

UNIVERSIDAD NACIONAL
SEDE REGIONAL CHOROTEGA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

Plan de inversión para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas en Cocos Fast Food, ubicado en Barrio Las Américas, Liberia para el año 2025

MEMORIA DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN GESTIÓN FINANCIERA

INTEGRANTES

Lara Rodríguez Jendry De Los Ángeles
Rodríguez Vega Johanna De Los Ángeles
Soto Alvarado Alexa Fernanda
Soto Ortiz Alondra Marcela

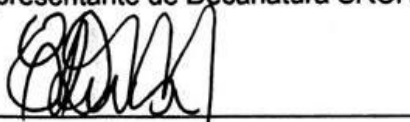
AGOSTO 2025

TRIBUNAL DEFENSA DE TRABAJO FINAL DEL GRADUACIÓN
SEDE REGIONAL CHOROTEGA
CAMPUS LIBERIA



Dra. Darinka Grbic

Representante de Decanatura SRCH



MSc. Elena Dorado Mayorga

Representante de Dirección Académica, Campus Liberia



Dr. Fernando Gutiérrez Coto

Tutor del Trabajo Final de Graduación



MGFP. Arnoldo José Martínez Solís

Lector del Trabajo Final de Graduación



MDE. Massiel Jara Blanco

Lector del Trabajo Final de Graduación

Dedicatoria

Quiero agradecer a Dios por ser mi guía constante, por darme fortaleza en las situaciones difíciles y luz en mi camino, sin su ayuda este logro no sería posible. A mi madre, Noemi, un ejemplo de amor incondicional, entrega y valentía, gracias por cada sacrificio por creer en mí incluso cuando yo dudaba y por ser mi mano fuerte en todo momento. A mis hermanos, compañeros de vida gracias por estar siempre presentes con su cariño y compañía. Y, por último, pero no menos importante mi mano derecha, mi pareja sentimental, gracias por caminar a mi lado, por tu paciencia, tu amor y tu fe en mí, tu apoyo ha sido fundamental en esta etapa tan importante. A todos ustedes, con todo mi corazón, les dedico este logro.

Jendry Lara Rodríguez

Le dedico este logro, primeramente, a Dios, por darme la fuerza y sabiduría necesarias para alcanzar esta meta. A mi familia, quien siempre me ha brindado su apoyo incondicional en cada paso que doy, en especial a mis padres, Manuel Enrique y Benilda, quienes han sido un pilar fundamental en mi vida, impulsándome a seguir adelante y a confiar en mí. También agradezco profundamente a todos los amigos y profesores que conocí en el camino, por haber sido parte esencial de este proceso.

Johanna Rodríguez Vega

Quiero dedicar este logro, primeramente, con la prioridad que merece, a mi papito Dios, por acompañarme en todo momento, por darme la sabiduría y las fuerzas para terminar, por sostenerme y no dejarme caer. A mis padres Alexis y Myrna por inculcarme con amor la educación y enseñanza hasta el día de hoy, además de mis hermanos quienes aportaron su granito de arena. Y finalmente, pero no menos importante a mi esposo Bernal, pues ha sido un apoyo incondicional en toda situación y un pilar fundamental en mi vida. Gracias por ser y estar siempre.

Alexa Soto Alvarado

Dedico este logro, en primer lugar, a Dios, por ser mi guía constante, por darme la fortaleza en los momentos de incertidumbre y por iluminar mi mente y mi corazón cuando más lo necesité. A mi familia, especialmente a mis padres, por su amor y su apoyo incondicional, por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Gracias por sus palabras de aliento, sus abrazos silenciosos y su paciencia infinita. A mis amigos, que estuvieron a mi lado con comprensión, humor y compañía sincera. A mis compañeras, gracias por caminar conmigo hasta el final. Este logro también es de ustedes.

Alondra Marcela Soto Ortiz

Agradecimientos

Primeramente, agradecemos a Dios, quien nos ha brindado salud, sabiduría y fortaleza a lo largo de este proceso. A través del camino, hemos enfrentado buenos y malos momentos, pero logramos salir adelante, dando lo mejor de nosotras para culminar con éxito el proyecto propuesto.

A la Universidad Nacional de Costa Rica, en especial a la Sede Regional Chorotega, Campus Liberia y, a todo su personal docente y administrativo, por haber compartido con nosotras sus conocimientos, compromiso y dedicación a lo largo de estos años y, por habernos preparado con esmero para convertirnos en grandes profesionales.

A nuestro tutor Dr. Fernando Gutiérrez Coto, por el compromiso y profesionalismo brindado durante este proceso. De igual manera, a nuestros lectores: el MGFP. Arnoldo José Martínez Solís y la MDE. Massiel Jara Blanco, por sus valiosos aportes y su tiempo dedicado a la elaboración de este proyecto.

Le damos las gracias a Luis Roberto Porras Villarreal dueño del negocio Cocos Fast Food, y a su hermano José Esteban Porras Villarreal, por la disposición, compromiso y entrega brindados para el desarrollo de nuestra investigación.

Finalmente, le agradecemos a nuestras familias por apoyarnos y motivarnos día con día para salir adelante, sin importar las dificultades o adversidades que se nos presentaron. Gracias a todos ustedes, por ser una parte fundamental de esta experiencia.

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos	iv
Resumen Ejecutivo	xv
Summary	xvii
Cuadro resumen	xix
CAPÍTULO 1.....	1
Aspectos Metodológicos.....	1
1.1 Planteamiento y descripción del problema	1
1.2 Interrogante(s) de la investigación	5
1.3 Justificación de la investigación	5
1.4 Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial (enfoque, ámbito, área y moneda).....	7
1.5 Objetivos de la investigación	8
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	8
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	8
1.6 Modelo de análisis	9
1.6.1 <i>Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables</i> ..	9
1.7 Relaciones e interrelaciones de las variables.....	13
1.8 Estrategia de investigación aplicada.	13
1.8.1 <i>Tipo de investigación</i>	13
1.8.2 <i>Fuentes de investigación</i>	14
1.8.2.1 <i>Fuentes primarias</i>	14
1.8.2.2 <i>Fuentes secundarias</i>	15
1.8.3 <i>Población</i>	17
1.8.3.1 <i>Caracterización de la población de estudio</i>	18
1.8.3.2 <i>Perfil del consumidor</i>	18
1.8.3.3 <i>Definición de la selección de la población</i>	19
1.8.3.4 <i>Muestra</i>	19
1.8.4 <i>Recopilación de los datos</i>	21
1.8.4.1 <i>Métodos, técnicas e instrumentos utilizados</i>	21
1.8.4.2 <i>Revisión bibliográfica</i>	21
1.8.4.3 <i>Entrevista semiestructurada</i>	21
1.8.4.4 <i>Observación</i>	22
1.8.4.5 <i>Encuesta</i>	22
1.8.4.6 <i>Juicio de expertos</i>	22

1.8.5 <i>Procedimientos aplicados</i>	22
1.8.6 <i>Análisis e interpretación de la información</i>	23
CAPÍTULO 2.....	27
Marco de Referencia	27
2.1 Generalidades de la empresa	27
2.1.1 <i>Localización</i>	28
2.2 Aspectos que afectan a la empresa en forma directa y/o indirectamente	30
CAPÍTULO 3.....	34
Marco Conceptual	34
3.1 Estado del arte.....	34
3.2 Marco conceptual relacionado con el objetivo uno	38
3.2.1 <i>Estudio de mercado</i>	38
3.2.2 <i>Oferta</i>	38
3.2.3 <i>Demanda</i>	39
3.2.4 <i>Ventas</i>	39
3.2.5 <i>Canales de distribución</i>	40
3.3 Marco conceptual relacionado con el objetivo dos	40
3.3.1 <i>Activos requeridos</i>	40
3.3.2 <i>Equipo</i>	41
3.3.3 <i>Materia prima</i>	41
3.3.4 <i>Localización</i>	42
3.4 Marco conceptual relacionado con el objetivo tres	42
3.4.1 <i>Fuentes de financiamiento</i>	42
3.4.2 <i>Flujo de caja</i>	43
3.4.3 <i>Indicadores financieros</i>	43
3.4.4 <i>Estados financieros</i>	44
CAPÍTULO 4.....	45
Análisis de los resultados	45
4.1 Estudio de mercado	45
4.1.1 <i>Análisis e interpretación de la información</i>	45
4.1.1.1 <i>Análisis de los gustos y preferencias</i>	45
4.1.1.2 <i>Análisis del perfil del consumidor</i>	47
4.1.1.3 <i>Análisis del Marketing Mix</i>	49
4.1.1.3.1 <i>Producto</i>	50
4.1.1.3.2 <i>Precio</i>	51
4.1.1.3.3 <i>Plaza</i>	52

4.1.1.3.4 Promoción.....	53
4.1.2 Observación	54
4.1.3 Entrevista	55
4.1.3.1 Activos requeridos.....	55
4.1.3.2 Ubicación del local	55
4.1.3.3 Materia prima	56
4.1.4 Datos referentes al consumo y demanda del producto	56
4.1.4.1 Demanda del producto.....	56
4.1.4.2 Estacionalidad de las ventas que posee este emprendimiento.....	57
4.1.5 Análisis PESTEL	58
4.1.6 Análisis interno y externo de Cocos Fast Food	60
4.1.6.1 FODA.....	60
4.1.6.1.1 Fortalezas	60
4.1.6.1.2 Oportunidades	60
4.1.6.1.3 Debilidades	60
4.1.6.1.4 Amenazas	61
4.1.6.2 Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	61
4.1.6.2.1 Poder de negociación de los clientes.	61
4.1.6.2.2 Poder de negociación de los proveedores	62
4.1.6.2.3 Amenazas de nuevos competidores entrantes.....	62
4.1.6.2.4 Amenazas de nuevos productos sustitutos	63
4.1.6.2.5 Rivalidad entre competidores.....	64
4.1.6.3 Indicadores claves de rendimiento (KPI)	64
4.2 Activos requeridos.....	66
4.2.1 Equipo requerido	66
4.2.2 Cotizaciones.....	66
4.2.2.1 Inversión del equipo	66
4.2.2.1.1 Freidoras industriales.....	66
4.2.2.1.2 Plancha de cocina industrial.....	67
4.2.2.1.3 Parrilla industrial	68
4.2.2.1.4 Cámara de refrigeración	69
4.2.2.1.5 Mesa fría.....	70
4.2.2.1.6 Congelador	71
4.2.2.2 Cotización del equipo requerido.....	72
4.2.2.3 Cotización ampliación del food truck	73

5.1.6.18.2 VAN del Préstamo.....	95
5.1.6.18.3 VAN Ajustado.....	96
5.1.6.18.4 VAN del Proyecto.....	96
5.1.6.18.5 Tasa interna de retorno TIR.....	97
5.1.6.18.6 Periodo de recuperación PR.....	97
5.1.6.18.7 Índice de Deseabilidad ID.....	97
5.2 Conclusiones.....	99
5.3 Recomendaciones.....	102
5.3.1 Implementación de sistema de retroalimentación del cliente.....	102
5.3.2 Vinculación académica para el desarrollo de procesos productivos.....	102
5.3.3 Desarrollo de soluciones tecnológicas mediante colaboración universitaria ..	102
5.3.4 Estrategias de mercadeo y servicio al cliente.....	103
5.3.5 Administración financiera y previsión.....	103
5.3.6 Sostenibilidad ambiental.....	103
5.3.7 Mejora de imagen corporativa y rotulación.....	103
Lista de referencias.....	105
Anexos.....	109

Lista de tablas

Tabla 1	<i>Operacionalización del estudio de mercado</i>	9
Tabla 2	<i>Operacionalización de activos requeridos</i>	11
Tabla 3	<i>Operacionalización de las fuentes de financiamiento</i>	12
Tabla 4	<i>Fuentes utilizadas en cada uno de los objetivos específicos planteados</i>	16
Tabla 5	<i>Análisis e interpretación de la información del objetivo específico uno</i>	24
Tabla 6	<i>Análisis e interpretación de la información del objetivo específico dos</i>	25
Tabla 7	<i>Análisis e interpretación de la información del objetivo específico tres</i>	26
Tabla 8	<i>Análisis PESTEL Cocos Fast Food</i>	32
Tabla 9	<i>¿Qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos para elegir un negocio de comidas rápidas?</i>	47
Tabla 10	<i>¿Cuál es su ocupación?</i>	48
Tabla 11	<i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?</i>	52
Tabla 12	<i>Competencia de Cocos Fast Food</i>	54
Tabla 13	<i>Equipo requerido</i>	66
Tabla 14	<i>Cotización del equipo requerido</i>	72
Tabla 15	<i>Ampliación del food truck</i>	73
Tabla 16	<i>Materia prima</i>	73
Tabla 17	<i>Otros insumos</i>	74
Tabla 18	<i>Plan de acción de la propuesta</i>	77
Tabla 19	<i>Inversión inicial y Capital de trabajo</i>	78
Tabla 20	<i>Estructura de financiamiento</i>	78
Tabla 21	<i>Costo de planilla</i>	80
Tabla 22	<i>Gastos operativos</i>	81
Tabla 23	<i>Costos hundidos</i>	81
Tabla 24	<i>Balance de costos hundidos</i>	82
Tabla 25	<i>Depreciación del equipo</i>	82
Tabla 26	<i>Proyección de ventas mensuales para año base</i>	83
Tabla 27	<i>Proyección de ventas anuales</i>	84
Tabla 28	<i>Proyección de Gastos operativos mensuales para año base</i>	85
Tabla 29	<i>Proyección de Gastos operativos anuales</i>	86
Tabla 30	<i>Punto de equilibrio</i>	86
Tabla 31	<i>Flujo de caja del activo mensual</i>	87
Tabla 32	<i>Flujo de caja del activo anual</i>	89
Tabla 33	<i>Flujo de caja del inversionista mensual</i>	90
Tabla 34	<i>Flujo de caja del inversionista anual</i>	92

Tabla 35 <i>Flujo de la deuda</i>	92
Tabla 36 <i>Modelo de valoración de activos de capital (CAPM)</i>	94
Tabla 37 <i>Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)</i>	94
Tabla 38 <i>Valor de desecho</i>	95
Tabla 39 <i>Cálculo del VAN Básico</i>	95
Tabla 40 <i>Cálculo del VAN del Préstamo</i>	96
Tabla 41 <i>Cálculo del VAN Ajustado</i>	96
Tabla 42 <i>Cálculo del VAN del Proyecto</i>	96
Tabla 43 <i>Tasa interna de retorno TIR</i>	97
Tabla 44 <i>Periodo de recuperación PR</i>	97
Tabla 45 <i>Índice de Deseabilidad ID</i>	97

Lista de figuras

Figura 1 <i>Relaciones e interrelaciones</i>	13
Figura 2 <i>Fórmula de la muestra planeada</i>	20
Figura 3 <i>Muestra aplicada</i>	20
Figura 4 <i>Ubicación geográfica del emprendimiento Cocos Fast Food</i>	29
Figura 5 <i>Distancia de Cocos Fast Food hasta Liberia</i>	29
Figura 6 <i>Distancia de Cocos Fast Food hasta el siguiente pueblo Guardia</i>	30
Figura 7 <i>¿Es de su agrado comprar comidas rápidas en los Food Truck?</i>	45
Figura 8 <i>¿Considera usted que existen en la zona de Liberia suficientes establecimientos que se dediquen a la venta de comida rápida a través de Food Truck?</i>	46
Figura 9 <i>¿Cuál es su rango de edad?</i>	47
Figura 10 <i>¿Cuál es su rango de ingreso mensualmente?</i>	49
Figura 11 <i>¿Conoce usted el Food Truck Cocos Fast Food ubicado en el barrio las Américas en Liberia, Guanacaste?</i>	50
Figura 12 <i>¿Qué productos compra en Cocos Fast Food?</i>	50
Figura 13 <i>¿Cuál es el rango promedio que gasta a la hora de consumir comida rápida?....</i>	51
Figura 14 <i>¿Cuál opción prefiere para solicitar su pedido de comidas rápidas?</i>	52
Figura 15 <i>¿Por cuál medio se entera sobre la apertura de nuevos locales de comidas rápidas?</i>	53
Figura 16 <i>¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?</i>	58
Figura 17 <i>Análisis PESTEL de la microempresa Cocos Fast Food</i>	59
Figura 18 <i>Freidoras industriales</i>	67
Figura 19 <i>Plancha de cocina industrial</i>	68
Figura 20 <i>Parrilla industrial</i>	69
Figura 21 <i>Cámara de refrigeración</i>	70
Figura 22 <i>Mesa fría</i>	71
Figura 23 <i>Congelador</i>	72

Lista de abreviaturas

BCCR: Banco Central de Costa Rica

BCR: Banco de Costa Rica

BNCR: Banco Nacional de Costa Rica

BP: Banco Popular

CPPC: Costo Promedio Ponderado de Capital

CAPM: Modelo de valoración de activos de capital

CEMEDE: Centro Mesoamericano de Desarrollo Sostenible del Trópico Seco

COSEVI: Consejo de Seguridad Vial

CR: Costa Rica

EEUU: Estados Unidos

ENAMEH: Encuesta Nacional de Microempresas en los Hogares

FIDEIMAS: Fideicomiso del IMAS

FODA: Fortalezas - Oportunidades - Debilidades - Amenazas

g: Gramo

ID: Índice de deseabilidad

INA: Instituto Nacional de Aprendizaje

INAMU: Instituto Nacional de las Mujeres

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

IVA: Impuesto sobre las ventas

KFC: Kentucky Fried Chicken

Kg: Kilogramo

KPI: Indicador clave de rendimiento

L: Litro

PESTEL: Factores Políticos – Económicos – Sociales – Tecnológicos – Ecológicos –

Legales

PIB: Producto Interno Bruto

PR: Período de recuperación

RT: Riesgo de trabajo

SBN: Sistema Bancario Nacional

TIR: Tasa interna de retorno

Uds: Unidades

UNA: Universidad Nacional de Costa Rica

UCR: Universidad de Costa Rica

VAN: Valor Actual Neto

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo final de graduación tiene como objetivo desarrollar un plan de inversión con el fin de ampliar el local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en el barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025. Este emprendimiento de comidas rápidas, de carácter familiar, ha mostrado un crecimiento sostenido desde su creación en el año 2021, impulsado por su ubicación estratégica y la calidad de su oferta gastronómica basada en emparedados y empanadas. Sin embargo, el aumento de la demanda ha superado la capacidad del actual food truck, evidenciando la necesidad de expandir tanto su infraestructura como su equipamiento.

Cocos Fast Food está ubicado sobre la Ruta Nacional Primaria 21, una vía de alto tránsito entre Liberia y otras zonas turísticas de Guanacaste, entre ellas, playas y centros de hospedaje. La cercanía con el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós y otros establecimientos comerciales como rent a car, estaciones de servicio y el Consejo de Seguridad Vial (COSEVI), lo posiciona en una zona estratégica para atender a una amplia y variada clientela: turistas, trabajadores y residentes locales. Esta ubicación permitió a la empresa consolidarse como un punto clave en la oferta local de comidas rápidas.

El proyecto de ampliación contempla un incremento del espacio físico del food truck, pasando de una dimensión de 6x3 metros a 6x6 metros, lo cual permitiría mejorar significativamente la capacidad instalada. A ello se le suma la adquisición de equipos industriales como freidoras, plancha, parrilla, cámara de refrigeración, entre otros. Estas mejoras no solo facilitarían la producción en mayor volumen, sino, van a habilitar la incorporación de nuevos productos al menú, como hamburguesas con o sin papas y pollo frito, diversificando su oferta.

Para fundamentar la viabilidad del proyecto, se desarrolló un estudio de mercado exhaustivo, incluyó observación, entrevista semiestructurada, encuestas aplicadas a una muestra de 195 personas económicamente activas en el distrito de Liberia y revisión bibliográfica. Los resultados evidencian una alta aceptación de los productos actuales, preferencias por comidas rápidas de calidad y precios accesibles, así como una oportunidad

clara de crecimiento ante la escasa competencia directa en el sector de *food trucks* de la zona. Además, se realizó un análisis PESTEL y un estudio FODA, ambos confirmaron la existencia de factores favorables.

En cuanto al perfil del consumidor, se determinó la población meta está compuesta por personas de entre 20 y 69 años económicamente activas. Se identificó también que los clientes potenciales valoran aspectos como rapidez del servicio, calidad del producto, higiene del local y atención al cliente. Lo anterior representa una oportunidad para Cocos Fast Food de diferenciarse mediante estrategias enfocadas en la experiencia del consumidor.

En términos financieros, el trabajo incluye un análisis detallado del presupuesto necesario para la ampliación, el cual contempla inversión inicial, capital de trabajo, costos operativos y activos requeridos. También se evaluó fuentes de financiamiento bancarias incluyendo los costos y tasas asociados. La elaboración de proyecciones de ventas, flujo de caja, punto de equilibrio, y la aplicación de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Índice de Deseabilidad (ID), reflejan la viabilidad y rentabilidad esperada del proyecto en el mediano plazo.

Finalmente, se concluye: la ampliación de Cocos Fast Food representa una oportunidad sólida para fortalecer su posición en el mercado local, mejorar su competitividad y satisfacer una demanda creciente con productos de calidad. Las recomendaciones incluyen el establecimiento de alianzas estratégicas con proveedores locales, implementación de sistemas de retroalimentación del cliente, desarrollo de soluciones tecnológicas y una adecuada administración financiera que garantice la sostenibilidad a largo plazo del emprendimiento.

Summary

This final graduation project aims to develop an investment plan to expand the Cocos Fast Food quick service restaurant, located in Las Americas neighborhood, Liberia, for the year 2025. This family-owned fast food venture has shown steady growth since its establishment in 2021, driven by its strategic location and the quality of its culinary offerings based on sandwiches and empanadas (patties). However, the increase in demand has exceeded the capacity of the current food truck, highlighting the need to expand both its infrastructure and equipment.

Cocos Fast Food is located on National Primary Route 21, a high-traffic road between Liberia and other tourist areas of Guanacaste, such as beaches and lodging centers. Its proximity to Daniel Oduber Quirós International Airport and other commercial establishments like car rental agencies, service stations, and the Road Safety Council (COSEVI) positions it in a strategic area to serve a wide and varied group of customers, for example: tourists, workers, and local residents. This location has allowed the company to establish itself as a key point in the local fast food offering.

The expansion project contemplates an increase in the physical space of the food truck, going from a dimension of 6x3 meters to 6x6 meters, which would significantly improve the installed capacity. This is complemented by the acquisition of industrial equipment such as fryers, griddle, grill, refrigeration chamber, among others. These improvements will not only facilitate production in greater volume but will also enable the incorporation of new products to the menu, such as hamburgers with or without fries and fried chicken, diversifying its offer.

To support the project's viability, a comprehensive market study was developed that included observation, semi-structured interviews, surveys applied to a sample of 195 economically active people in the Liberia district, and bibliographic review. The results show high acceptance of current products, preferences for quality fast food at affordable prices, as well as a clear opportunity for growth given the rare direct competition in the food truck sector in the area. Additionally, a PESTEL analysis and a SWOT (strengths and

weaknesses, as well as external opportunities and threats) study were conducted, confirming the existence of favorable factors.

Regarding the consumer profile, it was determined that the target population consists of economically active people between twenty and sixty-nine years old. It was also identified that potential customers value aspects such as speed of service, product quality, premises hygiene, and customer service, which represents an opportunity for Cocos Fast Food to differentiate itself through strategies focused on the consumer experience.

In financial terms, the work includes a detailed analysis of the budget necessary for the expansion, which contemplates initial investment, working capital, operating costs, and required assets. Bank financing sources were also evaluated, including associated costs and rates. The elaboration of sales projections, cash flow, break-even point, and the application of indicators such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Desirability Index (DI), reflect the expected viability and profitability of the project in the medium term.

Finally, it is concluded that the expansion of Cocos Fast Food represents a solid opportunity to strengthen its position in the local market, improve its competitiveness, and satisfy a growing demand with quality products. Recommendations include establishing strategic alliances with local suppliers, implementing customer feedback systems, developing technological solutions, and proper financial management to ensure the long-term sustainability of the venture.

Cuadro resumen

<p>Cuadro resumen del trabajo final de graduación</p>
<p>Tipo de Modalidad</p> <p>Memoria de seminario de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera.</p>
<p>Tema</p> <p>Plan de inversión para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas en Cocos Fast Food, ubicado en Barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025</p>
<p>Problemática</p> <p>Cocos Fast Food representa así, una propuesta gastronómica accesible y práctica, alineada con la tendencia de crecimiento de las comidas rápidas en zonas clave de tránsito.</p> <p>De acuerdo con el propietario de Cocos Fast Food, la gran circulación de vehículos por su ubicación ha generado una alta demanda de sus productos. Sin embargo, este incremento en la demanda supera la capacidad actual del establecimiento, limitando su potencial de crecimiento debido a la falta de espacio y de infraestructura adecuada para ampliar su oferta. La alta demanda ha demostrado la oportunidad de expansión, permitiendo el negocio pueda diversificar sus productos y atender un mercado cada vez más amplio y exigente.</p> <p>Al considerar la alta demanda y la ubicación estratégica de Cocos Fast Food, se identifica una clara oportunidad de negocio a través de la ampliación de sus instalaciones y la adquisición de equipo de cocina adicional. Esta expansión permitiría al propietario atender de manera más eficiente la creciente demanda y mejorar su oferta de productos. La ampliación propuesta no solo fortalecería la capacidad del establecimiento para cubrir su demanda y satisfacer a sus clientes, sino, también aumentaría los ingresos, contribuyendo así al crecimiento sostenible del negocio en una región de constante desarrollo turístico y comercial.</p> <p>Con la nueva adquisición de equipo de cocina y el agregado, se visualiza la oportunidad de ingresar dos productos nuevos dentro del menú de comidas rápidas: hamburguesas con y sin papas, además de pollo frito.</p> <p>En consecuencia, la inversión en equipo de cocina y en la ampliación del food truck beneficiaría directamente a la microempresa. Esta expansión no solo permitiría la introducción de nuevos productos al menú, además, garantizaría la capacidad de atender adecuadamente la demanda actual. La mejora en infraestructura es, por tanto, un paso clave para consolidar el crecimiento de Cocos Fast Food, posicionándolo como una opción sólida y bien equipada, en el mercado de comidas rápidas en Liberia.</p>
<p>Objetivo General</p> <p>Determinar el plan de inversión requerido para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025</p>
<p>Objetivos Específicos</p>

1. Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.
2. Identificar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.
3. Identificar las fuentes de financiamiento y sus costos, los cuales pueda aprovechar Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

Nombre e información de contacto de los sustentantes

Nombre	Teléfono	Correo Electrónico
Jendry Lara Rodríguez	83217509	jendry.lara.rodriguez@est.una.ac.cr
Johanna Rodríguez Vega	87792844	johanna.rodriquez.vega@est.una.ac.cr
Alexa Soto Alvarado	86255266	alexa.soto.alvarado@est.una.ac.cr
Alondra Soto Ortiz	89200430	alondra.soto.ortiz@est.una.ac.cr

Nombre, correo y firma del responsable académico

Nombre	Correo Electrónico	Firma
Dr. Fernando Gutiérrez Coto	fernando.gutierrez.coto@una.cr	

CAPÍTULO 1

Aspectos Metodológicos

En el primer capítulo se presenta los aspectos metodológicos utilizados para la elaboración del proyecto, abarcando aspectos relevantes como: planteamiento y descripción del problema, justificación, objetivos, estrategia de investigación aplicada, entre otros.

1.1 Planteamiento y descripción del problema

Las ventas de comidas rápidas han experimentado una notable evolución a lo largo de los años, adaptándose a los cambios sociales y económicos de cada época. Para comprender el origen de este tipo de establecimientos, se puede revisar el contexto histórico y social en el cual surgieron, según indica Linares (2018), quien menciona:

La venta de comida lista para comer lleva entre nosotros desde la antigüedad. Por ejemplo, en la antigua Roma ya existían los restaurantes; entre los que se encontraban los termopolios (thermopolium en latín), establecimientos para la clase romana menos pudiente que servían alimentos ya preparados y listos para comer. Eran locales pequeños y con mostradores de albañilería que albergaban tinajas de barro en las que se guardaba la comida caliente. (párr.3)

En la actualidad los locales de comidas rápidas son muy comunes, pues este tipo de comida facilita su elaboración en un periodo de tiempo corto. Explicado lo anterior, se puede comprobar que el uso de las comidas rápidas existe desde épocas muy antiguas. Cabe aclarar la comida rápida no siempre debe asociarse con alimentos de baja calidad o poco saludables, por cuanto este modelo también puede incluir opciones equilibradas y nutritivas.

Un claro ejemplo es el mencionado por Linares (2018):

Con la revolución industrial se necesitaba una gran mano de obra en las fábricas. Los obreros no tenían demasiado tiempo para comer, así que los puestos de comida rápida eran bastante populares. Por ejemplo, los famosos Fish and Chips británicos. El primer establecimiento de comida rápida con ese plato tan típico se abrió en Londres en 1860. Joseph Malin creó un clásico en Cleveland Street. (párr.5)

A nivel internacional, la autora Zurita (2024) expone “el primer restaurante de comida rápida data de 1765 en París, donde un señor Bulanger abrió un local con el nombre Restaurante, donde se hacían platos rápidos de bajo precio” (párr.7), por ello, fue exitoso en su momento.

Este modelo inicial incentivó la apertura de otros restaurantes que ampliaron la variedad de sus platillos, pero mantuvieron la esencia de la comida rápida: alimentos de rápida preparación y accesibles para una amplia audiencia.

Otros autores señalan que el primer local de comidas rápidas apareció en Estados Unidos (EEUU) en 1867; otros, en cambio, apuntan que a fines del siglo XIX en Berlín existía un sistema que operaba de forma muy parecida a la que usan las cadenas de comida rápida. (párr.8)

Por otra parte, es importante destacar un caso de Centroamérica, específicamente de Nicaragua, el cual crece a través de un negocio de comidas rápidas, en consecuencia, el autor Pérez (2021) menciona “«La cochinita» es el nuevo negocio de comida rápida del exreo político de Santiago Fajardo, con lo cual intenta sobrevivir a las escasas oportunidades de trabajo en Nicaragua” (párr.2).

De esta manera, el negocio de Santiago Fajardo se convirtió en una esperanza para muchos habitantes de Masaya, ciudad de Nicaragua, pues gracias a esta idea de negocio se generó nuevas oportunidades de trabajo digno, además de subsistir pese a la crisis que el país presentaba, los cuales consistía en desafíos económicos y sociales.

Con respecto de Costa Rica, la autora Montero (2018) menciona “el primer restaurante de comida rápida extranjera en el país fue el KFC de Paseo Colón, en San José. Abrió en febrero de 1970” (p.1).

Por consiguiente, se estableció más negocios de comida rápida como McDonald's también en 1970, especialmente dedicado a la venta de hamburguesas. Luego Pizza Hut, dedicada a la pizza al estilo estadounidense, esto en 1972.

Posteriormente, otro negocio de comida rápida que abrió sus puertas en Costa Rica en el año 1990 fue Burger King, caracterizado por la venta de hamburguesas, pero con un estilo diferente: cocina a la parrilla.

Como se expuso, las primeras comidas rápidas en Costa Rica fueron introducidas principalmente a través de franquicias internacionales, incluyeron opciones como hamburguesas, pizzas y pollo frito. Estas franquicias marcaron el inicio de un sector que rápidamente creció y se diversificó. Hoy en día, la oferta de comidas rápidas en el país ha evolucionado para incluir una amplia variedad de alimentos, disponibles en diversas regiones, adaptándose a los gustos locales y expandiéndose con establecimientos nacionales e internacionales donde se ofrece opciones para todos los consumidores.

En la provincia de Guanacaste y, específicamente en el cantón de Liberia, donde se realizó este seminario, se ha observado una evolución significativa en el sector de las comidas rápidas. En la actualidad, en esta área se encuentra diversos tipos de negocios, desde franquicias internacionales, hasta emprendimientos locales.

Un ejemplo de esto es "El Callejero Foodtruck", un negocio que inició como un proyecto de tiempo libre y ventas ocasionales en un *food truck* y, gracias a su aceptación y crecimiento logró establecerse en Liberia. Este fenómeno refleja cómo los pequeños emprendimientos en comidas rápidas pueden encontrar un nicho en la economía local, impulsando el desarrollo de microempresas y promoviendo opciones gastronómicas accesibles para los residentes y turistas.

Comprendiendo la evolución del sector de comidas rápidas en Liberia, se presenta el caso de Cocos Fast Food, un establecimiento especializado en empanadas y emparedados. Se encuentra estratégicamente ubicado sobre la Ruta Nacional Primaria 21, a 6.9 kilómetros de Liberia, en la carretera que conecta con Nicoya. Su ubicación le permite captar tanto a residentes locales, como a quienes transitan entre ciudades, lo cual lo convierte en un punto clave para atender a una clientela diversa y en constante movimiento. Cocos Fast Food representa así una propuesta gastronómica accesible y práctica, alineada con la tendencia de crecimiento de las comidas rápidas en zonas clave de tránsito.

De acuerdo con el propietario de Cocos Fast Food, la gran circulación de vehículos, por su ubicación, ha generado una alta demanda de sus productos. Sin embargo, este incremento en la demanda superó la capacidad actual del establecimiento, limitando su potencial para crecer debido a la falta de espacio y de infraestructura adecuada para ampliar su oferta. La alta demanda ha demostrado la oportunidad de expansión, permitiendo el negocio pueda diversificar sus productos y atender un mercado cada vez más amplio y exigente.

Considerando la alta demanda y la ubicación estratégica de Cocos Fast Food, se identifica una clara oportunidad de negocio a través de la ampliación de sus instalaciones y la adquisición de equipo de cocina adicional. Esta expansión permitiría al propietario atender de manera más eficiente la creciente demanda y mejorar su oferta de productos. La ampliación propuesta no solo fortalecería la capacidad del establecimiento para cubrir su demanda y satisfacer a sus clientes, sino, también aumentaría los ingresos, contribuyendo así al crecimiento sostenible del negocio en una región de constante desarrollo turístico y comercial.

Con la nueva adquisición de equipo de cocina y el agregado, se visualiza la oportunidad de ingresar dos productos nuevos dentro del menú de comidas rápidas como son las hamburguesas con y sin papas, además de pollo frito.

En consecuencia, la inversión en equipo de cocina y en la ampliación del *food truck* beneficiaría directamente a la microempresa. Esta expansión no solo permitiría la introducción de nuevos productos al menú, además, garantizaría la capacidad de atender adecuadamente la demanda actual. La mejora en infraestructura es, por tanto, un paso clave para consolidar el crecimiento de Cocos Fast Food, posicionándolo como una opción sólida y bien equipada en el mercado de comidas rápidas en Liberia.

Por último, es fundamental mencionar las cuatro variables de estudio de este plan de inversión, las cuales son las siguientes: estudio de mercado, activos requeridos, y fuentes de financiamiento, las cuales van a servir como enfoque a lo largo del desarrollo del trabajo.

1.2 Interrogante(s) de la investigación

De inmediato se muestra la interrogante del presente plan de inversión para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas, para el emprendimiento Cocos Fast Food:

¿Cuál es el plan de inversión requerido, para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas en Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025?

1.3 Justificación de la investigación

El presente trabajo final de graduación consiste en desarrollar un plan de inversión para la expansión de Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia. Esta propuesta responde a una clara oportunidad de negocio, pues la ubicación estratégica del establecimiento resultó en una alta demanda de sus productos, según lo señalado por el propietario. Aprovechar esta situación permitiría al negocio consolidarse como un punto clave en la oferta de comidas rápidas de la región, maximizando su potencial y capitalizando su posicionamiento.

Es importante considerarlo al ser un punto de venta entre el centro de Liberia y su Aeropuerto Internacional, de modo que se pueda aprovechar esa condición para diversificar su demanda, tomando en cuenta a los trabajadores del sector turístico, entre ellos los *rent a car*, tour operadores y aeropuerto. Igualmente, con precios accesibles estos trabajadores podrían convertirse en una demanda de consumo. Además, cerca del local se encuentra la gasolinera Liberia y el Consejo de Seguridad Vial (COSEVI). De igual forma, se puede captar a todas las personas que se trasladan a las diferentes playas y demás cantones de Guanacaste.

Por lo tanto, surge la necesidad en primera instancia, de ampliar el local del *food truck*, el cual consiste específicamente en agrandar el tamaño del *food truck* actual que Cocos Fast Food posee, además de adquirir nuevo equipo de cocina para esta ampliación como: dos freidoras industriales, una plancha de cocina industrial, una parrilla industrial, una cámara de refrigeración, una mesa fría y un congelador. Lo anterior para cubrir la demanda

actual e introducir nuevos productos al menú como pollo frito y hamburguesas con o sin papas, con el fin de generar mayores ingresos para el negocio y, de esta forma extender la línea de productos.

Actualmente, la microempresa Cocos Fast Food ofrece una selección de emparedados de carne, pollo y jamón, junto con empanadas de carne mechada, queso, pollo y frijol con queso. Esta oferta básica ha sido bien recibida por los clientes y refleja un enfoque en alimentos populares y accesibles. Sin embargo, el propietario ve la oportunidad de diversificar aún más el menú, respondiendo a las demandas del mercado y aprovechando el potencial de expansión que la ampliación del *food truck* podría ofrecer.

El *food truck* de Cocos Fast Food mide actualmente seis metros de largo por tres metros de ancho. La propuesta de ampliación contempla mantener los seis metros de longitud, pero incrementaría el ancho en tres metros adicionales, lo cual aumentaría considerablemente la capacidad instalada. Este cambio va a permitir satisfacer la demanda creciente de los productos y la vez, habilitar espacio suficiente para el nuevo equipo de cocina y la expansión del menú. La ampliación optimizaría el espacio de trabajo, facilitando un flujo de trabajo ordenado y eficiente con el fin de mejorar la calidad y rapidez del servicio.

Es importante mencionar que con la ampliación del *food truck* se quiere introducir más productos como se mencionó anteriormente, por lo tanto, el propósito de este trabajo consiste en lograr el emprendimiento aumente su producción y a su vez consiga generar mayores ingresos y beneficios.

En relación con lo expuesto, es importante recalcar que parte del plan estratégico de la Sede Regional Chorotega 2023-2027, rescata lo siguiente: La Sede Regional Chorotega de la UNA, asentada en el Campus Liberia y Campus Nicoya, toma el compromiso de impulsar la acción sustantiva: docencia, investigación, extensión social y producción académica en la Región Chorotega a través de un nuevo Plan Estratégico con enfoque prospectivo, cobijado por un Plan de Mediano Plazo Institucional 2023-2027 aprobado por Asamblea de Representantes el 13 de julio del 2022. (p.4)

Por lo que este seminario corresponde, en lo que respecta a la Sede Regional Chorotega de la Universidad Nacional, a la Prioridad Estrategia Institucional: Consolidación del desarrollo regional, de Sedes y Sección Regional. Objetivo Estratégico de mediano Plazo: Posicionar la UNA como referente en las regiones y territorios mediante el fortalecimiento de las Sedes y Sección Regional y las acciones de colaboración y articulación entre facultades, Centros, universidades y otras instituciones para promover el desarrollo humano sostenible e incidir en el bienestar integral de las comunidades en todo el país.

A las Metas Estratégicas Institucional: 3.1.3. Generar alianzas académicas interuniversitarias e intrauniversitarias que permitan el desarrollo de iniciativas de investigación y extensión conjuntas en las regiones, territorios y comunidades. 3.1.4. Desarrollar alianzas universitarias con participación interinstitucional, pública y con otras organizaciones de la sociedad civil en los ámbitos regionales, territoriales y locales.

Asimismo, se adscribe al portafolio de investigación y extensión de la Sede Regional Chorotega en el área estratégica institucional de MiPymes, líneas 5.2: fortalecimiento de capacidades de alfabetización empresarial en pymes y áreas rurales; y corresponde al objetivo estratégico 2 del Centro Mesoamericano de Desarrollo Sostenible del Trópico Seco (CEMEDE), el cual cita, fortalecer la capacidad de gestión en las MiPymes para el mejoramiento de ingresos y empleo de las comunidades ubicadas en Mesoamérica.

Para finalizar, por la realidad social que impera en esta parte de Guanacaste, es que nace este seminario como una oportunidad viable para colaborar con los emprendimientos.

1.4 Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial (enfoque, ámbito, área y moneda)

El presente trabajo final de graduación tiene la siguiente delimitación:

Enfoque: Activos requeridos, producto, emprendimiento, finanzas.

Ámbito: Administración.

Área: Empresarial.

Temporal: 2024-2025.

Espacial: Emprendimiento Cocos Fast Food, Liberia.

Moneda: Dólar estadounidense.

1.5 Objetivos de la investigación

En este apartado se encuentran los objetivos por desarrollar para la propuesta, conformada por un objetivo general y cuatro objetivos específicos.

1.5.1 Objetivo general

Determinar el plan de inversión requerido para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025

1.5.2 Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

Identificar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

Identificar las fuentes de financiamiento y sus costos, que pueda aprovechar Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

1.6 Modelo de análisis

El modelo de análisis constituye la manera en cómo se va a plasmar la problemática de la investigación, incorporando la conceptualización, la operacionalización y la instrumentalización.

1.6.1 Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización del estudio de mercado.

Objetivo específico uno: Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

Variable	Conceptualización	Operativización	Instrumentos
Estudio de mercado	El autor Ferrer (2021), menciona el estudio de mercado “permite conocer las características clave de la audiencia y competencia antes del lanzamiento de un servicio o producto” (párr.1).	Esta variable se hace operativa de la siguiente forma: Se realizará una investigación de mercado para determinar la demanda, oferta, competencia, canales de distribución, así como, gustos y preferencias de las personas con respecto de las ventas de comida rápida en Cocos Fast Food. Asimismo, se tendrá una mejor orientación en cuanto a los activos requeridos, que, si bien no es información determinante para esto, puede servir como guía en la inversión. Lo importante es que este punto permitirá conocer cómo está compuesta la demanda potencial y su proyección futura. Por último, se realizará un análisis de la	Para llevar a cabo este objetivo se utilizará los siguientes instrumentos: 1. Se realizará un proceso de observación para cuantificar y clasificar los emprendimientos o microempresas que se ubican en la zona de influencia de esta investigación. Esto servirá como información preliminar que coadyuve al estudio de mercado. 2. Se aplicará una entrevista a la persona propietaria del establecimiento, quién es la persona que se encargará de la comercialización del producto. Lo anterior permite el conocimiento de la demanda histórica y cuáles son los requerimientos necesarios para comercializar el producto. 3. Se diseñará una encuesta, la cual se aplicará a la muestra previamente

estacionalidad de las ventas que posee este emprendimiento.

seleccionada de la población de estudio, con preguntas de intención de compra y de medición de la competencia, así como gustos y preferencias, entre otras cosas.

4. Se realizará una investigación en fuentes bibliográficas para obtener datos referentes al consumo y demanda del producto, así como su evolución histórica.

5. Se elaborará además un análisis PESTEL, pues esto ayudará a conocer el entorno en donde se desenvuelve este negocio y valorar si está preparado para ser competitivo en el mercado que va a incursionar.

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación (2024).

Tabla 2*Operacionalización de activos requeridos.*

Objetivo específico dos: Identificar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

Variable	Conceptualización	Operativización	Instrumentos
Activos requeridos	“Son todos aquellos bienes, recursos, derechos y valores con los que cuenta una empresa, es decir, todo aquello que suma a su favor” (Pérez, 2018, párr.3).	Esta variable se hace operativa de la siguiente forma: Se determinará mediante una visita programada cuáles son los activos necesarios y requeridos para el establecimiento. Además, mediante los resultados del estudio de mercado indicado en el primer objetivo, se tomará los datos necesarios para la verificación de las necesidades que presenta la demanda. De igual forma, se realiza una clasificación del inventario que posee actualmente el establecimiento, versus lo que se necesita. Por otro lado, la determinación de estos activos ayudará a garantizar el establecimiento funcione en óptimas condiciones a la hora de procesar, empacar y distribuir sus productos a sus clientes.	Los instrumentos por utilizar para la consecución de este objetivo son los siguientes: 1. Se realizará una visita al establecimiento para recopilar información de los activos requeridos. 2. Se realizará una entrevista al propietario para conocer la cantidad de activos necesarios para el establecimiento. 3. Luego se procederá al correcto procesamiento de los activos en las hojas de cálculo respectivas. 4. Se efectuará cotizaciones para la determinación de los costos de los activos requeridos. 5. Se realizará investigación en fuentes bibliográficas como soporte conceptual referente al tema.

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación (2024).

Tabla 3

Operacionalización de las fuentes de financiamiento.

Objetivo específico tres: Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.

Variable	Conceptualización	Operativización	Instrumentos
Fuentes de financiamiento	El autor Resendiz (2021), explica “Las fuentes de financiamiento son las vías que utilizan las empresas para conseguir los recursos financieros necesarios y realizar su operación” (párr.1).	Esta variable se hace operativa de la siguiente forma: Luego de haber completado los dos primeros objetivos y contar con información recopilada sobre el tema, se procederá a realizar un análisis de las fuentes de financiamiento que podrían aplicar para este establecimiento, pues en la región se cuenta con fuentes sociales como FIDEIMAS, INAMU, entre otros y fuentes bancarias como el sistema bancario nacional, de esta forma, se analiza los impactos que podrían producir. Asimismo, una vez se tenga la información disponible, se preparará un flujo de caja, indicadores y estados financieros. Es importante conocer la inversión inicial, el punto de equilibrio, la estructura de capital y otros factores necesarios en la realización de esta investigación.	Para lograr este objetivo, se tiene lo siguiente: 1. Se generará un flujo de caja, que abarque la inversión inicial, y de ser necesario se incluirá el capital y préstamos. 2. Se evaluará detalladamente las distintas tasas de interés y requisitos impuestos por las instituciones financieras. 3. Se tendrá en cuenta los ingresos y gastos proyectados asociados con la ejecución del plan de inversión. 4. Se incorporará diversas métricas para buscar la decisión de inversión óptima y calcular las ganancias potenciales, considerando también los factores de inversión, gastos e ingresos antes mencionados.

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación (2024).

1.7 Relaciones e interrelaciones de las variables

Figura 1

Relaciones e interrelaciones.



Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación (2024).

En la figura anterior se observa las variables descritas para el desarrollo de la investigación. Por otro lado, la interrelación de estas variables ayuda a conseguir los objetivos planteados en este estudio y principalmente el enfoque final de este trabajo.

1.8 Estrategia de investigación aplicada.

En esta sección se abordó varios aspectos metodológicos, tales como: el tipo de investigación, las fuentes por utilizar (tanto primarias como secundarias), la población en estudio con su respectiva caracterización y selección, además de los métodos, técnicas e instrumentos utilizados y procedimientos aplicados para la recopilación de los datos, los cuales se detalla enseguida:

1.8.1 Tipo de investigación

El presente seminario cuenta con un tipo de investigación mixto, metodología que combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Esta relación permite recolectar, analizar y combinar datos numéricos y no numéricos, para obtener una visión más completa y profunda de un fenómeno o problema de estudio.

Este tipo de investigación brinda la posibilidad de combinar los puntos fuertes de los enfoques cuantitativos y cualitativos, lo cual puede conducir la investigación a resultados más sólidos, con respuestas más completas a las preguntas de investigación. También

permite abordar diversas perspectivas, contextos, explorar las complejidades y matices del tema en estudio.

En esa línea, en una investigación cualitativa se analiza y describe el comportamiento de un grupo de personas o de algún fenómeno en general. En el desarrollo de esta investigación se utiliza el método de la entrevista y observación.

Por ello, se considera de tipo cualitativa, pues se debe contemplar las características en aspectos técnicos: materia prima de cada producto, además de los gustos y preferencias de los consumidores, fundamentales en la ejecución y desarrollo del presente estudio.

Asimismo, se contempla el enfoque cuantitativo, este se usa para la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.

El desarrollo de la investigación involucra apartados de tipo cuantitativos, cuando se contempla aspectos como los costos, gastos, ingresos del proyecto y demás apartados de índole financiera y estadística, parte fundamental de la investigación, así como, la aplicación de instrumentos asociados con la recolección de información.

1.8.2 Fuentes de investigación

Las fuentes empleadas en el presente trabajo se especifican enseguida:

1.8.2.1 Fuentes primarias

El presente trabajo final de graduación utilizó como fuentes primarias:

La aplicación de una entrevista a Luis Roberto Porras Villarreal, como persona propietaria y responsable del establecimiento y de esta forma recabar información de utilidad para el logro de los objetivos específicos.

De igual forma, se llevó a cabo la realización de una encuesta, dirigida a la población en estudio, lo cual fue necesario para conocer el grado de aceptación, gustos, preferencias, necesidades, competencia, entre otros.

1.8.2.2 Fuentes secundarias

Para la elaboración de este seminario se utilizó la revisión bibliográfica como fuentes secundarias, específicamente libros, enfocados en temas como la administración, planes de negocio, mercadeo y finanzas.

La vigencia de los textos consultados y las citas por referenciar fueron textos del 2018 al 2024, con el fin de tener la información más actualizada y necesaria para la elaboración de este documento. Además, se utilizó información proveniente de páginas web de fuentes confiables, entre ellas: tesis de grado, enciclopedias y libros académicos.

Tabla 4

Fuentes utilizadas en cada uno de los objetivos específicos planteados.

Objetivo Específico	Fuentes Primarias	Fuentes Secundarias
Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.	<ul style="list-style-type: none"> ● Se utilizó la observación para determinar los gustos y preferencias y la demanda de los productos. ● Entrevista a la persona propietaria del establecimiento. ● Encuesta aplicada a la población seleccionada. 	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.
Identificar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista a la persona propietaria del establecimiento. ● Se realizó un proceso de observación y clasificación de los activos existentes y los que se necesita comprar. ● Se realiza cotizaciones a empresas proveedoras. 	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.
Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista a la persona propietaria del establecimiento. ● Se toma en cuenta los resultados a partir de la guía de entrevista. 	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.

Elaboración propia (2024).

1.8.3 Población

En esta sección, se presenta la caracterización de la población de estudio, así como su proceso de selección. Estos aspectos son fundamentales para garantizar los datos obtenidos sean representativos, verídicos y útiles para el desarrollo del proyecto en cuestión.

Según diversos investigadores, la población se puede definir como el conjunto de objetos, personas o elementos sobre los cuales se desea realizar una investigación o conocer algún aspecto particular. En este contexto, la población objeto de estudio está constituida por las personas que residen en el sector de Barrio Las Américas y sus alrededores, ubicados en la ciudad de Liberia, Guanacaste.

Enseguida se menciona el dato de la población de Liberia, según el sistema de consultas del INEC donde se utilizó datos del censo de población del año 2011, con los siguientes parámetros: provincia Guanacaste, distrito Liberia, cantón Liberia, edad quinquenal de 20 a 69 años, hombres y mujeres sin distinción alguna, sin importar raza, etnia o religión, población total de 33.386.

Se determinó la población objeto el estudio corresponde a las personas económicamente activas en el distrito de Liberia, pues este grupo tiende a consumir comidas rápidas con mayor frecuencia en su vida diaria. Además, esta franja de edad tiene el poder adquisitivo necesario para satisfacer sus gustos y preferencias en cuanto a alimentos. Por esta razón, se seleccionó dicho rango de edad como el perfil de la población para este estudio, por cuanto son los consumidores que más frecuentemente adquieren productos de Cocos Fast Food.

Es de suma importancia mencionar, para obtener los datos de la población de estudio, se debe considerar que el último censo nacional de población se llevó a cabo en el año 2022, pero según la asistente administrativa del INEC, Sra. Mayra Moreira Ovaes, este tuvo limitaciones en su implementación, lo cual afectó la cantidad de información que se podía usar para calcular el tamaño de la población. Debido a la falta de datos actualizados y confiables, se tomó la decisión de utilizar el censo 2011, como base para la realización del

cálculo de la muestra en el presente plan de inversión. Esta decisión se justifica al ser los datos de dicho censo más completos y confiables.

Finalmente, el censo de 2011 detalla la población por edad, género, provincia, cantón, distrito y otros factores sociodemográficos, fundamentales para definir correctamente la población de estudio para Cocos Fast Food y, por ende, asegurar la validez de la muestra.

Aunque elegir datos más antiguos significa tener varias limitaciones, esta parece ser la mejor decisión, pues es la más adecuada para contar con datos sólidos y de esta manera hacer un análisis exhaustivo en donde se pudiese tomar decisiones con información confiable para la inversión.

1.8.3.1 Caracterización de la población de estudio

La población de este estudio se compuso por todas las personas económicamente activas, quienes se encuentran en el rango de edad de 20 a 69 años, sin importar su sexo, raza, etnia o religión. La elección de este grupo se debe a que el establecimiento de comidas rápidas se encuentra aproximadamente a 6.9 kilómetros de la ciudad de Liberia, sobre la Ruta Nacional Primaria 21, lo cual implica las personas deben utilizar algún medio de transporte para llegar hasta el local. Además, se seleccionó a esta población porque es la que, en mayor medida, consume alimentos rápidos como emparedados y empanadas fritas, productos ofrecidos por el negocio.

Por consiguiente, la población meta son los ciudadanos de la comunidad de Liberia, económicamente activos en sus estilos de vida.

Asimismo, el tema objeto de estudio se encuentra ubicado en la localidad de Barrio Las Américas, por lo tanto, es de fácil acceso para lugares cercanos.

1.8.3.2 Perfil del consumidor

Las comidas rápidas producidas por Cocos Fast Food, van dirigidas a las personas de la localidad del barrio Las Américas y sus alrededores en Liberia.

Importante mencionar el emprendimiento se encuentra ubicado en una zona comercial de bastante influencia, al encontrarse numerosos *rent a car*, tour operadores,

instalaciones del aeropuerto, locales comerciales, hospedajes, gasolinera y el Consejo de Seguridad Vial (COSEVI), entre otros, por ello, a diario transitan muchas personas quienes se dirigen a sus lugares de trabajo y a diferentes lugares turísticos de la región. Debido a lo anterior, se espera frecuencia de compra por parte de dichos trabajadores que buscan suplir sus necesidades alimenticias en las primeras horas del día y aquellos quienes pretenden degustar la gastronomía del local.

1.8.3.3 Definición de la selección de la población

El proceso de selección de la población se basó en el muestreo no probabilístico por conveniencia, un enfoque en el cual los elementos de la población son seleccionados debido a su accesibilidad y proximidad al investigador. Este tipo de muestreo es adecuado para este estudio, pues facilitó la recolección de datos de manera práctica y económica, permitiendo el investigador seleccione aquellos individuos más disponibles y sean más fáciles de estudiar.

El uso de este muestreo es útil para construir un marco de muestreo representativo de la población objetivo, esto permite generar una muestra más racional y de bajo costo, sin comprometer la calidad de la información obtenida.

1.8.3.4 Muestra

El muestreo utilizado es no probabilístico de tipo conveniencia, por cuanto permite seleccionar a las personas participantes en este estudio tomando en cuenta aquellas que tengan gustos y preferencias por la comida rápida, estilos de vida, ingreso económico y habiten en los alrededores del barrio Las Américas, trabajen en *rent a car*, aeropuerto y gasolineras cercanas, por lo tanto, cada elemento de la población pudo ser seleccionado según las características descritas.

Figura 2

Fórmula de la muestra planeada.

$$n_0 = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sqrt{PQ}}{d} \right]^2$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{n}}$$

La figura anterior representa la fórmula de la muestra utilizada para tener el número de personas a quienes se encuestó, es decir, la muestra. Esta será elaborada como se indicó anteriormente con datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).

Donde: **n₀**: Simboliza el tamaño de muestra. **Z_{α/2}**: Es una variable normal utilizada para designar el nivel de confianza del estudio, en este caso es de un 95%, para un valor de Z de 1.96. **P**: % de personas que están dispuestas a comprar comida rápida, Por defecto se usa P= 50% y Q= 50% porque en estos valores la varianza poblacional es máxima. Esto se hace así en vista de no conocer el valor de la varianza poblacional. Pero después del proceso de recolección de datos, al disponerse de una estimación de dicha varianza, el tamaño de muestra puede ser ajustado con base en este valor estimado. **Q**: es igual a 100%-1 (1-P sino se expresará porcentualmente). **d**: Simboliza el error máximo que tendría la muestra, en este caso se definió en un 7% por ser una muestra mayor. **n**: Simboliza el tamaño final de la muestra.

Figura 3

Muestra aplicada.

$$n_0 = \left[\frac{1.96 \sqrt{50\% \times 50\%}}{7\%} \right]^2 = 196$$

$$n = \frac{196}{1 + \frac{196}{33386}} = 194.86 = 195$$

La figura anterior es la fórmula de la muestra aplicada, donde arroja el número de la muestra que se necesitó para las encuestas, basándose en los datos obtenidos del INEC 2011. Elaboración propia (2024).

En la figura anterior se le añadieron los datos proporcionados por el INEC donde la población va del rango de edad quinquenal desde los 20 a los 69 años, del distrito de Liberia, dando un total de 33.386 personas, siendo esta cantidad utilizada para obtener la muestra de la población, la cual arrojó ser una muestra de 195 personas para el estudio.

1.8.4 Recopilación de los datos

En el siguiente apartado se establece las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de los datos necesarios para el proyecto.

1.8.4.1 Métodos, técnicas e instrumentos utilizados

Para llevar a cabo la presente investigación es necesario establecer cuáles instrumentos y técnicas para la recolección de datos se utilizó, de acuerdo con las características de la población, la viabilidad y el objetivo de la investigación. Lo anterior, con el propósito de obtener los datos necesarios para luego ser analizados y comprendidos.

A continuación, se presenta las técnicas e instrumentos utilizados para recopilar información:

1.8.4.2 Revisión bibliográfica

Esta técnica fue necesaria para obtener la mayor cantidad de información posible, lo cual ayudó a dar orientación al estudio. Por tanto, se indagó en bibliografía relacionada con el tema objeto de estudio, como tesis de grado, libros, artículos, revistas, entre otros. Lo anterior facilita la comprensión conceptual de la investigación. La recopilación de datos se realizó, además, tomando en cuenta repositorio institucional, bases de datos y consulta web en general. Todo lo anterior con base en cinco años contados a partir del 2024 hacia atrás.

1.8.4.3 Entrevista semiestructurada

Se aplicó a la persona propietaria del establecimiento donde se realizó este seminario, con el fin de conocer aspectos importantes relacionados con las variables del

estudio de mercado, activos requeridos y fuentes financieras. El periodo de recopilación de datos fue a partir de enero y hasta mayo 2025.

1.8.4.4 Observación

Es una herramienta fundamental para recopilar información de manera objetiva. Esta técnica se utilizó para generar información, principalmente con el fin de completar el objetivo dos, el cual es acerca de activos requeridos. Además, fue necesaria para seleccionar la población total y determinar los gustos y preferencias de los consumidores. Esta técnica se aplicó en el periodo de agosto y setiembre de 2024, para recabar la información inicial de este estudio. A la vez se aplicó nuevamente en los meses de febrero y marzo, de modo tal, permitió el compendio de más datos.

1.8.4.5 Encuesta

Es un instrumento cuantitativo, ayudó a la recolección de datos a través de una serie de preguntas y fue aplicado por medio de Google Forms a la población seleccionada. Abarcó preguntas dicotómicas, abiertas y cerradas y ordinales politómicas. La técnica permitió recopilar información en el periodo febrero y marzo de 2025.

1.8.4.6 Juicio de expertos

Se utilizó esta técnica con el fin de obtener una opinión calificada por personas expertas sobre equipos y materiales que se requieren para la identificación de los activos y sus costes. La técnica permitió obtener información en el periodo de marzo y abril del 2025.

1.8.5 Procedimientos aplicados

Para determinar la población de estudio, se realizó la elección del procedimiento del tipo de muestreo, en este caso es no probabilístico por conveniencia. Se eligió este procedimiento por cuanto se selecciona personas quienes cumplan con las características que necesita el investigador, como puede ser que pertenezcan a la población económicamente activa en la zona de barrio Las Américas en Liberia, Guanacaste.

1.8.6 Análisis e interpretación de la información

Con la recopilación de datos e información mediante fuentes primarias como la observación, entrevista, encuesta, juicio de expertos y fuentes secundarias, entre estas la revisión en la web, artículos y revistas, se procedió a efectuar el análisis.

En las distintas áreas del plan de inversión se contempló diferentes análisis para el logro de cada uno de los objetivos específicos propuestos, por tanto. seguidamente se presentó un resumen del análisis e interpretación de la información recopilada, el cual se relacionó con los objetivos específicos y las variables seleccionadas.

Tabla 5

Análisis e interpretación de la información del objetivo específico uno.

Determinar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025.

Objetivo Específico	Variable	Indicadores	Instrumento	Fuente
Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.	Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta ● Demanda ● Ventas ● Canales de distribución ● Marketing Mix ● Estacionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de observación ● Guía de entrevista (Con ayuda del software Atlas.ti) ● Cuestionario (Con apoyo de Microsoft Excel, para la creación de gráficos) ● Revisión bibliográfica 	<p>Fuentes primarias: Observación en establecimientos del centro de Liberia. Entrevista al propietario y, la aplicación de una encuesta a la población seleccionada.</p> <p>Fuentes secundarias: Páginas web, artículos y revistas.</p>

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación (2024).

Tabla 6

Análisis e interpretación de la información del objetivo específico dos.

Determinar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025.

Objetivo Específico	Variable	Indicadores	Instrumento	Fuente
Identificar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.	Activos requeridos	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo actual ● Listado de equipo necesario ● Guía de observación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de entrevista (Con ayuda del software Atlas.ti) ● Cotizaciones ● Revisión bibliográfica 	Fuentes primarias: Entrevista al propietario del establecimiento. Fuentes secundarias: Páginas web, artículos y revistas.

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación (2024).

Tabla 7

Análisis e interpretación de la información del objetivo específico tres.

Determinar los activos requeridos para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025.

Objetivo Específico	Variable	Indicadores	Instrumento	Fuente
Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia.	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> ● Flujo de caja ● Indicadores financieros ● Estados financieros ● Tipos de financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ● Flujo de caja proyectado ● Presupuesto ● Tipos de financiamiento 	Fuente primaria: Entrevista al propietario. Sistema Bancario Nacional. Fuentes secundarias: Páginas web, artículos y revistas

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación (2024).

CAPÍTULO 2

Marco de Referencia

El siguiente apartado contiene información general sobre la microempresa, es fundamental su conocimiento para el desarrollo del proyecto, así como también los factores internos y externos que puedan afectar de tal manera al negocio.

2.1 Generalidades de la empresa

Cocos Fast Food es un emprendimiento ubicado en el barrio Las Américas en Liberia, Guanacaste. Surge bajo una idea del señor Óscar Mauricio Porras Sibaja, padre de Luis Roberto Porras Villarreal, dueño del emprendimiento, debido a que el señor Porras Sibaja vio la oportunidad de emprender un negocio en el barrio Las Américas, debido a la gran cantidad de vehículos que transitan por la zona, al ser una carretera principal, por lo tanto, establecer un negocio ahí iba a ser una opción atractiva, de igual forma, el emprendimiento funcionaría como ayuda para que sus hijos obtuvieran sus propios ingresos.

Por ello, el señor Porras Sibaja hizo entrega a sus hijos Luis Roberto y José Esteban Porras Villarreal, de la inversión inicial necesaria para la fabricación de un *food truck*, además para la compra del equipo e implementos de cocina indispensables y, así, dar comienzo al emprendimiento.

Importante mencionar que la microempresa se fundó en el año 2021, por eso, actualmente tienen tres años de ofrecer sus servicios. La actividad económica se encuentra inscrita ante el Ministerio de Hacienda.

Es fundamental recalcar lo siguiente: el terreno donde se encuentra ubicado el negocio es propiedad de don Virgilio Villarreal Montero, abuelo de Luis Roberto Porras Villarreal, quien como manera de ayudar a sus nietos, tomó la decisión de darles el permiso para colocar el *food truck* en el terreno que él posee en barrio Las Américas en Liberia, Guanacaste y de esa forma no deban pagar ningún tipo de alquiler.

Cocos Fast Food se dedica a la producción de comidas rápidas, entre ellas se encuentra los emparedados de carne, pollo y jamón, mensualmente el emprendimiento

vende aproximadamente 864 emparedados, a un precio por unidad de \$2,85. Mientras las empanadas se preparan de carne mechada, queso, pollo y frijol con queso y, al finalizar el mes se venden alrededor de 3.120 empanadas a un valor por unidad de \$1,90. Lo anterior en un horario de atención de lunes a viernes de 5:30 am hasta las 3:00 pm y los sábados con horario especial de 5:30 am a 10:30 am.

Así, Cocos Fast Food es un emprendimiento familiar, en el cual Luis Roberto Porras Villarreal es el dueño, además de ser el principal encargado de preparar los productos. También se encarga de atender a los clientes y llevar el control de la contabilidad, mientras su hermano José Esteban Porras Villarreal se desempeña como ayudante de cocina.

Este emprendimiento no cuenta con planificación estratégica, por lo cual este trabajo no toma en cuenta este punto. No obstante, se brinda algunas recomendaciones en capítulos posteriores.

El tipo de cambio por utilizar para la conversión de colones a dólares, es el tipo de cambio vigente del día 26 de agosto del presente año 2024, el cual se percibe en ₡527,00, según el Banco Central de Costa Rica.

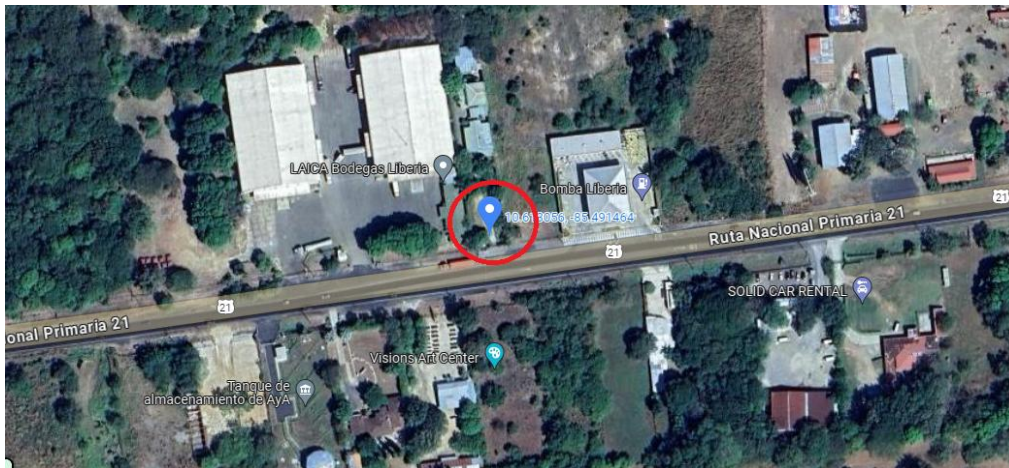
2.1.1 Localización

Cocos Fast Food se encuentra ubicado en el barrio Las Américas, Liberia, Guanacaste. Está posicionado al frente de la Ruta Nacional Primaria 21, por lo tanto, se aprecia mucha afluencia vehicular, pues se encuentra muy cerca del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós y de otros establecimientos importantes de la zona.

En la siguiente figura se puede identificar la localización exacta de Cocos Fast Food. Cabe destacar el emprendimiento se encuentra a un costado de la Bomba Liberia, por ello, el lugar es bastante transcurrido por personas y vehículos que van hacia Liberia o viceversa, además, el aeropuerto se encuentra aproximadamente a 4,4 kilómetros de distancia del local.

Figura 4

Ubicación geográfica del emprendimiento Cocos Fast Food.

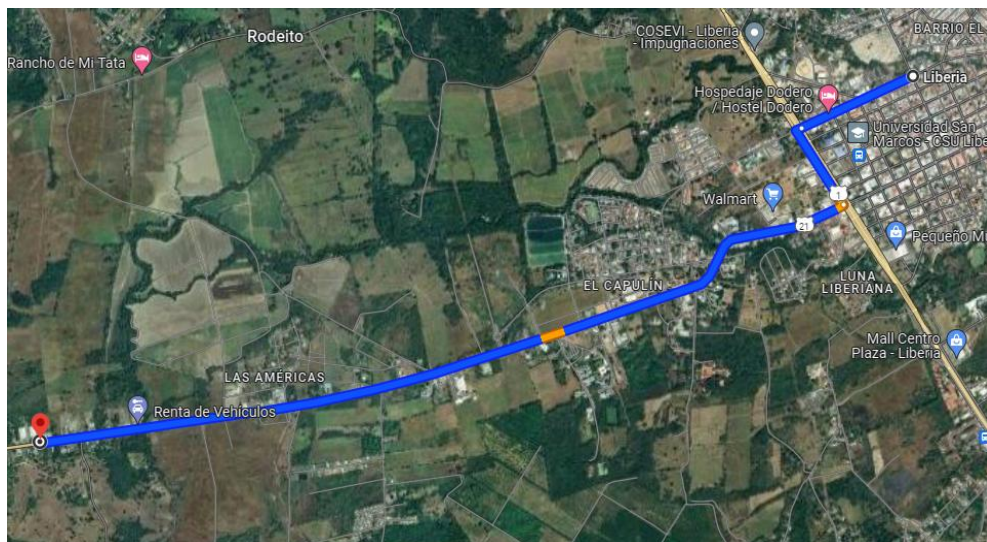


Google Maps (2024).

A continuación, se muestra la distancia existente desde el centro de Liberia hasta donde se encuentra ubicado el emprendimiento de Cocos Fast Food, esta es de 6,9 km, destacando que el centro de Liberia es una zona densamente poblada y comercial.

Figura 5

Distancia de Cocos Fast Food hasta Liberia.

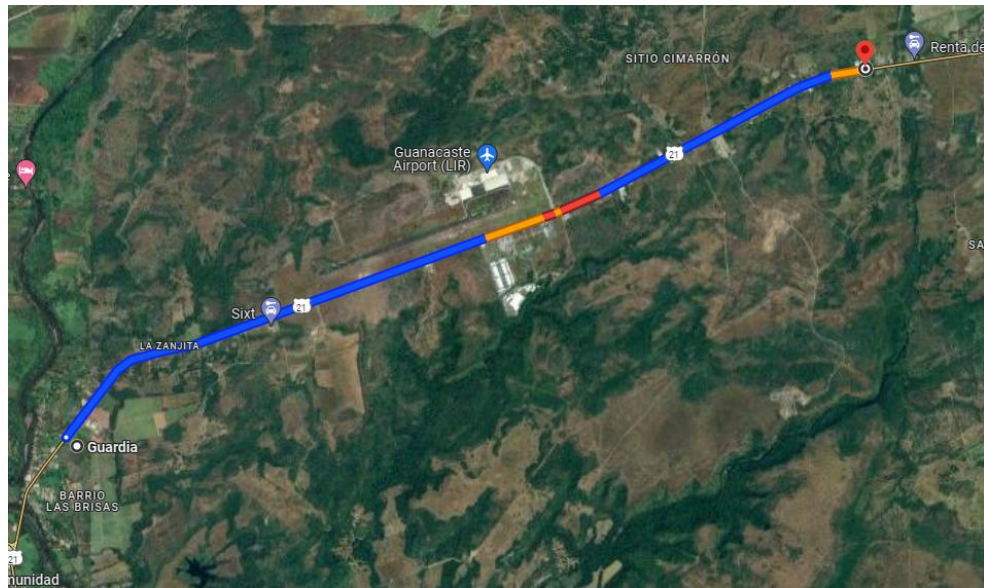


Google Maps (2024).

De igual forma, Guardia es el pueblo ubicado después del negocio de Cocos Fast Food, a una distancia de 11,5 km y se destaca por ser una zona comercial.

Figura 6

Distancia de Cocos Fast Food hasta el siguiente pueblo Guardia.



Google Maps (2024).

Lo descrito y visualizado previamente permite señalar que Cocos Fast Food se encuentra ubicado en una zona concurrida y muy conocida, por ello, su ubicación es completamente estratégica y resulta de mucha oportunidad para su crecimiento.

2.2 Aspectos que afectan a la empresa en forma directa y/o indirectamente

En primer lugar, es importante mencionar cómo se encuentra el sector microempresarial en la zona de Liberia, Guanacaste, de manera que se logre comprender de una forma más clara cómo funcionan las microempresas o pymes en la localidad de Liberia, siendo así un punto referencial en la realización del trabajo final de graduación del negocio de Cocos Fast Food.

El INEC (2023) hizo referencia al sector microempresarial de Costa Rica basado en la Encuesta Nacional de Microempresas en los Hogares (ENAMEH), detalla en el país existen alrededor de 410.745 microempresas, presentando una disminución del 9,7% en comparación con el año 2021. Las microempresas son importantes para Costa Rica dado que en 2022 generaron 647.451, puestos de trabajos para los costarricenses. (p.1)

En relación con la cita anterior, se evidencia en Costa Rica es importante el sector microempresarial, pues se caracteriza por ser una mayor fuente de empleo para la población. Si bien es muy conocido muchas microempresas no logran tener el éxito esperado y entonces deciden cerrar sus negocios en busca de otras oportunidades.

Además, el sector microempresarial en Guanacaste tiene gran auge a raíz del turismo en la provincia, por ello, muchos emprendedores buscan la manera de aprovechar la cantidad de turistas que visitan la zona de Liberia para conocer las playas y demás centros turísticos que se encuentran cerca.

De modo tal, se crea o se establece diversos negocios para captar la atención de los turistas, entre estos negocios gastronómicos, hospedajes, venta de artesanías donde se ofrece llaveros, imanes, pulseras y diversos productos más. De igual forma se ha establecido diversos locales de comida típica costarricense, comidas rápidas y otro tipo de emprendimientos.

Si bien muchas microempresas de emprendedores en el sector liberiano tienden a cerrar, debido a causas como falta de capacitación, carencia de fondos para invertir en el crecimiento de su negocio o no lograr la cobertura de sus gastos con las ventas realizadas. Por ello, el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), son algunos de los entes encargados de ofrecer cursos y capacitaciones a diversos microempresarios, de modo que los emprendedores puedan aprender nuevas técnicas y habilidades para manejar su negocio de mejor manera.

En la siguiente tabla, se muestra el análisis PESTEL para el emprendimiento Cocos Fast Food, se define como una herramienta estratégica la cual examina factores del entorno que lo pueden condicionar.

Dicho análisis es de suma importancia para el emprendimiento, pues es una herramienta que permite Cocos Fast Food pueda identificar y evaluar los factores externos capaces de impactar su desempeño y producción.

Tabla 8

Análisis PESTEL Cocos Fast Food.

Factor político	Factor económico	Factor social	Factor tecnológico	Factor ecológico	Factor legal
<ul style="list-style-type: none"> ● Política fiscal: fijación de los impuestos para los negocios. ● Políticas de salud: asegurar las condiciones óptimas de salud y bienestar de las personas. ● Política comercial: regulaciones de los productos que se importa al país. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Inflación: alza de precios de los productos. ● Situación económica de la región: problemas en la liquidez o solvencia de la población. ● Costos de materia prima: aumentos en los precios. ● Impuestos: tributos obligatorios en CR correspondientes al 13%. ● Tipo de cambio: baja o subida del dólar. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento demográfico: mayores consumidores de comida rápida. ● Gustos y preferencias: si desean o no consumir comida rápida. ● Ingresos: poder adquisitivo de las personas para la compra de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Redes sociales: expansión mediante la publicidad del negocio. ● Medios de pago actualizados: sinpe-transferencia, código QR. ● Equipo tecnológico: para la preparación de los productos. ● Creación de nuevos productos: introducción de dos productos nuevos en el menú. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura del reciclaje: reciclar todo lo posible de la materia prima, para darles un segundo uso. ● Políticas ambientales: medidas para el cuidado del medioambiente. ● Productos biodegradables: como las bolsas donde se empaqueta los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Requisitos de sanidad: garantiza la seguridad y la calidad de los productos. ● Permisos municipales: permiten la operación de un negocio de manera legal. ● Registro único tributario: certifica el cumplimiento tributario y fiscal.

Elaboración propia (2024).

En el análisis PESTEL realizado, se pudo concretar la existencia diferentes factores los cuales influyen a la hora de establecer una microempresa. En el caso de Cocos Fast Food, uno de los factores políticos el cual puede influir en el negocio son las políticas fiscales, debido al impacto propio de la recaudación de impuestos. En cuanto al factor económico, es el más importante, pero a la vez el más inestable, por cuanto la inflación y los impuestos altos pueden perjudicar en mayor medida a la microempresa, debido a los cambios repentinos que pueden tener y a la posibilidad de afectar el poder adquisitivo de las personas, poniendo en riesgo el consumo.

En relación con el factor social, el estilo de vida puede variar y por ende, perjudicar al negocio, pues no todos tienen el hábito de comer comidas rápidas, así como los ingresos, punto fundamental para adquirir los productos que ofrece Cocos Fast Food. Seguidamente, del factor tecnológico se destaca los medios de pago, la mayoría de las personas utilizan el sinpe móvil o transferencias y otras formas mediante diversas herramientas.

Según el factor ecológico, es importante contar con productos que se caractericen por ser biodegradables, donde se empaca tanto las empanadas como los emparedados.

Por último, pero no menos importante, se encuentra el factor legal, de este se destaca los permisos municipales, así como los de sanidad y la inscripción al Ministerio de Hacienda, requeridos para el funcionamiento y operación legal del negocio.

CAPÍTULO 3

Marco Conceptual

De inmediato se muestra los conceptos claves de cada uno de los objetivos específicos del proyecto, para una mayor comprensión del trabajo por realizar.

3.1 Estado del arte

En este apartado se muestra diversas investigaciones enfocadas en el tema de estudio. Las investigaciones de años anteriores se utilizaron con el fin de obtener mayores conocimientos para el desarrollo del plan de inversión, con miras a la ampliación del local de ventas de comidas rápidas en Cocos Fast Food.

A la hora de realizar la revisión bibliográfica sobre trabajos finales de graduación, en los repositorios a nivel nacional se encontró uno de la Universidad de Costa Rica (UCR), mientras a nivel internacional se halla tres investigaciones de universidades de Perú, Colombia y México. Es importante mencionar no haber encontrado proyectos relacionados directamente con el plan de inversión para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas en Cocos Fast Food, pero se consiguió trabajos con características similares como la implementación de *food trucks*, entre otros aspectos particulares.

La investigación encontrada en la base de datos de la UCR, fue elaborada por Robles Georgina y Solís María, en el año 2019, mediante un proyecto titulado “Modelo de negocio para implementación de los Food Trucks en la Universidad de Costa Rica en la sede Rodrigo Facio”.

El proyecto consiste en la creación de varios *food trucks* en la UCR, específicamente en el campus Rodrigo Facio, de este modo, con la implementación del *food truck* se busca satisfacer las necesidades alimenticias que posee la población estudiantil y los trabajadores de la universidad. Según indicaron las autoras, el proyecto se realizó con la finalidad de que fuese una opción más accesible para los estudiantes, a través de precios cómodos, además, del ofrecimiento de diversas opciones de comidas rápidas, sobre todo saludables.

Es importante mencionar los *food trucks* son administrados por los estudiantes del campus, además, se caracterizan por ser carritos que se movilizan por todas sus instalaciones.

Si bien es cierto, esta investigación no es exactamente igual al presente plan de inversión, tienen un enfoque similar, el cual se encuentra dirigido a satisfacer las necesidades de los clientes respecto de sus productos, a un precio accesible.

Cocos Fast Food busca sus clientes, quienes mayormente son trabajadores, consuman sus productos, por ello surge la necesidad, a raíz de la demanda que posee el emprendimiento, de ampliar el local para cubrir con su capacidad instalada. Mientras el caso del trabajo final de graduación de la UCR acerca de la creación de los *food trucks*, se basó en cubrir las necesidades alimenticias de la población universitaria del Campus Rodrigo Facio, a un precio accesible.

Cabe destacar, en relación con universidades internacionales se encontró los siguientes trabajos finales de graduación, entre ellos uno de la Universidad Marcelino Champagnat en Perú, con el siguiente tema de investigación "Implementación de un servicio de food truck temático en Lima moderna" elaborado por Espinosa Estrella y Ramírez Germán en el año 2018.

Dicho proyecto consistió en la implementación de un servicio de *food truck* temático, surge a raíz de que para Lima, Perú, en los últimos años muchos negocios creaban una versión de su restaurante en un *food truck*, de ese modo aprovecharon la tendencia y, se capturó la atención de nuevos clientes.

Además, esa modalidad es muy aceptada por los consumidores debido a ser innovadora y llamativa, por tanto, es una buena opción de negocio. De igual manera, es importante mencionar los *food truck* tienen la posibilidad de estar ubicados en diferentes sitios, en consecuencia se aprovecha más para dar a conocer sus productos y captar nuevos clientes.

El trabajo final de graduación mencionado previamente, evidencia la implementación de los *food truck* es una excelente idea de negocio, según se menciona en el trabajo los

food truck tienen la posibilidad de movilizarse a diferentes lugares, en contraste con el trabajo final de graduación referente a Cocos Fast Food, pues este negocio no posee la facilidad de trasladar el *food truck* a diversas ubicaciones, por contar con un terreno propio en donde se encuentra instalado.

De igual forma, es muy bien conocido que los *food truck* son negocios llamativos, así, al no encontrarse necesariamente siempre en la misma localización, consiguen atraer la atención de nuevos consumidores.

Si bien el negocio de Cocos Fast Food posee un *food truck* el cual se localiza en el barrio Las Américas en Liberia, Guanacaste, sobre la Ruta Nacional Primaria 21, una carretera importante para llegar a las diversas playas y comunidades de Guanacaste, visitadas de manera concurrente por muchos turistas y locales, además tiene una ubicación estratégica, al encontrarse cerca del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós.

Ahora bien, el siguiente trabajo final de graduación que se encontró en la base de datos, es de la Universidad Autónoma de Baja California en México. Su tema de investigación es acerca de la “Innovación estratégica mediante la opción gastronómica de negocio: Food Truck”, elaborado por Miranda Ana, Cruz Isaac y García Virginia, en el año 2018.

Dicha investigación consistió en abordar la innovación surgida a raíz de la implementación de *food truck*, debido a que estos se caracterizan por ser una opción para facilitar la comida rápida callejera, por tanto, se encuentra presente en la vida diaria de las personas, pues la rapidez del servicio es muy efectiva y sus precios son accesibles. Además, se destaca un tema importante: el contacto directo que tiene el *food truck* con sus clientes, por la convivencia y el trato que brindan a sus consumidores, genera un buen nivel de confianza entre vendedor y comprador.

Primeramente, es importante mencionar el trabajo de graduación de la universidad mexicana posee una similitud con Cocos Fast Food, ambos buscan innovar en el ámbito de las comidas rápidas, al implementar el *food truck*.

Una similitud fundamental de mencionar presente en la investigación de la Universidad Autónoma, con el negocio de Cocos Fast Food, es sobre lo primordial de formar un nivel de confianza con los clientes, de manera que el negocio se busque brindar el mejor trato para los consumidores y a la vez, presentar precios accesibles para lograr ser competitivo con otros locales, debido a desear lograr que sus clientes continúen consumiendo sus productos constantemente con el paso del tiempo.

Se encuentra otra investigación en el repositorio de la Universidad del Valle en Colombia, cuyo tema se basa en un “Plan de Negocio para la creación de un *food truck* especializado en comidas rápidas elaboradas con carne de cerdo”, elaborado por Muñoz Sandra y Millán Yeison en el año 2019.

El proyecto se basó en la creación de un *food truck* especializado en comidas rápidas preparadas con carne de cerdo, pues es una carne cuyo consumo en los últimos años ha ido en aumento en Colombia, además, no hay muchos restaurantes que se dediquen a la preparación de productos con base en carne de cerdo.

A diferencia del emprendimiento de Cocos Fast Food, el proyecto de la Universidad del Valle tiene como objetivo ofrecer productos cuya base sea carne de cerdo, al ser una carne de alto consumo, en comparación con el emprendimiento Cocos Fast Food, el cual se dedica a la preparación de diversas empanadas y emparedados, además se quiere incluir en su menú pollo frito y hamburguesa con y sin papas.

Las investigaciones mencionadas funcionan como base para el desarrollo del plan de inversión que se realiza acerca del emprendimiento Cocos Fast Food, de manera que estas investigaciones se utilizan como fuentes de apoyo y aporte de conocimientos para el abordaje del proyecto, además, permiten identificar riesgos y oportunidades presentadas en proyectos anteriores sobre *food trucks*, con el propósito de tomarlos en consideración para el desarrollo de una planeación bien ejecutada.

Para concluir, cabe destacar que en los repositorios de la Universidad Nacional y la Universidad Estatal a Distancia no se encontró ningún tipo de investigación relacionada con el tema de los *food truck*.

3.2 Marco conceptual relacionado con el objetivo uno

3.2.1 Estudio de mercado

De acuerdo con Carrillo et al. (2019) el estudio de mercado “analiza oferta y demanda mediante la consulta directa a fuentes primarias; recopila, tabula, analiza e interpreta los datos sistematizándolos para cuantificar el mercado y establecer estrategias orientadas al posicionamiento del proyecto en el segmento específico” (p.39).

Se destaca de la cita previa: el estudio de mercado se refiere al proceso que se encarga de analizar y evaluar la información acerca del mercado en el cual se encuentra la empresa y tal modo se comprenda cuál es la oferta y demanda que se posee.

En la microempresa Cocos Fast Food el estudio de mercado es de suma importancia, a partir de este se quiere implementar la estrategia de ampliación del *food truck* y de igual forma, la expansión del menú con productos nuevos, por lo tanto, conocer su oferta y demanda es esencial para lograr un buen posicionamiento en el mercado.

3.2.2 Oferta

En la página IONOS (2023) se expone la definición de oferta: “todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios” (párr.2).

Se logra comprender como oferta, todos los bienes o servicios que las empresas están dispuestas a vender a los diversos mercados o a un público meta, para recibir a cambio dinero por el precio determinado.

En relación con la microempresa Cocos Fast Food la oferta es fundamental, pues se necesita conocer su público meta y de esa forma generar la venta de los distintos productos que ofrece. Al conocer el público meta, la microempresa podría saber realmente si los clientes van a optar por los productos que se encuentran dentro de la extensión de línea del menú.

3.2.3 Demanda

El autor Coll (2024) menciona acerca de la demanda “es la cantidad total de bienes y servicios que la sociedad pretende consumir o desea adquirir en el mercado a un precio determinado” (párr.1).

Es decir, la demanda es la cantidad esperada de vender o adquirir por los diferentes clientes de un producto o servicio específico, lo cual puede presentar una demanda tanto alta como baja, además puede mostrar elasticidad en el precio en tanto varíen.

Con respecto del negocio Cocos Fast Food, conocer la demanda es esencial por cuanto se requiere conocer la cantidad total de productos que los clientes ya existentes y potenciales podrían llegar a consumir, dependiendo del producto por ofrecer y de esa forma conocer si la demanda generaría un impacto al consumir de la expansión del menú y sus diversos productos.

3.2.4 Ventas

Según Da Silva (2021), las ventas son “el resultado que esperamos conseguir a raíz de una serie de acciones que estimulan el consumo del público objetivo por nuestro producto o servicio” (párr.1).

Se logra comprender que las ventas son un intercambio entre la empresa y los clientes, porque es un procedimiento en donde las empresas pueden ofrecer sus productos y servicios a un mercado o público objetivo, para recibir a cambio dinero.

Para la microempresa Cocos Fast Food las ventas son importantes, además, son un aspecto al cual se le debe prestar bastante atención, porque se realiza un procedimiento de manipulación de alimentos en la cocina para lograr preparar los productos.

En las ventas se da un intercambio de productos que la microempresa Cocos Fast Food ofrece, con la finalidad de generar ingresos para cubrir los gastos y, por ende, generar sus propias ganancias.

3.2.5 Canales de distribución

El autor Zendesk (2023) menciona “un canal de distribución es el medio a través del cual los productos o servicios llegan a los clientes, asegurando su eficiente desplazamiento desde el origen hasta el destino” (párr.2).

Por lo tanto, los canales de distribución son los responsables de repartir los productos de manera eficiente, cada uno de ellos se debe adaptar a sus necesidades específicas de entrega, además garantizar lleguen a su destino en el tiempo establecido y así, los clientes se sientan satisfechos.

En relación con la microempresa Cocos Fast Food, esta no posee canales de distribución, es decir, ellos preparan el producto y lo entregan directamente al cliente, garantizando se encuentre caliente y fresco, con el objetivo de que se sienta satisfecho con su pedido, fomentando recomendaciones positivas, para impulsar los ingresos.

3.3 Marco conceptual relacionado con el objetivo dos

3.3.1 Activos requeridos

La Universidad Tecnológica del Perú (2023) explica:

Los activos son recursos tangibles e intangibles que una empresa posee y que tienen valor monetario. Estos recursos son controlados por la empresa como resultado de eventos pasados y se espera que estos bienes generen beneficios económicos futuros. (párr.1)

Es importante comprender los activos son bienes o recursos necesarios o requeridos para operar diariamente de forma exitosa y, así cumplir con los objetivos planteados. Es decir, se necesitan para cumplir con las funciones que se tiene como microempresa. Pueden dividirse en tangibles e intangibles.

Asimismo, Cocos Fast Food posee activos tangibles muy importantes para la preparación de sus comidas rápidas, entre ellos, su equipo de cocina dentro del *food truck*, el cual es muy necesario para su funcionamiento.

3.3.2 Equipo

El autor Quero (2024) menciona los equipos son “activos esenciales para las empresas que se dedican a la producción y suministro de bienes y servicios. Estos activos se esperan utilizar durante más de un período económico y pueden ser arrendados a terceros para generar ingresos adicionales” (párr.10).

Los equipos son activos de una organización, utilizados en alguna parte del proceso de venta o servicio, por ejemplo, desde la materia prima, confección o hasta la venta y ofrecimiento del servicio. Se espera cada activo cumpla su vida útil dentro de la microempresa, en el momento que no se necesite el activo se puede optar por venderlo y generar una entrada económica extra.

Sin duda, el equipo es de suma importancia para Cocos Fast Food, pues facilita su funcionamiento, desde las preparaciones de alimentos hasta la atención de sus clientes.

3.3.3 Materia prima

En la página de Editorial Etecé (2021) se explica:

Se entiende por materia prima a todos aquellos elementos extraídos directamente de la naturaleza, en su estado puro o relativamente puro, y que posteriormente puede ser transformado, a través del procesamiento industrial, en bienes finales para el consumo, energía o bienes semielaborados que alimenten a su vez otros circuitos industriales secundarios. Son el insumo básico de la cadena industrial, y se deben al sector primario de la cadena productiva. (párr.1)

La materia prima se logra definir como los materiales, elementos o sustancias necesarias para la elaboración de productos, bienes y servicios, existen materias primas que deben ser procesadas su utilización en las empresas, en cambio, hay otras materias primas las cuales no es necesario transformar para usarlas. Estas son fundamentales debido a que sin ellas las empresas no podrían fabricar sus bienes o servicios.

Evidentemente, la materia prima es el elemento principal que posee Cocos Fast Food, pues le permite elaborar sus comidas rápidas, sin embargo, el propietario debe estar alerta para que su materia prima cuente con los más altos estándares de calidad y de ese

modo, los clientes se sientan satisfechos por estar consumiendo productos frescos y en buen estado.

3.3.4 Localización

Pérez y Gardey (2022) exponen la localización consiste en “indicar o establecer la ubicación geográfica de algo o alguien. El término alude al emplazamiento en el espacio, definido a partir de distintas referencias” (párr.1).

De acuerdo con lo anterior, se logra definir la localización índica, cuál es la ubicación precisa o exacta donde se encuentra una empresa o zona, facilitando a las personas orientarse geográficamente de una mejor manera.

Para las empresas es muy importante la localización de su negocio, por cuanto si su establecimiento se encuentra ubicado en zonas concurridas y muy conocidas, eso ayuda a que el negocio consiga obtener mucha afluencia de clientes.

En el caso del emprendimiento Cocos Fast Food, se encuentra ubicado en la Ruta Nacional Primaria 21, zona donde transitan muchos vehículos para llegar a Liberia, ir al Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós o visitar las playas de Guanacaste y demás pueblos cercanos, por ello, el negocio se beneficia por su ubicación estratégica.

3.4 Marco conceptual relacionado con el objetivo tres

3.4.1 Fuentes de financiamiento

Equipo Editorial de Indeed (2023) menciona lo siguiente: “Las fuentes de financiamiento son una herramienta fundamental para toda empresa emergente, ya que a través de ellas se adquieren los ingresos necesarios para iniciar un proyecto o para lograr que escale y evolucione” (párr.1).

Las fuentes de financiamiento se caracterizan por ser una herramienta que brinda los recursos monetarios destinados a un objetivo, en este caso a una organización o empresa.

Estas son de suma importancia, en tanto puede ser una ayuda al inicio, es decir, durante la apertura del negocio, durante y mientras la empresa está en funcionamiento o

inclusive, después de estar posicionado en el mercado, para solventar gastos o situaciones inesperadas.

Para la microempresa en cuestión, las fuentes de financiamiento son de gran importancia para realizar la ampliación del *food truck*, así como para la adquisición del equipo de cocina requerido.

3.4.2 Flujo de caja

Según la autora Kiziryán (2024) menciona, el flujo de caja se refiere a “las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado” (párr.1).

El flujo de caja se logra comprender como el movimiento que existe de salidas y entradas de dinero en una empresa, esto surge a raíz de las ventas generadas y gastos en que se incurre.

Es primordial debido a permitir conocer la estabilidad financiera de los negocios, además de ser un indicador para conocer si la empresa tiene dinero suficiente con el cual cubrir sus obligaciones. Por lo tanto, es relativamente importante Cocos Fast Food realice flujos de caja con el fin de llevar un control estricto de sus ingresos y egresos.

3.4.3 Indicadores financieros

Mundi (2022) menciona los indicadores financieros se definen como “una herramienta con la que las empresas pueden realizar un análisis financiero de la situación del negocio en un determinado periodo. Ayudan a realizar comparativas y a tomar decisiones estratégicas en el ámbito económico y financiero” (párr.3).

De tal modo, los indicadores financieros como el punto de equilibrio, rentabilidad, liquidez, endeudamiento, entre otros, son herramientas que facilitan a las empresas evaluar su situación económica de una manera precisa, pues se encargan de realizar un análisis exhaustivo de sus finanzas. Gracias a esas métricas las empresas logran tomar decisiones para su futuro.

En relación con Cocos Fast Food, es fundamental implementen los indicadores financieros en su contabilidad, de modo que logren determinar si la microempresa está siendo efectiva en sus operaciones como negocio de venta de comidas rápidas.

3.4.4 Estados financieros

En la página Editorial Etecé (2021) se menciona:

Los estados financieros son informes y documentos con información económica, de un individuo o entidad. También conocido con el nombre de estados contables, estos informes exponen la situación económica en que se encuentra una empresa, como así también sus variaciones y evoluciones que sufren durante un período de tiempo determinado. (párr.1)

Los estados financieros, como el estado de situación, estados de resultados y flujos de efectivo, son documentos que proporcionan datos valiosos de la empresa, entre ellos, su actual estado económico. Estos informes dan una dirección acerca de los siguientes pasos o decisiones que las empresas deben tomar para sobrevivir en el mercado, por ejemplo, inversiones de corto y largo plazo.

Para Cocos Fast Food utilizar los estados financieros sería de gran ayuda para tener un panorama claro de la situación en la que se encuentra y así tomar las mejores decisiones para su crecimiento.

CAPÍTULO 4

Análisis de los resultados

Seguidamente, se presenta el capítulo número cuatro, abarca tanto el análisis, como los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados.

4.1 Estudio de mercado

En esta sección se desarrolló un estudio de mercado, para ello se aplicó una encuesta que según la metodología de esta investigación correspondió a 195 personas. Abarcó tanto clientes reales como clientes potenciales, esto para obtener información y elaborar un análisis de datos e información relevante sobre el desarrollo del proyecto.

A raíz de lo anterior, se obtuvo información relacionada con los gustos y preferencias de los consumidores, así como temas acerca de la oferta y demanda de los productos ofrecidos en Cocos Fast Food. Estos datos van a ayudar en la toma de las decisiones respectivas para la puesta en marcha del proyecto.

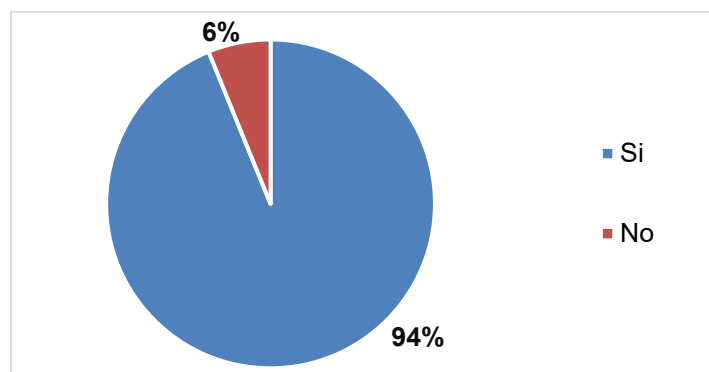
4.1.1 Análisis e interpretación de la información

De acuerdo con la encuesta aplicada a 195 personas, se obtuvo información sumamente importante y relevante para la investigación. Por lo cual, se decidió tomar en cuenta las figuras más significativas para la realización del estudio de mercado.

4.1.1.1 Análisis de los gustos y preferencias

Figura 7

¿Es de su agrado comprar comidas rápidas en los Food Truck?

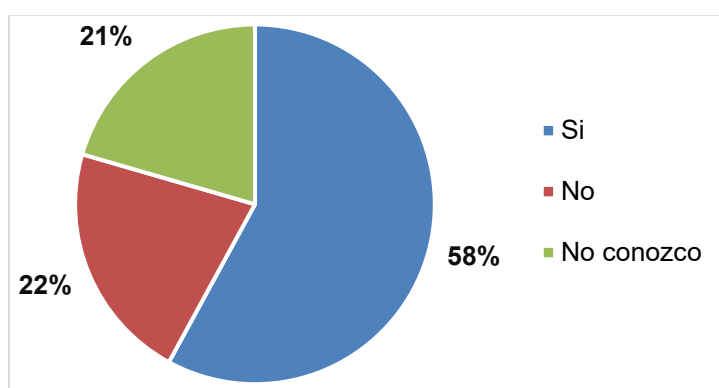


Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Como se observa en la figura anterior, un 6% de las personas encuestadas respondió no les agrada comprar comidas rápidas en los *food truck*, mientras un 94% respondieron sí les agrada. Se puede determinar: la mayoría de las personas tienen una preferencia por consumir en estos locales, surgiendo que los *food truck* están siendo aceptados por los consumidores.

Figura 8

¿Considera usted que existen en la zona de Liberia suficientes establecimientos que se dediquen a la venta de comida rápida a través de Food Truck?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

En relación con la figura anterior, se puede mostrar: solo un 58% de las personas encuestadas consideran sí hay suficientes *food trucks*, lo cual demuestra que la oferta actual está cubriendo la demanda de los consumidores de la zona, por otro lado, un 22% afirma no hay suficientes *food trucks*, esto podría indicar que hay una demanda insatisfecha, sin embargo, un 21% de los encuestados no conoce establecimientos de *food trucks* en Liberia, eso puede significar los *food trucks* no se han dado a conocer lo suficiente.

Tabla 9

¿Qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos para elegir un negocio de comidas rápidas?

	1	2	3	4	5
Ubicación		1	15	72	107
Menú atractivo	2	4	8	33	148
La relación precio/calidad del producto		2	5	32	156
Servicio al cliente		1	5	34	155
Orden e higiene			7	39	149
Popularidad del local	14	7	28	54	92
Rapidez en la atención		1	7	29	158

Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Tal como se ve en la tabla anterior, los aspectos con mayor relevancia son la relación del precio, calidad del producto, servicio al cliente, orden e higiene y la rapidez en la atención, esto quiere decir que los encuestados priorizan estos aspectos antes que otros.

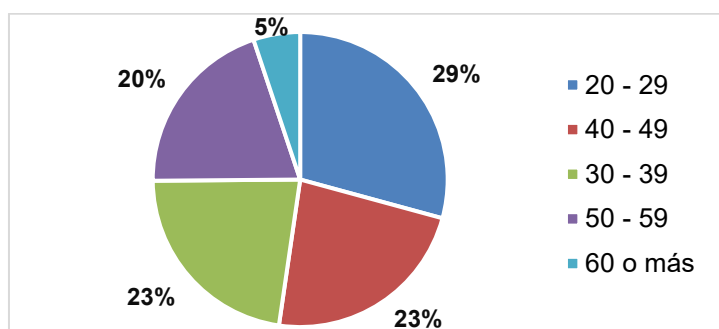
Entre los factores moderadamente importantes se encuentra la ubicación y el menú atractivo, lo anterior demuestra que la ubicación debe ser más accesible, sin embargo, no es determinante para los consumidores y aunque el menú atractivo es un aspecto relevante tiene un peso menos en relación con la calidad y el servicio.

Por último, pero no menos importante, se encuentra la popularidad del local, este aspecto contiene menor cantidad de importancia, ello quiere decir que la reputación del local no es un factor para visitar un establecimiento de comidas rápidas.

4.1.1.2 Análisis del perfil del consumidor

Figura 9

¿Cuál es su rango de edad?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Como se observa en la figura anterior, la mayoría de los consumidores se encuentra en un rango de 20-29 años (29%), eso muestra que la mayor participación es de personas jóvenes. Por otro lado, le siguen los rangos de 30-39 y 40-49 años, ambos reflejan un 23% con lo cual demuestra la participación está equilibrada entre las personas adultas, mientras el rango de 50-59 es de un 20% y el grupo de 60 o más es la más baja. Gracias a estos resultados, se puede concluir: el público principal está compuesto tanto por jóvenes como por adultos.

Tabla 10

¿Cuál es su ocupación?

Ocupación	Cantidad
Transportista	42
Otro	36
Persona trabajadora del aeropuerto	33
Persona trabajadora de hotelería	28
Agente de reparto	24
Persona trabajadora de un rent a car	20
Estudiante universitario	12
Total	195

Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

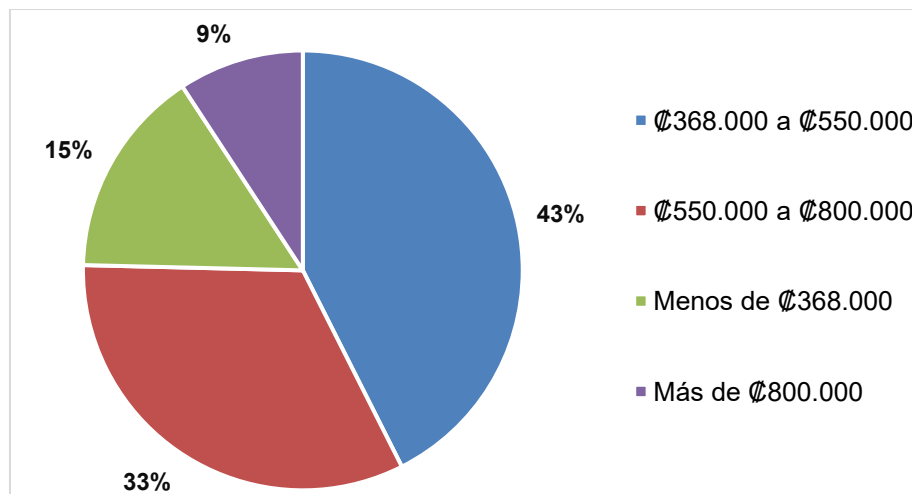
En la tabla 10 se detalla cuál es la ocupación de cada consumidor encuestado, se destaca las siguientes opciones: transportista, persona trabajadora del aeropuerto, hotelería o Rent a Car, agente de reparto u otros.

En mayor cantidad se encuentra la ocupación de transportista con 42 personas, seguidamente otras ocupaciones no detalladas con un total de 36 personas, algunas de estas profesiones son: oficial de seguridad, ama de casa, trabajador independiente. Seguidamente, un total de 33 personas se identifican como trabajadores del aeropuerto y la ocupación con un menor porcentaje es estudiante universitario, con un total de 12.

Se puede destacar la ocupación con mayor demanda es la de transportista, lo cual resulta beneficioso para Cocos Fast Food, pues se trata de un negocio tipo *Food Truck*. De esta manera, responde adecuadamente a las necesidades de los transportistas, ofreciendo comida rápida en una parada donde el tiempo disponible es limitado.

Figura 10

¿Cuál es su rango de ingreso mensualmente?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Conocer el ingreso mensual de las personas es de importancia, pues se logra conocer o estimar en cuál rango se ubica la población económicamente activa.

De modo que, con la figura anterior se aprecia un 43% de las personas encuestadas posee un rango de \$368.000 a \$550.000, mientras el porcentaje que le sigue con el valor de \$550.000 a \$800.000 con el 33%, siguiendo un 15% con el rango de menos ingreso de \$368.000 y, por último, el ingreso de más ingreso es de \$800.000 con un 9%.

Por lo ello, se concluye la mayor parte de la población encuestada tiene un ingreso mayor al salario mínimo, demostrando su poder adquisitivo para consumir comidas rápidas.

4.1.1.3 Análisis del Marketing Mix

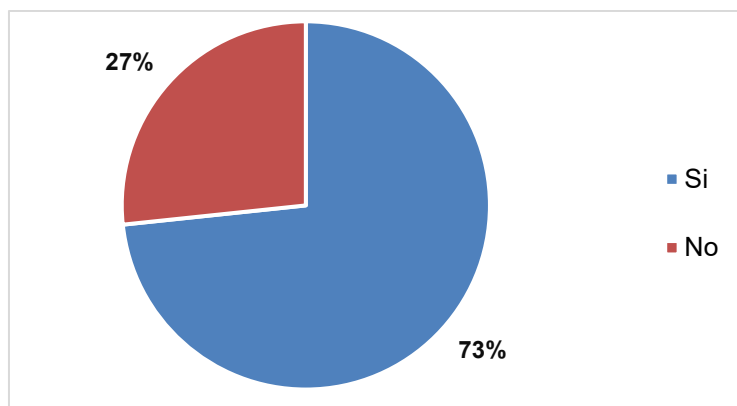
Es de suma importancia se encuentre definido el marketing mix en la parte del estudio de mercado, en tanto toma en consideración puntos fundamentales para el desarrollo del proyecto, como el caso de las 4 P, es decir, el producto, el precio, la plaza y la promoción, tomando las referencias de la encuesta realizada.

A continuación, se detalla cada una de ellas.

4.1.1.3.1 Producto

Figura 11

¿Conoce usted el Food Truck Cocos Fast Food ubicado en el barrio las Américas en Liberia, Guanacaste?

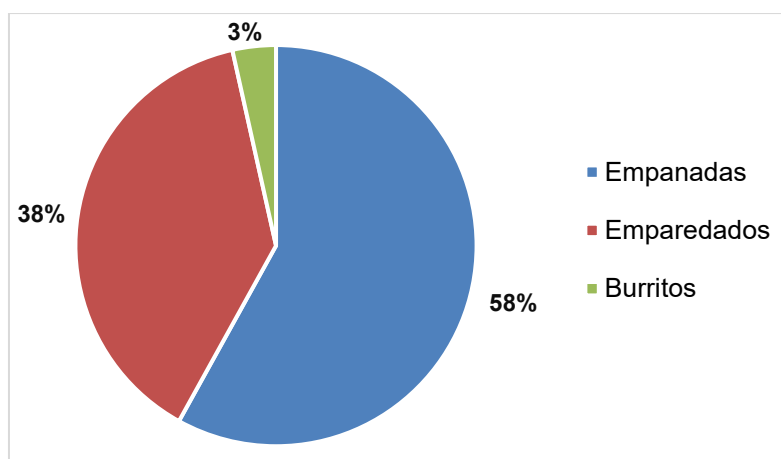


Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Es esencial conocer el porcentaje de personas del total de los encuestados que conocen el negocio Cocos Fast Food, por ende, en la figura 11 se logró determinar: el 73% de las personas conoce el local, se da a entender son personas quienes pasan por la zona, clientes ocasionales o clientes fijos del negocio. El porcentaje mostrado en la figura es un dato alto, lo cual indica la mayoría de las personas encuestadas tiene conocimiento del negocio.

Figura 12

¿Qué productos compra en Cocos Fast Food?



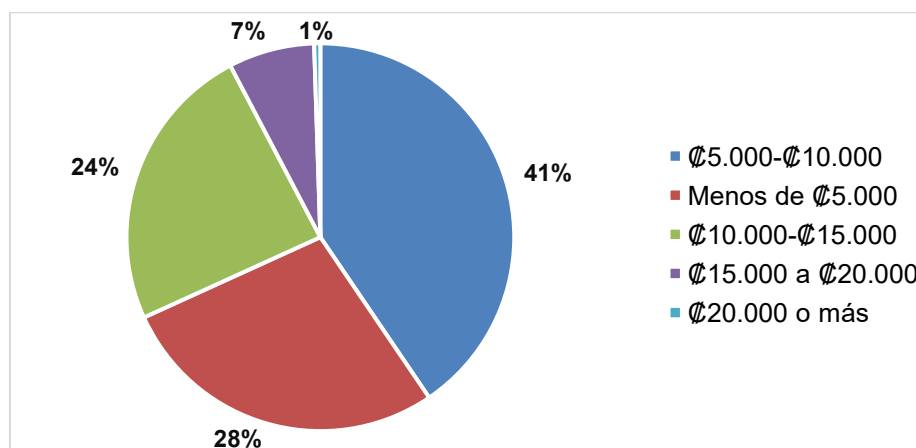
Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Los datos previamente detallados muestran los tres productos ofrecidos por Cocos Fast Food actualmente, entre ellos el mayor porcentaje de consumo lo tienen las empanadas, pues se ofrecen de varios sabores, el segundo producto que tiene más consumo son los emparedados, mientras el de menor porcentaje son los burritos, esto se debe a que el personal no tiene este producto elaborado, sino, cuando una persona pregunta por este, se lo preparan en el momento. Para el personal es importante conocer cuáles productos son de mayor demanda para los clientes, así se pueden preparar en mayor cantidad.

4.1.1.3.2 Precio

Figura 13

¿Cuál es el rango promedio que gasta a la hora de consumir comida rápida?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Se puede apreciar que un 41% de las personas gastan entre \$5.000 a \$10.000 a la hora de realizar compras de comidas rápidas. Incluso, un 28% gastan menos de \$5.000.

A la vez, un 24% de las personas gastan de \$10.000 a \$15.000 y un 7% gasta de \$15.000 a \$20.000 y en menor proporción, solamente una persona gasta \$20.000 o hasta más.

De este modo, se puede determinar esto va a depender de varios factores, como el poder adquisitivo de la persona y la frecuencia de consumo de comidas rápidas.

Tabla 11

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?

Productos	€1.000	€1.500	€2.000	€2.500	€3.000	€3.500	€4.000
Hamburguesa sin papas	3	11	75	58	34	10	4
Hamburguesa con papas	1	8	14	70	43	40	19
Pollo frito	3	21	33	36	84	15	3
Empanadas	79	51	39	13	8	2	3
Emparedados	16	108	40	18	8	2	3

Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

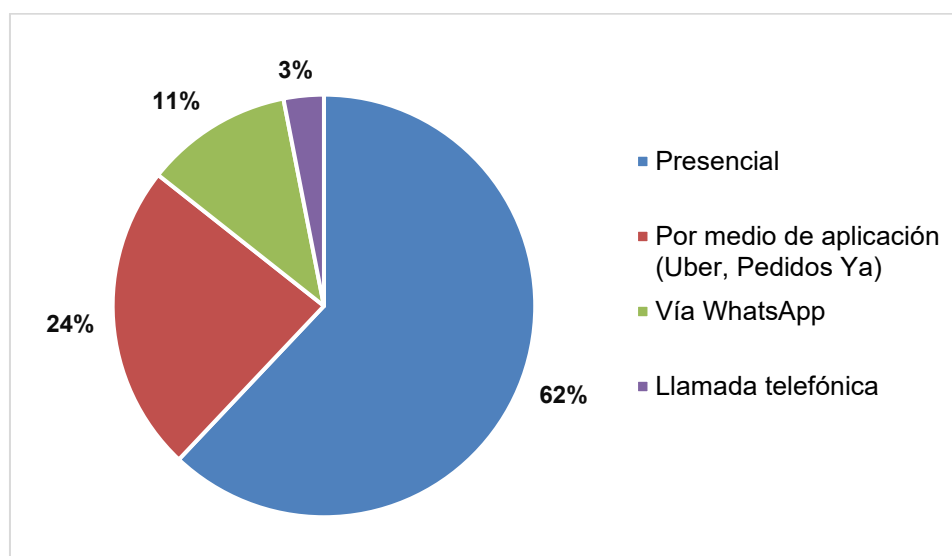
La tabla 11 muestra los precios que las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar. En relación con las hamburguesas sin papas, la mayoría estarían dispuestas a pagar €2.000, por las hamburguesas con papas aproximadamente €2.500, por pollo frito €3.000, por empanadas €1.000 y por emparedados €1.500.

Esta información sirve como base para el establecimiento de precios por parte del negocio, siempre y cuando, también tomen en cuenta factores como los costos de los productos, mano de obra, entre otros.

4.1.1.3.3 Plaza

Figura 14

¿Cuál opción prefiere para solicitar su pedido de comidas rápidas?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

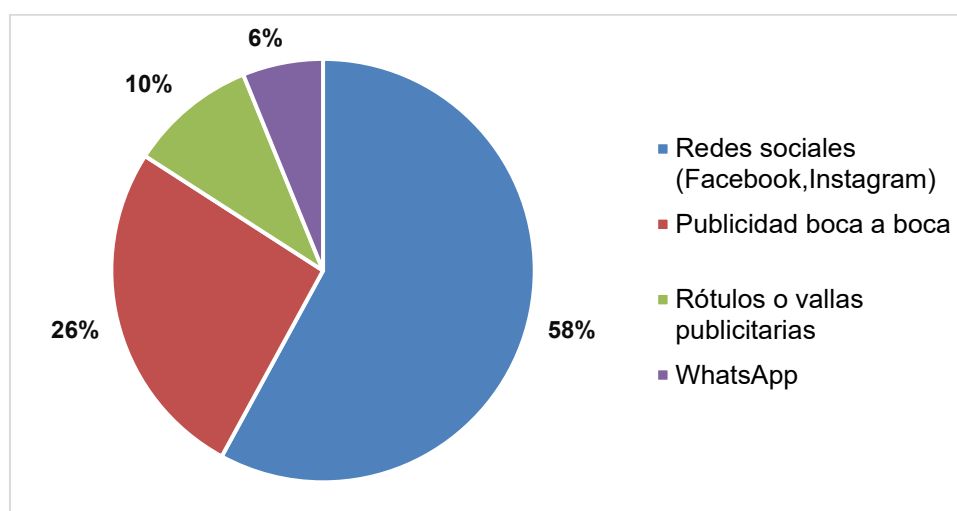
Se puede analizar que la mayor cantidad de clientes prefieren pedir su comida rápida de forma presencial, para un total de 62%, mediante las aplicaciones hoy en día muy utilizadas, un 24%, además un 11% por WhatsApp y, por último, la menos elegida fue a través de una llamada telefónica.

Cabe destacar: la mayoría de los clientes de Cocos Fast Food transitan por la Ruta Nacional Primaria 21, lo cual les permite acceder al establecimiento con facilidad. Gracias a su concepto de *food truck*, el servicio se caracteriza por su rapidez y conveniencia, brindando a los clientes una opción ágil y eficiente para realizar sus pedidos de manera presencial.

4.1.1.3.4 Promoción

Figura 15

¿Por cuál medio se entera sobre la apertura de nuevos locales de comidas rápidas?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

El medio que está generando un mayor impacto, con un 58% de las personas entrevistadas, es a través de redes sociales, por ejemplo: Facebook e Instagram, siguiente a este, está la publicidad de boca a boca con un 26%, rótulos o vallas publicitarias con un 10% y, por último, pero no menos importante, un 6% por WhatsApp.

Es importante reconocer la tecnología ha ido avanzando a través del tiempo y es un medio muy utilizado para dar a conocer los diferentes negocios activos en el mercado. El

marketing digital genera impacto en las redes sociales, siendo esto más fácil de compartir para los usuarios de las distintas plataformas y de igual manera interactuar con el negocio.

4.1.2 Observación

En este apartado se realizó un proceso de observación para cuantificar y clasificar los emprendimientos, sodas, restaurantes o cadenas de comidas rápidas ubicadas en los alrededores de la zona donde se encuentra Cocos Fast Food.

Tabla 12

Competencia de Cocos Fast Food.

Clasificación	Nombre
Emprendimiento	Bendita Empanada
Restaurante	Comidas Típicas Guanacastecas Benavente & Rivas
Emprendimiento	Street Food Ruta 21
Restaurante	La Choza de Laurel
Restaurante	Rancho Lumbi
Comercio	Pricesmart
Franquicia	Kentucky Fried Chicken KFC
Franquicia	Subway
Franquicia	McDonald's
Franquicia	Burger King
Franquicia	Pizza Hut
Restaurante	El Mesón de la Abuela
Franquicia	Taco Bell
Restaurante	La Parrilla de Cabuya

Elaboración propia a partir de la observación realizada en el sitio (2025).

En la tabla anterior, se observa los diferentes tipos de establecimientos gastronómicos y comerciales, situados en los alrededores de Cocos Fast Food. Se destaca emprendimientos locales, restaurantes independientes, comercios y franquicias de comidas rápidas de muy reconocidas.

Entre los emprendimientos destacan Bendita Empanada y Street Food Ruta 21, mientras restaurantes como Comidas Típicas Guanacastecas Benavente & Rivas, La Parrilla de Cabuya y La Choza de Laurel, representan la oferta gastronómica tradicional de la zona. Asimismo, se identificó la presencia de grandes franquicias internacionales, entre ellas: KFC, Subway, McDonald 's, Burger King, Taco Bell y Pizza Hut, además de Pricesmart, pues dentro de sus instalaciones también se encuentra restaurantes donde se ofrece comida rápida.

Esta clasificación proporciona un panorama mucho más claro de la competencia directa e indirecta que podría influir en la operación y el plan de expansión de Cocos Fast Food, con una distancia de 5 km aproximadamente desde Liberia hasta el negocio, además de otros 5 km desde el local hacia el pueblo Guardia, siendo Cocos Fast Food el punto medio para ambos sitios.

4.1.3 Entrevista

Como parte de las técnicas aplicadas, se abordó mediante una guía de entrevista al señor Luis Roberto Porras Villarreal, propietario de Cocos Fast Food, con la finalidad de obtener datos claves para el desarrollo del proyecto. Algunas de las preguntas elaboradas en la entrevista tuvieron relación con los siguientes temas.

4.1.3.1 Activos requeridos

De acuerdo con Porras (2025) el equipo principalmente requerido, es primero la ampliación del local, esto constituye la idea principal, por cuanto se debe hacer más grande, además de la adquisición de: dos freidoras industriales, una plancha de cocina industrial, una parrilla industrial, una cámara de refrigeración, una mesa fría y un congelador.

En relación con lo anterior, lo primordial es la ampliación del local, se basa en expandir el tamaño del *food truck* para poder colocar el nuevo equipo, necesario para que el negocio implemente los nuevos platillos en su menú.

También se consultó a Luis Roberto Porras Villarreal si era importante las marcas o el color de algunos de los electrodomésticos. A esto respondió no es necesario una marca específica para los equipos, debido a haber marcas muy buenas y económicas, las cuales se pueden conseguir a muy buen precio y sin ningún problema estas pueden ser usadas, sin embargo, deben ser principalmente de acero inoxidable, aunque tienen un costo más elevado, pero se requiere sea de este material industrial que garantiza la calidad.

4.1.3.2 Ubicación del local

Porras (2025) comentó “es un lugar que, aunque está un poco alejado de Liberia, transita mucha gente por esa calle, es un lugar amplio donde hay parqueo que la gente puede parquearse seguro”.

Dado lo anterior, el *food truck* del emprendimiento se encuentra en una zona muy estratégica, pues tiene mucho tránsito, además, cuenta con un lugar amplio para que cualquier tipo de vehículo pueda parquear para adquirir sus productos.

Por otra parte, es importante mencionar el sitio donde se encuentra ubicado el *food truck*, es del abuelo del propietario, quien se los presta para que puedan realizar las ventas en el lugar y así no deban movilizarse ni pagar ningún tipo de alquiler.

4.1.3.3 Materia prima

Porras (2025) expresa:

La masa se compra al por mayor, igual la carne para desmechar se compra al por mayor, el pollo, el pan baguette se compra en la panadería local, mantequilla, jamón, pasta de tomate, salsa inglesa, cebolla, lechuga, queso americano, también queso mozzarella que se usa para las empanadas, ajo molido, paprika, sazónador completo para sazonar la carne cuando se cocina.

El aceite para freír es de alta resistencia y también la mayonesa de los emparedados. Ellos elaboran la mayonesa de manera casera, por lo tanto, se ocupa una taza, huevo, aceite, sal, azúcar.

Porras describe los insumos y procesos de la preparación de los alimentos, además, destaca algunos ingredientes son comprados al por mayor, entre ellos carne, pollo, masa, pan y otros, eso es una operación eficiente en términos de costos. Por otro lado, los productos utilizados son frescos, como el pan y la mayonesa casera, también el uso de los condimentos específicos le da un sabor especial y calidad al producto final.

4.1.4 Datos referentes al consumo y demanda del producto

4.1.4.1 Demanda del producto

Para la demanda actual de la microempresa Cocos Fast Food se categorizó a la población que consume productos del negocio, de acuerdo con sus ocupaciones. entre las cuales se encuentra transportistas, personas trabajadoras del aeropuerto, hotelería o *rent a car*, agentes de reparto u otros.

La ocupación con mayor número son los transportistas, seguidamente otras ocupaciones no detalladas, donde algunas de estas profesiones son: oficial de seguridad, ama de casa, trabajador independiente. Luego se encuentra personas trabajadoras del aeropuerto y la ocupación con un menor porcentaje es el estudiante universitario.

Se puede destacar que el negocio Cocos Fast Food resulta ser beneficioso, pues se trata de un comercio tipo *food truck* y ofrece comidas rápidas en un menor tiempo, lo cual beneficia a estos consumidores, pues requieren sus productos sean entregados rápidamente, porque deben seguir la ruta de su trabajo, debido a tener su tiempo disponible limitado.

4.1.4.2 Estacionalidad de las ventas que posee este emprendimiento

Según la pregunta realizada al propietario de Cocos Fast Food sobre la estacionalidad de las ventas, menciona “para inicios de año, es decir, enero y febrero, las ventas suelen disminuir, los siguientes meses se mantienen regular, y a finales de año, en noviembre y diciembre las ventas aumentan considerablemente” (Porras, 2025).

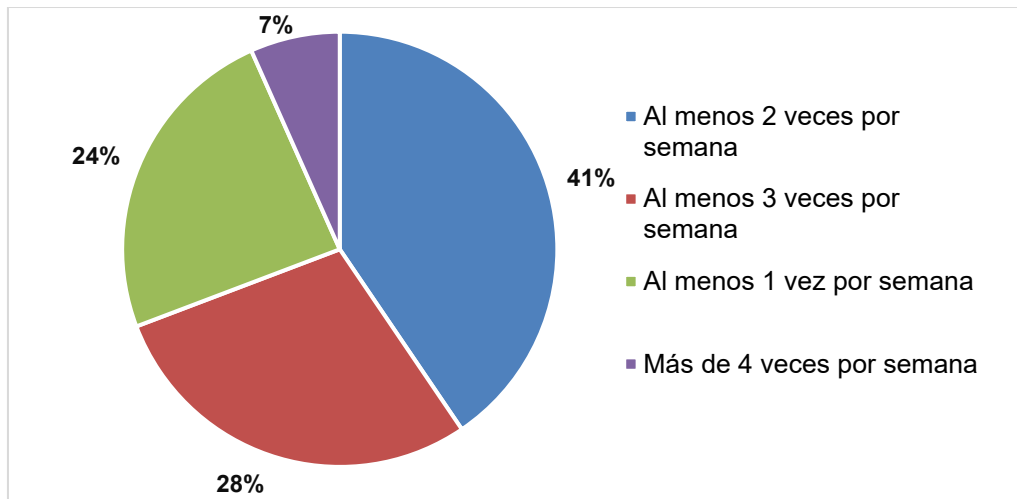
Dado lo anterior, se puede deducir lo siguiente, a inicios de año, las ventas disminuyen debido a que el sector laboral se encuentra de vacaciones, por lo tanto, no suelen pasar de forma constante como cuando van hacia sus sitios de trabajo.

En cambio, de marzo a octubre las ventas suelen considerarse regulares, no se da algún factor que intervenga, pero en los meses de noviembre y diciembre, las ventas usualmente aumentan por la llegada de turistas quienes van a vacacionar, lo cual resulta muy beneficioso para el negocio.

En respaldo de lo anterior, se adjunta la siguiente figura, muestra la frecuencia de consumo de comidas rápidas de las personas encuestadas.

Figura 16

¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?



Elaboración propia a partir de la aplicación del cuestionario (2025).

Se destaca: un 41% de las personas encuestadas consumen comidas rápidas al menos 2 veces por semana, un 28% al menos 3 veces por semana, un 24% al menos una vez a la semana y, por último, un 7% más de 4 veces a la semana. Este análisis es importante, pues se aprecia la frecuencia de compra de comidas rápidas de parte de los clientes y da a Cocos Fast Food una oportunidad en el mercado. Un 70% consume más de 2 veces por semana, por lo cual tiene un impacto significativo en los niveles de consumo.

4.1.5 Análisis PESTEL

A continuación, se muestra los distintos factores externos con posibilidad de llegar a influir en el negocio Cocos Fast Food, por tanto, es viable tomar las medidas necesarias para evitarlo o aprovecharlo.

Figura 17

Análisis PESTEL de la microempresa Cocos Fast Food.



Elaboración propia (2025).

Los diversos factores externos con capacidad de influir en gran medida a la microempresa, como los factores políticos, en el caso de las políticas fiscales, por cuanto los impuestos pueden tener variaciones ocasionando impacto en los costos de operación. Además, la corrupción provoca desconfianza en el sistema, elevando los costos.

Por otra parte, los factores económicos como el endeudamiento que afecta tanto al consumidor como al financiamiento de la microempresa, también la alta inflación en los precios reduce el poder adquisitivo y puede encarecer las materias primas. Los factores sociales, la baja tasa de natalidad implica una reducción del mercado consumidor, lo cual puede llegar a afectar al negocio. Y los estilos de vida, también son un agente con posibilidad de afectar las preferencias de compra de los consumidores.

Seguidamente, los factores tecnológicos son de gran importancia en la actualidad, entre estos, los métodos de pago en línea, pues implican mayores exigencias de seguridad.

Además, las demandas de plataformas digitales, requieren de mucha inversión para la transformación digital. En cuanto a los factores ecológicos, la creación de nuevos productos puede aumentar residuos que contaminen el ambiente, si no se gestiona adecuadamente. La demanda de plataformas digitales reduce la huella de carbono, pero aumenta el uso de electricidad.

Los factores legales, como las cargas sociales, afectan la estructura de los costos y las demandas laborales establecen mayor regularidad en derechos laborales y en las condiciones de trabajo.

4.1.6 Análisis interno y externo de Cocos Fast Food

4.1.6.1 FODA

El análisis FODA consiste en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un proyecto o empresa. En este caso, para Cocos Fast Food va a ser una herramienta fundamental para reconocer estos cuatro elementos clave, facilitando así la toma de decisiones estratégicas y permitiendo una evaluación más precisa de su proyección a futuro.

4.1.6.1.1 Fortalezas

- Cuenta con un *food truck* ya establecido.
- Rapidez en la atención al cliente.
- Productos frescos y de buena calidad.
- Expansión comercial del negocio a zonas cercanas.

4.1.6.1.2 Oportunidades

- Apoyo de banca estatal o fuentes de financiamiento a pequeños emprendimientos.
- Zona altamente transitada, la cual conduce al aeropuerto, zona costera y el resto de la península.
- Fidelización de clientes al ofrecer variedad en sus productos.
- Reconocimiento en la zona por su ubicación estratégica.

4.1.6.1.3 Debilidades

- Espacio limitado dentro del *food truck* actual.

- Falta de equipos especializados para ampliar el menú.
- Horarios reducidos del negocio.
- Dependencia climática para operar.

4.1.6.1.4 Amenazas

- Incremento de los costos de los insumos y equipos.
- Nuevos competidores en la zona comercial de comidas rápidas.
- Cambios en normativas sanitarias y municipales para la operación de un *food truck*.
- Fluctuaciones económicas que afecten el consumo local.

La microempresa Cocos Fast Food logró establecer su *food truck* en la zona de barrio Las Américas, Liberia, destacándose por la calidad y rapidez en el servicio.

Actualmente, busca ampliar su *food truck* para incorporar nuevos equipos que le permitan diversificar su menú y satisfacer nuevas demandas del mercado.

Entre las oportunidades se encuentra el apoyo de banca estatal o fuentes de financiamiento a pequeños emprendimientos, mientras en sus debilidades se identifica las limitaciones físicas del *food truck* y la falta de equipo especializado. Además, se debe tomar en consideración las amenazas externas como el aumento en el costo de los insumos y posibles competidores.

4.1.6.2 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter ayuda a entender cómo se encuentra el entorno competitivo para la microempresa Cocos Fast Food, de modo que pueda plantear estrategias para utilizarlas con las amenazas presentes y futuras.

Las cinco fuerzas de Porter se componen de la siguiente manera:

4.1.6.2.1 Poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación de los clientes es importante para los negocios, en cuanto estos dependen de si los clientes se quedan o no. En consecuencia, las empresas buscan fidelizar o crear alianzas con los consumidores, de modo que estos prefieran siempre sus productos y no busquen negocios donde se brinde productos similares.

Por ello, la microempresa Cocos Fast Food ofrece diferentes opciones en su menú y una excelente calidad en el servicio, con el fin de que los clientes, pueden elegir entre dichas opciones, haciendo valer y compensando su dinero invertido en los productos adquiridos y, de esta forma puedan negociar al comparar su compra.

4.1.6.2.2 Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es primordial para las entidades, pues ayuda a mantener una buena relación con los proveedores, además de obtener la mejor calidad de materia prima.

Es necesario las empresas tengan diversidad de opciones para obtener la materia prima al mejor precio y de mejor calidad, así como formar una alianza o amistad con los proveedores logrando obtener beneficios.

La microempresa Cocos Fast Food posee proveedores los cuales le surten algunos insumos de su materia prima, por tanto, se da una negociación entre proveedor y cliente, para que los productos sean de buena calidad a un buen precio.

Pero también obtiene sus insumos a través de supermercados, esto permite una mayor flexibilidad al conseguir los productos necesarios a un mejor precio, si se cotiza en varios supermercados. De igual forma, es fundamental contar con un proveedor adicional, quien pueda proporcionarle materia prima en caso de surgir algún inconveniente con el proveedor principal.

4.1.6.2.3 Amenazas de nuevos competidores entrantes

La amenaza de nuevos competidores es de vital importancia las empresas la tengan en consideración, porque puede ser una desventaja para ellos, debido a haber factores necesarios de contemplar por los negocios, por ejemplo, cómo lograr diferenciarse de las demás empresas, además de basarse en obtener mayor experiencia.

Cocos Fast Food se diferencia de otras empresas de la zona al ser un local de modalidad "*food truck*", si bien es cierto, cerca de este negocio hay otro que de igual manera es un *food truck*; sin embargo, Cocos Fast Food se encuentra más cerca de empresas con mayor número de trabajadores que consumen comida rápida, también el

negocio con el paso de los años ha logrado obtener mucha experiencia, consiguiendo la fidelización de muchos de los consumidores, al ser cercanos a estos y proporcionándole productos a precios bajos, pero de excelente calidad, en busca siempre de la satisfacción de los clientes.

No obstante, al ser una zona altamente turística, cabe la posibilidad de que nuevas empresas de comidas rápidas se ubiquen a lo largo de la vía.

4.1.6.2.4 Amenazas de nuevos productos sustitutos

La amenaza de nuevos productos sustitutos surge a raíz de que otras empresas puedan elaborar un producto, ya sea igual o diferente, pero cumpla la misma función, el cual sea accesible o de mejor calidad respecto del ofrecido por otra empresa. Es importante conocer cómo se encuentra la competencia en el mercado y así, las empresas puedan innovar en sus productos para llamar la atención y conservar la fidelidad de los consumidores.

Cocos Fast Food es una microempresa cuyo establecimiento es un *food truck*, lo cual es algo innovador para las personas. Deben considerar sus productos sean del agrado de todos, en este caso su menú se basa en diversas empanadas y emparedados, además de la integración de hamburguesas y pollo frito. Por ello, es importante la empresa realice una estrategia para promocionar sus productos de otra manera y sea algo motivador en función de los clientes, consumir en su local.

El negocio se diferencia de otros, porque a la hora en que los clientes compran un producto, se les da una bebida natural como regalía, lo anterior ocasiona muchas personas acudan a este local, pues se ahorran dinero en comparación con otros negocios.

Algunas de las empresas donde ofrecen productos sustitutos, ubicados sobre la vía principal y conectan con este emprendimiento son, por ejemplo, KFC donde se ofrece diferentes productos derivados del pollo, Subway distribuye diversos tipos de sándwich, La Parrilla de Cabuya ofrece diferentes tipos de carnes.

4.1.6.2.5 Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores es un punto que los negocios deben tener muy vigilado y controlado, para lograr diferenciarse de las demás empresas, es de suma importancia desarrollar bien las estrategias planteadas para conseguir un mejor resultado en el mercado.

Cocos Fast Food debe sobresalir entre los negocios locales donde se prepara comida rápida. Un punto importante para diferencia la empresa es ser un *food truck*, algo innovador para los consumidores. Otra iniciativa propia de la microempresa es que al comprar un producto se obtiene como obsequio un refresco natural preparado por ellos.

Cocos Fast Food posee muchos competidores directos, algunos de ellos son: McDonald's, Burger King, Taco Bell, negocios especializados en la elaboración de diversas comidas rápidas, por lo tanto, son fuertes competidores para las microempresas, pues las personas pueden optar por consumir en estos establecimientos en lugar de Cocos Fast Food.

4.1.6.3 Indicadores claves de rendimiento (KPI)

Martins (2024) indica “un KPI, que proviene de la frase en inglés key performance indicator (indicador clave de rendimiento), es una métrica cuantitativa que muestra cómo tu equipo o empresa progresa hacia tus objetivos empresariales más importantes.” (párr.2)

Como se mencionó anteriormente, los KPI son fundamentales para la gestión de las empresas, esto le permite medir de forma objetiva el rendimiento de la empresa, el equipo de trabajo o un proyecto.

Gracias a ellos se puede identificar las estrategias que están funcionando y a cuáles se debe realizar ajustes. Por otro lado, ayuda a alinear las actividades de los colaboradores en equipo, hacia las metas y objetivos. Al implementar los KPI, mejora la toma de decisiones, además de la responsabilidad y mejora continua. Es importante tener las métricas claras para saber si se está avanzando o no.

Algunos de los KPI que se puede poner en práctica en Cocos Fast Food con sus métricas, son:

Objetivo de KPI: Brindar servicios adicionales.

Métricas del objetivo: Con el fin de aumentar la fidelización de los clientes y consumidores potenciales, implementando envíos gratis, combos de los productos y descuentos.

Objetivo de KPI: Crear redes sociales.

Métricas del objetivo: Ser más reconocidos y captar nuevos clientes a través de publicaciones pagadas en las diferentes redes sociales.

Objetivo de KPI: Tiempo de servicio por cliente.

Métricas del objetivo: Minutos que se tarda en tomar el pedido hasta su entrega, con un tiempo aproximado de cinco minutos.

4.2 Activos requeridos

Gracias a una entrevista realizada al propietario del establecimiento se recopila la información sobre los activos requeridos, así como la cantidad respectiva de ellos que necesita la microempresa para su ampliación, además de los activos actuales del negocio.

4.2.1 Equipo requerido

Es el equipo de cocina necesario para la implementación de los nuevos productos por incluir en el menú de la microempresa Cocos Fast Food. Entre los equipos requeridos se encuentran los siguientes:

Tabla 13

Equipo requerido.

Activos	
Equipo	Cantidad
Freidoras industriales	2
Plancha de cocina industrial	1
Parrilla industrial	1
Cámara de refrigeración	1
Mesa fría	1
Congelador	1
Total	7

Elaboración propia (2025).

4.2.2 Cotizaciones

Hace referencia a la inversión en que se va a incurrir para la ampliación del negocio Cocos Fast Food.

4.2.2.1 Inversión del equipo

Son los equipos necesarios que formarán parte de la ampliación del negocio Cocos Fast Food.

4.2.2.1.1 Freidoras industriales

Las freidoras industriales son un equipo profesional de cocina, están diseñadas para freír grandes cantidades de alimentos de forma más rápida, segura y eficiente. Se utilizan principalmente en restaurantes, sodas, hoteles, cafeterías, entre otros negocios donde se requiere una alta demanda de producción.

- Cantidad: 2
- Precio individual: \$688,32
- Precio total: \$1.376,65

Características:

- Marca: OMEGA
- Material: Construcción en acero inoxidable AISI 430
- Medida: 40x70x110 cm
- Capacidad: 25 litros
- Vida útil: 10 años

Figura 18

Freidoras industriales



Empresa OMEGA (2025).

4.2.2.1.2 Plancha de cocina industrial

La plancha de cocina industrial está diseñada para cocinar grandes cantidades de alimentos de manera rápida, uniforme y eficiente. Está compuesta por una superficie metálica lisa, pueden ser de diversos materiales: acero inoxidable, acero laminado o hierro fundido y se calienta mediante resistencias eléctricas o quemadores a gas.

- Cantidad: 1
- Precio: \$845,91

Características:

- Marca: OMEGA
- Material: Fabricada en acero inoxidable AISI 430 con acabado labrado y una plancha de hierro negro de 3/8 de pulgada de espesor
- Medida: 71.5x80x90 cm
- Capacidad: Capacidad de 23.000 BTU por quemador
- Vida útil: 15 años

Figura 19

Plancha de cocina industrial.



Empresa OMEGA (2025).

4.2.2.1.3 Parrilla industrial

La parrilla industrial es un equipo diseñado para la cocción de alimentos a altas temperaturas en entornos de alta demanda, permite asar pescados, carnes, vegetales y otros alimentos de manera uniforme y rápida.

- Cantidad: 1
- Precio: \$472,88

Características:

- Marca: OMEGA

- Material: Acabado externo en acero inoxidable AISI 430 con acabado labrado, una parrilla en varilla de hierro negro de 1/4
- Medida: 67x72x90 cm
- Capacidad: Capacidad de 18.000 BTU por quemador
- Vida útil: 15 años

Figura 20

Parrilla industrial.



Empresa OMEGA (2025).

4.2.2.1.4 Cámara de refrigeración

Se utiliza para la conservación de los productos perecederos, por tanto, se considera una solución compacta y eficiente, utilizada en restaurantes, supermercados, tiendas y otras.

- Cantidad: 1
- Precio: \$617,94

Características:

- Marca: OMEGA
- Material: Acabado externo en acero esmaltado color blanco
- Medida: 54x56x156 cm
- Capacidad: Capacidad de almacenaje de 8 pies cúbicos
- Vida útil: 20 años

Figura 21

Cámara de refrigeración.



Empresa OMEGA (2025).

4.2.2.1.5 Mesa fría

Se utiliza para la exhibición y conservación de alimentos en buffets, restaurantes y cafeterías. Por lo cual, garantiza rendimiento óptimo y principalmente la frescura de los productos.

- Cantidad: 1
- Precio: \$1.452,19

Características:

- Marca: OMEGA
- Material: Acabado externo en acero AISI 430 (Labrado), con cúpula de vidrio curvo y dos puertas de vidrio tipo corredizas
- Medida: 110×61.5×90 cm
- Vida útil: 15 años

Figura 22

Mesa fría.



Empresa OMEGA (2025).

4.2.2.1.6 Congelador

Se utiliza para almacenar y conservar los productos a temperaturas ideales, adaptándose a cualquier espacio debido a su diseño compacto. Es un equipo de uso comercial usado en restaurantes y supermercados y otros.

- Cantidad: 1
- Precio: \$391,02

Características:

- Marca: OMEGA
- Material: Acabado externo en acero esmaltado color blanco
- Medida: 112x69x86 cm
- Capacidad: Capacidad de almacenaje de 10 pies cúbicos
- Vida útil: 20 años

Figura 23*Congelador.*

Empresa OMEGA (2025).

4.2.2.2 Cotización del equipo requerido

Para los activos requeridos se realizó una cotización a la empresa OMEGA, en la cual se cotizó los equipos de cocina necesarios para la implementación de los nuevos productos de la microempresa. La cotización de los activos requeridos se presenta de la siguiente manera:

Tabla 14*Cotización del equipo requerido.*

Equipo	Cantidad	Valor de activo	Costo total	Vida útil
Freidoras industriales	2	\$ 688,32	\$ 1.376,65	10
Plancha de cocina industrial	1	\$ 845,91	\$ 845,91	15
Parrilla industrial	1	\$ 472,88	\$ 472,88	15
Cámara de refrigeración	1	\$ 617,94	\$ 617,94	20
Mesa fría	1	\$ 1.452,19	\$ 1.452,19	15
Congelador	1	\$ 391,02	\$ 319,02	20
Total	7	\$ 4.468,27	\$ 5.156,59	
IVA			\$ 670,36	
Total de inversión inicial		\$ 5.826,95		

Elaboración propia (2025).

Después de realizar varias cotizaciones en diversas empresas, se determina la mejor opción es la empresa OMEGA, con ella se obtiene el precio más cómodo para la inversión inicial que el negocio Cocos Fast Food requiere, determinándose para la compra del equipo de cocina el monto total es de \$5.826,95.

4.2.2.3 Cotización ampliación del food truck

Se realizó una cotización en la empresa Equipos Siloé S.A, para la expansión del *food truck* de Cocos Fast Food, pues, a la hora de efectuar las cotizaciones a otras empresas, estas no tuvieron la disposición y tiempo para realizar la respectiva cotización.

Tabla 15

Ampliación del food truck.

Detalles	Valor
Expansión de 3 metros de ancho en food truck	\$ 3.415,56
IVA	\$ 444,02
Total	\$ 3.859,58

Equipos Siloé S.A. (2025).

La inversión necesaria para la expansión del *food truck* es de \$3.859,58 según la cotización brindada por la empresa Equipos Siloé S.A. Este monto incluye tanto los materiales como la mano de obra para la ampliación del *food truck*.

4.2.2.4 Materia prima

La materia prima que el negocio Cocos Fast Food utilizará de forma mensual para la incorporación de los nuevos productos de su menú, se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 16

Materia prima.

Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Carne de res	Kilo	160	\$ 7,31	\$ 1.168,88
Pollo	Kilo	120	\$ 2,28	\$ 273,24
Queso	Kilo	48	\$ 6,83	\$ 327,89
Aceite 20 L	Litro	8	\$37,76	\$ 302,09
Huevos 30 uds	Cartón	16	\$ 12,33	\$ 197,34
Masa 40 kg	Saco	4	\$ 25,62	\$ 102,47
Frijoles 10 kg	Saco	4	\$ 11,39	\$ 45,54
Jamón	Kilo	8	\$ 6,64	\$ 53,13
Pan	Unidad	240	\$ 1,14	\$ 273,24
Tortillas de harina	Paquete	8	\$ 3,80	\$ 30,36
Salsa de tomate 3.7 L	Unidad	4	\$ 3,13	\$ 12,52
Condimentos	Unidad	16	\$ 2,82	\$ 45,18
Sal 500 g	Unidad	8	\$ 0,71	\$ 5,69
Azúcar 1 kg	Unidad	4	\$ 2,87	\$ 11,46
Papas congeladas 10 kg	Paquete	8	\$ 19,91	\$ 159,32
Tomate	Kilo	8	\$ 3,04	\$ 24,29
Lechuga	Unidad	12	\$ 0,61	\$ 7,29

Tortas de carne 24 uds	Paquete	2	\$ 15,17	\$ 30,34
Pan de hamburguesas 16 uds	Paquete	4	\$ 6,25	\$ 25,01
Inversión total				\$3.095,29

Elaboración propia (2025).

4.2.2.5 Otros insumos

Son los insumos indispensables para la adecuada operación del negocio Cocos Fast Food, incluyen detalladamente los artículos necesarios para la limpieza, presentación y producción de los productos que se ofrece.

Tabla 17

Otros insumos.

Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Desinfectante 15 L	Litros	1	\$ 5,69	\$ 5,69
Cloro 4L	Litros	2	\$ 3,80	\$ 7,59
Desengrasante 1 L	Litros	4	\$ 5,69	\$ 22,77
Lavaplatos	Unidad	2	\$ 1,90	\$ 3,80
Bolsas de papel	Unidad	4000	\$ 0,02	\$ 75,90
Toallas de papel	Paquete	12	\$ 1,90	\$ 22,77
Papel encerado 500 pliegues	Paquete	8	\$ 6,64	\$ 53,13
Gas	Tanque	4	\$ 14,23	\$ 56,93
Total				\$ 248,58

Elaboración propia. (2025).

CAPÍTULO 5

Propuesta, conclusiones y recomendaciones

En este capítulo se desarrolla la información financiera relacionada con la propuesta para el abordaje del proyecto, además se formula conclusiones y recomendaciones para el negocio con base en la información recopilada con los instrumentos utilizados.

5.1 Propuesta

En el siguiente apartado, se presenta la propuesta sobre el plan de inversión para la ampliación del local de ventas de comida rápidas, así como los activos requeridos para la introducción de nuevos productos al menú de la microempresa Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025.

5.1.1 Justificación de la propuesta

La realización de un plan de inversión es crucial para las empresas, por cuanto proporciona un mejor panorama acerca de cómo se administrará los recursos financieros para alcanzar los objetivos. Este plan contribuye a analizar la factibilidad del proyecto, las diferentes opciones de financiamiento y posibles riesgos. Además, favorece la toma de decisiones, mayor eficiencia en el uso de los recursos y el crecimiento del negocio.

Por lo tanto, se diseña un plan de inversión para Cocos Fast Food, se establece debido al aumento de la demanda y la capacidad instalada que posee, con el objetivo de fortalecer y expandir el negocio. Este plan propone las estrategias clave para la ampliación del *food truck*, la incorporación de nuevos productos al menú y también, la adquisición de los equipos necesarios para mejorar la calidad del servicio.

Se espera con una mayor infraestructura poder optimizar la operatividad del negocio, permitiendo atender una mayor cantidad de clientes al mismo tiempo. De igual forma, la inversión en nuevos activos permitirá el crecimiento del *food truck*, a través de nuevos productos, alineándose con las preferencias de los consumidores.

5.1.2 Objetivo de la propuesta

Realizar un plan de inversión para el local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025.

Elaborar una propuesta de ampliación para el local de ventas de comidas rápidas Cocos Fast Food, ubicado en barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025.

5.1.3 Metodología de la propuesta

Luego de varias reuniones con Luis Roberto Porras Villarreal, propietario de Cocos Fast Food, se realiza un análisis basado en la información financiera. Se acuerda llevar a cabo algunas herramientas que ayuden con los registros de los gastos, costos e ingresos del *food truck*. De esta manera se puede tener los datos organizados, determinar el punto de equilibrio y la rentabilidad del negocio.

Entre las herramientas seleccionadas se encuentran el flujo de caja, la depreciación, el punto de equilibrio y la amortización, incluso una serie de cotizaciones para los activos necesarios de acuerdo con el crecimiento y ejecución del plan de inversión. Para llevar a cabo este plan se requerirá solicitar un préstamo en alguna entidad bancaria con el fin de financiar la adquisición de los activos y la ampliación del *food truck*.

5.1.4 Estrategias propuestas

Las estrategias planteadas para el negocio Cocos Fast Food son las siguientes:

5.1.4.1 Establecer alianzas con proveedores locales para reducir costos

logísticos

De este modo se le facilite al negocio adquirir la materia prima necesaria para la preparación de los diversos productos que ofrece, a un mejor precio. Además, es importante contar con otras opciones de proveedores, en caso de haber fallos en la entrega de la materia prima.

5.1.4.2 Emplear procesos de producción estandarizados y simplificados.

Es importante el negocio siga el orden en la preparación de los productos, también contar con la manipulación adecuada a la hora de la elaboración de los diferentes productos por ofrecer.

5.1.4.3 Utilizar recetas exclusivas.

El negocio debe innovar en sus preparaciones, ya sea que se cuente con un producto que se diferencie de la competencia. Cocos Fast Food produce una mayonesa casera, la cual ellos se encargan de preparar, por lo que viene siendo un producto que los diferencia de los demás negocios.

5.1.4.4 Diseñar una experiencia inolvidable al cliente (empaque llamativo, atención rápida y amable).

Para diseñar una experiencia inolvidable al cliente, se debe partir desde la atención al cliente, hasta la preparación y entrega del producto, utilizando un trato ameno con los consumidores.

5.1.5 Plan de acción de la propuesta

Tabla 18

Plan de acción de la propuesta.

Estrategia	Responsable	Período de ejecución	Recursos humanos, técnicos, etc.	Inversión
Establecer alianzas con proveedores locales para reducir costos logísticos.	Luis Roberto Porras Villarreal	Enero - Febrero 2026	Encargado de compras	\$47,44 (viáticos)
Emplear procesos de producción estandarizados y simplificados.	José Esteban Porras Villarreal	Enero 2026	Encargado de producción	\$56,93 (capacitación)
Utilizar recetas exclusivas.	Luis Roberto Porras Villarreal	Marzo 2026	Chef	\$37,95 (pruebas)
Diseñar una experiencia de cliente inolvidable (empaque llamativo, atención rápida y amable).	José Esteban Porras Villarreal	Abril 2026	Diseñador gráfico	\$189,75

Elaboración propia (2025).

5.1.6 Presupuesto de la propuesta

Para abordar el presupuesto que se desarrolla para la propuesta del negocio Cocos Fast Food, se abarca los datos financieros para que el proyecto se ejecute, entre ellos se encuentra el capital de trabajo, cálculo del sistema bancario nacional, indicadores financieros, balances, flujo de caja y otros datos financieros más.

5.1.6.1 Inversión inicial y Capital de trabajo

Es importante conocer cómo se componen las fuentes de financiamiento para la implementación del proyecto de Cocos Fast Food.

Tabla 19

Inversión inicial y Capital de trabajo.

Inversión	Monto
Inversión en obra física	\$3.869,58
Inversión en activos	\$5.826,95
Subtotal	\$9.696,53
Capital de trabajo	
Permisos	\$598,74
Materia prima	\$3.095,29
Gastos operativos	\$3.316,05
Subtotal	\$7.010,08
Inversión inicial	\$16,706,61

Elaboración propia (2025).

5.1.6.2 Estructura de financiamiento

Se comprende como estructura de capital la forma en que se financia el proyecto. Para elaborar el proyecto para Cocos Fast Food se utilizará la estructura del 70% de fuente externa y 30% de recursos propios.

Tabla 20

Estructura de financiamiento.

Financiamiento	Porcentaje	Monto
Préstamo	70%	\$11.694,63
Aporte de capital	30%	\$5.011,98
Total	100%	\$16.706,61

Elaboración propia (2025).

5.1.6.3 Cálculo del sistema bancario nacional

El sistema bancario nacional lo componen diversos bancos de Costa Rica, pero para la realización del proyecto solo se tomará en cuenta tres: el Banco de Costa Rica, el Banco Nacional de Costa Rica y el Banco Popular. Se realiza un cálculo para la inversión en cada uno de ellos, por la cantidad de ₡6.200.000,00 y \$11.764,71 al tipo de cambio de ₡527,00 obtenido del Banco Central de Costa Rica el 26 de agosto del 2024.

Por ello, el Banco de Costa Rica recomienda se utilizar un plazo de 15 años, con una tasa del 3,87% y cuotas mensuales de ₡45.624,11, siendo \$86,57 por mes.

Para el Banco Nacional de Costa Rica se opta por un crédito a un plazo menor de cinco años, siendo la tasa de un 10,02%, con cuotas mensuales de ₡131.792, y \$250,08.

Mientras el Banco Popular brinda el crédito con un plazo de seis años, con una tasa del 3,89%, en cuotas mensuales de ₡99.887,80 y \$189,54.

En relación con lo anterior, se prefiere utilizar la tasa del Banco Nacional de Costa Rica, debido a que su amortización se da en cinco años, por tanto, su cancelación se da cuando se termine la proyección del proyecto para el negocio Cocos Fast Food, además la tasa corresponde a un 10,02%, si bien la tasa es alta, es la opción más viable por el tiempo del proyecto.

5.1.6.4 Supuestos generales

Es importante conocer los supuestos que incurren en la elaboración del proyecto, para el caso de la obtención de datos. Entre estos supuestos se encuentra:

- El tipo de cambio utilizado es de ₡527,00 obtenido del Banco Central de Costa Rica, el día 26 de agosto del 2024.
- Para los datos del precio de venta y los gastos se utiliza la inflación anual proyectada para el año 2025 por el BCCR del 3%, basándose en los datos obtenidos del informe de política monetaria de enero 2025.
- El crecimiento de las ventas se respalda con el 4% de crecimiento según el PIB proyectado por el BCCR para el año 2025.

- La tasa de interés del financiamiento que se utiliza es de 10,02%, dada por el Banco Nacional de Costa Rica.
- Se proyecta un horizonte de evaluación para el proyecto de Cocos Fast Food de cinco años.
- El costo de ventas se calcula de manera mensual para el año base, mediante el ingreso de ventas multiplicado por las ventas proyectadas, mientras para la proyección a cinco años se multiplica por el 4% del PIB.

5.1.6.5 Costo de planilla

Para la elaboración de los productos de Cocos Fast Food se requiere de dos personas, corresponden al encargado del negocio y su ayudante de cocina. Por esta razón, se realiza los cálculos para cada colaborador, estableciéndose además todos los derechos respectivos del Código de Trabajo.

Tabla 21

Costo de planilla.

	Cantidad	Mensual	Anual
Salario	2	\$ 2.125,24	\$ 25.502,85
Cargas sociales	26,67%	\$ 566,80	\$ 6.801,61
Aguinaldo	2	\$ 177,10	\$ 2.125,24
Póliza RT	1	\$ 46,53	\$ 558,38
Total de costo de planilla		\$ 2.915,67	\$ 34.988,07

Elaboración propia (2025).

En la elaboración de la tabla 21 sobre el costo de planilla, se realiza el cálculo con la suma total de los dos salarios de los colaboradores, por ende, los datos mensuales y totales son referentes a la cantidad de la suma de las dos personas.

Con respecto de la póliza de riesgos de trabajo, se cotiza una que cubriera a los dos colaboradores, por ese motivo se utiliza una para el respectivo cálculo del costo de planilla.

5.1.6.6 Gastos operativos

La siguiente tabla hace referencia a los gastos operativos en que Cocos Fast Food debe incurrir para la elaboración y venta de sus productos, entre estos se encuentra: salarios, cargas sociales, póliza, insumos de limpieza y producción, entre otros.

Tabla 22*Gastos operativos.*

Gastos operativos	Mensual	Anual
Salarios	\$ 2.125,24	\$ 25.502,85
Cargas sociales	\$ 566,80	\$ 6.801,61
Aguinaldo	\$ 177,10	\$ 2.125,24
Pólizas RT	\$ 46,53	\$ 558,38
Subtotal	\$ 2.915,67	\$ 34.988,07
Electricidad	\$ 151,80	\$ 1.821,63
Otros insumos	\$ 248,58	\$ 2.982,92
Subtotal	\$ 400,38	\$ 4.804,55
Total	\$3.316,05	\$ 39.792,62

Elaboración propia (2025).

5.1.6.7 Costos hundidos

Cocos Fast Food cuenta actualmente con varios equipos de cocina, a los cuales se determina como costos hundidos. Estos equipos son necesarios para la elaboración de los productos de la microempresa, de manera que estos activos no deben influir en la decisión final del proyecto, pues no se tendrán que adquirir nuevamente.

Tabla 23*Costos hundidos.*

Equipo	Cantidad
Urna	1
Cámara de frío	1
Congeladores	2
Percolador	1
Abanico	1
Plancha	1
Freidoras	1
Total	8

Elaboración propia (2025).

5.1.6.8 Balance de costos hundidos

Los costos hundidos de Cocos Fast Food son los equipos con que el negocio cuenta actualmente. Estos activos no influyen en la decisión final del proyecto porque no se van a adquirir nuevamente, por eso se desarrolla el balance de costos hundidos presentando los precios que tienen en el mercado los activos con los cuales cuenta la microempresa en la actualidad.

A continuación, se muestra la tabla con los activos y sus respectivos precios en el mercado:

Tabla 24

Balance de costos hundidos.

Equipo	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Urna	1	Unidad	\$ 455,41	\$ 455,41
Cámara de frío	1	Unidad	\$ 189,75	\$ 189,75
Congelador	2	Unidad	\$ 379,51	\$ 759,01
Percolador	1	Unidad	\$ 56,93	\$ 56,93
Abanico	1	Unidad	\$ 56,93	\$ 56,93
Plancha	1	Unidad	\$ 379,51	\$ 379,51
Freidora	1	Unidad	\$ 1.043,64	\$ 1.043,64
Total				\$ 2.941,18

Elaboración propia (2025).

Los costos hundidos que posee el negocio Cocos Fast Food son de \$ 2.941,18, contemplando el equipo de cocina que la microempresa tiene actualmente.

5.1.6.9 Depreciación del equipo

En cuanto al cálculo para la depreciación del equipo se emplea el método de línea recta, al ser el método más común en la realización de proyectos.

Tabla 25

Depreciación del equipo.

Equipo	Cantidad	Valor de activo	Costo total	Vida útil	Depreciación mensual	Depreciación anual	Valor en libros
Freidoras industriales	2	\$ 688,32	\$ 1.376,65	10	\$ 11,47	\$ 137,66	\$ 688,32
Plancha de cocina industrial	1	\$ 845,91	\$ 845,91	15	\$ 4,70	\$ 56,39	\$ 563,94
Parrilla industrial	1	\$ 472,88	\$ 472,88	15	\$ 2,63	\$ 31,53	\$ 315,26
Cámara de refrigeración	1	\$ 617,94	\$ 617,94	20	\$ 2,57	\$ 30,90	\$ 463,45
Mesa fría	1	\$ 1.452,19	\$ 1.452,19	15	\$ 8,07	\$ 96,81	\$ 968,13
Congelador	1	\$ 391,02	\$ 319,02	20	\$ 1,63	\$ 19,55	\$ 293,26
Total	7	\$ 4.468,27	\$ 5.156,59		\$ 31,07	\$ 372,85	\$ 3.292,37
IVA			\$ 670,36				
Total de inversión inicial			\$ 5.826,95				

Elaboración propia (2025).

5.1.6.10 Proyección de ventas

La proyección de ventas permite predecir el ingreso futuro que generará la empresa en un periodo determinado, de acuerdo con la demanda obtenida.

Tabla 26

Proyección de ventas mensuales para año base.

COCOS FAST FOOD													
VENTAS MENSUALES PROYECTADAS PARA EL AÑO BASE													
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Venta													
Empanadas	3.716	3.356	3.871	3.746	3.871	3.746	3.871	3.871	3.746	3.871	4.016	4.150	45.831
Precio	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90	\$1,90
Total	\$7.051,23	\$6.368,12	\$7.345,35	\$7.108,16	\$7.345,35	\$7.108,16	\$7.345,35	\$7.345,35	\$7.108,16	\$7.345,35	\$7.620,49	\$7.874,76	\$86.965,84
Venta													
Emparedados	864	780	926	896	926	896	926	926	896	926	1.136	1.174	11.272
Precio	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85	\$2,85
Total	\$2.459,20	\$2.220,11	\$2.635,67	\$2.550,28	\$2.635,67	\$2.550,28	\$2.635,67	\$2.635,67	\$2.550,28	\$2.635,67	\$3.233,40	\$3.341,56	\$32.083,49
Venta													
Hamburguesas	10	8	15	12	15	12	15	12	15	12	18	20	164
Precio	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80	\$3,80
Total	\$37,95	\$30,36	\$56,93	\$45,54	\$56,93	\$45,54	\$56,93	\$45,54	\$56,93	\$45,54	\$68,31	\$75,90	\$622,39
Venta													
Hamburguesa con papas	20	18	25	22	25	22	25	22	25	22	28	30	284
Precio	\$4,74	\$4,74	4,74	4,74	4,74	4,74	4,74	4,74	4,74	4,74	4,74	\$4,74	\$4,74
Total	\$94,88	\$85,39	\$118,60	\$104,36	\$118,60	\$104,36	\$118,60	\$104,36	\$118,60	\$104,36	\$132,83	\$142,31	\$1.347,25
Venta Pollo Frito													
	58	58	74	71	74	71	74	74	71	74	86	89	872
Precio	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69	\$5,69
Total	\$330,17	\$330,17	\$418,41	\$404,17	\$418,41	\$404,17	\$418,41	\$418,41	\$404,17	\$418,41	\$489,56	\$506,64	\$4.961,10
Total de ventas	\$9.973,43	\$9.034,16	\$10.574,95	\$10.212,52	\$10.574,95	\$10.212,52	\$10.574,95	\$10.549,34	\$10.238,14	\$10.549,34	\$11.544,59	\$11.941,18	\$125.980,08

Elaboración propia (2025).

La proyección de ventas del año base permite se elabore la perspectiva de ventas para los cinco años del proyecto, siendo una parte fundamental del proceso de elaboración del trabajo.

En la proyección de ventas anuales se utiliza un incremento en unidades de 4% basándose en el PIB, y para el precio de ventas se utiliza un incremento del 3%, correspondiente al valor de la inflación.

Tabla 27

Proyección de ventas anuales.

COCOS FAST FOOD					
VENTAS ANUALES PROYECTADAS PARA EL AÑO BASE					
Año	1	2	3	4	5
Venta Empanadas	45.831	47.664	49.571	51.554	53.616
Precio	\$ 1,90	\$ 1,92	\$ 1,95	\$ 1,97	\$ 2,00
Total	\$ 86.965,84	\$ 91.593,12	\$ 96.466,61	\$ 101.599,41	\$ 107.005,31
Venta Emparedados	11.272	11.723	12.192	12.679	13.187
Precio	\$ 2,85	\$ 2,88	\$ 2,92	\$ 2,96	\$ 2,99
Total	\$ 32.083,49	\$ 33.790,59	\$ 35.588,52	\$ 37.482,11	\$ 39.476,46
Venta Hamburguesas	284	295	307	319	332
Precio	\$ 4,74	\$ 4,80	\$ 4,87	\$ 4,93	\$ 4,99
Total	\$ 1.347,25	\$ 1.418,93	\$ 1.494,43	\$ 1.573,95	\$ 1.657,69
Venta Hamburguesa con papas	872	906	943	980	1.020
Precio	\$ 5,69	\$ 5,76	\$ 5,84	\$ 5,91	\$ 5,99
Total	\$ 1.347	\$ 1.419	\$ 1.494	\$ 1.574	\$1.658
Venta Pollo Frito	872	906	943	980	1.020
Precio	\$ 5,69	\$ 5,76	\$ 5,84	\$ 5,91	\$ 5,99
Total	\$ 4.961,10	\$ 5.225,07	\$ 5.503,09	\$ 5.795,89	\$ 6.104,28
Total de ventas	\$ 125.980,08	\$ 132.683,22	\$ 139.743,03	\$ 147.178,48	\$ 155.009,55

Elaboración propia (2025).

5.1.6.11 Proyección de gastos

Tabla 28

Proyección de Gastos operativos mensuales para año base.

COCOS FAST FOOD													
GASTOS OPERATIVOS MENSUALES PARA EL AÑO BASE													
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Gastos operativos													
Gastos por salario	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 2.125,24	\$ 25.502,85
Gastos por cargas sociales	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 566,80	\$ 6.801,61
Gastos por aguinaldo	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 177,10	\$ 2.125,24
Gastos por póliza RT	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 46,53	\$ 558,38
Gastos por electricidad	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 151,80	\$ 1.821,63
Gastos por insumos de limpieza	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 248,58	\$ 2.982,92
Gastos por depreciación	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 31,07	\$ 372,85
Gasto por Patente municipal			\$ 37,95			\$ 37,95			\$ 37,95			\$ 37,95	\$ 151,80
Gasto por Ministerio de Salud	\$ 50,00												\$ 50,00
Gasto por Ministerio de Hacienda			\$ 396,94			\$ 396,94			\$ 396,94			\$ 396,94	\$ 1.587,76
Total de gastos operativos	\$ 3.397,12	\$ 3.347,12	\$ 3.782,01	\$ 3.347,12	\$ 3.347,12	\$ 3.782,01	\$ 3.347,12	\$ 3.347,12	\$ 3.782,01	\$ 3.347,12	\$ 3.347,12	\$ 3.782,01	\$ 41.955,03

Elaboración propia (2025).

En la proyección de gastos operativos anuales se utiliza la inflación de 3%, para su incremento.

Tabla 29

Proyección de Gastos operativos anuales.

COCOS FAST FOOD					
GASTOS OPERATIVOS ANUALES PARA EL AÑO BASE					
Año	1	2	3	4	5
Gastos operativos					
Gastos por salario	\$ 25.502,85	\$ 26.267,93	\$ 27.055,97	\$ 27.867,65	\$ 28.703,68
Gastos por cargas sociales	\$ 6.801,61	\$ 7.005,66	\$ 7.215,83	\$ 7.432,30	\$ 7.655,27
Gastos por aguinaldo	\$ 2.125,24	\$ 2.188,99	\$ 2.254,66	\$ 2.322,30	\$ 2.391,97
Gastos por póliza RT	\$ 558,38	\$ 575,13	\$ 592,38	\$ 610,15	\$ 628,46
Gastos por electricidad	\$ 1.821,63	\$ 1.876,28	\$ 1.932,57	\$ 1.990,55	\$ 2.050,26
Gastos por insumos de limpieza	\$ 2.982,92	\$ 3.072,41	\$ 3.164,58	\$ 3.259,52	\$ 3.357,31
Gastos por depreciación	\$ 372,85	\$ 384,03	\$ 395,55	\$ 407,42	\$ 419,64
Gasto por Patente municipal	\$ 151,80	\$ 156,36	\$ 161,05	\$ 165,88	\$ 170,86
Gasto por Ministerio de Salud	\$ 50,00	\$ 51,50	\$ 53,05	\$ 54,64	\$ 56,28
Gasto por Ministerio de Hacienda	\$ 1.587,76	\$ 1.635,39	\$ 1.684,45	\$ 1.734,99	\$ 1.787,03
Total de gastos operativos	\$ 41.955,03	\$ 43.213,68	\$ 44.510,09	\$ 45.845,39	\$ 47.220,75

Elaboración propia (2025).

5.1.6.12 Punto de equilibrio

En el punto de equilibrio se conoce el nivel de ventas que la empresa debe generar para cubrir sus gastos, además de no generar ni ganancias ni pérdidas.

Tabla 30

Punto de equilibrio.

Punto de equilibrio	
$CFT/(1-(CVT/VT))$	
Ventas	\$ 9.973,43
Costos fijos	\$ 2.953,38
Costos variables	\$ 3.343,87
Punto de equilibrio	\$ 4.443,03

Elaboración propia (2025).

El punto de equilibrio para el proyecto de Cocos Fast Food se determina en \$4.443,03, esto permite cubrir sus gastos, en el que el negocio no va a generar ni pérdidas ni ganancias.

5.1.6.13 Flujo de caja

El flujo de caja es el movimiento de efectivo cuando este entra y sale de una empresa en un periodo determinado.

Tabla 31

Flujo de caja del activo mensual.

COCOS FAST FOOD														
FLUJO DE CAJA DEL ACTIVO														
AL FINAL DE CADA MES														
Cuenta	0	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Ingreso por ventas		\$9.973,43	\$9.034,16	\$10.574,95	\$10.212,52	\$10.574,95	\$10.212,52	\$10.574,95	\$10.549,34	\$10.238,14	\$10.549,34	\$11.544,59	\$11.941,18	\$125.980,08
Costo de ventas		\$6.297,25	\$5.704,19	\$6.677,05	\$6.448,21	\$6.677,05	\$6.448,21	\$6.677,05	\$6.660,88	\$6.464,39	\$6.660,88	\$7.289,28	\$7.539,69	\$79.544,12
Utilidad Bruta		\$3.676,18	\$3.329,97	\$3.897,90	\$3.764,31	\$3.897,90	\$3.764,31	\$3.897,90	\$3.888,46	\$3.773,75	\$3.888,46	\$4.255,31	\$4.401,49	\$205.524,20
Gastos operativos														
Gastos por salario		\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$25.502,85
Gastos por cargas sociales		\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$6.801,61
Gastos por aguinaldo		\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$2.125,24
Gastos por póliza RT		\$446,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$558,38
Gastos por electricidad		\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$1.821,63
Gastos por insumos de limpieza		\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$2.982,92
Gastos por depreciación		\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$372,85
Gasto por Patente municipal				\$37,95			\$37,95			\$37,95			\$37,95	\$151,80
Gasto por Ministerio de Salud		\$50,00												\$50,00
Gasto por Ministerio de Hacienda				\$396,94			\$396,94			\$396,94			\$396,94	\$1.587,76
Total de gastos operativos		\$3.397,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$3.347,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$3.347,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$3.347,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$41.955,03
Utilidad Operativa		\$279,06	\$-17,15	\$115,89	\$417,19	\$550,78	\$-17,70	\$550,78	\$541,34	\$-8,26	\$541,34	\$908,19	\$619,48	\$4.480,92
Depreciación de equipo		\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$372,85
Utilidad antes de impuestos		\$247,99	\$-48,22	\$84,82	\$386,12	\$519,71	\$-48,77	\$519,71	\$510,27	\$-39,33	\$510,27	\$877,12	\$588,41	\$4.108,08

Impuesto 2%	\$4,96	\$-0,96	\$1,70	\$7,72	\$10,39	\$-0,98	\$10,39	\$10,21	\$-0,79	\$10,21	\$17,54	\$11,77	\$82,16	
Utilidad Neta	\$243,03	\$-47,26	\$83,12	\$378,40	\$509,32	\$-47,80	\$509,32	\$500,06	\$-38,54	\$500,06	\$859,57	\$576,64	\$4.025,92	
Inversión	\$-9.696,53													
Capital de trabajo	\$-7.010,08													
Flujo de caja	\$-16.706,61	\$243,03	\$-47,26	\$83,12	\$378,40	\$509,32	\$-47,80	\$509,32	\$500,06	\$-38,54	\$500,06	\$859,57	\$576,64	\$4.025,92

Elaboración propia (2025).

Tabla 32

Flujo de caja del activo anual.

COCOS FAST FOOD						
FLUJO DE CAJA DEL ACTIVO						
AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO						
Cuenta	0	2026	2027	2028	2029	2030
Ingreso por ventas		\$125.980,08	\$131.019,28	\$136.260,05	\$141.710,45	\$147.378,87
Costo de ventas		\$79.544,12	\$82.725,89	\$86.034,93	\$89.476,32	\$93.055,38
Utilidad Bruta		\$46.435,95	\$48.293,39	\$50.225,12	\$52.234,13	\$54.323,50
Gastos operativos						
Gastos por salario		\$25.502,85	\$26.522,96	\$27.583,88	\$28.687,23	\$29.834,72
Gastos por cargas sociales		\$6.801,61	\$7.073,67	\$7.356,62	\$7.650,89	\$7.956,92
Gastos por aguinaldo		\$2.125,24	\$2.210,25	\$2.298,66	\$2.390,60	\$2.486,23
Gastos por póliza RT		\$558,38	\$580,71	\$603,94	\$628,10	\$653,22
Gastos por electricidad		\$1.821,63	\$1.894,50	\$1.970,28	\$2.049,09	\$2.131,05
Gastos por insumos de limpieza		\$2.982,92	\$3.102,24	\$3.226,33	\$3.355,38	\$3.489,60
Gastos por depreciación		\$372,85	\$387,76	\$403,27	\$419,40	\$436,18
Gasto por Patente municipal		\$151,80	\$157,87	\$164,19	\$170,76	\$177,59
Gasto por Ministerio de Salud		\$50,00	\$52,00	\$54,08	\$56,24	\$58,49
Gasto por Ministerio de Hacienda		\$1.587,76	\$1.651,27	\$1.717,32	\$1.786,01	\$1.857,45
Total de gastos operativos		\$41.955,03	\$43.633,23	\$45.378,56	\$47.193,70	\$49.081,45
Utilidad Operativa		\$4.480,92	\$4.660,16	\$4.846,57	\$5.040,43	\$5.242,05
Depreciación de equipo		\$372,85	\$372,85	\$372,85	\$372,85	\$372,85
Utilidad antes de impuestos		\$4.108,08	\$4.287,32	\$4.473,72	\$4.667,59	\$4.869,20
Impuesto		\$67,76	\$70,47	\$73,29	\$76,22	\$79,27
Utilidad Neta		\$4.040,32	\$4.216,84	\$4.400,43	\$4.591,36	\$4.789,93
Valor de desecho						\$24.649,65
Inversión	\$-9.696,53					
Capital de trabajo	\$-7.010,08					
Flujo de caja	\$-16.706,61	\$4.040,32	\$4.216,84	\$4.400,43	\$4.591,36	\$29.439,58

Elaboración propia (2025).

Tabla 33

Flujo de caja del inversionista mensual.

COCOS FAST FOOD														
FLUJO DE CAJA DEL ACTIVO														
AL FINAL DE CADA MES														
Cuenta	0	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Ingreso por ventas		\$9.973,43	\$9.034,16	\$10.574,95	\$10.212,52	\$10.574,95	\$10.212,52	\$10.574,95	\$10.549,34	\$10.238,14	\$10.549,34	\$11.544,59	\$11.941,18	\$125.980,08
Costo de ventas		\$6.297,25	\$5.704,19	\$6.677,05	\$6.448,21	\$6.677,05	\$6.448,21	\$6.677,05	\$6.660,88	\$6.464,39	\$6.660,88	\$7.289,28	\$7.539,69	\$79.544,12
Utilidad Bruta		\$3.676,18	\$3.329,97	\$3.897,90	\$3.764,31	\$3.897,90	\$3.764,31	\$3.897,90	\$3.888,46	\$3.773,75	\$3.888,46	\$4.255,31	\$4.401,49	\$205.524,20
Gastos operativos														
Gastos por salario		\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$2.125,24	\$25.502,85
Gastos por cargas sociales		\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$566,80	\$6.801,61
Gastos por aguinaldo		\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$177,10	\$2.125,24
Gastos por póliza RT		\$446,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$46,53	\$558,38
Gastos por electricidad		\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$151,80	\$1.821,63
Gastos por insumos de limpieza		\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$248,58	\$2.982,92
Gastos por depreciación		\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$372,85
Gasto por Patente municipal				\$37,95			\$37,95			\$37,95			\$37,95	\$151,80
Gasto por Ministerio de Salud		\$50,00												\$50,00
Gasto por Ministerio de Hacienda				\$396,94			\$396,94			\$396,94			\$396,94	\$1.587,76
Total de gastos operativos		\$3.397,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$3.347,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$3.347,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$3.347,12	\$3.347,12	\$3.782,01	\$41.955,03
Utilidad Operativa		\$279,06	\$-17,15	\$115,89	\$417,19	\$550,78	\$-17,70	\$550,78	\$541,34	\$-8,26	\$541,34	\$908,19	\$619,48	\$4.480,92
Intereses		\$98,24	\$96,97	\$95,69	\$94,40	\$93,10	\$91,79	\$90,47	\$89,13	\$87,79	\$86,44	\$85,07	\$83,69	\$1.092,77
Utilidad antes de impuestos		\$180,83	\$-114,12	\$20,20	\$322,79	\$457,68	\$-109,49	\$460,31	\$452,20	\$-96,05	\$454,90	\$823,12	\$535,79	\$3.388,16
Impuesto 2%		\$3,62	\$-2,28	\$0,40	\$6,46	\$9,15	\$-2,19	\$9,21	\$9,04	\$-1,92	\$9,10	\$16,46	\$10,72	\$67,76

Utilidad Neta		\$177,21	\$-111,84	\$19,80	\$316,33	\$448,53	\$-107,30	\$451,11	\$443,16	\$-94,13	\$445,80	\$806,66	\$525,07	\$3.320,39
Depreciación de equipo		\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$31,07	\$372,85
Amortización de la deuda		\$151,85	\$153,11	\$154,39	\$155,68	\$156,98	\$158,29	\$159,61	\$160,95	\$162,29	\$163,65	\$165,01	\$166,39	\$1.908,20
Inversión	\$-9.696,53													
Capital de trabajo	\$-7.010,08													
Préstamo	\$11.764,71													
Flujo de caja	\$-4.941,91	\$56,43	\$-233,88	\$-103,52	\$191,72	\$322,62	\$-234,52	\$322,56	\$313,28	\$-225,35	\$313,23	\$672,71	\$389,75	\$1.785,03

Elaboración propia (2025).

Tabla 34

Flujo de caja del inversionista anual.

COCOS FAST FOOD						
FLUJO DE CAJA DEL ACTIVO						
AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO						
Cuenta	0	2026	2027	2028	2029	2030
Ingreso por ventas		\$125.980,08	\$131.019,28	\$136.260,05	\$141.710,45	\$147.378,87
Costo de ventas		\$79.544,12	\$82.725,89	\$86.034,93	\$89.476,32	\$93.055,38
Utilidad Bruta		\$46.435,95	\$48.293,39	\$50.225,12	\$52.234,13	\$54.323,50
Gastos operativos						
Gastos por salario		\$25.502,85	\$26.522,96	\$27.583,88	\$28.687,23	\$29.834,72
Gastos por cargas sociales		\$6.801,61	\$7.073,67	\$7.356,62	\$7.650,89	\$7.956,92
Gastos por aguinaldo		\$2.125,24	\$2.210,25	\$2.298,66	\$2.390,60	\$2.486,23
Gastos por póliza RT		\$558,38	\$580,71	\$603,94	\$628,10	\$653,22
Gastos por electricidad		\$1.821,63	\$1.894,50	\$1.970,28	\$2.049,09	\$2.131,05
Gastos por insumos de limpieza		\$2.982,92	\$3.102,24	\$3.226,33	\$3.355,38	\$3.489,60
Gastos por depreciación		\$372,85	\$387,76	\$403,27	\$419,40	\$436,18
Gasto por Patente municipal		\$151,80	\$157,87	\$164,19	\$170,76	\$177,59
Gasto por Ministerio de Salud		\$50,00	\$52,00	\$54,08	\$56,24	\$58,49
Gasto por Ministerio de Hacienda		\$1.587,76	\$1.651,27	\$1.717,32	\$1.786,01	\$1.857,45
Total de gastos operativos		\$41.955,03	\$43.633,23	\$45.378,56	\$47.193,70	\$49.081,45
Utilidad Operativa		\$4.480,92	\$4.660,16	\$4.846,57	\$5.040,43	\$5.242,05
Intereses		\$1.092,77	\$892,54	\$671,29	\$426,83	\$156,72
Utilidad antes de impuestos		\$3.388,16	\$3.767,63	\$4.175,27	\$4.613,60	\$5.085,32
Impuesto		\$67,76	\$70,47	\$73,29	\$76,22	\$79,27
Utilidad Neta		\$3.320,39	\$3.697,15	\$4.101,98	\$4.537,37	\$5.006,05
Depreciación de equipo		\$372,85	\$372,85	\$372,85	\$372,85	\$372,85
Valor de desecho						\$24.649,65
Amortización de la deuda		\$1.908,20	\$2.108,44	\$2.329,68	\$2.574,14	\$2.844,25
Inversión	\$ -9.696,53					
Capital de trabajo	\$ -7.010,08					
Préstamo	\$ 11.764,71					
Flujo de caja	\$ -4.941,91	\$1.785,03	\$1.961,56	\$2.145,15	\$2.336,08	\$27.184,30

Elaboración propia (2025).

5.1.6.14 Flujo de la deuda

Tabla 35

Flujo de la deuda.

	0	1	2	3	4	5
Préstamo	\$ 11.764,71					
Interés		\$ -1.092,77	\$ -892,54	\$ -671,29	\$ -426,83	\$ -156,72
Amortización de la deuda		\$ -1.908,20	\$ -2.108,44	\$ -2.329,68	\$ -2.574,14	\$ -2.844,25
Efecto fiscal		\$ 67,76	\$ 70,47	\$ 73,29	\$ 76,22	\$ 79,27
Flujo final	\$ 11.764,71	\$ -2.933,21	\$ -2.930,50	\$ -2.927,68	\$ -2.924,75	\$ -2.921,70

Elaboración propia (2025).

Permite visualizar el comportamiento que tendrá la deuda a la cual el negocio recurre para financiar parte del proyecto, en ese caso es importante para comprender los movimientos que tendrán los intereses y la amortización de este.

5.1.6.15 Modelo de valoración de activos de capital (CAPM)

El modelo CAPM se basa en realizar un cálculo para estimar la rentabilidad que tendrá el proyecto, de manera que ayude a medir el riesgo posible de generar.

Es importante mencionar, para el negocio Cocos Fast Food se financiará un 70% de deuda externa brindada por el Banco Nacional de Costa Rica, mientras el 30% restante se financia con recursos propios.

La fórmula utilizada es:

$$K_e = R_f + \beta (R_M - R_f) + R_P$$

Donde:

K_e =Costo de Capital.

R_f = Tasa libre de riesgo.

β = Riesgo sistemático de la industria (Beta no apalancada).

R_M =Rendimiento del mercado.

R_P = Riesgo país.

Los datos utilizados se recopilan el 01 de mayo de 2025. Estos son de suma importancia pues permiten hacer los cálculos referentes al costo de capital para el negocio Cocos Fast Food.

Después de realizar las investigaciones necesarias para encontrar los datos de la fórmula, se determina la tasa libre de riesgo corresponde a 4,209%, tomado de la página WSJ Markets (2025), el riesgo sistemático apalancado del sector de Restaurant/Dining es de 1,01, mientras el riesgo sistemático no apalancado del sector de Restaurant/Dining es de 0,86 correspondientes a la página Damodaran (2025), el rendimiento de mercado corresponde a 15,91% se toma de la página de Yahoo Finanzas (2025) y se realiza un cálculo para sacar el R_M anual, el riesgo país es de 4,80% y se encuentra en la página Damodaran (2025).

Tabla 36

Modelo de valoración de activos de capital (CAPM).

Costo de capital Modelo CAPM							
Sector industrial	Tasa libre de riesgo Rf	Rendimiento de mercado RM	Riesgo país RP	Beta Apalancado	Beta no Apalancado	Ke Apalancado	Ke no Apalancado
Restaurant/Dining	4,209%	15,91%	4,80%	1,01	0,86	20,827%	19,072%

Elaboración propia (2025).

5.1.6.16 Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)

Hace referencia al costo de las fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas, ya sea por deuda o por capital propio.

Se define el costo promedio ponderado de capital.

$$CPPC = Ke * Qe + Kd (1 - t) * Qd$$

Donde:

Ke= Costo de capital apalancado (costo de los recursos propios)

Qe= proporción del capital (capital/ (deuda + capital)

Kd= Costo de la deuda bancaria (Interés del préstamo x (1- impuesto de renta)

Qd=Proporción de la deuda (deuda/ (deuda + capital)

t= impuesto de renta

Tabla 37

Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC).

Costo Promedio Ponderado de Capital CPPC	
Apalancado	No Apalancado
CPPC= Qd x Kd + Qe x Ke	CPPC= Qd x Kd + Qe x Ke
18,796%	17,371%

Elaboración propia (2025).

Se comprende que el CPPC apalancado utiliza los recursos propios del negocio y deuda, mientras el CPPC no apalancado abarca solamente los recursos propios.

5.1.6.17 Valor de desecho

Se define como el valor que tendrá el proyecto una vez culminen los cinco años. En el caso de Cocos Fast Food, su valor de desecho al finalizar el proyecto es de \$24.649,65.

Tabla 38

Valor de desecho.

Valor de desecho	
Utilidad neta	\$ 5.006,05
-Depreciación	\$ 372,85
/CPPC apalancado	18,796%
Valor de desecho	\$ 24.649,65

Elaboración propia (2025).

5.1.6.18 Indicadores financieros

Permiten evaluar la situación financiera de la empresa. Los indicadores financieros son necesarios para la toma de decisiones, la planificación y el control de una empresa, de modo que se tome la mejor elección sobre si se debe realizar el proyecto o no.

5.1.6.18.1 VAN Básico

Tabla 39

Cálculo del VAN Básico.

	0	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo de caja	\$ -16.706,61	\$4.040,32	\$4.216,84	\$4.400,43	\$4.591,36	\$29.439,58
Ke no apalancado	19,07%					
VPFE	\$ 23.557,40					
VAN del activo	\$ 6.850,79					

Elaboración propia (2025).

Se comprende, si el VAN Básico resulta positivo, el proyecto se puede aceptar, pues incrementará el valor de la empresa, pero por temas de elaboración del proyecto se determina no utilizar este, por cuanto sus flujos son solo utilizando recursos propios y, la empresa requiere de un préstamo para poder iniciar con la elaboración del proyecto en la compra de equipo, materia prima y ampliación del *food truck*.

5.1.6.18.2 VAN del Préstamo

El VAN del préstamo se calcula utilizando la tasa de 10,02% brindada por el Banco Nacional de Costa Rica. Se realiza diversos cálculos para determinar los intereses de cada año y su amortización, siendo así, el VAN del préstamo da como resultado \$670,52.

Tabla 40*Cálculo del VAN del Préstamo.*

	0	1	2	3	4	5
Préstamo	\$11.764,71					
Intereses		\$ - 1.092,77	\$ - 892,54	\$ - 671,29	\$ - 426,83	\$ - 156,72
Amortización de la deuda		\$ - 1.908,20	\$ - 2.108,44	\$ - 2.329,68	\$ - 2.574,14	\$ - 2.844,25
Efecto fiscal		\$ 67,76	\$ 70,47	\$ 73,29	\$ 76,22	\$ 79,27
Flujo final	\$11.764,71	\$ - 2.933,21	\$ - 2.930,50	\$ - 2.927,68	\$ - 2.924,75	\$ - 2.921,70
Kd	10,02%					
VAN del préstamo	\$ 670,52					

Elaboración propia (2025).

5.1.6.18.3 VAN Ajustado**Tabla 41***Cálculo del VAN Ajustado.*

VAN ajustado	
VAN Básico	\$ 6.850,79
VAN del Préstamo	\$ 670,52
VAN ajustado	\$ 7.521,31

Elaboración propia (2025).

El VAN ajustado es la suma del VAN básico y el VAN del préstamo, arrojando como resultado \$7.521,31.

5.1.6.18.4 VAN del Proyecto**Tabla 42***Cálculo del VAN del Proyecto.*

	0	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo de caja	\$ - 4.941,91	\$ 1.785,03	\$ 1.961,56	\$ 2.145,15	\$ 2.336,08	\$ 27.184,30
CPPC	18,796%					
VPFE	\$ 16.834,61					
VAN del inversionista	\$ 11.892,70					

Elaboración propia (2025).

El VAN del proyecto es el que se va a considerar para el negocio Cocos Fast Food, esto por cuanto en sus flujos incluye el préstamo solicitado al Banco Nacional de Costa Rica y la inversión de recursos propios realizada por el negocio. En consecuencia, el VAN da como resultado \$11.892,70, lo cual indica la realización del proyecto es viable.

5.1.6.18.5 Tasa interna de retorno TIR

Tabla 43

Tasa interna de retorno TIR.

	0	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo	\$ - 4.941,91	\$1.785,03	\$1.961,56	\$2.145,15	\$2.336,08	\$27.184,30
Ke apalancado	20,827%					
TIR	64%					

Elaboración propia (2025).

La tasa interna de retorno evalúa la rentabilidad del proyecto, en el caso de Cocos Fast Food se determina una TIR de 64%, esto indica el desarrollo del proyecto para el negocio será rentable.

5.1.6.18.6 Periodo de recuperación PR

Tabla 44

Periodo de recuperación PR.

	0	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo	\$ - 4.941,91	\$1.785,03	\$1.961,56	\$2.145,15	\$2.336,08	\$27.184,30
Flujo acumulado		\$1.785,03	\$3.746,59	\$5.891,74	\$8.227,82	\$35.412,12
Recuperación	3 años					

Elaboración propia (2025).

El periodo de recuperación determina la cantidad de años o periodos necesarios para recuperar la inversión inicial del proyecto, en el caso de Cocos Fast Food recupera su inversión a inicios del tercer año.

5.1.6.18.7 Índice de Deseabilidad ID

Tabla 45

Índice de Deseabilidad ID.

Índice de deseabilidad ID
ID = VPFE / I _o
\$16.834,61 / \$16.706,61
1,01

Elaboración propia (2025).

Si el índice de deseabilidad es mayor a uno, el proyecto se puede aceptar, pues significa el negocio va a generar ganancias por cada dólar invertido. Se aprecia en la tabla anterior que Cocos Fast Food gana por cada dólar invertido 1,01, por tanto, el proyecto es viable.

5.2 Conclusiones

El presente trabajo final de graduación representa una iniciativa para fortalecer el crecimiento del emprendimiento Cocos Fast Food, mediante la formulación de un plan de inversión orientado a la ampliación de sus instalaciones y diversificación de su oferta gastronómica. Este plan no solo responde a una necesidad operativa derivada de una creciente demanda, sino también, se basa en un análisis detallado que combina herramientas cualitativas y cuantitativas. Lo anterior le otorga solidez y credibilidad a las propuestas y recomendaciones planteadas.

La investigación demuestra cómo los emprendimientos familiares pueden identificar oportunidades de desarrollo a través del estudio detallado de su entorno, su mercado y su capacidad instalada. Cocos Fast Food, ubicado estratégicamente sobre la Ruta Nacional Primaria 21 en Liberia, Guanacaste, ha sabido posicionarse como un referente local en el sector de comidas rápidas. No obstante, su infraestructura actual llega a un punto de saturación que limita su crecimiento. Por tanto, este trabajo demuestra la urgencia y viabilidad de una ampliación, sustentada en datos reales y un estudio de mercado detallado.

El análisis PESTEL aplicado al emprendimiento también aporta valor al identificar factores externos, los cuales pueden incidir positiva o negativamente en el proyecto, entre estos, la situación económica del país, la innovación tecnológica, la legislación aplicable y las prácticas medioambientales. Este enfoque externo permite al propietario de Cocos Fast Food anticiparse a los desafíos del entorno y aprovechar las oportunidades en un contexto altamente competitivo y dinámico, como el sector gastronómico de Guanacaste, directamente vinculado con el turismo.

Dentro de los hallazgos en cada uno de los objetivos específicos, en primer lugar se encuentra en el estudio de mercado una alta aceptación del *food truck*, con un 94% de los encuestados expresando su agrado por este tipo de establecimiento. También, los factores más valorados por los clientes son la relación precio-calidad, el servicio al cliente y la higiene del local. Asimismo, el perfil del consumidor principal corresponde a personas entre 20-39 años (52%), principalmente transportistas y trabajadores del sector aeroportuario.

Seguidamente, como segundo objetivo están los activos requeridos, donde la inversión total necesaria para la ampliación es de \$16,706.61, incluyendo \$9,696.53 en activos fijos y \$7,010.08 en capital de trabajo. Dentro de los equipos necesarios se incluye freidoras industriales, plancha de cocina, parrilla industrial, cámara de refrigeración, mesa fría y congelador, fundamentales para la expansión del menú. Además, es importante mencionar, que para la ampliación física del *food truck* se requiere una inversión de \$3,859.58 para expandir tres metros del ancho actual.

Como tercer objetivo, se encuentra las fuentes de financiamiento, donde se detalla la estructura de financiamiento óptima que corresponde a un 70% de deuda, equivalente a \$11,694.63 y 30% de capital propio igual a \$5,011.98. Cabe mencionar, el préstamo se obtendría en el Banco Nacional de Costa Rica a cinco años, con tasa del 10.02%, la cual resulta ser la opción más viable. Por último, los indicadores financieros muestran la viabilidad del proyecto, en donde el VAN es de \$ 11.892,70, mientras el valor de la TIR es 64%, significa que el proyecto es una opción viable de realizar, pues va a generar ganancias para el negocio.

La propuesta de expansión incluye no solo el aumento del espacio físico del *food truck*, sino de igual manera, la adquisición de nuevo equipo industrial y la incorporación de productos adicionales al menú, entre ellos, hamburguesas y pollo frito, identificados como altamente demandados por el público objetivo. Estas acciones, en conjunto, permitirán mejorar los niveles de servicio, aumentar la eficiencia operativa, elevar el volumen de ventas y, consecuentemente, los ingresos y la rentabilidad del negocio.

Es destacable también el alineamiento de este proyecto con los objetivos institucionales de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, al contribuir con el fortalecimiento de capacidades empresariales en el territorio y promover el desarrollo de las MiPymes, en concordancia con el Plan Estratégico Institucional 2023-2027. Así, el proyecto no solo tiene un impacto económico directo en la microempresa en cuestión, sino también un valor social al fomentar el desarrollo humano sostenible en la región.

Finalmente, este seminario evidencia la importancia de la planificación financiera como el éxito empresarial. El uso de herramientas como el flujo de caja proyectado, los indicadores financieros y la identificación de diversas fuentes de financiamiento, permite diseñar una estrategia de inversión razonable, la cual minimiza los riesgos y optimiza los recursos disponibles. Este enfoque convierte el plan no solo en una propuesta viable, sino además, en una guía que puede ser replicada por otros emprendedores en contextos similares.

En conclusión, el trabajo demuestra que con visión, planificación y análisis estratégico, un emprendimiento como Cocos Fast Food puede evolucionar hacia una estructura más competitiva. Se convierte así en un ejemplo de cómo las microempresas pueden transformarse en ejemplos del desarrollo económico regional, cuando son respaldadas por procesos académicos detallados, articulación institucional y compromiso empresarial.

5.3 Recomendaciones

5.3.1 Implementación de sistema de retroalimentación del cliente

Se recomienda a Cocos Fast Food implementar un sistema estructurado de encuestas para la evaluación continua de la satisfacción del cliente. Esta herramienta permitirá recopilar información valiosa acerca de preferencias de consumo, necesidades específicas y niveles de satisfacción respecto de los productos ofrecidos. La información obtenida servirá como base fundamental para la toma de decisiones estratégicas, facilitando la mejora continua de la propuesta de valor y el fortalecimiento de las relaciones con los clientes.

5.3.2 Vinculación académica para el desarrollo de procesos productivos

Se sugiere establecer una alianza estratégica con la Universidad Nacional, específicamente con la Escuela de Administración, para el desarrollo e implementación de procesos productivos y planificación estratégica. Esta colaboración, materializada a través de trabajos finales de graduación, permitirá al emprendimiento beneficiarse de asesorías especializadas y acompañamiento profesional en áreas críticas del negocio. El resultado será la obtención de diagnósticos precisos y propuestas de mejora fundamentadas en metodologías académicas, contribuyendo significativamente al desarrollo organizacional del emprendimiento.

5.3.3 Desarrollo de soluciones tecnológicas mediante colaboración universitaria

Se recomienda gestionar una alianza colaborativa con la Escuela de Ingeniería en Sistemas de la Universidad Nacional, para el desarrollo de soluciones tecnológicas adaptadas a las necesidades específicas del negocio. Esta iniciativa podría materializarse a través de proyectos de graduación enfocados en el diseño e implementación de sistemas de control financiero y, plataformas digitales para la gestión operativa. La implementación de estas herramientas tecnológicas permitirá optimizar los procesos administrativos, mejorando la eficiencia operacional y facilitando la toma de decisiones basada en datos.

5.3.4 Estrategias de mercadeo y servicio al cliente

Es crucial desarrollar estrategias de marketing digital enfocadas en redes sociales, considerando que el 58% de los clientes se informa por este medio. Además, se sugiere establecer promociones específicas dirigidas al segmento de transportistas y trabajadores del aeropuerto, aprovechando la ubicación estratégica del negocio.

5.3.5 Administración financiera y previsión

En relación con las fuentes de financiamiento, es importante mantener un seguimiento estricto del flujo de caja para garantizar el cumplimiento puntual de las obligaciones financieras adquiridas. Se sugiere explorar continuamente opciones adicionales de financiamiento para futuras expansiones, manteniendo una visión de crecimiento a largo plazo. Por último, se recomienda establecer un fondo de reserva para contingencias operativas, esto proporcionará un margen de seguridad financiera ante posibles imprevistos y fortalecerá la estabilidad económica del negocio.

5.3.6 Sostenibilidad ambiental

Mantener el compromiso con prácticas sostenibles mediante el uso de empaques biodegradables, diferenciándose de la competencia, así también, la instalación de estaciones de reciclaje claramente identificadas en el área de servicio, con contenedores separados para diferentes tipos de residuos (orgánicos, plásticos, papel y aluminio), facilitando la correcta disposición de desechos tanto para clientes como colaboradores.

5.3.7 Mejora de imagen corporativa y rotulación

Se recomienda a Cocos Fast Food implementar una renovación integral de su imagen física, para fortalecer su presencia visual y atraer más clientes. Esta actualización puede incluir: diseño e instalación de un rótulo luminoso principal visible desde la carretera, además de un logo exterior atractivo el cual incluya información de contacto y redes sociales, considerando que muchos clientes transitan durante horas tempranas o al

atardecer. Y la implementación de un menú exterior retroiluminado fácil de leer y actualizar, mostrando los productos, precios y promociones de manera clara y atractiva.

Lista de referencias

Aswath Damodaran. (2025, enero). *Betas by Sector (US)*.

https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Aswath Damodaran. (2025, 09 de enero). *Country Default Spreads and Risk Premiums*.

https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html

BCCR. (2025, 31 de enero). *BCCR estima un crecimiento económico*

promedio de 4,0% para el bienio 2025-2026. [PDF]. [https://www.bccr.fi.cr/comunicacion-y-](https://www.bccr.fi.cr/comunicacion-y-prensa/Docs_Comunicados_Prensa/CP-BCCR-004-2025-)

[prensa/Docs Comunicados Prensa/CP-BCCR-004-2025-](https://www.bccr.fi.cr/comunicacion-y-prensa/Docs_Comunicados_Prensa/CP-BCCR-004-2025-)

[BCCR estima crecimiento promedio de 4 porcierto para bienio 2024-2025.pdf](https://www.bccr.fi.cr/comunicacion-y-prensa/Docs_Comunicados_Prensa/CP-BCCR-004-2025-BCCR_estima_crecimiento_promedio_de_4_porcierto_para_bienio_2024-2025.pdf)

BCCR. (2025, 28 de enero). *Informe de Política Monetaria - Enero 2025*. [PDF].

<https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPolticaMonetariaInflacin/Documento-IPM->

[Enero-2025.pdf](https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPolticaMonetariaInflacin/Documento-IPM-Enero-2025.pdf)

Carrillo, D., Vega, V. y Navas, S. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de*

inversión.

[https://www.researchgate.net/publication/343106204_Libro_Formulacion_y_Evaluacion](https://www.researchgate.net/publication/343106204_Libro_Formulacion_y_Evaluacion_de_Proyectos_de_Inversion)

[on de Proyectos de Inversion](https://www.researchgate.net/publication/343106204_Libro_Formulacion_y_Evaluacion_de_Proyectos_de_Inversion)

Coll, F. (2024). *Demanda*. Rankia. <https://www.rankia.com/diccionario/economia/demanda>

Da Silva, D. (2021, 21 de junio). *¿Qué son las ventas? Pequeña guía introductoria*. Blog de

Zendesk. [https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-las-](https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-las-ventas/https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-las-ventas/)

[ventas/https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-las-ventas/](https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-las-ventas/)

Editorial Etecé. (2021, 05 de agosto). *Estados financieros*. Concepto.

<https://concepto.de/estados-financieros/>

Editorial Etecé. (2021, 05 de agosto). *Materia prima*. Concepto. [https://concepto.de/materia-](https://concepto.de/materia-prima/#:~:text=Algunos%20ejemplos%20comunes%20de%20materia,diamantes%2)

[prima/#:~:text=Algunos%20ejemplos%20comunes%20de%20materia,diamantes%2](https://concepto.de/materia-prima/#:~:text=Algunos%20ejemplos%20comunes%20de%20materia,diamantes%2)

[C%20y%20otros%20metales%20preciosos](https://concepto.de/materia-prima/#:~:text=Algunos%20ejemplos%20comunes%20de%20materia,diamantes%2C%20y%20otros%20metales%20preciosos).

Equipo Editorial de Indeed. (2023, 10 de agosto). *5 tipos de fuentes de financiamiento*.

Indeed. [https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/tipos-](https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/tipos-fuentes-)

[fuentes-](https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/tipos-fuentes-)

[financiamiento#:~:text=Las%20fuentes%20de%20financiamiento%20representan,un%20flujo%20de%20caja%20positivo.](#)

Espinoza, E. y Ramírez, G. (2018). *Implementación de un servicio de food truck temático en lima moderna*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Marcelino Champagnat].

<https://repositorio.umch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14231/494/119.%20Trabajo%20de%20suficiencia%20%28Espinoza%20Villegas%20y%20Ramirez%20Mendoza%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ferrer, V. (2021, 15 de febrero). *¿Qué es y cómo hacer un estudio de mercado?*. IEBS.

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-y-como-hacer-un-estudio-de-mercado-marketing-digital/>

García, H. (2022, 26 de octubre). *¿Qué es el mercado y qué tipos de mercados existen?*

Eurekers. <https://www.eurekers.com/cursosbolsa/que-es-el-mercado-y-que-tipos-de-mercados-existen>

INEC. (s.f.). *Proyección de Población*.

<https://services.inec.go.cr/proyeccionpoblacion/frmproyec.aspx>

INEC. (2023, 25 de enero). *DISMINUYE CANTIDAD DE MICROEMPRESAS EN EL PAÍS:*

9,7% MENOS RESPECTO AL 2021. <https://inec.cr/noticias/disminuye-cantidad-microempresas-el-pais-97-menos-respecto-al-2021>

IONOS. (2023, 12 de septiembre). *Oferta y demanda: así afectan al mercado.*

<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

Kiziryan, M. (2024, 03 de mayo). *Flujo de caja: Qué es, tipos y usos*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Linares, I. (2018, 24 de junio). *¿Cómo era la comida rápida antes de que se inventasen las hamburgueserías?*. EL ESPAÑOL.

https://www.lespanol.com/social/20180624/comida-rapida-inventasen-hamburgueserias/317468508_0.html#:~:text=Lo%20que%20todos%20consideramos%20como,en%201921%20en%20Wichita%2C%20Kansas

- López, C. (2022, 07 de marzo). *Planeación – Definición, características, importancia y tipos*. Gestipolis. https://www.gestipolis.com/planeacion/#google_vignette
- Martins, J. (2024, 16 de agosto). *Qué es un KPI, para qué sirve y cómo utilizarlo en tu proyecto*. Asana. <https://asana.com/es/resources/key-performance-indicator-kpi>
- Miranda, A., Cruz, I. y García, V. (2018). *INNOVACIÓN ESTRATÉGICA MEDIANTE LA OPCIÓN GASTRONÓMICA DE NEGOCIO: FOOD TRUCK*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de Baja California en México].
<https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/download/2060/2765/6506>
- Montero, J. (2018, 06 de septiembre). *Primeros locales de comidas rápidas se convierten en íconos para las franquicias*. EL FINANCIERO.
<https://www.elfinancierocr.com/negocios/primeros-locales-de-comidas-rapidas-se-convierten/4P7CWIZO3BHXNGURTIJZ7ICJRY/story/#:~:text=El%20primer%20restaurante%20de%20comida,Abri%C3%B3%20en%20febrero%20de%201970.>
- Mundi. (2022, 27 de julio). *Conoce los indicadores financieros clave para asegurar la estabilidad financiera de tu empresa*. <https://mundi.io/finanzas/indicadores-financieros-para-empresas/>
- Muñoz, S. y Millán, Y. (2019). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN FOOD TRUCK ESPECIALIZADO EN COMIDAS RÁPIDAS ELABORADAS CON CARNE DE CERDO*. [Tesis de Licenciatura, Universidad del Valle].
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/a0505c03-9f75-4191-a6ea-8f431e51c451/content>
- Pérez, A. (2018, 04 de marzo). *¿Qué son los activos de una empresa y cómo se valoran?*. OBS. <https://www.obsbusiness.school/blog/que-son-los-activos-de-una-empresa-y-como-se-valoran>
- Pérez, N. (2021, 02 de diciembre). *Santiago Fajardo emprende negocio de comida rápida para subsistir a la crisis de Nicaragua*. Destacados, Nacionales. ARTÍCULO 66.
<https://www.articulo66.com/2021/12/02/santiago-fajardo-negocio-comida-rapida-tesis-nicaragua/>

Pérez, Porto y Gardey, A. (2022, 10 de mayo). *Definición de Localización*.

<https://definicion.de/localizacion/>

Quero, E. (2024, 06 de febrero). *Descubre la definición de maquinaria y equipo en contabilidad ¡Imprescindible para tu negocio!*. Contabilidad 10.

<https://contabilidadtop.com/>

Resendiz, F. (2021, 18 de noviembre). *Fuentes de Financiamiento de una Empresa y Tipos de Fuentes*. Fondimex. <https://fondimex.com/blog/fuentes-de-financiamiento/>

Robles, J. y Solís, M. (2019). *Modelo de negocio para la implementación de los Food Trucks en la Universidad de Costa Rica en la sede Rodrigo Facio*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica]. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/0af62dc5-90fc-458a-a44e-4744e7e8cae9>

Santos, D. (2025, 25 de marzo). *4 estrategias genéricas de Porter: aplicación empresarial*.

HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-genericas-de-porter#que-son>

Sydle. (2023, 24 de noviembre). *KPIs: ¿Qué son, cuál es su importancia y cómo utilizarlos?*

Ve ejemplos. Sydle. <https://www.sydle.com/es/blog/kpi-615de90225ce5d3ef29a5570>

Universidad Tecnológica del Perú. (2023, 14 de agosto). *¿Qué es activo y pasivo en*

Contabilidad?. UTP. <https://www.utp.edu.pe/blog/que-es-activo-pasivo-contabilidad>

WSJ. (2025). *U.S. 10 Year Treasury Note*. <https://www.wsj.com/market->

[data/quotes/bond/BX/TMUBMUSD10Y/historical-prices](https://www.wsj.com/market-data/quotes/bond/BX/TMUBMUSD10Y/historical-prices)

Yahoo!Finanzas. (2025). *S&P 500 (^GSPC)*.

<https://es.finance.yahoo.com/quote/%5EGSPC/history/?period1=1682899200&period2=1746057600&interval=1mo&filter=history&frequency=1mo&includeAdjustedClose=true&guccounter=1>

Zendesk. (2023, 26 de septiembre). *3 estrategias de canales de distribución que necesitas conocer*. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de->

[canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/](https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/)

Zurita, A. (2024). *Comida rápida: su historia y por qué es tan popular*. Sabor.

<https://sabor.eluniverso.com/comida-rapida-su-historia-y-por-que-es-tan-popular/>

3.4 Marco conceptual relacionado con el objetivo tres.									
CAPÍTULO 4									
4.1 Estudio de mercado									
4.2 Activos requeridos									
CAPÍTULO 5									
5.1 Propuesta									
5.2 Conclusiones									
5.3 Recomendaciones									

Elaboración propia del grupo de investigación (2025).

Anexo B.*Guía de cuestionario*

La presente entrevista es conducida por estudiantes de licenciatura en administración financiera de la Universidad Nacional de Costa Rica. El objetivo principal de esta entrevista es recopilar información que permita conocer si es viable a nivel de mercado la ampliación de la microempresa Cocos Fast Food, ubicada en el barrio las Américas en Liberia, Guanacaste. Se le solicita responder a las preguntas de la entrevista con profundidad. La participación en esta entrevista es estrictamente voluntaria. La información que se recopile será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Tampoco será posible identificar de forma individual los criterios o respuestas emitidas, dado que la información se utilizará de forma general o agregada en el estudio.

¡Muchas gracias por su atención!

- 1- ¿Cuál es su rango de edad?
 - a) 20-29
 - b) 30-39
 - c) 40-49
 - d) 50-59
 - e) 60 o más

- 2- ¿Cuál es su rango de ingreso mensualmente?
 - a) Menos de ₡368.000
 - b) ₡368.000 a ₡550.000
 - c) ₡550.000 a ₡800.000
 - d) Más de ₡800.000

- 3- ¿Cuál es su ocupación?
 - a) Persona trabajadora del aeropuerto
 - b) Persona trabajadora de un rent a car
 - c) Persona trabajadora de hotelería
 - d) Transportista

- e) Agente de reparto
 - f) Estudiante universitario
 - g) Otro (especifique)
- 4- ¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?
- a) Al menos 1 vez por semana
 - b) Al menos 2 veces por semana
 - c) Al menos 3 veces por semana
 - d) Más de 4 veces por semana
- 5- Prefiere consumir comidas rápidas en lugares como (Puede marcar más de una opción)
- a) Sodas
 - b) Restaurantes
 - c) Cadenas de comidas rápidas
 - d) Emprendimientos
- 6- ¿Cuál de estas comidas rápidas consume frecuentemente? (Puede marcar más de una opción)
- a) Hamburguesas
 - b) Emparedados
 - c) Empanadas
 - d) Pollo frito
 - e) Nachos
 - f) Pizzas
 - g) Burritos
 - h) Otros(cuales))
- 7- ¿Cuál es el rango promedio que gasta a la hora de consumir comida rápida?
- a) Menos de ₡5.000
 - b) ₡5.000-₡10.000
 - c) ₡10.000-₡15.000

- d) ₡15.000 a ₡20.000
- e) ₡20.000 o más
- 8- ¿Es de su agrado comprar comidas rápidas en los Food Truck? (Si – No ¿Por qué?)
- 9- ¿Considera usted que existen en la zona de Liberia suficientes establecimientos que se dediquen a la venta de comida rápida a través de Food Truck?
- a) Si
- b) No
- c) No conozco
- 10- ¿Si usted visita un Food Truck prefiere que haya sillas y mesas para consumir en el lugar?
- a) Si
- b) No
- 11- ¿Cuál opción prefiere para solicitar su pedido de comidas rápidas?
- a) Presencial
- b) Por medio de aplicación (Uber Eats, Pedidos Ya)
- c) Vía WhatsApp
- d) Llamada telefónica
- 12- ¿Por cuál medio se entera sobre la apertura de nuevos locales de comidas rápidas?
- a) Redes sociales (Facebook, Instagram)
- b) WhatsApp
- c) Publicidad boca a boca
- d) Rótulos o vallas publicitarias
- 13- En una escala de 1 a 5, donde 1 es Nada importante y 5 es Extremadamente importante.
- ¿Qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos para elegir un negocio de comidas rápidas? 1 2 3 4 5
- Ubicación
- Menú atractivo

La relación precio/calidad del producto

Servicio al cliente

Orden e higiene

Popularidad del local

Rapidez en la atención

14-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?

₡1.000 ₡1.500 ₡2.000 ₡2.500 ₡3.000 ₡3.500 ₡4.000

Hamburguesa sin papas

Hamburguesa con papas

Pollo frito

Empanadas

Emparedados

15- ¿Cuál medio de pago prefiere utilizar al comprar comida rápida?

- a) Efectivo
- b) Tarjeta de débito
- c) Tarjeta de crédito
- d) SINPE Móvil

16- ¿Conoce usted el Food Truck Cocos Fast Food ubicado en el barrio las Américas en Liberia, Guanacaste?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es NO fin del cuestionario

17- ¿Qué productos compra en Cocos Fast Food?

18- Si tuviera que añadir un nuevo plato al menú en Cocos Fast Food, ¿qué tipo de comida prefiere que se incluya? _____

19- ¿Recomendaría el emprendimiento Cocos Fast Food con familiares y amigos?

- a) Si

- b) No
- c) Tal vez

20- ¿Cuáles recomendaciones le podría brindar al emprendimiento para mejorar su gestión comercial? _____

Agradecemos su tiempo y participación en la realización de este cuestionario. Su opinión es de gran importancia para nosotros.

Anexo C

Guía de entrevista a la persona propietaria

La presente entrevista es aplicada por estudiantes de licenciatura en administración financiera de la Universidad Nacional de Costa Rica. El objetivo principal de esta entrevista es recopilar información que permita conocer si es viable a nivel de mercado la ampliación de la microempresa Cocos Fast Food, ubicada en el barrio las Américas en Liberia, Guanacaste. Se le solicita responder a las preguntas de la entrevista con profundidad. La participación en esta entrevista es estrictamente voluntaria. La información que se recopile será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Tampoco será posible identificar de forma individual los criterios o respuestas emitidas, dado que la información se utilizará de forma general o agregada en el estudio.

SECCIÓN I. Aspectos generales del negocio

1. ¿En qué año surgió Cocos Fast Food?

2. ¿Quién fue la persona que sugirió la idea para crear dicho negocio y por qué?

3. ¿Inicialmente se le presentó alguna dificultad a la hora de abrir el negocio?

4. ¿Cuántas personas laboran en Cocos Fast Food?

5. ¿Cuál es el horario de atención y venta de Cocos Fast Food?

6. ¿Cuentan con diseño de logo y eslogan?

7. ¿Cuentan con permisos sanitarios de funcionamiento al día?

8. ¿Cuáles son los medios de pago que utilizan en su negocio?

9. ¿El lugar donde se ubica el Food Truck es propio o pagan algún tipo de alquiler?

10. ¿Cuál es el motivo de querer realizar una ampliación del negocio?

11. ¿Qué equipo requieren para la ampliación del Food Truck?

12. ¿Posee actualmente un espacio adecuado en el que los clientes puedan consumir en el lugar?

SECCIÓN II. Aspectos relacionados con los productos

13. ¿Cuáles son los productos que ofrecen actualmente en el menú?

14. ¿Qué precio tienen los productos actualmente?

15. ¿Aproximadamente qué cantidad de cada producto venden diariamente?

16. ¿Cómo es la presentación del producto a la hora de entrega al cliente?

17. ¿Cuáles son los nuevos productos que se introducirán al menú?

18. ¿En qué lapso del día venden más de sus productos?

19. ¿Qué materias primas utilizan para la preparación de los productos?

SECCIÓN III. Aspectos de mercado

20. ¿Cuáles son sus principales clientes?

21. ¿Cómo considera que es el trato con el cliente?

22. ¿Utilizan algún medio publicitario para anunciar sus productos?

23. Considera usted que la ubicación en la que se encuentra Cocos Fast Food es estratégica para sus ventas, ¿por qué?

SECCIÓN IV. Aspectos financieros

24. ¿Cuál es el monto que invierten diariamente para la compra de la materia prima?

25. ¿Actualmente usted considera que el negocio es rentable?

26. ¿Considera que los precios que actualmente tiene Cocos Fast Food, son competitivos en relación con otros negocios similares?

Agradecemos su tiempo y participación en la realización de esta entrevista. Su opinión es de gran importancia para nosotros.

Anexo D*Aplicación de encuestas en el negocio*

Equipo investigador (2025).

Anexo E*Aplicación de encuestas en el negocio*

Equipo investigador (2025).

Anexo F

Cotización para la ampliación del food truck



EQUIPOS SILOE SOCIEDAD ANONIMA

Identificación	3101810625	PreFactura electrónica	812
Teléfono	64203266	Fecha	22/04/2025 9:30 a.m.
Correo Electrónico	equipossiloe@gmail.com	Moneda	Colón (Costa Rica)
Dirección	Guanacaste, Liberia, Liberia, Santa Lucía, 200 este de Cabinas La Ronda. Costa Rica	Condición Venta	Contado
		Tipo de Pago	Efectivo

Cliente ALEXA FERNANDA SOTO ALVARADO
Cédula 901290939
Email alexafsoto@gmail.com

Cantidad	Código	Descripción	% Des.	% IVA	Precio Unitario	Total línea
1.00	009	implementos Implementos. Expansión de 3 metros de ancho en food truck anteriormente ya elaborado.	0.00 %	13.00 %	€ 1,800,000.00	€ 1,800,000.00
-----Última línea-----						

	Subtotal	€ 1,800,000.00
	Total Descuentos	€ 0.00
	Total IVA	€ 234,000.00
	Total	€ 2,034,000.00

Cliente: EQUIPOS SILOE SOCIEDAD ANONIMA
 Número de cuenta BAC: 947210662
 Número de cuenta IBAN: CR09010200009472106620
 Banco de Costa Rica
 Equipos Siloé S.A.
 Cuenta IBAN: CR08015201001049843907

VERSIÓN XML 4.2
 Clave:
 Autorización mediante Resolución No. DGT-R-033-2019 del 27/06/2019 de la DGTD

Anexo G

Cotización para la adquisición de equipo requerido para la ampliación del food truck



Para
JOHANNA RODRIGUEZ VEGA

Liberia Guanacaste
CR Liberia
87792844
joha12rv@gmail.com





COOL AND COOKING EQUIPMENT S.A
Cédula Jurídica: 3-101-680100
Liberia Comunidad, Guanacaste
Tel. +(506) 2667-0073

Vendedor: **Gina Alfaro**
Teléfono:

PRO-019796

VARIOS

Fecha: 25/04/2025
Valida hasta: 02/05/2025

#	Foto	Artículo	Cantidad	Precio	Impuesto	Importe
1		X-045-339 - CAMARA DE REFRIGERACIÓN CR-195 CAMARA DE REFRIGERACIÓN CR-195 equipo Marca OMEGA. Equipo de uso comercial. Medidas de 54x56x158 cm. 1 puerta de vidrio templado. 3 parrillas ajustables. Capacidad de almacenaje de 8 pies cúbicos. Temperatura de refrigeración de 1°C a 6°C. Con termostato manual. Equipo cámara de refrigeración cr-195. ENTREGA INMEDIATA Ver Ficha Técnica	1	325,653.40 Descuento: % 0.00	IVA 13.00%	325,653.40
2		X-050-002 - CONGELADOR HORIZONTAL CH-282 Congelador horizontal Equipo OMEGA CH-282, de uso comercial. Almacenaje multipropósito. Medidas de 112 x 69 x 86 cm. 1 Tapa sólida. Incluye 2 canastas plastificadas. Capacidad de almacenaje de 10 pies cúbicos. Temperatura de congelación reforzada de -18°C a -23°C. Con controlador digital. Tecnología de iluminación LED. Acabado externo en acero esmaltado color blanco. Voltaje de 115V. Enfriamiento por medio de placas. Capacidad del compresor de 1/4 HP. Amperaje de 1.4 AMP. Consumo de 0.89 KW/día. Refrigerante R-290 (Ecoamigable). Con rodines giratorios. Peso de 37kgs. Con inyección de aislante de alta densidad de poliuretano libre de CFCs. ENTREGA INMEDIATA Ver Ficha Técnica	1	206,066.68 Descuento: % 0.00	IVA 13.00%	206,066.68
3		X-025-003 - PLANCHAS PL-71.5B ACERO INOXIDABLE La Plancha PL-71.5B Acero inoxidable de la marca OMEGA es un equipo de cocción comercial diseñado para ofrecer eficiencia y durabilidad en diversas aplicaciones culinarias. Equipo de uso comercial. Medidas de 71.5 x 80 x 90 cm. Alimentación de GAS LP. 13.4 kw o 46.000 BTU de capacidad total. 2 quemadores. Capacidad de 23.000 BTU por quemador. 1 estante inferior 4 niveladores en acero inoxidable. Acabado externo en acero AISI 430 (Labrado). Base de tubo de acero de 1 1/2". 1 plancha de hierro negro de 3/8 1 bandeja recolectora de residuos. Respaldo bajo. TIEMPO DE ENTREGA 8 SEMANAS Ver Ficha Técnica	1	445,796.44 Descuento: % 0.00	IVA 13.00%	445,796.44
4		X-037-004 - FREIDOR FREI-2C1T-778 ACERO INOXIDABLE Freidor FREI-2C1T-778, de uso comercial. Medidas de 40 x 70 x 110 cm. Alimentación de GAS LP. 24.6 kw o 84.000 BTU de capacidad total. 3 quemadores. Capacidad de 28.000 BTU por quemador 4 niveladores en acero inoxidable. Acabado externo en acero AISI 430 (Labrado). Capacidad de 25 litros. Base para escurrir el aceite. 2 canastas de 14 x 34 x 14 cada una. Valvula de control. Control manual de temperatura. Encendido por pilotos. Desagüadero de aceite de 1 1/2". ENTREGA INMEDIATA Ver Ficha Técnica	2	362,746.48 Descuento: % 0.00	IVA 13.00%	725,492.96

5		X-035-006 - BBQ PLUS ACERO INOXIDABLE Equipo OMEGA BBQ PLUS, de uso comercial. Medidas de 67 x 72 x 90 cm. Alimentación de GAS LP. 15,8 kw o 54.000 BTU de capacidad total. 3 quemadores. Capacidad de 18.000 BTU por quemador. 4 tapones de hule de 7/8. Acabado externo en acero AISI 430 (Labrado). Base en tubo de hierro negro cuadrado de 7/8. 1 parrilla en varilla de hierro negro de 1/4. Equipo OMEGA BBQ PLUS con 1 bandeja recolectora de residuos. Respaldo bajo. ENTREGA INMEDIATA Ver Ficha Técnica	1	249,209.23 Descuento: % 0.00	IVA 13.00%	249,209.23
6		X-024-001 - MESA FRÍA MF-3F ACERO INOXIDABLE Vitrina mesa fría Equipo OMEGA MF-3F, marca OMEGA. Equipo de uso comercial. Para exhibición multipropósito. Medidas de 110 x 61.5 x 90 cm. 2 puertas de vidrio tipo corredizas. 3 bandejas "full" de 4" de profundidad Cúpula de vidrio curvo. Temperatura de refrigeración de 5°C a 10°C. Con termostato mecánico. Tecnología de iluminación LED. Acabado externo en acero AISI 430 (Labrado). Voltaje de 115V. Enfriamiento por medio de tubería al piso. Capacidad del compresor de 1/5 HP. Amperaje de 3.5 AMP. Consumo de 8.01 KW/día. Refrigerante R-134a. Con rodines giratorios. Vitrina mesa fría Equipo OMEGA MF-3F con inyección de aislante de alta densidad de poliuretano libre de CFCs. Equipo para bufet o mesa de autoservicio. 12 SEMANAS PARA ENTREGA Ver Ficha Técnica	1	765,305.26 Descuento: % 0.00	IVA 13.00%	765,305.26
Total neto						€2,717,523.97
IVA (13.00%)						€353,278.12
Total						€3,070,802.09

Términos y condiciones

TIEMPO DE ENTREGA EN CADA LINEA

FORMA DE PAGO: CONTADO

NO INCLUYE SERVICIO DE TRANSPORTE

CONDICIONES GENERALES**Tiempo de entrega:** Según disponibilidad y coordinación previa con el asesor de ventas.**Producción:** El día LUNES se realiza el corte para producción, por ende las semanas de entrega se cuentan a partir de este día.**Lugar de entrega:** En la sucursal donde realizó su compra. No aplica para la línea comercial de **proyectos**.**Transporte:** El transporte de mercadería es un servicio que requiere de un costo adicional que debe ser coordinado previamente con el asesor de ventas.**Garantía de equipo nuevo:** 12 meses en equipo de refrigeración y 6 meses en equipo de calor; en desperfectos de fábrica.**Garantía de servicios realizados:** 3 meses posteriores al servicio realizado, en condiciones normales de uso y mantenimiento del equipo.**Imágenes en esta oferta con fines ilustrativos.****Ver nuestras Políticas de Garantía de Equipos, Aires Acondicionados, Compresores y Recomendaciones de Mantenimiento****Retroalimentación** con respecto a su experiencia de compra escribir al correo electrónico: mejoras@refrigeracionomega.comRecibimos su equipo refrigerado y aire acondicionado de desecho para **reciclaje**. [Ver Política de Gestión de Residuos Cuentas Bancarias](#)

Banco	Moneda	Cuenta	Cuenta IBAN
Bac San José	Colones	920613056	CR96010200009206130569
Banco Nacional	Colones	100-01-242-000032-0	CR08015124210010000326
BCR	Colones	001-0314717-7	CR21015201001031471776

Anexo H

Cotización para la adquisición de equipo requerido para la ampliación del food truck



Cedula: 504390254

Dirección: Guanacaste

Cliente: Johanna Rodríguez Vega / empresa: Cocos Fast Food

Asesor: Joseth

Fecha: 25-abr-25

Validez: 30 días

Telefono: 87 792 844

Dirección: Calle la rusia, frente a molinos modernos, Heredia, Costa Rica

Contacto: +506 7171-8890

Correo Electronico: xxxxxx

Detalle: xxxxxxxx

Cotización#: PROFORMA 635-752

QTY	ITEM / SERVICIO	MODELO	UNITARIO	TOTAL
2	Freidora importada americana, 50 Lbrs 2 canastas	xxxx	€630 000,00	€1 260 000,00
1	Camara de refrigeracion de 1 puerta en vidrio, 24 pies en blanca 70 x 80 x 205	xxxx	€650 000,00	€650 000,00
1	Plancha de 70 x 50	xxxx	€180 000,00	€180 000,00
1	Congelador de 80cm de frente	xxxx	€450 000,00	€450 000,00
1	Grill de 70 x 50	xxxx	€170 000,00	€170 000,00
1	Mesa fría con capucha y tabla de picar, 150cm de frente blanca	xxxx	€680 000,00	€680 000,00
SUB TOTAL:			€3 390 000,00	
IVA			€440 700,00	
TOTAL			€3 830 700,00	

Calle la rusia, Frente a molinos modernos, Heredia, Costa Rica
Correo: comercial@gruposalano.cr | Tel: (+506) 7171 - 8890

Solano (2025).

Anexo I

Cotización para la adquisición de equipo requerido para la ampliación del food truck

#	Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total Sin IVA
1	OS-CF5002WE	Congelador Horizontal blanco 5 pies cúbicos Oster (E) (D)		1.00	USD 322.71	322.71
		<p>Congelador Horizontal blanco 5 pies cúbicos [Oster] Congelador horizontal almacena los alimentos y otros productos en estado de congelación, esto con la finalidad de disminuir la descomposición o alteración en la calidad de los alimentos para que tengan una prolongada duración. Este congelador Oster es resistente a los golpes y rayones. Además, este congelador no solo se enfriaba en congelación, sino que también puede enfriar y mantener los productos en estado frío.</p> <p>Características: Material de construcción: Plástico. Color: Blanco. Dimensiones: 84.5 cm de altura x 59 cm de largo x 69.5 cm de frente. Capacidad: 5 pies cúbicos / 145 Litros. Refrigerante: R600a. Cantidad de refrigerante: 65g. Mantiene 100 horas el frío sin abrirlo. Dispone de luz LED. Cuenta con una cerradura por seguridad e incluye las llaves. Panel de control digital. Solo de una puerta. Ruedas resistentes para fácil movilidad. Posee un drenaje en la parte frontal para un buen mantenimiento. Una canasta plástica. 120 V / 60 Hz. -Categoría: Equipo Refrigeración-Sub categoría: Congeladores Horizontales -Código: OS-CF5002WE</p> <p>Garantía: 12 meses</p>				
2	AO-MCF8722	Cámara de refrigeración vertical Merchandiser con 1 puerta de vidrio 19.4 pies cúbicos Atosa (E)(D)		1.00	USD 1,686.85	1,686.85
		<p>Cámara de refrigeración vertical Merchandiser con 1 puerta de vidrio 19.4 pies cúbicos [Atosa] El refrigerador vertical industrial es ideal para exhibir bebidas frías y otros artículos para llevar. Perfecta para tiendas de conveniencia, supermercados esta unidad brinda una excelente visibilidad del producto para ayudar a impulsar las ventas por impulso mientras su exterior de acero negro con un interior duradero de acero inoxidable garantiza un uso duradero. Es fácil de operar y garantiza que su exhibidor esté a la temperatura perfecta, ideal para restaurantes, supermercados, carnicerías, restaurantes y sus similares. Características: Material de construcción: Acero Inoxidable. Panel de cabecera iluminado. Estándar de iluminación interior LED. Controlador electrónico Dixell. Cuatro estantes Estándar por sección. Puerta de vidrio de doble panel. Puerta de cierre automático con función automática de permanencia abierta. Tirador de puerta empotrado. Cerradura de puerta Estándar. Dimensiones: 68.5 cm de frente x 80 cm de fondo x 206.5 cm de altura. Alimentación: eléctrica, 115V/60Hz/1Ph, 1/7Hp. Estantes: 4. Junta de puerta magnética. Sistema de refrigeración autónomo de montaje inferior con refrigerante R290 ecológico. Ruedas preinstaladas. Estantes preinstalados. Estándar de enchufe NEMA-5-15P. Capacidad: 19.4 pies cúbicos. Certificaciones: ETL, A.Q. -Categoría: Equipo Refrigeración -Subcategoría: Exhibidores refrigerados y congelados -Código: AO-MCF8722</p> <p>Garantía: 12 meses</p>				
3	AO-ATRC-36	Parrilla de gas industrial 36 pulgadas Atosa-Cook Rite (E)(D)		1.00	USD 912.88	912.88
Cotización: 426833						

4/24/2025 11:06:47AM



Fecha: 24-04-2025 Oferta Vence: 01-05-2025

Cliente C4046
JOANNA RODRIGUEZ VEGA

COTIZACION**426833**

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

Vendedor: Dailing Ramos
Correo: dailing.ramos@jopco.net

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

Condición de Pago Contado

Moneda : Dolares

# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total Sin IVA
	 <p>Parrilla a gas radiante industrial de sobremesa AtosaEl asador radiante de encimera para servicio pesado es una excelente adición para restaurantes, empresas de catering y otros establecimientos de servicio de alimentos.Hecho de acero inoxidable, este asador radiante es excepcionalmente duradero para soportar años de uso de alto volumen Este asador radiante está diseñado con 3 quemadores, controles manuales independientes y rejillas superiores ajustables de varios niveles.Características:Material de construcción: Acero inoxidable y Hierro fundido.Color: Plata.Dimensiones: 91 cm de frente x 73 cm de fondo x 39 cm de altura. Parrilla con radiantes.Con controles manuales y con sistema de ignición piloto.Patas ajustables.Alimentación: Gas LP.3 quemadores: 105,000 BTU (35,000 BTU por quemador).Parrilla de hierro fundido.Certificaciones: cETLus, ETL.-Categoría: Equipos de Cocción -Subcategoría: Parrillas a gas -Código: AO-ATRC-36</p> <p align="center">Garantía: 12 meses</p>				
4 AS-AEMG-36	 <p>Plancha de cocina a gas industrial 36 pulgadas con placa 5/8 pulgadas Asber (E)(D)</p> <p>Plancha lisa a gas industrial sobremesa AsberPlancha ideal para equipar su negocio profesional como restaurantes, comedores, sodas, cocinas de hoteles, establecimientos de comidas rápidas, cafeterías, entre otros. Perfecta para preparar pescados, carnes blancas o rojas, mariscos, salteados, pancake y grap de una manera rápidas y ágil. Construida en acero inoxidable, material resistente y duradero para el uso constante.Características:Material de construcción: Acero inoxidable.Color: Plata.Dimensiones: 91.5 cm de frente x 83 cm de fondo x 43 cm de altura.Con controles manuales.Incluye regulador de presión y canaleta para la grasa.Patas ajustables.Alimentación: Gas LP. 3 quemadores: 69,000 BTU (23,000 BTU por quemador).Grosor de plancha: 5/8.Certificación: cETLus.-Categoría: Equipos de Cocción-Subcategoría: Planchas a Gas-Código: AS-AEMG-36</p> <p align="center">Garantía: 12 meses</p>	1.00	USD 1,298.01	1,298.01	
5 AS-AUTR-60 HC	 <p>Mesa Refrigerada bajo mostrador con 2 puertas de acero de 60 pulg Asber (E)(D)</p> <p>Mesa Refrigerada bajo mostrador con 2 puertas de acero de 60 pulg AsberMantenga los ingredientes adecuadamente refrigerados y al alcance de la mano con la mesa fría de trabajo. Características:Material de construcción: Acero inoxidable.Color: Plata.Dimensiones: 152.5 cm de frente x 80 cm de fondo x 93 cm de altura.Puertas con dispositivo de cierre automático.Sellos de puertas magnéticos fácilmente removibles (sin herramientas).Gas refrigerante ecológico R-290.Controles electromecánicos de temperatura.Equipos montados sobre 4 ruedas de 5" (altura máxima de la rueda con vástago incluido), de las cuales las 2 frontales llevan freno.Parrillas cubiertas en epoxy, ajustables en altura.Especificaciones eléctricas: 115 V / 60 Hz / 1p / 3A.Rango de temperatura: 32°F a 40°F.Certificaciones: cETLus, ETL.-Categoría: Equipo Refrigeración-Subcategoría: Mesas Refrigeradas y de Congelación-Código: AS-AUTR-60 HC</p> <p align="center">Garantía: 12 meses</p>	1.00	USD 2,445.43	2,445.43	
6 AS-AEF-50-S	 <p>Freidor industrial a gas de piso 50 lbs Asber (E)(D)</p> <p>Freidor Industrial a gas de 50 libras AsberLas freidoras de gas calientan el aceite y alcanzan temperaturas más altas en menos tiempo que las eléctricas, lo que las hace ideales cuando la producción es mucha y acelerada. El freidor industrial de piso a gas le ayudan a economizar, ya que el gas es más barato que la electricidad y las freidoras a gas se calientan más rápido que las freidoras eléctricas.Características:Material de construcción: Acero inoxidable.Color: Plata.Dimensiones: 79 cm de frente x 39 cm de fondo x 118 cm de altura.Diseño estético y funcional.Incluye: 2 canastas. Panel de control totalmente desmontable para un fácil mantenimiento.Válvula de seguridad tipo millivolt con termopila (no requiere conexión eléctrica). Tubo y válvula de desagüe para facilitar el vaciado de la tina y la limpieza general del equipo. Patas ajustables.Alimentación: Gas LP.3 quemadores: 105,000 BTU (35,000 BTU por quemador). Rango de Temperatura: 100°C- 300°F. Capacidad: 50 Libras.Canastas de alambón con mango plastificado.Rejilla de alambón. Certificación: cETLus. -Categoría: Equipos de Cocción-Subcategoría: Freidoras a Gas -Código: AS-AEF-50-S</p> <p align="center">Garantía: 12 Meses</p>	2.00	USD 1,024.35	2,048.70	

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

Comentarios

Mercadería	USD	8,714.58
Transporte	USD	0.00
Instalación	USD	0.00
Total Impuestos	USD	1,132.90
Total	USD	9,847.48

NOTA IMPORTANTE: Debido a la situación de incertidumbre mundial a raíz de los cambios en los aranceles de entrada a Los Estados Unidos, las fábricas de las que nos proveemos nos están advirtiendo que no pueden garantizar los precios. Por esta razón la vigencia de cualquier oferta será máximo de 7 días naturales, si la orden de compra no es puesta dentro de ese plazo, la cotización estará sujeta a potenciales cambios en los precios.

JOPCO (2025).

Anexo J

Cotización Póliza Riesgos del Trabajo

SEGURO DE RIESGOS DE TRABAJO

INSTITUTO NACIONAL DE SEGURO
Cédula Jurídica: 4000001902
Tel. 2287-6000
Cotización de Riesgos del Trabajo

Código de cotización: 417DC5
Fecha de cotización: 29/04/2025
16:35:58
Moneda: Colones

Estimado cliente le presentamos el detalle de su cotización:

INFORMACIÓN DE LA PERSONA TOMADORA

Nombre: Alexa Fernanda Soto Alvarado

Tipo de identificación: Cédula Física Nacional

Identificación: 901290939

INFORMACIÓN DEL SEGURO RIESGOS DE TRABAJO

Producto: RT-General	Código de cotización: 417DC5
Tipo de póliza: Permanente	Cantidad de personas trabajadoras: 1
Estimación mensual de ingreso: ₡1,220,000.00	Vigencia de la póliza: Del 29/04/2025 al 31/03/2026
Actividad económica: I - Alojamiento y servicios de comida	
Actividad económica específica: 5610 - Actividades de restaurantes y de servicios móviles de comidas	

FORMA DE PAGO	TOTAL PRIMA A PAGAR	MONTO ASEGURADO
Semestral	₡147,132.00	₡7,320,000.00

☎ **800-TELEINS (800-8353467)** | ✉ **contactenos@grupoins.com** | ☎ **2287-6100** | 🌐 **www.grupoins.com**

Este documento solo constituye una cotización de seguro, por lo tanto, no representa garantía alguna de que la misma concuerde con todos los términos cotizados al momento de realizar la emisión, ya que es tentativa y sujeta, a valoración por parte de nuestros suscriptores. El cálculo se efectuó con las condiciones vigentes al día de la cotización y se tendrá por emitido el seguro hasta que se realice el pago de la prima correspondiente. Por lo tanto, la validez de esta cotización será hasta las 11:59 p.m. del día de hoy.

¡Estamos ahí para vos!

Anexo K

Cotización crédito del Banco Nacional

¿Cuál es Moneda?

Dólares Colones

Monto a solicitar

6,200,000.00

Monto Maximo: 350,000,000.0 | Monto Minimo: 100,000.0

Plazo estimado (Años)

5

Tasa (%)

10.02

Cuota mensual

CRC 131,792.70

LLENAR FORMULARIO

*Disclaimer ⓘ

The image shows a digital interface for a credit calculator. It features a dark blue background with white and yellow text. At the top, there's a question '¿Cuál es Moneda?' with two buttons: 'Dólares' (white) and 'Colones' (yellow). Below this, the 'Monto a solicitar' is set to '6,200,000.00'. A range of 'Monto Maximo: 350,000,000.0 | Monto Minimo: 100,000.0' is shown. The 'Plazo estimado (Años)' is set to '5' with a slider. The 'Tasa (%)' is '10.02'. The 'Cuota mensual' is 'CRC 131,792.70'. A white button labeled 'LLENAR FORMULARIO' is at the bottom right. A small '*Disclaimer ⓘ' is at the bottom left.

Calculadora de préstamos Banco Nacional (2025).

Anexo L

Cotización crédito del Banco de Costa Rica



BANCO DE COSTA RICA
Oferta de servicios

30/04/2025

Estimado señor (a)
YENDRY LARA RODRIGUEZ
CÉDULA 504290239

Nos complace presentarle la siguiente oferta de crédito.

Principales características	
Producto:	Crédito MiPymes - Aceleración de empresas con fondos Fofide
Monto:	6,200,000.00
Plazo:	180 meses
Tasa:	TBP (al día de hoy 3.87%)
Cuota:	45,624.11 (no incluye el monto correspondiente a las pólizas).
Forma pago:	Cuotas mensuales consecutivas imputables a capital e intereses más póliza de incendio (si corresponde).
Garantía:	Hipoteca
Plan de inversión:	Cancelación de deudas y gastos de formalización.

Detalle de gastos	
Comisión formalización:	1% sobre el monto de financiamiento, aplica una sola vez. *Financiable*
Hipoteca:	Por definir, según monto de financiamiento. *Financiable*
Póliza incendio:	De acuerdo con el valor de las construcciones, según informe de avalúo. *Financiable*
Avalúo:	Por definir. Se otorgarán los beneficios de los honorarios.

Notas aclaratorias

Estimado cliente, el BCR le informa que las condiciones crediticias ofrecidas preliminarmente, podrán variar durante el proceso de su análisis y cumplimiento de los requisitos aquí establecidos, asimismo se reserva el derecho de variar los términos y condiciones de esta oferta, sujetas a variaciones del entorno, de la Institución y al estudio de los documentos requeridos para este tipo de trámite.

Esta facilidad crediticia está dirigida a los clientes que cumplan con lo establecido en las Políticas de Crédito, sujetos de crédito para personas físicas con actividad empresarial y para micro, pequeñas y medianas empresas.

La tasa de interés establecida en esta oferta de crédito aplica para clientes cuyo acumulado de deudas, sea menor o igual a los C350 Millones. Para montos mayores de financiamiento, se establece una tasa de interés especial calculada con la información financiera aportada por el cliente.

Si tiene alguna pregunta o necesita más información; no dude en contactarme.
Quedo a su disposición para cualquier consulta adicional que pueda surgir.

Cordialmente,
Yudith Ocampo Paniagua
Ejecutiva PYMES
7016-1670

YUDITH PRISCILLA
OCAMPO
PANIAGUA
(FIRMA)

Firmado digitalmente por YUDITH PRISCILLA OCAMPO PANIAGUA (FIRMA)
Fecha: 2025.04.30 17:36:00 -06'00'

Banco de Costa Rica (2025).

Anexo M

Cotización crédito del Banco Popular

SIPOD000 SISTEMA INTEGRADO DE PRESTAMOS FHP: 06-05-2025
SIPMD00 CALCULO DE CUOTAS 12.47.03

Principal	:	6,165,900.00
Tasa Anual	:	03.89
Plazo Meses	:	072
Frecuencia Pago	:	01
Cuota Normal	:	Vivienda 1/2 N
Alfa (%)	:	00.0000
Poliza Incendio	:	0.00
Poliza Vehiculo	:	0.00
No. Codeudores	:	0
Línea Crédito	:	017
Cuota sin Poliza	:	96,157.90
Poliza Vida	:	3,729.90
Poliza Incendio	:	0.00
Poliza Vehiculo	:	0.00
Cuota Total	:	99,887.80
Adicional	:	0.00

Enter: Acepta
PF1 : Otra Consulta
PF : Menu Solicitudes

Banco Popular BP TOTAL CANAS
06 MAY 2025
LUIS JOSE ESPINOSA GALERA
CONFRONTADO CONTRA ORIGINAL

Banco Popular (2025).

Anexo N

Rendimiento de mercado

Moneda en USD		
Fecha	Cierre ajustado	Rendimiento
01-abr-25	5.569,06	
01-mar-25	5.611,85	-0,76%
01-feb-25	5.954,50	-5,75%
01-ene-25	6.040,53	-1,42%
01-dic-24	5.881,63	2,70%
01-nov-24	6.032,38	-2,50%
01-oct-24	5.705,45	5,73%
01-sep-24	5.762,48	-0,99%
01-ago-24	5.648,40	2,02%
01-jul-24	5.522,30	2,28%
01-jun-24	5.460,48	1,13%
01-may-24	5.277,51	3,47%
01-abr-24	5.035,69	4,80%
01-mar-24	5.254,35	-4,16%
01-feb-24	5.096,27	3,10%
01-ene-24	4.845,65	5,17%
01-dic-23	4.769,83	1,59%
01-nov-23	4.567,80	4,42%
01-oct-23	4.193,80	8,92%
01-sep-23	4.288,05	-2,20%
01-ago-23	4.507,66	-4,87%
01-jul-23	4.588,96	-1,77%
01-jun-23	4.450,38	3,11%
01-may-23	4.179,83	6,47%
Promedio mensual		1,33%
Promedio anual		15,91%

Elaboración propia (2025).

Anexo Ñ*Amortización de la deuda*

Periodo	Interés	Amortización	Cuota	Capital	Capital Amortizado
0				11.764,71	
1	98,24	151,85	250,08	11.612,86	151,85
2	96,97	153,11	250,08	11.459,75	304,96
3	95,69	154,39	250,08	11.305,35	459,35
4	94,40	155,68	250,08	11.149,67	615,03
5	93,10	156,98	250,08	10.992,69	772,01
6	91,79	158,29	250,08	10.834,40	930,31
7	90,47	159,61	250,08	10.674,79	1.089,92
8	89,13	160,95	250,08	10.513,84	1.250,87
9	87,79	162,29	250,08	10.351,55	1.413,16
10	86,44	163,65	250,08	10.187,90	1.576,80
11	85,07	165,01	250,08	10.022,89	1.741,81
12	83,69	166,39	250,08	9.856,50	1.908,20
13	82,30	167,78	250,08	9.688,72	2.075,98
14	80,90	169,18	250,08	9.519,54	2.245,16
15	79,49	170,59	250,08	9.348,95	2.415,76
16	78,06	172,02	250,08	9.176,93	2.587,77
17	76,63	173,45	250,08	9.003,48	2.761,23
18	75,18	174,90	250,08	8.828,58	2.936,13
19	73,72	176,36	250,08	8.652,21	3.112,49
20	72,25	177,84	250,08	8.474,38	3.290,33
21	70,76	179,32	250,08	8.295,06	3.469,65
22	69,26	180,82	250,08	8.114,24	3.650,46
23	67,75	182,33	250,08	7.931,91	3.832,79
24	66,23	183,85	250,08	7.748,06	4.016,64
25	64,70	185,38	250,08	7.562,68	4.202,03
26	63,15	186,93	250,08	7.375,75	4.388,96
27	61,59	188,49	250,08	7.187,25	4.577,45
28	60,01	190,07	250,08	6.997,19	4.767,52
29	58,43	191,65	250,08	6.805,53	4.959,17
30	56,83	193,25	250,08	6.612,28	5.152,43
31	55,21	194,87	250,08	6.417,41	5.347,30
32	53,59	196,50	250,08	6.220,91	5.543,79
33	51,94	198,14	250,08	6.022,78	5.741,93
34	50,29	199,79	250,08	5.822,99	5.941,72
35	48,62	201,46	250,08	5.621,53	6.143,18
36	46,94	203,14	250,08	5.418,39	6.346,32
37	45,24	204,84	250,08	5.213,55	6.551,16
38	43,53	206,55	250,08	5.007,00	6.757,71
39	41,81	208,27	250,08	4.798,73	6.965,98

40	40,07	210,01	250,08	4.588,72	7.175,99
41	38,32	211,77	250,08	4.376,95	7.387,76
42	36,55	213,53	250,08	4.163,42	7.601,29
43	34,76	215,32	250,08	3.948,10	7.816,61
44	32,97	217,11	250,08	3.730,99	8.033,72
45	31,15	218,93	250,08	3.512,06	8.252,65
46	29,33	220,76	250,08	3.291,30	8.473,40
47	27,48	222,60	250,08	3.068,71	8.696,00
48	25,62	224,46	250,08	2.844,25	8.920,46
49	23,75	226,33	250,08	2.617,92	9.146,79
50	21,86	228,22	250,08	2.389,69	9.375,01
51	19,95	230,13	250,08	2.159,57	9.605,14
52	18,03	232,05	250,08	1.927,52	9.837,19
53	16,09	233,99	250,08	1.693,53	10.071,17
54	14,14	235,94	250,08	1.457,59	10.307,11
55	12,17	237,91	250,08	1.219,68	10.545,02
56	10,18	239,90	250,08	979,79	10.784,92
57	8,18	241,90	250,08	737,89	11.026,82
58	6,16	243,92	250,08	493,97	11.270,74
59	4,12	245,96	250,08	248,01	11.516,70
60	2,07	248,01	250,08	- 0,00	11.764,71

Elaboración propia (2025).

CARTA DE REVISIÓN FILOLÓGICA

4 de julio de 2025

Señores

Universidad Nacional

Sede Regional Chorotega

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Administración

Presente

Estimados señores:

Las estudiantes Lara Rodríguez Jendry de Los Ángeles, céd.504290239, Rodríguez Vega Johanna de Los Ángeles, céd.504390254, Soto Alvarado Alexa Fernanda, céd.901290939 y Soto Ortiz Alondra Marcela, céd.504400752, presentaron a revisión su trabajo final de graduación para optar por el grado académico de Lic. en Administración con énfasis en Gestión Financiera, titulado: "Plan de inversión para la ampliación del local de ventas de comidas rápidas en Cocos Fast Food, ubicado en Barrio Las Américas, Liberia, para el año 2025"

Revisé y corregí los aspectos referentes a estructura gramatical, acentuación, ortografía, puntuación y vicios del lenguaje que se trasladan al escrito, por tanto, desde el punto de vista filológico el trabajo cumple con los requisitos necesarios para su presentación. Cabe aclarar que se respeta el estilo de las estudiantes.

Atentamente:


MARIA FAUSTINA CHANG MURILLO
Firma digitalizada por MARIA FAUSTINA CHANG MURILLO
CHANG MURILLO
(FIRMA)
20250704 11:14:10
0000

Faustina Chang Murillo

Cédula 4 095 462

Filóloga

Código Colegio de Licenciados y Profesores 1807