental para la organización del negocio, la promoción del servicio y la interacción con los visitantes. Estas soluciones permiten una gestión más ágil, una mayor visibilidad en medios digitales y una experiencia más dinámica para quienes participan del tour.

En primer lugar, se implementará un sistema de reservaciones por internet que permitirá a los clientes agendar su visita fácilmente. Este proceso será complementado con atención directa vía WhatsApp, donde se brindará información personalizada, se podrán resolver dudas y confirmar los espacios disponibles. Además, el proyecto contará con presencia constante en redes sociales como Instagram y Facebook, donde se compartirán fotos y videos de las actividades, los platillos, los espacios del restaurante y aspectos destacados del tour. Esto ayudará a atraer a nuevos visitantes y a posicionar la marca en el entorno local y turístico.

Por otro lado, se colocarán códigos QR en las mesas, mediante los cuales las personas podrán acceder al menú digital, conocer detalles sobre los ingredientes usados, su procedencia local, y leer pequeñas historias o datos curiosos de las recetas. Esta estrategia busca no solo modernizar el servicio, sino también fortalecer el vínculo cultural con los alimentos que se ofrecen.

Finalmente, se promoverá la formación del personal mediante plataformas digitales como INA Virtual, para que el equipo mantenga actualizado sus conocimientos en temas como atención al cliente, sostenibilidad, manipulación de alimentos o herramientas tecnológicas básicas.

Para implementar estas soluciones tecnológicas, se considera necesario contar con el siguiente equipamiento físico:

- Computadora portátil o de escritorio para gestión administrativa, seguimiento de reservas, manejo de inventario y redes sociales.
- Tabletas o teléfonos inteligentes para el uso de WhatsApp Business, toma de pedidos, grabación de contenido digital y soporte de menú interactivo.

- Punto de venta (POS) digital para el control de ventas y cobros, conectado a software de facturación electrónica y registro contable.
- *Router* de internet y repetidores Wi-Fi, que garanticen conectividad estable tanto para la operación interna como para los visitantes.
- Códigos QR impresos en acrílico o material duradero, colocados en cada mesa.
- Pantalla digital o proyector portátil (opcional) para actividades educativas como talleres, catas o presentaciones audiovisuales del proceso cafetalero.

6.2.2 Sostenibilidad

- Eficiencia energética: uso de luces LED, cocinas con gas natural o leña.
- Recolección de aguas llovidas para limpieza de senderos y baños.
- Uso de aguas grises tratadas para riego de plantas y hortalizas.
- Sistemas de compostaje y reciclaje inteligente, integrados con señalización educativa para los visitantes.
- Infraestructura tecnológica de bajo impacto visual y ambiental, respetando el entorno rural de Orosi.

6.3 Estudio de suministros

6.3.1 Vías de acceso

La comunidad de Orosi cuenta con buenas vías de acceso desde Cartago y San José, lo cual facilita el flujo turístico. La carretera principal (Ruta 224) está asfaltada y en condiciones favorables durante todo el año. Además, existen señalizaciones turísticas y transporte público regular, lo que incrementa la accesibilidad. Para tours grupales, hay suficiente espacio en las fincas para establecer parqueos para microbuses y autobuses turísticos, con rutas internas para visitantes con movilidad reducida.

6.3.2 Logística y suministros

Proveedores locales de café, frutas, hortalizas, maíz, harinas, condimentos, miel y lácteos, también se realizaría compra directa en ferias agrícolas, beneficiando al productor rural. Los suministros de cocina y mobiliario rústico adquiridos a artesanos locales y la infraestructura básica de agua potable, electricidad e internet ya disponible en muchas fincas de la zona.

6.3.3 Disponibilidad de proveeduría para productos y servicios

La región de Orosi y el cantón de Paraíso cuentan con una rica oferta agrícola, pecuaria y artesanal que facilita el acceso a insumos frescos y autóctonos. Este entorno permite establecer relaciones directas con pequeños y medianos productores, garantizando calidad, frescura y sostenibilidad en la cadena de suministro. La estrategia será establecer convenios y compras directas, evitando intermediarios para asegurar precios justos y un encadenamiento productivo sostenible con impacto en la comunidad.

Productos disponibles en la zona:

- Café producido en fincas locales como Hacienda Orosi, La Candelilla o productores independientes en La Alegría, Altos de Araya, Guabata, entre otras zonas de Orosi.
- Frutas autóctonas: cas, naranja agria, banano, guayaba, tamarindo, entre otras.
- Verduras y tubérculos: chayote, yuca, tiquizque, papa criolla, ayote sazón, pejibaye.
- Lácteos y huevos: natilla artesanal, quesos y huevos.

Servicios relacionados:

- Proveedores de leña certificada o gas para cocinas.
- Artesanos para vajilla, mantelería y decoración tradicional.

6.3.4 Contratación de talento humano

El talento humano será uno de los pilares del modelo, no solo como fuerza laboral, sino como portadores de saberes tradicionales y experiencia cultural.

Perfil del personal requerido:

- Cocinera tradicional con conocimiento en cocina típica, habilidad para preparar platos caseros y de antaño y conocimiento del origen de los productos.
- Guía de *coffee tour* con dominio básico del inglés, conocimientos sobre historia del café y la zona, manejo de residuos, compostaje, encargado de tienda de souvenirs con experiencia en ventas.
- Mesero o mesera para atención al cliente con buena presencia, conocimiento básico del menú y productos locales y preferiblemente barista certificado por el ICAFE, encargado de mantenimiento y limpieza.

Estrategias de contratación:

- Contratación directa de vecinos del distrito de Orosi, especialmente mujeres y adultos mayores.
- Alianzas con centros de formación técnica como el INA para prácticas profesionales y estudiantes del Colegio Técnico Profesional de Orosi.
- Establecimiento de horarios adecuados y respetando derechos laborales favorables para que puedan optar por capacitación continua en atención al cliente, sostenibilidad y cultura gastronómica.

6.4 Estudio administrativo

Para asegurar la legalidad, sostenibilidad y operatividad del modelo de negocio propuesto un restaurante tradicional con *coffee tour* en una finca cafetalera es imprescindible cumplir con una serie de requisitos establecidos por instituciones estatales costarricenses. A continuación, se detallan los principales trámites y permisos necesarios para el funcionamiento formal de este tipo de emprendimiento en el contexto rural del distrito de Orosi.

6.4.1 Municipalidad

El primer paso para operar legalmente es la obtención de la Patente Municipal Comercial, la cual autoriza el funcionamiento del establecimiento dentro del territorio cantonal correspondiente. Este trámite se realiza ante la Municipalidad de Paraíso, en virtud de que el proyecto se ubica en dicho cantón de la provincia de Cartago. La patente requiere presentar documentos como el uso de suelo compatible, el plano catastrado de la finca, la personería jurídica o cédula física del solicitante, y los dictámenes previos del Ministerio de Salud y el INVU si aplica. El otorgamiento de esta patente permite al negocio figurar formalmente ante las autoridades locales, accediendo a servicios municipales, y pagando los tributos establecidos por ley.

Además, el cumplimiento de las obligaciones municipales demuestra un compromiso con el desarrollo territorial ordenado, lo cual es clave para iniciativas que desean integrarse de manera respetuosa en el entorno rural y generar vínculos con actores comunitarios.

6.4.2 Ministerio de Salud

El proyecto debe contar con el Permiso Sanitario de Funcionamiento, expedido por el área rectora de salud correspondiente. Este permiso es obligatorio para establecimientos que manipulan alimentos, atienden público y realizan actividades turísticas. La evaluación sanitaria considera aspectos como la calidad del agua, condiciones higiénicas de la cocina y comedor, almacenamiento adecuado de materias primas, disposición de residuos sólidos y líquidos, entre otros. Para ello, se deben presentar planos arquitectónicos aprobados, certificado del agua (ya sea del AyA o un pozo debidamente registrado), póliza de riesgos del INS, contrato de manejo de desechos y documentación legal del emprendimiento.

Este permiso no solo habilita al negocio para operar legalmente, sino que garantiza condiciones óptimas para la seguridad alimentaria, la salud de los visitantes y la prevención de riesgos sanitarios. En el contexto de turismo rural, el cumplimiento de esta normativa eleva la confianza del consumidor y la reputación del destino.

6.4.3 Manipulación de alimentos

Todo el personal involucrado en la preparación y manipulación de alimentos debe poseer el Certificado de Manipulación de Alimentos vigente, emitido por instituciones autorizadas como el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) o centros acreditados por el Ministerio de Salud. Este certificado valida que el personal ha recibido formación en temas como higiene, contaminación cruzada, control de temperaturas, manejo de utensilios, enfermedades de transmisión alimentaria, entre otros.

El cumplimiento de esta disposición es crucial para garantizar la inocuidad de los alimentos ofrecidos y reducir los riesgos asociados a malas prácticas higiénicas. Además, capacitar al personal refuerza la profesionalización del equipo de trabajo, fortalece el servicio ofrecido y mejora la percepción del turista respecto a la seriedad del negocio. En emprendimientos gastronómicos que se desarrollan en zonas rurales, este tipo de certificación ayuda a elevar la competitividad del destino y puede ser incluso un requisito indispensable para alianzas con tour-operadores o plataformas digitales de promoción turística.

6.4.4 CCSS

La afiliación a la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) es obligatoria tanto para los dueños del emprendimiento como para todo el personal contratado. Esto incluye inscripción como patrono, aseguramiento de los trabajadores y cumplimiento mensual del pago de cargas sociales. Además de ser un deber legal, este requisito garantiza acceso a servicios de salud, pensiones y otros beneficios para las personas trabajadoras. En términos de sostenibilidad social, operar con todos los empleados debidamente asegurados contribuye a la formalización del empleo rural, promueve condiciones laborales dignas y posiciona al proyecto como una iniciativa responsable y transparente.

6.4.5 Seguros

Además de la cobertura de salud obligatoria, se recomienda contar con una Póliza de Riesgos del Trabajo otorgada por el Instituto Nacional de Seguros, la cual cubre a los trabajadores ante accidentes laborales. También es recomendable obtener un seguro de responsabilidad civil que cubra posibles daños a terceros como a turistas, proveedores u otros visitantes durante la operación del tour o del restaurante.

Este tipo de seguros son esenciales para mitigar riesgos, generar confianza entre los clientes y establecer mecanismos de protección ante eventualidades. En el caso de actividades como recorridos guiados, cocina con fuego, uso de herramientas y atención a grupos, estas pólizas adquieren mayor relevancia como parte de la gestión preventiva.

6.4.6 Ministerio de Hacienda

Para efectos tributarios, el emprendimiento debe inscribirse formalmente ante el Ministerio de Hacienda, en el Registro Único Tributario. Esto implica definir el régimen tributario correspondiente ya sea tradicional o simplificado, declarar el inicio de actividades, emitir comprobantes electrónicos, llevar registros contables adecuados y presentar declaraciones mensuales y anuales de impuestos como IVA, de renta, entre otros.

Este trámite es esencial para operar legalmente en el país, evitar sanciones administrativas y acceder a beneficios fiscales aplicables. Además, un correcto manejo tributario es indispensable para la transparencia financiera del negocio, la credibilidad ante instituciones de crédito y la posibilidad de participar en ferias, convenios o encadenamientos con empresas mayoristas.

6.4.7 Instituto Costarricense de Turismo

Aunque no es obligatorio para todos los emprendimientos turísticos, se recomienda tramitar el Registro Nacional de Turismo ante el Instituto Costarricense de Turismo. Este registro permite acceder a beneficios como promoción en plataformas oficiales del ICT, participación en

ferias, acceso a capacitación, financiamiento preferencial y procesos de certificación como la Certificación para la Sostenibilidad Turística.

Además, este registro formaliza al emprendimiento como parte del ecosistema turístico nacional, generando mayor confianza en operadores, turistas extranjeros y entidades públicas o privadas interesadas en alianzas o encadenamientos productivos. En el caso de un modelo de negocio que integra gastronomía tradicional, *coffee tour* y venta de productos artesanales, la inscripción en el RNT y eventualmente al CST, se alinea con los principios de sostenibilidad, calidad y competitividad que el proyecto promueve.

Requisitos para optar por CST:

1. Información legal y general del emprendimiento:

- Cédula Jurídica (o cédula física si es persona física).
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud (vigente).
- Patente municipal.
- Registro ante la CCSS y póliza del INS para trabajadores.
- Declaración de IVA o evidencia de inscripción tributaria en Hacienda.

2. Documentos de compromiso institucional:

- Política de sostenibilidad del emprendimiento (ambiental, social y económica).
- Declaración de compromiso con la mejora continua en sostenibilidad (firmada por el representante legal).
- Organigrama y descripción de funciones del personal.
- Manuales y protocolos: manipulación de alimentos, atención al cliente, manejo de residuos.

3. Aspectos operativos y técnicos:

- Mapa o croquis del lugar con señalización de áreas operativas y rutas de evacuación.
- Evidencia fotográfica del negocio y sus prácticas sostenibles (compostaje, uso de productos locales, educación ambiental).
- Registro de consumo de recursos (agua, electricidad, gas, etc.) si está disponible.

4. Relación con la comunidad y medio ambiente:

- Evidencia de encadenamientos con productores locales (caficultores, artesanos).
- Pruebas de acciones de educación ambiental o talleres culturales.
- Estrategias de reducción de residuos (ejemplo: compost, reciclaje, eliminación de plásticos de un solo uso).

Otros requisitos importantes

- Participar en el taller de inducción al CST del ICT (presencial o virtual, según disponibilidad).

6.5 Estudio de Impacto Ambiental

Para asegurar que el modelo de negocio propuesto se desarrolle con responsabilidad ambiental, es necesario analizar si el Estudio de Impacto Ambiental, aplica formalmente a este tipo de emprendimiento. En Costa Rica, la obligación de realizar un EIA depende del tipo de actividad, su magnitud, y los posibles efectos sobre los recursos naturales, según lo establece la Secretaría Técnica Nacional Ambiental SETENA.

En el caso de este proyecto, al tratarse de un restaurante de mediana escala integrado a una finca cafetalera ya existente, cuyo enfoque es educativo, turístico y gastronómico, no se requiere obligatoriamente un EIA completo y siempre que no se realicen ampliaciones significativas de infraestructura, ni se afecten cuerpos de agua, áreas boscosas protegidas o territorios indígenas.

Sin embargo, sí se deberá presentar un formulario de viabilidad ambiental simplificada según corresponda, como parte de los trámites ante SETENA.

A pesar de que el proyecto no exige un EIA en su totalidad, se adoptarán medidas voluntarias de protección ambiental, en consonancia con los principios del turismo rural sostenible. Estas acciones incluirán:

- Uso responsable del agua y energía mediante dispositivos ahorradores.
- Manejo adecuado de residuos sólidos con separación de materiales y composta para desechos orgánicos.
- Preferencia por proveedores locales para reducir la huella de carbono.
- Talleres y señalética educativa sobre buenas prácticas ambientales dirigidas a los visitantes.

Además, el modelo buscará integrarse en programas como el CST, lo que refuerza el compromiso del negocio con el ambiente, la comunidad y la eficiencia operativa. El EIA no aplica como requisito obligatorio para este modelo de negocio, pero sí se realizará una gestión ambiental responsable basada en la normativa vigente y en el compromiso ético del emprendimiento con el entorno natural de Orosi.

6.5.1 Acciones ambientales propuestas

- Uso de aguas grises: instalación de un sistema de recolección y tratamiento para reutilizar aguas grises en limpieza de sanitarios y riego.
- Compostaje de residuos orgánicos con el manejo de residuos de cocina y cafetería para fertilizar huertas y jardines.
- Separación de residuos sólidos diferenciado en puntos señalizados, con educación al visitante.
- Cocina eficiente con uso de gas o leña certificada y estufas de bajo consumo.
- Iluminación LED y reducción del consumo eléctrico: utilización de energía de bajo impacto y apagado consciente en áreas no utilizadas.

6.5.2 Educación y mitigación ambiental

Esto se logra mediante la rotulación educativa en áreas verdes, baños y cocina, explicando buenas prácticas, además de talleres o cápsulas informativas durante el *coffee tour* sobre sostenibilidad, manejo del agua, agricultura limpia y biodiversidad, acción comunitaria en campañas de limpieza, huertas comunales y viveros locales.

Se establecerá un sistema de monitoreo ambiental cada seis meses para evaluar el uso de recursos, generación de residuos, consumo energético y agua, además, se llevará un registro de buenas prácticas y se ajustarán procesos según resultados. Este enfoque permitirá postular a certificaciones como el CST (Certificado de Sostenibilidad Turística) del ICT en el mediano plazo.

6.6 Análisis financiero

La viabilidad del restaurante con experiencias de hacienda cafetalera en Orosi, se presenta un análisis financiero básico, enfocado en las posibles fuentes de financiamiento, la planificación por etapas y las estimaciones iniciales de ingresos y gastos. Este análisis permite visualizar los recursos necesarios, los pasos clave para su ejecución y el potencial económico del proyecto.

6.6.1 Fuentes de financiación

Una de las principales vías de financiamiento para la puesta en marcha del restaurante con experiencia cafetalera en Orosi son los préstamos bancarios dirigidos a microempresas y emprendimientos turísticos rurales. En Costa Rica existen entidades que ofrecen condiciones diferenciadas para este tipo de proyectos, especialmente cuando tienen un componente sostenible, cultural o de innovación rural. Entre las instituciones recomendadas destacan:

1. Coopenae R.L.

Esta cooperativa ofrece un crédito especializado para microempresarios rurales, sin necesidad de garantías hipotecarias ni fiadores, por montos de hasta ₡7.000.000. El plazo puede extenderse hasta 60 meses, con tasas de interés promedio que oscilan entre 13% y 15% anual. Este

préstamo incluye periodo de gracia de hasta 3 meses. Coopenae es ideal para pequeños negocios turísticos con arraigo comunitario, dado su enfoque cooperativista y accesibilidad en trámites.

2. Banco Nacional de Costa Rica

A través de su programa BN Desarrollo, este banco brinda financiamiento a emprendimientos con enfoque turístico, productivo o rural. Ofrece créditos con tasas preferenciales (desde 9% anual) y plazos de hasta 180 meses (15 años), dependiendo del tipo de inversión. Este programa puede requerir garantías prendarias o hipotecarias, pero ofrece asesoría técnica, educación financiera y vinculación con programas de incubación.

3. Sistema Banca para el Desarrollo

El SBD canaliza fondos mediante entidades acreditadas (como BNCR, BCR, Coopenae y cooperativas regionales), y se enfoca en apoyar emprendimientos con valor agregado, sostenibles e inclusivos. Ofrece condiciones más flexibles, como períodos de gracia más amplios, bajas tasas de interés (algunas subsidiadas por el Estado) y acompañamiento técnico. Para aplicar se debe presentar un plan de negocios sólido y estar debidamente registrado como microempresa.

4. Fundecooperación para el Desarrollo Sostenible

Esta entidad ofrece créditos verdes para proyectos turísticos que integren criterios de sostenibilidad ambiental y social. El financiamiento puede alcanzar hasta ₡15 millones, con tasas bajas, periodos de gracia, acompañamiento personalizado y posibilidad de combinar con fondos no reembolsables. Es especialmente relevante si el proyecto opta por certificación CST u otros sellos sostenibles.

5. BAC Credomatic – Crédito Mujer Acelerada y Crédito Emprendedor

Esta entidad privada ofrece opciones de financiamiento tanto personales como empresariales, con plazos flexibles de hasta 8 años, tasas competitivas y posibilidad de

precalificación en línea. Se recomienda para proyectos que cuenten con capacidad de pago demostrada o un historial crediticio formal.

El proyecto podría financiarse mediante una combinación de las siguientes fuentes:

- Ahorros personales o familiares: opción común para emprendimientos pequeños o familiares que deseen mantener control directo del negocio.
- Créditos bancarios o microcréditos PYME: entidades como el Banco Nacional, BAC, o Banca para el Desarrollo ofrecen préstamos con condiciones especiales para proyectos turísticos y rurales.
- Apoyo institucional o se puede buscar respaldo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), o programas de “emprendedurismo” rural que impulsan proyectos sostenibles.
- Alianzas con productores o socios locales: mediante acuerdos de participación o comisiones, productores locales podrían colaborar como proveedores y socios estratégicos.

6.6.2 Planificación pre-durante-post ejecución

La etapa pre-ejecución incluye la elaboración del plan de negocios, análisis de mercado, obtención de permisos de salud, patentes, y de la CCSS, búsqueda de financiamiento, definición del menú, diseño del espacio físico y alianzas con productores locales. La etapa de ejecución o apertura se contemplan la construcción o adaptación del local, adquisición de equipo (cocina, mobiliario, utensilios), contratación del personal, campañas de lanzamiento, pruebas del menú y apertura oficial. Y la etapa post-ejecución u operación implica el monitoreo del desempeño del restaurante, evaluación continua de satisfacción del cliente, control de gastos, ajuste de precios o recetas según demanda, expansión del menú y búsqueda de certificaciones en turismo sostenible o gastronomía local.

6.6.3 Estimaciones financieras (ingresos, gastos y presupuestos)

Para valorar la viabilidad económica del restaurante con experiencia cafetalera en Orosi, se realizó una proyección financiera que contempla los ingresos esperados, los gastos fijos y variables mensuales, y una estrategia de financiamiento accesible a través de entidades nacionales.

Se tomó como referencia la línea de crédito empresarial para emprendedores de Coopenae, que otorga hasta ₡7 000 000 sin necesidad de fiador ni hipoteca, bajo condiciones favorables para pequeñas empresas rurales. Financiamiento sugerido por utilizar es Coopenae que ofrece un préstamo para microempresarios con las siguientes condiciones:

- Monto aproximado sin garantía hipotecaria o fiador de hasta ₡7 000 000.
- Tasa de interés promedio entre 13% y 15% anual dependiendo del perfil.
- Plazo de pago hasta 60 meses que serían 5 años.
- Periodo de gracia de 1 a 3 meses negociable.

Si el proyecto requiere una inversión superior a ese monto, se podrá recurrir a un préstamo personal complementario o bien estructurar una alianza con socios estratégicos que aporten capital. Además, el emprendedor cuenta con un fondo propio de ₡3 000 000, proveniente de ahorros personales. Esto fortalece la estructura de financiamiento del proyecto, reduciendo el nivel de endeudamiento externo.

6.6.3.1 Inversión inicial estimada

Basado en el modelo de negocio propuesto, se calcula una inversión inicial aproximada de ₡6 800 000, que incluye:

- Equipamiento de cocina y comedor: ₡1 500 000
- Mobiliario y decoración temática (inspirada en leyendas locales): ₡1 000 000
- Publicidad inicial, presencia digital y campaña de lanzamiento: ₡500 000
- Trámites legales, permisos de operación y seguros: ₡800 000

- Acondicionamiento del espacio físico (rancho rural o local): ¢2 000 000
- Insumos y margen para imprevistos: ¢1 000 000

Este monto se cubre parcialmente con el ahorro personal de ¢3 000 000, y el resto se financiaría mediante el préstamo de Coopenae, sin requerir garantía hipotecaria ni fiador.

6.6.3.2 Proyección de ingresos mensuales

Basado en una proyección de 100 visitantes al mes, y un consumo promedio por visitante de ¢15 000, distribuido entre el *coffee tour*, talleres y comidas, se espera obtener un ingreso mensual promedio de ¢2 400 000. Este ingreso se genera a partir de:

- *Coffee tour* con comida: ¢1 500 000
- Venta de productos locales (café, jaleas, rompo): ¢250 000
- Talleres temáticos y actividades: ¢150 000
- Servicios adicionales de restaurante: ¢500 000

6.6.3.3 Proyección de gastos mensuales

Los costos mensuales operativos se estiman en ¢2 250 000, incluyendo:

- Salarios de 3 colaboradores (¢400 000 cada uno): ¢1 200 000
- Compra mensual de ingredientes e insumos: ¢400 000
- Servicios públicos: ¢200 000
- Publicidad, redes y mantenimiento: ¢350 000
- Transporte y logística: ¢100 000

En caso de que se opte por alquiler de local en lugar de construcción propia, se estima un gasto mensual adicional de ¢250 000, lo cual elevaría los gastos mensuales a ¢2 500 000, aún dentro de una relación saludable frente a los ingresos.

6.6.3.4 Balance mensual y plan de pago:

- Ingreso mensual promedio: ₡2 400 00
- Gastos mensuales (sin alquiler): ₡2 250 000
- Ganancia estimada mensual neta: ₡150 000

El préstamo podría pagarse en cuotas mensuales aproximadas de entre ₡165 000 y ₡190 000, según el plazo acordado. Esto se encuentra dentro de la capacidad de pago del negocio, especialmente si se implementan estrategias de fidelización, alianzas y promoción para aumentar las visitas y el consumo promedio por cliente.

6.7 Análisis económico/social

El restaurante no solo busca ofrecer una propuesta culinaria auténtica y ligada a la identidad costarricense, sino también convertirse en un motor de desarrollo económico y social para la comunidad de Orosi. Esta iniciativa pretende fomentar el empleo local, rescatar la tradición oral y cafetalera; así como integrarse a la oferta turística mediante buenas prácticas de operación alineadas a las políticas del ICT, reglamentos nacionales y lineamientos éticos del turismo sostenible.

6.7.1 Políticas

El proyecto adopta políticas orientadas a fortalecer el vínculo entre lo económico y lo social.

- Política de sostenibilidad: Se promoverá el uso eficiente de recursos naturales, el manejo adecuado de residuos orgánicos y el uso de materiales biodegradables. Esto se vincula con los objetivos del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) promovido por el ICT.
- Política de identidad cultural: El menú y las experiencias se diseñan a partir de la cocina tradicional costarricense, los ingredientes locales y leyendas propias de la zona, como El Salto de la Novia.

- Política de empleo local y género: Se prioriza la contratación de personas vecinas del cantón de Paraíso, especialmente mujeres emprendedoras y personas jóvenes con formación técnica en turismo o gastronomía.
- Política de integración comunitaria: Se crearán alianzas con productores locales, artesanos y otros actores turísticos del área para fomentar el encadenamiento productivo.

6.7.2 Reglamentos

Con el fin de garantizar un servicio de calidad, seguro y alineado con las normativas vigentes en Costa Rica, el restaurante contará con una serie de reglamentos internos que regulan tanto el comportamiento del personal como los procesos de cocina, atención al cliente y respuesta ante emergencias. Estas directrices buscan asegurar una operación ordenada, higiénica y profesional.

6.7.2.1 Reglamento Sanitario del Ministerio de Salud

Todo el personal que manipule alimentos estará en la obligación de contar con su carné de manipulación de alimentos vigente, emitido por una entidad autorizada por el Ministerio de Salud. Este documento no solo acredita que el colaborador ha recibido la capacitación adecuada, sino que también es un requisito indispensable para cumplir con la normativa nacional en materia de inocuidad alimentaria.

Además, deberán observarse prácticas estrictas de higiene personal, incluyendo el uso de uniforme limpio, cabello recogido, uñas cortas y el lavado frecuente de manos. En las áreas de cocina y almacenamiento se mantendrán altos estándares de limpieza, desinfección constante de superficies, y control riguroso en la manipulación de materias primas, utensilios y equipos. Todos los procesos estarán guiados por protocolos que aseguren la trazabilidad y conservación adecuada de los alimentos, desde su recepción hasta el momento del servicio.

6.7.2.2 Reglamento Interno de Trabajo

Este reglamento servirá como marco para establecer la relación entre el restaurante y sus colaboradores. Se incluirán normas claras sobre horarios de entrada y salida, tiempos de descanso, asistencia y puntualidad, así como las responsabilidades específicas de cada puesto. También se definirán los mecanismos para solicitar permisos, reportar ausencias justificadas y los pasos a seguir en caso de faltas disciplinarias. Además, se establecerán derechos y deberes del personal, con el fin de mantener un ambiente laboral respetuoso, justo y colaborativo.

6.7.2.3 Reglamento de Cocina

Dentro de la cocina, se aplicarán reglas estrictas para asegurar una producción gastronómica segura, estandarizada y coherente con la propuesta del restaurante. El uso de ingredientes deberá limitarse a productos frescos y de calidad comprobada, preferiblemente de origen local. Las recetas tradicionales establecidas serán seguidas con precisión para conservar la identidad culinaria del menú. Se controlarán cuidadosamente los tiempos y temperaturas de cocción, el almacenamiento adecuado en refrigeración o congelación, y el uso exclusivo de utensilios limpios y en buen estado. Todo el personal requerirá cumplir con estas normas para evitar contaminaciones cruzadas y garantizar la inocuidad de los platillos.

6.7.2.4 Reglamento de atención al cliente

El personal encargado de atender al público contará con una guía clara que indique cómo brindar una experiencia cálida, respetuosa y eficiente desde el primer contacto con el visitante. El protocolo incluirá desde el saludo inicial, pasando por la toma de pedidos, la entrega de los alimentos, hasta la despedida amable al finalizar el servicio. Se establecerán tiempos máximos de atención, recomendaciones sobre lenguaje corporal, tono de voz, y pautas sobre cómo manejar situaciones delicadas o quejas con empatía y profesionalismo. El objetivo es garantizar una atención coherente, amable y alineada con los valores del proyecto.

6.7.2.5 Reglamento de seguridad y emergencias

Ante cualquier eventualidad, el equipo estará capacitado para actuar de forma organizada y segura. Todo el personal conocerá las rutas de evacuación, los puntos de encuentro, y la ubicación de equipos de seguridad como extintores, botiquines y alarmas. Se brindarán capacitaciones básicas en primeros auxilios, así como simulacros para preparar al equipo frente a eventos como incendios, sismos u otras emergencias. Este reglamento también establecerá quiénes son los responsables de coordinar la evacuación, cómo actuar con personas con movilidad reducida y qué pasos seguir para comunicar la situación a los servicios de emergencia.

6.7.3 Manuales

Se establece una serie de manuales operativos que servirán como herramienta de guía para el equipo de trabajo, estos documentos no solo brindarán instrucciones claras sobre las tareas diarias, sino que también promoverán una cultura de atención profesional, compromiso con la sostenibilidad y respeto por las costumbres y tradiciones locales.

6.7.3.1 Manual sobre buenas prácticas en la manipulación de alimentos

Este documento busca asegurar que la preparación y manejo de los alimentos en el restaurante se realice bajo condiciones que garanticen la salud de los comensales. Todos los trabajadores que estén relacionados con la cocina deberán contar con el carné oficial de manipulación de alimentos, emitido por una entidad autorizada.

El personal será instruido sobre prácticas como el correcto lavado de manos, el uso de implementos protectores como guantes, y la limpieza adecuada de herramientas y superficies. Los productos que necesiten refrigeración se almacenarán a temperaturas entre 0 y 5 grados Celsius. Además, la cocina será desinfectada de forma rutinaria tres veces al día: al comenzar labores, a mitad de jornada y al final del día.

Antes de iniciar el trabajo, se requiere un aseo riguroso de manos, revisar la limpieza personal y vestir uniforme completo y limpio. Durante la operación, se deben registrar las temperaturas tanto de los refrigeradores como de los alimentos durante su preparación. Al cerrar, se hace limpieza profunda, se descartan residuos orgánicos y se lleva un control del inventario usado.

Todo el personal involucrado en la preparación, manipulación y servicio de alimentos debe contar con un carné vigente de manipulación de alimentos, expedido por una autoridad competente. Asimismo, se impartirá capacitación periódica al equipo sobre temas esenciales como el lavado correcto de manos, el uso de guantes, el control de temperaturas y la desinfección constante de superficies y utensilios.

Los productos perecederos deberán mantenerse bajo refrigeración en un rango de temperatura entre los 0 y los 5 grados Celsius. Además, las áreas de cocina se someterán a una limpieza sistemática al menos tres veces al día, a fin de mantener un ambiente sanitario y adecuado para el trabajo alimentario.

6.7.3.2 Manual interno del personal y recursos humanos

Este documento sirve como marco de referencia para orientar la conducta, las obligaciones y los derechos de quienes forman parte del equipo de trabajo del restaurante y del *coffee tour*. En él se especifican los horarios laborales, los roles asignados según la función (ya sea en cocina, servicio al cliente o guiado turístico) y las políticas internas relacionadas con la puntualidad, el respeto, la solicitud de permisos y el cumplimiento de normas básicas de convivencia.

También se incluyen disposiciones sobre vacaciones, licencias médicas, medidas disciplinarias y códigos de ética profesional. Se promueve un ambiente laboral que fomente el respeto mutuo, la equidad de género, la responsabilidad ambiental y el compromiso con la identidad cultural de la región de Orosí. Los nuevos colaboradores recibirán una inducción formal al momento de su incorporación, donde se les presentará el reglamento institucional y se establecerán claramente las expectativas de su puesto.

6.7.3.3 Manual de cocina tradicional y creativa

Este manual tiene como propósito conservar la riqueza gastronómica costarricense a través del uso de ingredientes autóctonos y técnicas tradicionales, al tiempo que se impulsa la creatividad en la elaboración de nuevos platillos y bebidas inspiradas en el café.

Se hace énfasis en el uso exclusivo de productos frescos, locales y de temporada, como el café, el pejibaye, el plátano, el cas, la yuca y otros insumos representativos de la zona. Las recetas del menú oficial se respetarán con rigurosidad, salvo en aquellos casos donde sea necesario hacer ajustes por razones de estacionalidad o escasez de ciertos ingredientes.

El enfoque culinario combina lo tradicional con lo innovador, permitiendo al visitante experimentar sabores únicos y al mismo tiempo conocer la historia y el valor simbólico de la cocina rural costarricense.

6.7.3.4 Manual de atención al cliente con enfoque cultural

La experiencia del visitante es uno de los pilares fundamentales de este proyecto. Por ello, este manual establece las bases para brindar un servicio cálido, auténtico y cercano, donde se valore la cultura local y se propicie un ambiente de hospitalidad genuina. La atención al cliente debe realizarse de forma respetuosa y empática, adaptándose a las necesidades de diversos públicos, incluyendo personas mayores, familias, estudiantes y turistas internacionales. Además, se fomenta la construcción de relaciones de confianza con el visitante, promoviendo el regreso y la recomendación del establecimiento como una experiencia memorable.

6.7.3.5 Manual de seguridad y gestión de emergencias

Este documento busca prevenir riesgos y garantizar una respuesta organizada en caso de presentarse situaciones de emergencia dentro del restaurante o durante el desarrollo del *coffee tour*. Para ello, se establecen lineamientos generales sobre seguridad laboral, evacuación y primeros auxilios.

Se identifican claramente las rutas de evacuación en todas las instalaciones, y el personal será capacitado en el uso básico de extintores y en la atención primaria ante incidentes como caídas, cortaduras o quemaduras. También se considera la necesidad de efectuar simulacros de evacuación dos veces al año, con el fin de fortalecer la preparación del equipo ante eventualidades como incendios o sismos. El compromiso con la seguridad es parte de la responsabilidad social del proyecto, y su aplicación efectiva ayuda a generar confianza tanto en los colaboradores como en los visitantes.

6.7.4 Protocolos

6.7.4.1 Protocolo de atención al visitante

- Saludo cordial al llegar.
- Asignación de guía o encargado según la actividad.
- Explicación clara del itinerario.
- Seguimiento de satisfacción al final del servicio.
- Despedida amable con invitación a regresar.

6.7.4.2 Protocolo de atención en caso de emergencias

- Identificación de salidas de emergencia.
- Número de contacto del servicio médico local.
- Capacitación del personal en primeros auxilios.
- Puntos de reunión seguros.
- Bitácora de incidentes.

6.7.4.3 Protocolo COVID-19 o enfermedades emergentes

- Limpieza constante de mesas, baños y utensilios.
- Estaciones de alcohol en gel en puntos estratégicos.
- Capacitación en síntomas y medidas de prevención.

- Uso voluntario de mascarilla si se requiere por el Ministerio de Salud.
- Aviso visible con medidas sanitarias actuales.

6.7.4.4 Protocolo de uso del equipo y herramientas

- Inspección diaria de herramientas antes del uso.
- Capacitación al personal sobre uso seguro.
- Reglas de mantenimiento y almacenamiento.
- Registro de fallas o daños.
- Responsable asignado por cada área de trabajo.

6.7.4.5 Protocolo de compra a proveedores locales

- Selección de proveedores verificados de la zona.
- Contratos simples o acuerdos de palabra formalizados.
- Revisión semanal de calidad y frescura de productos.
- Pagos puntuales y condiciones claras.
- Rotación equitativa entre varios productores locales.

6.7.5 Plan de operación turística

El plan de operación del restaurante se ha estructurado tomando como referencia las buenas prácticas de emprendimientos exitosos del turismo rural costarricense, y se adapta a las necesidades del contexto local en Orosi, Cartago. Su propósito es asegurar una experiencia integral, sostenible y culturalmente auténtica tanto para visitantes nacionales como extranjeros. El restaurante ofrecerá sus servicios de jueves a domingo, en un horario de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. Este rango fue definido tras analizar el comportamiento de la demanda turística en la zona y busca concentrar la operación en los días de mayor afluencia. Además, el establecimiento abrirá en días feriados y se adaptará a fechas especiales o festividades locales, como el Día del Café o actividades tradicionales de la comunidad. Esta flexibilidad fortalecerá el vínculo con los eventos culturales del entorno y dinamizar el turismo rural.

Más allá del servicio de alimentación, se desarrollará una propuesta turística completa. Se integrarán talleres vivenciales como la elaboración de tortillas palmeadas, preparación de empanadas tradicionales, y “catación” de café de la región. Asimismo, se organizarán recorridos cortos por cafetales, donde se explicará el cultivo del café, su historia en Orosi y su relación con las leyendas locales. Estas actividades permitirán al visitante involucrarse activamente con la cultura rural, fomentando el aprendizaje y el disfrute.

El modelo de operación incorpora activamente a emprendedores y productores locales, especialmente mujeres. Esto se llevará a cabo mediante la compra directa de productos agrícolas, postres artesanales y bebidas tradicionales elaboradas por miembros de la comunidad. También se incluirá la venta de artesanías y souvenirs fabricados localmente, como bolsas de café, manualidades con motivos folclóricos y productos naturales. Estos encadenamientos fomentan la economía local, generan empleo y aumentan la autenticidad de la experiencia turística.

El menú del restaurante será rotativo por temporada, lo que derivará en adaptarse a la disponibilidad de frutas, verduras y productos agrícolas de la zona. Esta estrategia no solo reduce costos operativos y el desperdicio alimentario, sino que también promueve el consumo responsable, el respeto por el ciclo agrícola y la cocina de raíz campesina. En épocas secas, se priorizarán ingredientes como el chayote, el maíz y el café; mientras que en época de lluvia se integrarán frutas tropicales y tubérculos de temporada.

La promoción del restaurante se desarrollará a través de una estrategia de bajo costo y alto impacto, enfocada en redes sociales como Facebook e Instagram, donde se compartirán fotografías de los platillos, testimonios de visitantes, leyendas locales y detalles de los talleres. Asimismo, se buscarán alianzas con operadores turísticos locales, hoteles rurales, tour operadores especializados en turismo gastronómico, y plataformas digitales de turismo interno. La participación en ferias gastronómicas regionales y mercados locales también será clave para dar a conocer el proyecto y fortalecer su posicionamiento en el mercado turístico costarricense.

6.8 Análisis técnico

6.8.1 Descripción del producto turístico

El producto turístico propuesto consiste en un restaurante temático ubicado en Orosi, Cartago, que integra una experiencia gastronómica basada en la cocina costarricense tradicional con actividades asociadas al café, como un *coffee tour*, talleres culinarios y venta de productos locales. El concepto está inspirado en la leyenda del Salto de la Novia, por lo cual su diseño arquitectónico, decoración e identidad visual estarán impregnados de elementos culturales, naturales y míticos del valle.

El visitante podrá degustar platos típicos, recorrer un cafetal, aprender sobre el proceso del café, participar en la elaboración de recetas tradicionales, comprar productos artesanales y conocer prácticas sostenibles como el compostaje y el uso de huertas orgánicas.

6.8.2 Confirmación de la prefactibilidad

La propuesta ha sido validada mediante encuestas a 66 personas y entrevistas a actores locales clave, demostrando una alta aceptación del modelo de negocio. El 98.5% de los encuestados indicó su disposición a pagar por un menú tradicional en una finca cafetalera, y el 97% expresó interés en combinar el *coffee tour* con gastronomía. El entorno natural, cultural y productivo de Orosi favorece el desarrollo del proyecto. La prefactibilidad técnica y de mercado ha sido confirmada, aunque se requiere gestión institucional para resolver aspectos de infraestructura vial y coordinación local.

6.8.3 Confirmación del financiamiento

Para hacer realidad este proyecto turístico en Orosi, se ha considerado un enfoque flexible en cuanto a la obtención de recursos. La inversión inicial estimada ronda los ₡6.800.000 colones, una cifra que puede cubrirse mediante una combinación de recursos personales, préstamos y apoyo

institucional, dependiendo del perfil del emprendedor. Una primera opción sería el uso de ahorros propios o familiares, lo cual da mayor independencia a la hora de tomar decisiones.

Además, se reduce el riesgo financiero externo y permite avanzar de forma más rápida en las etapas iniciales del negocio, como la compra de mobiliario, equipo de cocina o materiales para talleres. También se ha valorado la posibilidad de acudir a líneas de crédito que ofrecen entidades como el Banco Nacional, Banco de Costa Rica, BAC San José o Coopenae, entre otras entidades, especialmente aquellas ligadas a programas para pequeñas empresas.

Algunas de estas instituciones cuentan con condiciones especiales para emprendimientos ubicados en zonas rurales o que promueven la sostenibilidad y el turismo cultural, como en este caso. Por otro lado, existen instituciones públicas como el ICT o INA que ofrecen apoyo en forma de asesorías, capacitaciones y, en algunos casos, fondos no reembolsables para proyectos que ayuden a fortalecer el turismo local y la cultura costarricense. Aprovechar estos programas puede ser clave para reforzar áreas como el servicio al cliente, la manipulación de alimentos o el diseño de la experiencia del visitante.

Una alternativa complementaria sería establecer alianzas con productores y artesanos de la zona para trabajar en consignación o mediante intercambios. Esto no solo disminuye los gastos iniciales, sino que también promueve una economía local más colaborativa. Este proyecto es viable desde el punto de vista financiero, pues se adapta bien a distintas fuentes de financiamiento disponibles en el país. Además, está alineado con los objetivos de instituciones que apoyan el desarrollo turístico rural, lo cual le otorga un respaldo importante para su ejecución.

6.8.4 Confirmación del planeamiento pre-ejecución

Se ha previsto un plan de ejecución dividido en etapas: diseño arquitectónico temático, permisos legales, contratación de personal, habilitación del cafetal para el tour, instalación de composteras y huerta, capacitación en hospitalidad y sostenibilidad, desarrollo del menú e identidad visual. Se contará con un cronograma detallado y plan de compras para cada fase. Las

alianzas con proveedores locales y centros educativos ya se encuentran iniciadas como parte del trabajo de vinculación territorial.

6.8.5 Simulacros de puesta en marcha

Antes de abrir oficialmente al público, se realizarán pruebas operativas y simulacros con invitados controlados (estudiantes de turismo, vecinos, *influencers* locales) para evaluar la efectividad de los recorridos guiados, los tiempos de atención en el restaurante, la funcionalidad de los talleres, el sistema de venta en el mercadito y el impacto de las prácticas sostenibles.

Estos ejercicios permitirán realizar ajustes, capacitar al personal en condiciones reales y afinar la experiencia del visitante.

6.8.6 Controles

Se establecerán indicadores técnicos y administrativos para evaluar el desempeño del proyecto: satisfacción del cliente, retorno económico, calidad del servicio, participación local, cantidad de residuos reciclados o compostados, uso de productos locales, entre otros. Además, se implementarán protocolos de higiene, atención al cliente, manejo de alimentos y emergencias, así como bitácoras de mantenimiento y reportes mensuales para análisis gerencial. Esto permitirá aplicar mejoras continuas y garantizar la sostenibilidad del negocio.

6.9 Propuesta de Anteproyecto:

6.9.1 Nombre y Logo

Salto de la Novia: “Café y leyenda”



Fuente: Elaboración propia

6.9.2 Misión

Ofrecer a los visitantes una experiencia turística integral que combine la riqueza gastronómica costarricense con la cultura cafetalera de Orosi, promoviendo la sostenibilidad, la identidad local y el desarrollo rural.

6.9.3 Visión

Ser un referente nacional en turismo gastronómico y de experiencia cafetalera, destacando por su autenticidad, respeto por la cultura local y compromiso con el medio ambiente.

6.9.4 Valores

- Autenticidad
- Hospitalidad
- Respeto por la cultura y el ambiente
- Trabajo colaborativo
- Innovación con identidad
- Compromiso con la comunidad

6.9.5 Sostenibilidad

El anteproyecto promueve el uso de ingredientes locales, prácticas de bajo impacto ambiental, reciclaje, educación ambiental para el visitante y alianzas con productores rurales, siguiendo los lineamientos del ICT y los principios del turismo sostenible.

6.9.6 Menú de gastronomía costarricense y tradición cafetalera

La creación del menú no es un ejercicio técnico o únicamente gastronómico, es una expresión íntima de la historia, las raíces y un profundo amor por la cocina costarricense, especialmente la cocina campesina con identidad cafetalera.

Esta propuesta nace desde las memorias más queridas, desde las tardes en casa de la bisabuelita de la estudiante creadora de esta investigación y propuesta. Asimismo, de los almuerzos cocinados con amor por su padre, quien heredó el arte culinario de la abuela paterna, de raíces chiricanas. Creció viendo cómo se preparaban con orgullo los tamales de arroz, una receta que hoy se está perdiendo, y que desea preservar para días especiales.

El menú representa ese homenaje a sus orígenes y a las mujeres y hombres que cocinan con alma. Busca que cada visitante no solo coma, sino que sienta que viaje con el paladar, que recuerde, que descubra, que se conecte con una Costa Rica profunda, sabrosa, emocional y auténtica.

La propuesta fusiona la cocina tradicional costarricense con el mundo del café no como simple maridaje, sino como protagonista. Como barista apasionada, encuentra en el café no solo sabor, sino poesía. Existe una fascinación en prepararlo con métodos de infusión como la “vandola”, la prensa francesa o el “chorreador” de tela, porque en cada uno de ellos se libera el alma del grano y su historia.

En esta cocina, el café será ingrediente central se integrará a salsas, postres, bebidas y rituales de mesa. Se espera que el visitante no solo lo deguste, sino que lo descubra en nuevas formas, que reconozca sus aromas, lo sienta en texturas y lo valore como símbolo de identidad costarricense.

- Platos seleccionados de una tradición con alma

Cada receta fue seleccionada con un propósito emocional, cultural y sensorial. Algunas son heredadas de la familia, otras reinterpretadas con respeto a la tradición, y todas integradas en una experiencia coherente con la visión del proyecto.

1. Olla de carne:

Inspirada en los almuerzos familiares, será preparada a fuego lento con ingredientes frescos como yuca, tacaco, plátano, chayote, elote, ñampí, tiquisque y camote. Incorporará técnicas campesinas, como cocción en olla de hierro o barro, dependiendo de la disponibilidad. Este platillo será una experiencia para compartir en mesa, como en las casas de antes.

2. Casado tradicional con carne, pollo o pescado:

Servido en hoja de plátano o vajilla artesanal, reflejará la cotidianidad rural costarricense. Sus acompañamientos incluirán picadillos autóctonos y ensaladas frescas con ingredientes de huerta.

3. Gallina achiotada y tamales de arroz (por encargo):

Recetas familiares de tradición chiricana y costarricense que serán parte de menús especiales por temporada o eventos, para mantener viva la cocina de las abuelas.

4. Empanadas, chorreadas y tortillas palmeadas

Elaboradas en tiempo real, como parte de talleres o experiencia vivencial. Rellenos de chiverre, frijol molido o queso. Las tortillas, algunas con queso y otras sin él, serán cocinadas en comal y ofrecidas con natilla artesanal.

5. Arroz con leche con salsa de café y naranja agria

Postre reinterpretado con una reducción de café de la finca y ralladura de cítricos, para darle profundidad aromática y equilibrio entre dulzor y acidez.

6. Rompopo artesanal con café y chayote (receta original)

Inspirado en la cocina de aprovechamiento y en la fusión de ingredientes locales. Esta bebida será el sello como emprendedora gastronómica: una mezcla de tradición, innovación y sorpresa. Será embotellada artesanalmente y vendida como souvenir gastronómico.

7. Bebidas a base de café y frutas de temporada

Desde cafés chorreados, o en métodos, hasta limonadas de cas con café, pasando por café frío con romero o jengibre. Se ofrecerán también jugos naturales de frutas locales, integrando el concepto de sostenibilidad. El menú incluirá platillos como:

- Casado tradicional con carne, pollo o pescado
- Olla de carne (chayote, papa, tacaco, yuca, plátano, elote, ñampí, tiquisque, camote)
- Empanadas
- Tortillas palmeadas con y sin queso
- Arroz con leche
- Café servido de forma tradicional
- Postres con salsa de café y frutas de temporada
- Bebidas naturales (cas, naranja, banano, frutas de temporada)
- Bebidas frías y calientes a base de café
- Rompopo artesanal (café – chayote)
- Gallina achiotada y tamales de arroz (por encargo o días especiales que lo ameriten)

6.9.6 Propósito de la experiencia gastronómica

El menú propuesto tiene como objetivo generar una vivencia auténtica y significativa para cada visitante. No se trata únicamente de ofrecer alimentos, sino de provocar emociones, recuerdos e identidad a través de cada platillo servido.

- Cultura viva: La intención es que cada bocado represente una parte del alma costarricense, permitiendo al visitante experimentar la tradición culinaria como una historia viva y palpitante que se honra en la mesa.

- **Identidad cafetalera:** El café no se limita a ser una bebida acompañante, sino que se incorpora como símbolo de trabajo, herencia y orgullo nacional. Cada preparación busca resaltar su importancia en la cultura y economía local.
- **Sabores con memoria:** Se pretende despertar sentimientos de nostalgia y conexión emocional. Que los sabores evoquen a la abuela, a la cocina del campo, a las raíces familiares que tantas veces se expresan en un simple plato de comida.
- **Compromiso con la sostenibilidad:** Todos los ingredientes utilizados son frescos, locales y de temporada, seleccionados bajo criterios éticos que promueven la economía circular, el consumo responsable y el respeto por la tierra.
- **Experiencia participativa y educativa:** Se invita al visitante no solo a degustar, sino a involucrarse activamente en el proceso culinario. Ya sea aprendiendo a palmar tortillas, conversando sobre el origen del café o conociendo la historia detrás de una receta.

Este menú no es una propuesta rígida. Por el contrario, evolucionará constantemente a partir de la participación de la comunidad, los ciclos agrícolas, las ideas de los visitantes y los saberes de los productores locales. La cocina que se plantea es, sobre todo, un homenaje al padre, a la bisabuela, a los caficultores de Orosi y a la Costa Rica auténtica que se desea preservar.

6.9.7 Operación del *coffee tour*

La ejecución del *coffee tour* que forma parte del modelo turístico propuesto en Orosi se inspira en prácticas aplicadas por emprendimientos consolidados en Costa Rica como El Trapiche Tour en Monteverde, Hacienda Doka en Alajuela, Hacienda Espíritu Santo en Naranjo y Café Britt en Heredia. La intención es replicar su enfoque experiencial, pero adaptado a un contexto rural con fuerte identidad local. El recorrido será desarrollado dentro del mismo espacio físico donde se ubica el restaurante, e incluirá senderos breves por cafetales de muestra, estaciones educativas con equipos artesanales para el beneficiado del café, espacios para talleres de “catación” y degustación,

así como áreas temáticas donde se contarán leyendas locales como el Salto de la Novia. Este diseño busca conectar a los visitantes con la cultura cafetalera mediante una vivencia multisensorial.

La experiencia será conducida por guías capacitados en interpretación del patrimonio y atención al cliente, quienes también recibirán formación en historia del café y leyendas de la región. Se ofrecerán dos salidas diarias (mañana y tarde), con duración promedio de una hora. Esta programación permite atender un flujo de aproximadamente cien personas por mes, manteniendo la calidad y personalización del servicio.

El tour incluirá, como valor agregado, una comida típica al finalizar la actividad, utilizando ingredientes tradicionales de la zona. Además, se promoverá la venta de productos locales como café artesanal, jaleas, mieles, rompopo y artículos hechos a mano por emprendedores del cantón, fomentando así los encadenamientos productivos. La operación se regirá por un sistema de reservas anticipadas y registro interno de participantes. Cada estación tendrá protocolos claros en cuanto a seguridad, higiene y uso de materiales. Se llevará un registro mensual de visitantes, comentarios y mejoras, lo cual permitirá ajustar la oferta con base en la retroalimentación del público.

Finalmente, este *coffee tour* estará alineado con principios de sostenibilidad. Se implementarán prácticas como la reutilización de residuos de café, uso de utensilios biodegradables y promoción activa de los valores culturales de la comunidad, consolidando así un producto turístico con sentido social, educativo y ambiental.

6.9.8 Esquema básico de costos

Tabla N° 4

Inversión inicial (Costos fijos de arranque)

Concepto	€Monto estimado	Observación
Acondicionamiento del local (pintura, instalaciones eléctricas, agua potable)	2 000 000	Incluye área de cocina, comedor, zona de talleres

Equipamiento de cocina (hornillas, sartenes, ollas, horno)	1 500 000	Herramientas básicas para menú típico
Mobiliario comedor y taller (mesas, sillas, poyos de madera)	1 000 000	Mobiliario rústico acorde a temática cafetalera
Decoración temática y rotulación (leyendas, salto de la novia, elementos rurales)	500 000	Basado en la identidad cultural del lugar
Menaje (vajilla, cristalería, utensilios de servir)	300 000	Para al menos 50 comensales
Permisos legales y patentes (salud, hacienda, CCSS, municipalidad)	800 000	Incluye trámites iniciales
Campaña de lanzamiento y marketing (redes, brochures, web)	500 000	Publicidad local y digital inicial
Insumos iniciales e imprevistos	1 000 000	Incluye margen para eventos no previstos

Tabla N° 5

Costos operativos mensuales (Gastos fijos y variables)

Concepto	€Monto Estimado	Observación
Salarios (3 personas a €400,000 c/u)	1 200 000	Cocinero, guía, auxiliar
Compra de ingredientes (comida típica y recetas con café)	400 000	Basado en canasta básica y café
Servicios básicos (agua, luz, internet, gas)	200 000	Aproximado rural
Publicidad continua y redes sociales	150 000	Diseño y publicaciones
Mantenimiento, limpieza e insumos varios	200 000	Utensilios, papel, desinfectantes
Transporte/logística	100 000	Insumos, materiales talleres

Tabla N° 6

Proyección de ingresos mensuales

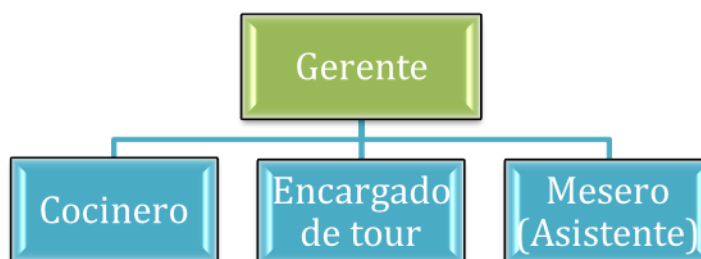
Actividad	₡ Precio unitario	Visitantes al mes	Total estimado
Tour de café y comida	15 000	100	1 500 000
Venta de productos locales (café, miel, jaleas)	5 000	50	250 000
Talleres culturales (cocina, “catación”)	5 000	30	150 000
Almuerzos y cenas adicionales	5 000	100	500 000

Tabla N° 7

Resumen financiero anual

Concepto	Monto anual en colones
Inversión inicial	6 800 000
Ingresos brutos estimados	28 800 000
Gastos operativos anuales	27 000 000
Ganancia neta estimada	1 800 000
Tiempo de recuperación	12 meses

6.9.9 Organigrama y perfil del puesto



El modelo organizacional propuesto contempla una estructura operativa reducida pero estratégica, orientada a garantizar la eficiencia, la atención personalizada y la experiencia integral del visitante. Cada puesto responde a funciones clave que permiten el funcionamiento armónico del restaurante y el desarrollo del *coffee tour* como producto turístico vivencial.

1. Dirección general del proyecto o emprendedor

- Liderar y supervisar la operación general del restaurante y del *coffee tour*.
- Definir los objetivos estratégicos del proyecto a corto, mediano y largo plazo.
- Coordinar la gestión administrativa, contable y legal del emprendimiento.
- Negociar con proveedores, aliados institucionales y entes reguladores.
- Desarrollar alianzas comerciales y campañas promocionales.
- Monitorear la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Perfil deseado:

- Experiencia en gestión de proyectos turísticos o gastronómicos.
- Conocimientos básicos en administración, contabilidad y mercadeo digital.
- Habilidades de liderazgo, toma de decisiones y comunicación efectiva.

2. Responsable de cocina y preparación gastronómica

- Elaborar y presentar los platillos del menú diario, respetando recetas tradicionales y creativas basadas en café y productos locales.
- Gestionar el inventario de ingredientes e insumos de cocina.
- Cumplir con las normativas de inocuidad y buenas prácticas de manufactura.
- Coordinar talleres de cocina tradicional cuando se integren a la experiencia.
- Supervisar la limpieza y el orden del área de cocina.

Perfil deseado:

- Formación en gastronomía tradicional o experiencia comprobada en cocina costarricense.
- Conocimientos en manipulación higiénica de alimentos y carné vigente.
- Pasión por la cultura culinaria local y disposición al trabajo en equipo.

3. Encargado de experiencias y servicio al cliente

- Guiar al visitante durante el *coffee tour*, compartiendo historia, técnicas y leyendas del café costarricense.
- Coordinar talleres culturales o demostrativos (chorreado de café, elaboración de tortillas, entre otros).
- Fomentar prácticas sostenibles, como compostaje, agricultura orgánica o reciclaje.
- Atender dudas, comentarios y brindar información turística complementaria.
- Apoyar la venta de productos como café tostado, artesanías o souvenirs.

Perfil deseado:

- Conocimientos en interpretación cultural, guía turística o educación ambiental.
- Excelente manejo del trato al público y disposición para interactuar con grupos diversos.
- Idioma inglés básico-intermedio como valor agregado.

4. Mesero y asistente operativo

- Atender mesas, tomar órdenes y servir platillos y bebidas con cortesía y agilidad.
- Apoyar la limpieza y montaje del comedor antes, durante y después del servicio.
- Colaborar en la logística de atención en eventos grupales o actividades especiales.
- Dar soporte tanto en la cocina como en el *coffee tour*, según necesidad operativa.
- Identificar sugerencias de los clientes y comunicar oportunidades de mejora.

Perfil deseado:

- Habilidades en servicio al cliente y atención de alimentos y bebidas.
- Actitud proactiva y colaborativa.
- Conocimiento básico de las recetas ofrecidas y capacidad de recomendación al cliente.

6.9.10 Marketing turístico del proyecto

Una propuesta gastronómica con identidad no solo debe centrarse en ofrecer buena comida o una experiencia turística diferente. También necesita saberse comunicar con autenticidad y de

manera creativa, sin que esto represente una carga financiera importante. Por eso, el marketing del proyecto se plantea desde las 4P clásicas del marketing, adaptadas a la realidad de un emprendimiento local y rural.

6.9.10.1 Producto

Lo que se ofrece aquí no es únicamente un menú, sino una vivencia. Se trata de un restaurante con alma rural, donde el visitante no solo come, sino que conecta con las raíces costarricenses a través de los sabores, los aromas del café, los paisajes del cafetal y la historia que se respira en cada rincón. La propuesta gira en torno a lo auténtico, lo hecho en casa, lo que representa la identidad gastronómica de la zona y memorable de tiempos de antaño.

6.9.10.2 Precio

Los precios han sido pensados para que tanto el turista nacional como el extranjero sientan que lo recibido vale más de lo que pagan. Son precios razonables, acordes al esfuerzo implicado en ofrecer un servicio de calidad, sin dejar de ser accesibles. La idea es lograr equilibrio entre cubrir costos, garantizar la sostenibilidad del negocio y ofrecer una experiencia que realmente deje huella en quien la viva.

6.9.10.3 Plaza

La ubicación física en una zona de alta riqueza natural y cultural se complementa con una fuerte presencia digital. La intención es que el restaurante no solo se encuentre en un mapa físico, sino también en los motores de búsqueda, redes sociales, plataformas de viajes y canales de mensajería directa. De esta manera, cualquier persona puede saber cómo llegar, qué esperar y cómo reservar, sin necesidad de costosas plataformas o campañas masivas.

6.9.10.4 Promoción

Se estableció una inversión inicial de ₡400.000 colones para dar a conocer el restaurante, por lo cual las acciones deben ser estratégicas, accesibles y bien dirigidas. La promoción se enfocará en herramientas digitales gratuitas o de bajo costo que permitan alcanzar al público correcto con contenido auténtico y atractivo.

Algunas de las acciones previstas incluyen:

- Crear perfiles activos en redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, con contenido visual que muestre lo que hace único al restaurante: la comida, la historia, el paisaje, las personas que lo hacen posible.
- Usar fotografías y videos reales, sin ediciones costosas, que transmitan calidez, sencillez y cercanía.
- Invitar a personas con buen alcance en redes (como guías turísticos, estudiantes o vecinos) a vivir la experiencia y compartirla orgánicamente.
- Participar en ferias comunitarias, ferias de emprendedores o actividades culturales, llevando una muestra del menú y compartiendo volantes sencillos con código QR.
- Colocar señalización clara en puntos estratégicos del anillo turístico de Orosi, con diseños atractivos pero económicos.

El enfoque es aprovechar al máximo los recursos disponibles, priorizando la creatividad, la colaboración local y el uso inteligente de lo digital, sin depender de campañas costosas. Lo pretendido es generar cercanía con el visitante, lograr que el restaurante se recomiende de boca en boca, y que cada cliente se convierta en un promotor natural de la experiencia.

Referencias Bibliográficas

- Blanco, M. y Riveros, H. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios Agrarios*. p. 11 -15.
- Brasil Food Safaris. (2024). Etiopía: Origen del Café. Recuperado de <https://brasilfoodsafaris.com/es/?expedicoes=cafe-africa-gastronomia>. p. 2.
- Café Britt. (2023). Britt *Coffee tour*: La experiencia original del café costarricense. Recuperado de <https://www.cafebritt.com/pages/about-britt-coffee-tour-the-pioneer-experience-in-costa-rican-coffee-tours>. p. 2.
- Café Britt. (2024). Descubriendo el mundo del café: 30 años de historia. Recuperado de <https://www.cafebritt.com/blogs/journey-to-origin/looking-back-on-30-years-coffee-costa-rica-and-pura-vida>. p. 3.
- Castillo, M., y Fernández, L. (2020). *Fundamentos metodológicos en la investigación aplicada*. Editorial Científica Global. p. 112.
- Castro, R. y Rodríguez, L. (2017). Cultura gastronómica y globalización en Costa Rica. Universidad Nacional, p. 73.
- Cordero, L. (2021). Gastronomía costarricense en el contexto turístico: Retos y oportunidades. *Revista de Estudios Turísticos*, p. 143.
- Chavarría, C. R. 2009. Estudio sobre turismo rural en Costa Rica. Documento de trabajo. San José, Costa Rica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). 1-43 pp.
- FAO. (2019). *Café y desarrollo rural sostenible en América Latina*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. p. 44.
- Fernández, R. (2022). Metodología de investigación: Fuentes y análisis de información secundaria. Editorial Universitaria. p. 18.
- Foodie Tours. (2020). Turismo Agro-Gastronómico en Costa Rica. p. 3-4.
- Gómez, S., y Martínez, F. (2020). Turismo y biodiversidad en Costa Rica: Oportunidades en el distrito de Orosi. *Ecoturismo y Desarrollo*, p. 78.
- González, R., y Pérez, M. (2020). *Fundamentos de metodología de la investigación aplicada*. Editorial Científica Latinoamericana. p. 45.
- Guier Serrano, E., y Quesada Castro, R. (2018). Ambiente y turismo sostenible (p. 150). Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Hacienda Doka. (2024). Nuestros Tours – Hacienda Doka CR. Recuperado de <https://haciendadoka.cr/pages/nuestros-tours>. p. 2.
- Hacienda Doka. (2024). La Mejor Experiencia de Café en Costa Rica - Hacienda Doka. Recuperado de <https://haciendadoka.cr/pages/tour-de-cafe-hacienda-doka-la-mejor-experiencia-de-cafe-en-costa-rica>. p. 3.

- Hernández Castro, G. (2018). Gestión de calidad en las empresas turísticas sostenibles (p. 92). Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Hernández, J. (2022). La influencia de la gastronomía en el turismo cultural costarricense. Editorial Costa Rica, p. 50.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill Education, p.382
- Hisrich, R., y Peters, M. (2014). Emprendimiento. McGraw-Hill Education. p. 29.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2019). Informe sobre el turismo rural y la gastronomía en Costa Rica. San José: ICT. p. 25.
- ICAFFE. (2020). El café en Costa Rica: historia, producción y turismo. Instituto del Café de Costa Rica. p. 18.
- ICT (2020). Informe sobre turismo en Costa Rica. Instituto Costarricense de Turismo, p. 10.
- ICT. (2023). Estrategia de turismo gastronómico sostenible de Costa Rica. Instituto Costarricense de Turismo. p. 12.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2021). Informe anual sobre el turismo en Costa Rica. San José, Costa Rica: ICT, p. 37.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2021). Informe sobre gastronomía y turismo en Costa Rica. ICT, p. 46.
- Instituto del Café de Costa Rica. (s.f.). Orosi. <https://www.icafe.cr/nuestro-cafe/regiones-cafetaleras/orosi/>
- Jaramillo, C. (2022). El turismo cafetero: ¿una forma de promover el relevo generacional? Perfect Daily Grind. p. 5.
- Jiménez, G. y Vargas, M. (2019). Turismo y desarrollo gastronómico en zonas cafetaleras. Editorial Académica, p. 58.
- Jiménez, R. (2020). Turismo rural y sostenibilidad en Costa Rica. Editorial Costa Rica, p. 110.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing (12.ª ed.). Pearson. p. 186.
- Lamb, C., Hair, J., y McDaniel, C. (2015). Marketing (11.ª ed.). Cengage Learning. p. 174.
- Lavazza. (2024). La ceremonia del café en Eritrea y Etiopía - Rituales y tradición. Recuperado de <https://www.lavazzausa.com/es/mas-que-cafe/ceremonia-del-cafe-en-eritrea-y-etiofia-rituales-y-tradicion>. p. 3.
- López, C. y Ramírez, E. (2018). Impacto del turismo gastronómico en zonas rurales. Ediciones Económicas, p. 67.
- López, F., y Ramírez, E. (2018). Cultura y cocina en los tours rurales de Costa Rica: El caso de Orosi. Turismo y Sociedad, p. 120.

- López, R., y Ramírez, C. (2018). Estrategias sostenibles en turismo gastronómico: El caso de Costa Rica. San José: Editorial Universitaria. p. 67.
- López, R., y Fernández, M. (2019). Técnicas de muestreo en investigación social y científica. Editorial Académica. p. 72.
- López, J. (2020). Tendencias del turismo en Costa Rica: Análisis de estadías y gastos de los visitantes. Editorial Universidad de Costa Rica, p. 29.
- López, M. (2020). Metodología de la investigación: Fundamentos y aplicaciones. Ediciones Científicas Universitarias. p. 47.
- López, A., y Márquez, F. (2021). Metodología de la investigación: Técnicas y herramientas para el análisis de datos. Editorial Científica Global. p. 178.
- Martínez, P., y Rodríguez, J. (2019). El proceso investigativo y sus etapas clave. Editorial Académica Hispanoamericana. p. 23.
- Ministerio de Cultura y Juventud. (2022). Identidad cultural costarricense: una aproximación educativa. p. 5.
- Montanari, M. (2011). La comida como cultura. Tusquets Editores. p. 9.
- Molina, T. (2020). Turismo, sostenibilidad y gastronomía en Costa Rica. Universidad de Costa Rica, p. 88.
- Morales, P. (2019). La integración del café y la gastronomía en el turismo rural costarricense. Revista Turrialba Viva, 7(2), p. 32.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2010). Turismo y Atenuación de la Pobreza. Madrid: OMT. p. 9.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2021). El turismo gastronómico como motor del desarrollo económico. Informe global, p. 30.
- Pérez, J., y Gómez, A. (2021). *Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Ediciones Académicas Latinoamericanas. p. 89.
- Ramírez, L. (2021). Técnicas de muestreo en estudios cualitativos y cuantitativos. Ediciones Académicas Globales. p. 87.
- Ramírez, J. (2021). Metodología de la investigación: Fuentes y técnicas de recolección de datos. Editorial Académica. p. 5.
- Ramírez, J. (2021). Fundamentos de estadística aplicada a la investigación. Editorial Universitaria. p. 33.
- Ramírez, C., y Torres, L. (2022). Diseño y aplicación de instrumentos en la investigación social. Ediciones Académicas Latinoamericanas. p. 214.
- Rojas, J. y Fernández, L. (2020). Principios y estrategias en investigación científica. Editorial Académica. p. 63

- Sandoval, J., y Méndez, L. (2021). Métodos de investigación en ciencias sociales y turismo. Editorial Académica. (p. 83).
- Sánchez, V. (2015). Turismo y café: una combinación rentable. Ediciones del Valle, p. 33.
- Soto, F., y Pérez, M. (2020). Gastronomía rural y sostenibilidad: Un enfoque para el turismo en Costa Rica. Revista de Turismo y Desarrollo, p. 76- 78.
- Taylor, S. J., y Bogdan, R. (1994). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados. Paidós. p. 87.
- Torres, A., y Gutiérrez, C. (2020). Métodos de muestreo y análisis estadístico en ciencias sociales. Ediciones Científicas
- UNESCO. (2001). Universal Declaration on Cultural Diversity. p. 3.
- UNWTO. (2018). Tourism and Culture Synergies. Organización Mundial del Turismo. p. 26.
- UNWTO. (2019). Gastronomy tourism: an opportunity for development. World Tourism Organization, p. 54.
- Vargas, M., y Jiménez, L. (2020). Turismo rural y gastronomía en Costa Rica: Un análisis de su impacto económico y cultural. Revista Centroamericana de Turismo Sostenible, 12(3), p. 45.
- Villa, J. (2011). Revitalización de fincas cafetaleras por medio del turismo. p. 15.

ANEXOS

Anexo #1 Formulario de encuesta- Público en general

Link de respaldo de fuente primaria:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdUSDIfztJtuw5kISktDaHnk0DHjU5rea3et0lCyeIqAPiGIg/viewform?usp=header>

Anexo# 2 Formulario de entrevista 1 - Jesús Coto

Link de respaldo de fuente primaria:

https://drive.google.com/file/d/1UMPn4aBvLgx7fIO6M-x0Gf7OtaG1EsA8/view?usp=drive_link

Anexo#3 Formulario de entrevista 2 - Rosa Coto Picado

Link de respaldo de fuente primaria:

https://drive.google.com/file/d/1UNwIY9yDNyBySNbgpjJLmp78RSRR0d6i/view?usp=drive_link

Anexo #4 Formulario de entrevista 3 – David Sanabria Chaves

Link de respaldo de fuente primaria:

https://drive.google.com/file/d/1UWDbfCH4wRNvDIERAwm4Q8u4Dqy3hCsy/view?usp=drive_link

UIA
Encuesta para Seminario Tesina
Estudiante: Katherine Bermudez Quesada
Año: 2025

Tema:

Modelo de negocio para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* que celebre la cocina típica costarricense, en el distrito de Oroquieta del cantón de Paraíso, Cartago, II Cuatrimestre 2025

Indicaciones: Marque con una 'X' la opción que considere adecuada para cada pregunta.

1. ¿Conoce usted el distrito de Oroquieta en Cartago?

Sí No

2. ¿Ha visitado alguna vez una finca cafetalera en Costa Rica?

Sí No

3. ¿Ha participado en un *coffee tour*?

Sí No

4. ¿Le gustaría realizar un *coffee tour* que incluya una experiencia gastronómica?

Sí No

5. ¿Considera interesante visitar un Restaurante que ofrezca recorridos guiados sobre el café?

Sí No

6. ¿Disfruta conocer la gastronomía tradicional costarricense cuando viaja? Seleccione los tipos que le gustaría:

Gallo pinto

Casado con carne, pollo o pescado

Olla de carne

Picadillos (pejibaye, papa con carne, papaya)

Tamal tradicional

Tortilla con queso

Chorreadas con natilla

Arroz con leche

Corte carne bañado en salsa de café

Empanadas

7. Seleccione ingredientes locales que le gustaría degustar en los platillos de nuestro menú:

- Café
- Tacaco
- Cas
- Pejibaye
- Elote
- Chayote

8. ¿Le llama la atención un menú donde el café sea parte de las recetas (comidas, postres o bebidas)?

- Sí No

9. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por un menú tradicional costarricense dentro de una finca cafetalera?

- Sí No

10. ¿Le gustaría comprar productos artesanales y locales (como café, miel o jaleas) en un mercadito dentro de una finca?

- Sí No

11. ¿Considera atractiva la idea de participar en talleres para aprender a preparar platillos típicos como tortillas o gallo pinto?

- Sí No

12. ¿Preferiría esta experiencia en lugar de visitar restaurantes de comida rápida durante su paseo turístico?

- Sí No

13. ¿Cree usted que este tipo de experiencia turística podría ayudar al desarrollo económico de comunidades rurales como Orosi?

- Sí No

UIA
Entrevista a Empresa Privada del Sector Turismo en Orosi
Estudiante: Katherine Bermudez Quesada
Año: 2025

Tema:

Modelo de negocio para un restaurante con experiencias de hacienda cafetalera y *coffee tour* que celebre la cocina típica costarricense, en el distrito de Orosi del cantón de Paraíso, Cartago, II Cuatrimestre 2025

Productor local: Jesús Coto (Café Don Enrique)

Restaurante o emprendimiento turístico local: Doña Rosa Coto (Orosi al Natural Spa)

Experiencia en hotelería y restaurantes: David Sanabria (Pizzería Il Giardino)

Objetivo de la entrevista: Conocer su visión sobre el emprendimiento gastronómico propuesto, el entorno turístico local y la percepción de viabilidad del modelo de negocio.

1. ¿Cómo describiría usted el desarrollo actual del turismo en la zona de Orosi?
2. ¿Considera que existe un interés creciente por parte de los turistas hacia experiencias que integren cultura, gastronomía y naturaleza?
3. ¿Qué tan factible cree usted que sería implementar un restaurante con temática de hacienda cafetalera que ofrezca comida típica costarricense?
4. Desde su experiencia como empresario local, ¿qué factores considera clave para el éxito de un proyecto de este tipo en Orosi?
5. ¿Cuál ha sido el papel de los productos locales (como el café, miel, frutas, entre otros) en el crecimiento de su negocio o los de la zona?
6. ¿Estaría usted dispuesto a colaborar o promover este tipo de emprendimientos como parte del desarrollo turístico regional?

Formularios requeridos para llevar a cabo el proceso del modelo de negocio:

Ilustración N° 1

Uso de suelo

	MUNICIPALIDAD DE PARAÍSO PLANIFICACIÓN URBANA TELÉFONOS: 2220-8713 / 2220-8745	
SOLICITUD DE USO DE SUELO		
DOCUMENTO NO. _____		FECHA: _____
Solicitante: _____ No. Identificación: _____ Firma: _____ Propietario Registral: _____ No. Identificación: _____ Firma: _____		
PARA NOTIFICACIONES		
Teléfono: _____		Correo electrónico: _____
DATOS DE LA PROPIEDAD		
Finca Folio Real: _____		Plano de Catastro: _____
Distrito: _____		Dirección exacta: _____
USO SOLICITADO		
Especifique: _____		
Con el fin de: () Patente () Construcción () Remodelación () Ampliación () Restauración		
PARA USO EXCLUSIVO DEL DEPARTAMENTO		
OBSERVACIONES: _____		

Fecha: _____		Ing. Ernesto Alvarado Solano, Planificador Urbano
Requisitos: Copia del Plano de Catastro y solicitud de uso de suelo, debidamente llena.		

Fuente: Municipalidad de Paraíso

Ilustración N° 2

Requisitos permisos de construcción



MUNICIPALIDAD DE PARAISO

DEPARTAMENTO DE INGENIERIA

TEL: 2574-7811 / 2575-7812. Ext. 145, 112, 115, 118.

MUNICIPALIDAD DE PARAÍSO

Departamento de Ingeniería

Requisitos para Permisos de Construcción:

- 1- Plano de Catastro visado por la Municipalidad.
- 2- Contrato de Consultoría del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos de Costa Rica (CFIA)
- 3- Certificación Literal de la propiedad.
- 4- Certificación de Uso de suelo.
- 5- Estar al día en el pago de sus obligaciones con la Caja Costarricense de Seguro Social, de conformidad con el artículo 74 de la Ley Constitutiva de la C.C.S.S.
- 6- Si el solicitante no es dueño de la propiedad o la propiedad está inscrita en varios derechos (dueños), presentar certificación literal de todos los derechos y autorización de todos los otros derechos (dueños) autenticada por un abogado.
- 7- Si el propietario y o el solicitante son personas jurídicas, presentar: Personería Jurídica.
- 8- Estar al día con los tributos y servicios municipales. Y cuando corresponda debe tener efectuada la declaración de Bienes Inmuebles.
- 9- Si el agua potable no es Municipal aportar Disponibilidad de agua de la ASADA.
- 10- Visto bueno del Centro de Cultura y Patrimonio del Ministerio de Cultura y Juventud, en caso de propiedades Declaradas de Patrimonio Arqueológico, Histórico, Indígena o Cultural.
- 11- Declaratoria de Interés Social para viviendas de Interés Social (Ley 7052) cuando aplique.
- 12- Viabilidad ambiental emitida SETENA, cuando las obras sobrepasan los 500 m² de área de construcción.
- 13- Donde exista Red de Aguas Negras debe adjuntar la disponibilidad del servicio.
- 14- Indicar en el plano la distancia de la construcción en relación con carreteras, calles y camino de la Red Vial Cantonal.
- 15- Deberá aportar el alineamiento en los siguientes casos: (marcada en planos de catastro y láminas del proyecto).
 - Frente a carretera nacional: Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT)
 - Colindantes o cercanos a ríos, lagos y quebradas: Dirección de Urbanismo (INVU)
 - Frente a línea férrea: Instituto Costarricense de Ferrocarriles (INCOFER)
 - Frente a líneas de transmisión eléctrica: Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) o JASEC.
 - Frente a pozos, nacientes o humedales: MINAET
 - Frente a poliducto: RECOPE

Fuente: Municipalidad de Paraiso

Ilustración N° 3

Formulario de patente comercial



Paraíso, Cantón Turístico
Municipalidad de Paraíso
Telfs.: 2574 7812 ó 2574 7811

05

Fecha: _____

Patente Comercial (Solicitudes Nuevas, Traspaso, Traslados y Eliminación)

Trámite a Solicitar: 05 Solicitud 55 Traspaso 56 Traslado 57 Eliminación 58 Cambio de Actividad

Solicitante: _____ Cédula N° _____

Representante Legal (En caso de Persona Jurídica): _____ Cédula N° _____

Dirección para Notificaciones: _____

Teléfono: _____ Celular: _____

Correo Electrónico: _____

Patrono: Sí No Pertenece al Régimen Tributario: Simplificado Tradicional

Datos del Cedente (EN CASO DE TRASPASOS)

Nombre del Cedente: _____ Cédula N° _____

Representante Legal (En caso de Persona Jurídica): _____ Cédula N° _____

Dirección para Notificaciones: _____

Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____ Firma: _____

Datos del Dueño de la Propiedad

Nombre del Propietario: _____ Cédula N° _____

Representante Legal (En caso de Persona Jurídica): _____ Cédula N° _____

Dirección para Notificaciones: _____

Profesión del propietario: _____

Teléfono: _____ Celular: _____

Correo Electrónico: _____ Firma: _____

Datos del Local (INFORMACIÓN PARA EL CAMBIO DE USO DE SUELO)

Nombre Comercial del Negocio o Local: _____

Se solicita patente para (actividad específica): _____

Provincia: _____ Cantón : _____ Distrito: _____

Dirección exacta del Local sitio: _____

Latitud: _____ Longitud: _____

Coordenada X: _____ Coordenada Y: _____

Teléfono: _____ Distrito: _____

Número de Plano de Catastro: _____ Propiedad N°: _____

Duplicado: _____ Horizontal: _____ Derecho: _____

Estado actual del local: Nuevo () Remodelado () Ampliado ()


Declaración Jurada

Nosotros, los abajo firmantes, de calidades antes mencionadas, aperecidos de las penas con que se castiga los delitos de falso testimonio y perjurio, declaramos bajo fé de juramento que la información que indicamos es verdadera.

Firma del solicitante: _____ Firma del (de los) Dueño(s) de la propiedad: _____

Ilustración N° 4

Formulario Unificado de Solicitud de Permiso

 FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO. <i>(No dejar espacios en blanco, escribir claro en letra imprenta o de molde, sin tachaduras)</i>	
A. INFORMACIÓN RELATIVA A LA ACTIVIDAD PARA LA CUAL SE SOLICITA PERMISO.	
1 TIPO DE PERMISO SOLICITADO:	Permiso sanitario de funcionamiento (X) Permiso de habilitación ()
2 MOTIVO DE PRESENTACIÓN:	Primera vez (X) Renovación ()
3 NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: (No utilice abreviaturas ni símbolos)	
4 CÓDIGO CAECR DE LA(S) ACTIVIDAD(ES) PRINCIPAL(ES):	5 CÓDIGO(S) CAECR DE LA(S) ACTIVIDAD(ES) ACCESORIA(S):
6 GRUPO DE RIESGO A () B () C ()	
7 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD(ES) PRINCIPAL(ES):	
8 DESCRIPCIÓN DE LA(S) ACTIVIDAD(ES) ACCESORIA(S):	
9 TELÉFONO(S):	10 FAX:
11 APARTADO POSTAL:	
12 CORREO ELECTRÓNICO:	13 HORARIO DE TRABAJO:
14 INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES EN ESTABLECIMIENTOS:	
15 PROVINCIA:	16 CANTÓN:
17 DISTRITO:	
18 SEÑAS ESPECÍFICAS:	
19 GEORREFERENCIACION SEGÚN PROYECCION CRTM05	19a Coordenada X (seis dígitos):
	19b Coordenada Y (siete dígitos):
20 ÁREA DEL ESTABLECIMIENTO (En metros cuadrados):	21 TOTAL DE PERSONAS USUARIAS
	22 TOTAL DE PERSONAS TRABAJADORAS:
23 EN EL ESTABLECIMIENTO SE UTILIZARÁ O EXPENDERÁ: a. Gas licuado de petróleo (GLP) Sí () No () b. Gas Natural Licuado (GNL) Sí () No ()	
24 INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES EN UNIDADES MÓVILES DE SERVICIOS DE SALUD:	
25 TIPO: Vehículo () Remolque ()	26 DESPLAZAMIENTO: Terrestre () Acuático () Aéreo ()
27 PLACA:	28 MARCA:
29 MODELO:	30 AÑO:
B. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE.	
31 NOMBRE DEL SOLICITANTE (Persona física o razón social):	32 No. DE IDENTIFICACIÓN:
33 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL (Solo en caso de persona jurídica):	34 No. DE IDENTIFICACIÓN:
35 CORREO ELECTRÓNICO:	36 TELÉFONO(S):
37 APARTADO POSTAL:	38 FAX:
39 MEDIO DE NOTIFICACIÓN:	
40 FIRMA DEL SOLICITANTE O DE SU PRESENTANTE LEGAL:	41 AUTENTICACIÓN:

C. INFORMACIÓN DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO O UNIDAD MÓVIL DE SERVICIOS DE SALUD.			
42	NOMBRE DEL PROPIETARIO (Persona física o razón social):		43 No. DE IDENTIFICACIÓN:
44	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL (Solo en caso de persona jurídica):		45 No. DE IDENTIFICACIÓN:
46	CORREO ELECTRÓNICO:	47	APARTADO POSTAL:
48	TELÉFONO:	49 FAX:	50 MEDIO DE NOTIFICACIÓN:
D. INFORMACIÓN ADICIONAL PARA EL CASO DE LOS SERVICIOS DE SALUD.			
51	NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO:		
52	No. DE IDENTIFICACIÓN:	53 PROFESIÓN:	54 CÓDIGO PROFESIONAL:
55	CORREO ELECTRÓNICO:	56	APARTADO POSTAL:
57	TELÉFONO:	58 FAX:	59 MEDIO DE NOTIFICACIÓN:
E. PARA USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD.			
60	CÓDIGO CIU.4 VERIFICADO Actividad Principal:	61	CÓDIGO(S) CIU.4 VERIFICADO Actividad(es) Accesorias:
62	GRUPO DE RIESGO A () B () C ()		
63	REQUISITOS DE LA SOLICITUD: La solicitud cumple con todos los requisitos dispuestos en el reglamento vigente para el tipo de permiso solicitado: Sí () NO ()		
64	Nº DE SOLICITUD:	67	SELLO:
65	FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:		
66	FECHA Y HORA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:		
F. USO EXCLUSIVO PARA SOLICITUDES DEL PERMISO POR PRIMERA VEZ PARA TODAS LAS ACTIVIDADES Y SOLICITUDES DE RENOVACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL GRUPO C.			
<p>El presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS constituirá el certificado del permiso.</p>	 PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD		
	No. _____		
	FECHA: ____/____/____		
	Tiene validez de ____ año(s).		
	Fecha vencimiento: ____/____/____		
Funcionario que aprueba la solicitud: _____			
Firma: _____			
SELLO			

Fuente: Ministerio de Salud

Ilustración N° 5

Instructivo para llenar el formulario de solicitud de permiso

ÍTEM	EXPLICACIÓN
1	<p>Marcar con una “X” la casilla correspondiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permiso sanitario de funcionamiento: para actividades industriales, comerciales y de servicios. - Permiso de habilitación: para servicios de salud.
2	<p>Marcar con una “X” la casilla correspondiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por primera vez: Aplica para actividades que nunca han tenido permiso anteriormente, o que tenían permiso y se venció antes de su renovación. - Renovación: aplica para las actividades que cuentan actualmente con un permiso vigente y está próximo a su vencimiento.
3	<p>Anotar claramente el nombre del establecimiento para la cual solicita el permiso, el nombre que se consigne en este espacio será el que aparezca en el certificado del permiso. No corresponde al nombre de la razón social. No utilizar abreviaturas ni símbolos.</p>
4	<p>Anotar el número de código CIU de la o las actividades principales, utilizando como referencia la Clasificación de Actividades Económicas de Costa Rica (CAECR) el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que está disponible en el sitio web www.ministeriodesalud.go.cr. En caso de dudas debe consultar en la DARS correspondiente. En el caso de las solicitudes de permiso de habilitación solamente se permite consignar una actividad principal.</p>

5	Anotar el número de código CIU de la o las actividades accesorias, utilizando como referencia la Clasificación de Actividades Económicas de Costa Rica (CAECR) el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que está disponible en el sitio web www.ministeriodesalud.go.cr . En caso de dudas debe consultar en la DARS correspondiente. En el caso se las solicitudes de permiso habilitación solamente se NO pueden consignar actividades accesorias.
6	Marcar con una “x” la Casilla del grupo de riesgo al que pertenece la actividad principal .
7, 8	1. Mencione de forma breve las actividades que se desarrollarán, de ser necesario puede utilizar hojas adicionales.
9, 10, 11, 12	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para la actividad.
13	Anotar la hora de inicio y cierre de trabajo en el establecimiento. En caso de funcionamiento ininterrumpido indique 24h/7d.
14	Los datos de esta sección se deben llenar solo para las solicitudes de establecimientos, en caso de no ser así indique “N/A” en cada una de las casillas.
15, 16, 17, 18	Anote de acuerdo con la división territorial vigente, el nombre de la provincia, cantón y distrito donde se ubica el establecimiento. NO UTILICE CÓDIGOS, NI NÚMEROS, NI ABREVIATURAS, NI PALABRAS COMO CENTRAL, PRIMERO, SEGUNDO, ETC. Seguido anotar claramente la dirección del establecimiento, señalando calles, avenidas, nombre del barrio y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente el establecimiento.
19	La CRTM05 (Proyección Transversal de Mercator) es la proyección oficial para Costa Rica. En la “Coordenada X” o “Longitud Oeste”, se debe ingresar un total de seis dígitos y la “Coordenada Y” o “Latitud Norte”, se debe ingresar un total de siete dígitos . Estas mediciones se pueden hacer directamente si se cuenta con el equipo correspondiente, caso

	contrario se debe hacer la conversión respectiva; se debe consultar la página web: https://www.snitcr.go.cr/ y utilizar la herramienta de conversión.
20	Anotar el tamaño en metros cuadrados del establecimiento.
21	Indicar el número de personas que asisten al establecimiento en calidad de usuarios (aplica en caso de sitios de reunión pública o cualquier otro establecimiento donde acudan personas para recibir un servicio). No incluye los trabajadores
22	Anotar el número total de personas trabajadoras que laboran al mismo tiempo en el establecimiento.
23	Indicar si en el establecimiento se utilizará o expenderá cualquiera de las sustancias mencionadas.
24	Los datos de esta sección se deben llenar solo para las solicitudes de unidades móviles de servicios de salud, en caso de no ser así indique “N/A” en cada una de las casillas.
ÍTEM	EXPLICACIÓN
25, 26, 27, 28, 29, 30	Indique los datos que permitan identificar al vehículo.
31	Anotar el nombre completo de la persona física o razón social (persona jurídica) que solicita el permiso.
32	En caso de personas físicas, anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del solicitante. En caso de una persona jurídica, anotar el número de cédula jurídica.

33	Anotar el nombre completo de la persona física que sea el representante legal, solamente aplica en los casos que el solicitante sea una persona jurídica.
34	Anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del representante legal.
35, 36, 37, 38	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para el solicitante o su representante legal.
39	Indique cual es el medio elegido para ser notificado de cualquier acto administrativo: correo electrónico, teléfono, apartado postal, fax o en el establecimiento.
40, 41	En este espacio se debe consignar la firma de persona física o jurídica de la persona interesada en desarrollar la actividad. En caso de que no sea el solicitante o su representante legal quien presente la solicitud, esta firma debe ser autenticada por un abogado.
42	Anotar el nombre completo de la persona física o razón social (persona jurídica) que sea el propietario del establecimiento o unidad móvil de servicios de salud para la que se solicita el permiso.
43	<p>En caso de que el propietario sea una persona física, anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del solicitante.</p> <p>En caso de una persona jurídica, anotar el número de cédula jurídica.</p>
44	Anotar el nombre completo de la persona física que sea el representante legal, solamente aplica en los casos que el propietario sea una persona jurídica.
45	Anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del representante legal.

46, 47, 48, 49	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para el propietario o su representante legal.
50	Indique cual es el medio elegido para ser notificado de cualquier acto administrativo: correo electrónico, teléfono, apartado postal, fax o en el establecimiento.
51	Anotar el nombre completo de la persona física que asumirá la responsabilidad del desarrollo y coordinación de las labores asistenciales en el servicio de salud.
52	Anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del responsable técnico del servicio de salud.
53, 54	Anotar la profesión que ejercer el responsable técnico en el servicio de salud y el código asignado por el colegio profesional respectivo.
55, 56, 57, 58	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para el responsable técnico del servicio de salud.
59	Indique cual es el medio elegido para ser notificado de cualquier acto administrativo: correo electrónico, teléfono, apartado postal, fax o en el establecimiento.
60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67	Casillas de uso exclusivo para el funcionario del Ministerio de Salud que recibe el trámite”

Fuente: Ministerio de Salud

Ilustración N° 6

Declaración jurada para trámites de solicitud de permisos por primera vez

“DECLARACIÓN JURADA PARA TRÁMITES DE SOLICITUD DE PERMISOS POR PRIMERA VEZ.”

Yo: _____ con domicilio en la _____
 provincia: _____, cantón: _____
 representante legal () de la de la persona jurídica _____ cédula jurídica _____
 unidad móvil de servicios de salud con placa: _____

Otras que demarca: modelo incurso en el delito de perjurio sancionado con pena de prisión según el Código Penal de Costa Rica, lo siguiente:

Primero. — Que soy propietario, o bien mi representada es propietaria, del mencionado establecimiento o vehículo que servirá para desarrollar la actividad descrita anteriormente, o en su defecto doy fe que cuento con la autorización del propietario para desarrollar la actividad descrita y tengo los documentos que así lo comprueban.

Segundo. — Que la información que contiene el formulario unificado de solicitud de permiso que adjunto a esta declaración es verdadera.

Tercero. - Que previo a la presentación de esta solicitud he gestionado el cumplimiento de las siguientes condiciones, que aplican según el tipo de permiso solicitado y la actividad a desarrollar:

- a. Documento municipal sobre uso de suelo N° _____ otorgada por la Municipalidad de _____, emitida el día _____ del mes de _____ del año _____. (únicamente para actividades industriales).
- b. Permiso de ubicación (para las actividades de plantas de tratamiento de aguas residuales, cementerios, rellenos sanitarios, coíncineración de residuos ordinarios, bodegas de agroquímicos, según oficio N° _____ autorizado por la DRRS o la DARS del Ministerio de Salud, emitido el día _____ del mes de _____ del año _____. (Únicamente para aquellas actividades reguladas mediante reglamentos específicos).
- b. Viabilidad ambiental N° _____ emitida por la SETENA, el día _____ del mes de _____ del año _____. (Únicamente para aquellas actividades que se desarrollarán en obras o edificaciones nuevas que previamente no hayan tenido permiso para actividades en ellas).
- d. Contrato N° _____ asignado por el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos, para el trámite digital de los planos de construcción del establecimiento. Además, todas las observaciones han sido subsanadas. (Para construcciones nuevas, modificaciones o ampliaciones).
- e. Resolución No. _____ de la concesión de aprovechamiento del agua emitida por la Dirección de Aguas del MINAE, el día _____ del mes de _____ del año _____ y por un periodo de _____ años.

Fuente: Ministerio de Salud

Ilustración N° 7*Formulario de Solicitud de Carné de Manipulación de Alimentos para Servicios de Alimentación al Público*
**MINISTERIO
DE SALUD**
**GOBIERNO
DE COSTA RICA**
**Formulario de Solicitud del Carné de Manipulación de Alimentos para
Servicios de Alimentación al Público**

Nombre: _____

Dirección domicilio: _____

Número de documento de identificación: _____

Fecha recibida _____

Trámite por (marcar con X): Primera vez: ____ Renovación: ____

En caso de renovación anotar la Dirección Área Rectora de Salud en que solicitó el carné por primera vez: _____

Firma: _____

**PARA SER LLENADO ÚNICAMENTE POR EL FUNCIONARIO DE LA DIRECCIÓN DEL ÁREA
RECTORA DE SALUD:**

Esta lista detalla los aspectos que se deben verificar a la hora de recibir una la solicitud

para trámite de obtención del carné para manipuladores de alimentos. Coloque

una X en la casilla correspondiente si cumple o no con el requisito solicitado

REQUISITOS DE LA SOLICITUD PARA EMISIÓN DEL CARNÉ

Nº	REQUISITO SOLICITADO	ASPECTO VERIFICAR	A	SI	NO
1	Primera vez: Certificado de aprobación del curso de manipulación de alimentos	Presenta original y fotocopia del certificado de aprobación del curso de manipulación de alimentos.			
	Renovación: Certificado de aprobación de curso de actualización	Presenta original y fotocopia del certificado de aprobación del curso de manipulación de alimentos			
2	Documento de identificación vigente	Original y fotocopia del documento de identificación.			
3	Fotografía tamaño pasaporte reciente (no más de un año)	Presenta una fotografía tamaño pasaporte para pegar al respectivo carné			
4	Comprobante de pago	Presenta copia comprobante de pago emitido por el banco			

Fuente: Ministerio de Salud

Ilustración N° 8

Solicitud de Inscripción/Reanudación Patronal



Solicitud de Inscripción / Reanudación Patronal Caja Costarricense de Seguro Social PATRONO PERSONA FÍSICA

Fecha: _____

Señores

Caja Costarricense de Seguro Social

Presente

Yo _____, con número de identificación _____, solicito la inscripción (), reanudación () patronal en la Caja Costarricense de Seguro Social, por la actividad económica de

El centro de trabajo se ubica en

El nombre comercial del negocio es:

_____ y tiene el número telefónico _____, fax _____, correo electrónico _____.

Señalo el siguiente medio o lugar para recibir notificaciones:

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

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

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

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

Firma del patrono _____

Número de Identificación _____

Tel. Habitación _____ Número Celular _____
 Dirección casa de habitación del patrono: _____

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

Fuente: Caja Costarricense de Seguro Social



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

Póliza N°

	T. (1)	NACIONALIDAD	Nº IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	F. NACIMIENTO	SEXO	T. (2)	SALARIO MENSUAL	DÍAS	HORAS	OCCUPACIÓN
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													
20													
TOTAL DE TRABAJADORES								TOTAL DE SALARIOS:					

Codificación:

- (1) Tipos de Identificación: TI; CN = Cédula Nacional, DL = DIMEX, NP = Número de Pasaporte, NT = Permiso de Trabajo
- (2) Tipos de Jornada (TJ): TC = Tiempo Completo, TM = Tiempo Medio, CO = Ocasional contratación por días, CH = Ocasional contratación por horas
- (3) Sexo: M=Masculino, F=Femenino

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

 Firma del Tomador del Seguro o Representante:

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

Ilustración N° 10

Póliza de Responsabilidad Civil

DESCUENTOS Y RECARGOS POR SINIESTRALIDAD

Se aplicarán descuentos a la prima por siniestralidad a partir del cuarto protocolo asegurado, siempre y cuando hayan transcurrido 3 años desde el primer aseguramiento de protocolos por parte del Asegurado con el Instituto. De igual forma se aplicarán recargos a la prima posterior a ese mismo periodo. Los factores de descuento y recargo se detallan en la siguiente tabla:

% Siniestralidad		Descuento	Recargo
De 0%	a 15%	15%	--
Más de 15%	a 30%	10%	--
Más de 30%	a 45%	5%	--
Más de 45% a 60%	--- Más de 60% a 85%	--	10%
Más de 85% a 100%	-- 15%	--	20%

- Solicitud de aseguramiento debidamente cumplimentada.
 - Cuestionario para Investigación Biomédica debidamente cumplimentado.
 - Protocolo del estudio a asegurar.
 - Copia de la carta modelo de consentimiento de participación y de liberación de responsabilidades de cada uno de los participantes en el estudio.
 - Perfil del Patrocinador y currículum del Investigador y su equipo de investigación así como cualquier otro personal involucrado en la ejecución de la investigación.
 - Certificación de aprobación del protocolo emitida por el Comité Ético Científico -CEC- (*).
 - Formulario C onozca a su Cliente para personas físicas y/o jurídicas (para clientes nuevos) y las actualizaciones respectivas para clientes vigentes.
- (*) Los estudios en Fase I deben presentar la aprobación por parte del CEC del Ministerio de Salud, adicionalmente, deben presentar mediante una nota escrita, sellada y firmada, la opinión favorable del estudio por parte de un médico oficialmente reconocido y adscrito a cualquiera de los CEC legalmente establecidos.
- La solicitud de seguro que cumpla con todos los requisitos del Asegurador deberá ser aceptada o rechazada por éste dentro de un plazo máximo de treinta días naturales, contando a partir de la fecha de su recibo. Si el asegurador no se pronuncia dentro del plazo establecido, la solicitud de seguro se entenderá aceptada a favor del solicitante. En caso de complejidad excepcional, el asegurador deberá indicar al solicitante la fecha posterior en que se pronunciará, la cual no podrá exceder dos meses.
 - En caso de un evento, comunicarse al teléfono 800-TELEINS (800-835-3467), Fax 2221-2294 o a la dirección: contadenos@ins-cr.com
 - Los datos requeridos en el presente formulario son indispensables para la valoración del riesgo a proteger, no son excluyentes con otros formularios que requieran de similar información.

ObSERVACIONES

DOCUMENTACIÓN CONTRACTUAL ENTREGADA O FORMA DE ACCEDERLA

El INSTITUTO me ha entregado el documento denominado Información previa al perfeccionamiento del contrato, antes de concretar la formalización del seguro.

Firma del Asegurado ó Tomador	Firma del Intermediario	Firma del Gerente General
Firma: _____ N° de cédula: _____	Nombre Completo: _____	
En caso de persona jurídica, indicar además:	N° de cédula: _____ N° de agente: _____	
Completo: _____ Seguros o Corredora, indique el nombre de la misma:	En caso de pertenecer a una Sociedad Agencia de Nombre	
Cargo: _____	Firma: _____ (incluya sello personal)	
Lugar y fecha: _____	Fecha y hora: _____	Sirelda Blanco Rojas
Declaro que toda la información que ha sido dictada o escrita por acuerdo con las facultades concebidas al efecto por el mí en este formulario, es completa y verdadera y forma la base Instituto, doy fe de que he revisado el riesgo descrito sobre la cual se fundamenta el Instituto para emitir la póliza. Con y que desde mi perspectiva no existen agravaciones o lo anterior, autorizo a la entidad financiera a incorporarme en esta limitaciones para que el Instituto analice esta solicitud de póliza. seguro y resuelva aceptar o rechazar el aseguramiento.		
Riesgo aceptado por:	Revisado por:	
Firma: _____	Nombre: _____	
Nombre: _____	Firma: _____	
Fecha: _____ Hora: _____	Sello: _____	
Intermediario: _____		

DESCUENTOS Y REARGOS POR SINIESTRALIDAD

Se aplicarán descuentos a la prima por siniestralidad a partir del cuarto protocolo asegurado, siempre y cuando hayan transcurrido 3 años desde el primer aseguramiento de protocolos por parte del Asegurado con el Instituto. De igual forma se aplicarán recargos a la prima posterior a ese mismo periodo. Los factores de descuento y recargo se detallan en la siguiente tabla:

% Siniestralidad		Descuento Recargo	
De 0%	a 15%	15%	--
Más de 15%	a 30%	10%	--
Más de 30%	a 45%	5%	--
Más de 45%	a 60%	--	Más de 60% a 85% -- 10%
Más de 85%	a 100%	--	15%
Más de 100%	a	--	20%

- 1) Solicitud de aseguramiento debidamente cumplimentada.
- 2) Cuestionario para Investigación Biomédica debidamente cumplimentado.
- 3) Protocolo del estudio a asegurar.
- 4) Copia de la carta modelo de consentimiento de participación y de liberación de responsabilidades de cada uno de los participantes en el estudio.
- 5) Perfil del Patrocinador y currículum del Investigador y su equipo de investigación así como cualquier otro personal involucrado en la ejecución de la investigación.
- 6) Certificación de aprobación del protocolo emitida por el Comité Ético Científico -CEC- (*).
- 7) Formulario Conozca a su Cliente para personas físicas y/o jurídicas (para clientes nuevos) y las actualizaciones respectivas para clientes vigentes.

(* Los estudios en Fase I deben presentar la aprobación por parte del CEC del Ministerio de Salud, adicionalmente, deben presentar mediante una nota escrita, sellada y firmada, la opinión favorable del estudio por parte de un médico oficialmente reconocido y adscrito a cualquiera de los CEC legalmente establecidos.

1. La solicitud de seguro que cumpla con todos los requisitos del Asegurador deberá ser aceptada o rechazada por éste dentro de un plazo máximo de treinta días naturales, contando a partir de la fecha de su recibo. Si el asegurador no se pronuncia dentro del plazo establecido, la solicitud de seguro se entenderá aceptada a favor del solicitante. En caso de complejidad excepcional, el asegurador deberá indicar al solicitante la fecha posterior en que se pronunciará, la cual no podrá exceder dos meses.
2. En caso de un evento, comunicarse al teléfono 800-TELEINS (800-835-3467), Fax 2221-2294 o a la dirección: contactenos@ins-cr.com
3. Los datos requeridos en el presente formulario son indispensables para la valoración del riesgo a proteger, no son excluyentes con otros formularios que requieran de similar información.

OBSERVACIONES**DOCUMENTACIÓN CONTRACTUAL ENTREGADA O FORMA DE ACCEDERLA**

El INSTITUTO me ha entregado el documento denominado Información previa al perfeccionamiento del contrato, antes de concretar la formalización del seguro.

Firma del Asegurado ó Tomador**Firma del Intermediario****Firma del Gerente General**

Firma: _____ N° de cédula: _____

Nombre Completo: _____

En caso de persona jurídica, indicar además:

N° de cédula: _____ N° de agente: _____

Completo: _____ Seguros o

En caso de pertenecer a una Sociedad Agencia de Nombre
Corredora, indique el nombre de la misma: _____

Cargo: _____

Firma: _____ (incluya sello personal)

Lugar y fecha: _____

Fecha y hora: _____

Sirelda Blanco Rojas

Declaro que toda la información que ha sido dictada o escrita por acuerdo con las facultades concebidas al efecto por el mí en este formulario, es completa y verdadera y forma la base Instituto, doy fe de que he revisado el riesgo descrito sobre la cual se fundamenta el Instituto para emitir la póliza. Con y que desde mi perspectiva no existen agravaciones o lo anterior, autorizo a la entidad financiera a incorporarme en esta limitaciones para que el Instituto analice esta solicitud de póliza. seguro y resuelva aceptar o rechazar el aseguramiento.

Riesgo aceptado por:

Revisado por:

Firma: _____

Nombre: _____

Nombre: _____

Firma: _____

Fecha: _____ Hora: _____

Intermediario: _____

Sello: _____

La documentación contractual y la nota técnica que integran este producto, están registradas ante la Superintendencia General de Seguros de conformidad con lo dispuesto por el artículo 29, inciso d) de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros, Ley 8653, bajo el registro número G0807-A01-111 V3 de fecha 20 de octubre del 2016 (colones) y número G08-07-A01-112 V3 de fecha 20 de octubre del 2016 (dólares).

MEDIOS Y FORMALIDADES DE COMUNICACIÓN

En caso de requerirlo, puede comunicarse con el Instituto Nacional de Seguros por alguno de los siguientes medios:

Dirección electrónica: www.ins-cr.com / Consultas: contactenos@ins-cr.com / Defensoría del Cliente: defensoriadelcliente@ins-cr.com

cr.com / Fax: 2243-7062. Página 2 de 2

Fuente: Instituto Nacional de Seguros

Ilustración N° 11

Registro como Contribuyente

Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario - Modelo 140 Versión 3 2020					
<i>Todos los campos con asterisco * son obligatorios/Nuestros trámites son gratuitos</i>					
I. Identificación del obligado tributario					
Número identificación *			Nombre completo *		
II. Domicilio fiscal					
Electrificadora *		Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Otras señas *					
III. Datos de contacto y notificación del obligado tributario					
Teléfono fijo 1	Teléfono fijo 2	Teléfono móvil 1 *	Teléfono móvil 2 *	Número fax 1	Número fax 2
Apartado postal		Código postal			
		Correo electrónico 1 *			
		Correo electrónico 2			
IV. Datos de la actividad económica					
Fecha inicio *		Código actividad *		Nombre de la actividad *	
Detalle descripción de la actividad económica *					
Nombre comercial			Especialidad		
Dirección de la actividad económica					
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Teléfono fijo		Otras señas *			
VI. Información de representante legal					
Número identificación *			Nombre completo *		
Dirección del representante legal					
Electrificadora *		Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	
				Fecha inicio *	

Provincia *		Cantón *	
Barrio		Calle	
Teléfono fijo		Otras señas *	
VII. Información del apoderado generalísimo sin límite de suma			
Número identificación *		Nombre completo *	

Fuente: Ministerio de Hacienda

Ilustración N° 12

Declaratoria Turística



**Instituto Costarricense de Turismo
Departamento de Gestión y Asesoría Turística**

**REQUISITOS LEGALES, TÉCNICOS Y ECONÓMICOS PARA LA OBTENCIÓN
DE DECLARATORIA TURÍSTICA PARA EMPRESAS GASTRONÓMICAS
(RESTAURANTES, SODAS Y CAFETERÍAS)
(ÚNICAMENTE EMPRESAS EN OPERACIÓN)**

I- REQUISITOS LEGALES

1.- Solicitud de declaratoria turística. (Formulario adjunto).

II-REQUISITOS TÉCNICOS Y ECONÓMICOS PARA EMPRESAS EN OPERACIÓN

1.- Indicar de forma clara y precisa en qué consiste la actividad, operación que realiza y descripción de la infraestructura.

2.- Asimismo, deberá indicar la cantidad de empleos directos y la inversión; valor del terreno, infraestructura, mobiliario y equipo o el monto de alquiler cuando corresponda.

3.- Aportar original y copia; o bien copia certificada por un abogado, del permiso sanitario de funcionamiento y de la patente comercial, ambos referidos al establecimiento comercial objeto de la solicitud.

4.- Las empresas y actividades turísticas en operación serán inspeccionadas y calificadas o categorizadas por el ICT conforme a las Herramientas de Evaluación contenidas en el Anexo único, el cual es parte integral de este Reglamento, como parte del trámite y previo a la emisión de la resolución de la Declaratoria Turística. Asimismo, podrá el ICT reclasificar a una empresa o actividad turística en una categoría inferior a la que ostenta, si aquella hubiere dejado de cumplir con alguno de los requisitos mínimos exigidos para pertenecer a un tipo o categoría específicos.

5.- Para poder optar por la Declaratoria Turística la actividad gastronómica (restaurantes, sodas y cafeterías), deberán obtener y mantener una calificación de 80% de acuerdo a las Herramientas de Evaluación contenidas en el Anexo único, el cual es parte integral de este Reglamento.

6.- Estar al día con la CCSS, FODESAF y el impuesto a las sociedades cuando corresponda, y con las obligaciones tributarias ante el Ministerio de Hacienda.

Fuente: ICT