



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN-MANAGUA

Facultad de Educación e Idiomas
Departamento de Francés
Carrera Turismo Sostenible
Seminario de Graduación

Para optar por el título de: Licenciado en Turismo sostenible.

**Tema: “Emprendimiento y turismo creativo en
Nicaragua”**

**Subtema: Propuesta de emprendimiento gastronómico
en la ciudad de Granada, Nicaragua.**

Integrantes:

- Br. Aura Milena Aguilar Sandoval 18020669
- Br. Ariana Isamara Urbina Rosales 18020647
- Br. Ileana Nayelis Arias Palucho 18020966

Tutora:

- Licenciada Elizabeth Castrillo

Managua, 29 noviembre 2022

DEDICATORIA:

A Dios por ser mi fiel amigo y confidente a lo largo de mi vida, por darme la sabiduría para tomar las decisiones que me llevaron hasta aquí, por todos los dones, habilidades y conocimientos que hicieron de mi vida universitaria una grata etapa, por poner en mi camino personas maravillosas y por siempre mantenerme a mí y a mi familia con bien y salud.

A mis padres Margarita Sandoval y Carlos Aguilar, por darme la oportunidad y privilegio de estar para mí y no dejarme sola en este camino, por su confianza y consejos, por sus palabras de ánimo, por hacerme llegar siempre su amor y sobre todo por su sacrificio para que yo pudiera terminar mi carrera.

A mi hermano Carlos David Aguilar por siempre estar de mi lado, por creer en mí y por apoyarme en todo.

“Los que sembraron con lágrimas con regocijo segarán” Salmo 126:5

➤ Br. Aura Milena Aguilar Sandoval

AGRADECIMIENTO:

A Dios por darme la sabiduría y perseverancia para vencer cada uno de los obstáculos y pruebas a lo largo de estos 5 años y culminar satisfactoriamente mi carrera universitaria, por cuidar de mí y de mi familia cada día, por acompañarme en días tristes y solitarios y especialmente por ser siempre el refugio seguro para escuchar y atender mis súplicas.

A mis padres, hoy aprovecho para agradecer y honrar sus esfuerzos y sacrificios, a mi hermano Carlos David Aguilar, mis hermanas Lourdes Aguilar, Elda Paz y Mabel Zelaya, a mi mamá Amanda Zelaya y a toda mi familia que siempre han estado orgullosos de mí y han celebrado mis logros como suyos.

A mis amigas, Ariana Urbina e Ileana Arias, por todos los buenos y malos momentos que compartimos y por hacerme parte de sus vidas y de sus familias.

A mi alma mater y a todos mis maestros que aportaron en mi formación y crecimiento profesional, por compartir conocimientos, experiencias y consejos y en especial a la tutora Lic. Elizabeth Castrillo por guiarnos y acompañarnos en la realización de este documento.

Y finalmente a todas las personas que fueron parte de mi vida universitaria y que de una u otra manera aportaron para hacer de esta, una de las mejores etapas de mi vida.

“He peleado la buena batalla, he acabado la carrera, he guardado la fe”.

2 Timoteo 4:7

➤ *Br. Aura Milena Aguilar Sandoval*

DEDICATORIA:

A Dios y a la Virgen por ser mis guías, en el camino, gracias a su amor tuve la valentía para avanzar cada día, hasta culminar esta etapa, por darme a personas con grandes virtudes que en el camino también se convirtieron en mi sostén.

A mis padres **Luisa Amelia Rosales** y **José Rafael Urbina**, gracias por su compromiso que han tenido todo el tiempo con mi formación y crecimiento, por sus palabras, y su amor que me dio la fuerza y la alegría para transcurrir cada día.

➤ ***Br. Ariana Isamara Urbina Rosales***

AGRADECIMIENTO:

A Dios por brindarme la sabiduría para transcurrir estos 5 años y darme su protección en cada etapa del camino, por permitirme culminar y aprender de cada adversidad, y siempre darme su amor incondicional, que me sostuvo en los días malos, y los días de plenitud.

A mis Padres, por todo el esfuerzo que dieron para mí, desde el día en que nací, y todo su apoyo incondicional, agradezco toda la formación que han venido transmitiendo para mi vida, gracias a su amor han forjado en mí la joven que soy hoy en día. A mi hermano por todo su apoyo, a mi querida Karen por darme alegría en los días más tristes, gracias por ser mi familia, estoy feliz de ser parte de sus vidas.

A mis compañeras de viaje, a mi amiga Milena por su compañía, jamás olvidaré todos esos momentos que brillamos juntas, y agradezco todos aquellos que dolieron y que me hicieron crecer, a mi querido amigo Jorge por sus sabios consejos, sus palabras no faltaron ni un solo día, gracias por brindarme una experiencia gratificante, y ser parte de esta etapa que viví con tanta intensidad.

A mi querida alma mater y todos mis maestros que me motivaron a ser mejor cada día y formaron parte de mi proceso formativo, gracias por su dedicación, maestra Elizabeth Castrillo gracias por compartir esta última etapa del trayecto.

“Somos lo que con el tiempo construimos, y lo que con tal derivamos”. J.L.B.

➤ **Br. Ariana Isamara Urbina Rosales**

DEDICATORIA:

A Dios, por guiar mis pasos con éxito, por darme fortaleza y sabiduría, por haberme dado salud, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Gloria Arias y Santos Arauz que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores permitiéndome ser una persona de bien, por el apoyo incondicional, por sus consejos y por la motivación constante que no me dejaron desvanecer.

A mi abuelo Atilio Arias que desde el cielo me ilumina para seguir adelante con mis proyectos.

A mi abuela Victoria Palucho por sus consejos, por convertirse en mi segunda madre brindándome amor y apoyo incondicional en mi vida.

A toda mi familia que de una u otra forma han sido parte de mi proceso.

➤ ***Br. Ileana Nayelis Arias Palucho.***

AGRADECIMIENTO:

A Dios por brindarme paciencia y sabiduría, por ser el apoyo y fortaleza en los momentos de dificultad y debilidad, por guiarme en mi camino y permitirme concluir con éxito mis objetivos.

A mis padres que han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio. Siempre han sido mis mejores guías de vida. Gracias por ser quienes son y por creer en mí.

A mis amigos y compañeros de viaje, por todas las tardes y horas de trabajo a lo largo de nuestra formación. En esta historia de vida no puedo dejar de agradecerles por su apoyo y constancia, al estar en las horas más difíciles, por compartir horas de estudio. Gracias por estar siempre allí.

A mi alma mater por convertirse en mi segundo hogar y exigirme tanto para lograr una meta más y a cada uno de los docentes por transmitirme sus conocimientos, en especial a la Lic. Elizabeth Castrillo por el acompañamiento en la realización de este trabajo.

➤ ***Br. Ileana Nayelis Arias Palucho.***

RESUMEN EJECUTIVO:

Nicaragua tiene una amplia riqueza cultural que incluye muchos tipos de expresiones artísticas y variedad gastronómica, lamentablemente son limitados los establecimientos que promueven productos o servicios enfocados a la conservación de la cultura, a pesar de que la gastronomía es una de las actividades más destacadas del turismo creativo.

El presente escrito contiene una propuesta de emprendimiento creativo llamado “Kaikaia Restaurante”, el cual, responde a la problemática de insuficientes espacios o establecimientos donde se pueda enseñar o transmitir la cultura y gastronomía nacional de una manera creativa, llamativa e innovadora, por lo tanto, la propuesta de valor específica que a través de demostraciones de la elaboración de platillos típicos en vivo, talleres de danza, teatro, poesía, pintura, elaboración de artesanías, entre otras, Kaikaia Restaurante aportaría a la transmisión y enseñanza de cada uno de esos aspectos que hacen única la cultura nicaragüense.

La propuesta se fundamenta bajo el concepto de emprendimiento creativo ya que, los servicios y productos permiten generar nuevas oportunidades para aquellas actividades centradas en la creatividad que incorporan la propiedad intelectual.

Para la construcción completa de la propuesta se aplicó el modelo de negocios Canva, la creación de matrices que describen detalladamente cada aspecto técnico y económico del emprendimiento, de igual manera se diseñaron las acciones de marketing que junto con todo lo mencionado ayudará a lograr un buen posicionamiento en el mercado, a ser un emprendimiento rentable y, sobre todo, a cumplir los objetivos empresariales.

ÍNDICE:

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. JUSTIFICACIÓN.....	3
III. OBJETIVOS	5
IV. IDEA DE EMPRENDIMIENTO.....	6
4.1 Definición de la Idea de Emprendimiento.....	6
Problemática:	6
4.1.1: Propuesta de Valor:.....	13
4.1.2 Proceso Creativo:.....	15
4.2: Modelo de negocio:	13
4.2.1: Mecanismo de visualización:.....	16
4.2.2: Modelo de negocios canva:.....	22
4.2.2.1: Herramienta Canva	23
4.2.2.2 Segmento de clientes.....	23
4.2.2.3 Propuesta de valor	23
4.2.2.4 Canales	23
4.2.2.5 Relación con los clientes.....	23
4.2.2.6 Fuentes de ingresos.....	24
4.2.2.7 Recursos claves	24
4.2.2.8 Actividades claves.....	24
4.2.2.9 Asociaciones claves	24
4.2.2.10 Costes de estructura	25

4.3: Matriz de recursos, capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado:	25
4.3.2: Matriz de capacidades humanas:.....	25
4.3.3: Matriz de presupuesto:.....	30
4.3.1: Matriz de recursos:.....	37
4.4: Acciones de Marketing para el emprendimiento	42
V. CONCLUSIONES	51
VI. REFERENCIAS	52
VII. ANEXO:	54
Anexo 1: Encuesta de validación de las ideas de solución.	54
Anexo 2: Resultados de la encuesta de validación de las ideas de solución	61
Anexo 3: Proveedores consultados	73
Anexo 4: Catálogo de materiales de equipamiento.....	74
Anexo 5: Manual de marca.	75

I. INTRODUCCIÓN

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, a través de “El Plan de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano” en el lineamiento 8 llamado “Impulsar la economía creativa” ha apostado a este rubro desde diferentes espacios, implementando estrategias que aporten a la creación y desarrollo de emprendimientos a lo largo del país.

Por lo tanto, el portal web de “Nicaragua Creativa” expone el concepto de economía creativa como “el conjunto de sectores que desarrollan la creatividad, las habilidades, el ingenio y el talento, tanto individual como colectivo, con potencial para la generación de ingresos, desarrollo económico local, ganancias por exportación y propiedad intelectual”; entre esos sectores se encuentra el sector turismo; por su parte el artículo “Turismo cultural y creativo hoy” (UNESCO,2021), expresa que el turismo creativo es aquel que permite generar nuevas oportunidades para las actividades centradas en la creatividad, plantea combinar la tradición con la innovación, tomando la creatividad como hilo conductor para detonar un desarrollo mediante la participación y la generación de oportunidades para la comunidad; una de las actividades o productos más demandados de este, es la gastronomía.

En este sentido, es importante mencionar que Nicaragua es un país que posee gran riqueza culinaria y potencial gastronómico de comercialización turísticamente hablando, sin embargo, la gestión interna del producto no se ha desarrollado tan bien como otros productos turísticos, presentando limitados espacios que promuevan la enseñanza y apreciación de los aspectos culturales más representativos.

Para dar respuesta a dicha problemática, se propone la creación de “Kaikaia Restaurante”, un emprendimiento turístico enfocado a ofrecer platillos típicos elaborados de la manera tradicional de cada región del país, incluyendo la demostración de la preparación de dichos platillos, talleres de artesanías, danza, poesía, teatro entre otras de las muchas expresiones de arte nacional, siendo un lugar seguro para que emprendedores y artistas puedan mostrar su trabajo involucrando al turista, logrando hacer de esto un proceso interactivo y didáctico, aplicando el modelo de negocios



“Canva”, la definición de estrategias de marketing y aspectos técnicos- económicos necesarios.

Como método de validación de la propuesta, fue aplicada una encuesta a 122 posibles consumidores, obteniendo opiniones y recomendaciones indispensables para la toma de decisiones internas conforme los intereses del mercado.

Gracias a todos estos instrumentos se logró diseñar satisfactoriamente la propuesta de emprendimiento enfocado al turismo creativo, en coherencia con el modelo de economía creativa, impulsado por el gobierno de Nicaragua.

II. JUSTIFICACIÓN

El proyecto trabaja en función del lineamiento 8 del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza sobre economía creativa, en el cual el restaurante está proyectado al desarrollo innovador incorporando la cultura y el arte en nuevos productos, aportando a erradicar la pobreza a través de trabajos dignos y oportunidades de crecimiento.

Es importante tener presente que el fomento del turismo gastronómico creativo en un destino “es aquel conjunto de actividades que facilita al turista conocer, experimentar, comprar y degustar la gastronomía de un territorio, siendo un elemento que favorece la gestión turística sostenible”. (Centro Universitario de referencia de Turismo, Hotelería y Gastronomía de España, 2020).

Esta propuesta resalta el rescate de la cultura nacional, ya que la gastronomía nicaragüense aún está en la transformación, crecimiento y reconocimiento. Por tal razón, es preciso que haya emprendimientos donde se reconozca elementos agregados como la historia tras un platillo, para que genere un impacto positivo en el patrimonio cultural gastronómico; es por esto, que se pretende crear un espacio físico donde se ofrezca servicios de restaurante, presentando al público la diversidad de platillos nacionales destacando su valor cultural. Esta innovadora idea permite que el usuario pueda consumir la gastronomía típica nacional, identificar el bagaje cultural que estos platillos representan y disfrutar de las expresiones de arte como la danza, teatro, poesía, dentro de un mismo local.

Por lo tanto, resulta indudable la aportación del turismo gastronómico a la sociedad, permitiendo la conservación del patrimonio cultural, la supervivencia de productos locales resaltando las tradiciones, oficios e historias vinculadas con la gastronomía del territorio, incorporando como elementos de gran valor turístico, elaboraciones locales (elementos más tangibles), también todos aquellos elementos inmateriales que favorecen la creación de un relato gastronómico del destino (historia, tradiciones, fiestas).



Por ello, el proyecto está vinculado a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), mediante las propuestas realizadas por las Naciones Unidas (2018) donde destaca la promoción del emprendimiento porque además de generar ganancias para quienes los desarrollan, es una herramienta poderosa para responder a problemas sociales. Por este motivo “Kaikaia Restaurante” está encaminado al cumplimiento del objetivo 1 (fin de la pobreza) impulsando la creación de empleos estables, el objetivo 5 (igualdad de género) promoviendo la inclusividad en el ámbito laboral, y el objetivo 8 (trabajo decente y crecimiento económico) aportando al desarrollo integral de sus colaboradores.



III. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Construir una propuesta de emprendimiento que genere valor para el mercado nacional e internacional, ajustándose a las necesidades actuales de turismo creativo.

Objetivos Específicos

1. Definir una idea de emprendimiento vinculada al turismo creativo.
2. Aplicar la metodología Canva para la concepción del modelo de negocio.
3. Elaborar una matriz de recursos claves, fuentes de ingresos y estructura de costos del emprendimiento planteado.
4. Diseñar acciones de marketing para el emprendimiento.

IV. IDEA DE EMPRENDIMIENTO

4.1 Definición de la Idea de Emprendimiento

Problemática:

“El desarrollo del producto culinario involucra de forma directa que se dé a conocer la relación que tiene cada individuo con su alimentación y su entorno, de forma que, la trascendencia del legado histórico se vuelve parte crucial para la conservación de este” (Simodepalau, 2020), por lo tanto, el mercado culinario es uno de los espacios con mayor aprovechamiento que existe dentro de las actividades que demanda el turismo.

Una de las debilidades o dificultades identificadas para la captación del mercado culinario nicaragüense es la escasa información tras el platillo presentado, los comensales desconocen el valor histórico y cultural, ya que la cantidad de establecimientos que brindan servicio *Alimentos y Bebidas* no involucran otros elementos culturales que promuevan la conservación del patrimonio culinario y artístico, como por ejemplo, no todos los establecimientos incluyen un menú exclusivo de comida típica nicaragüense, ni algún tipo de entretenimiento con expresiones de arte nacional, también se identificó que no se propone una demostración de cocina en vivo, por ende son aspectos que aún no se aprovechan en relación con el turismo creativo.

Por tal motivo, con la idea de emprendimiento se pretenden solventar las necesidades expuestas a continuación:



Gráfico de necesidades

Para dar respuesta a estas necesidades se establece la siguiente pregunta reto:

¿Cómo se puede promover y transmitir la historia y cultura nacional adecuadamente?

- Generación de ideas:

Una vez establecida la pregunta reto a partir de las necesidades identificadas, como equipo se procedió a una lluvia de ideas para proponer posibles soluciones a dicho reto, de lo cual surgieron las siguientes opciones:

1. “KAIKAI RESTAURANTE”



Representación gráfica Kaikaia Restaurante

Esta idea de proyecto está conectada y directamente relacionada al rescate de la cultura nacional, surge a partir de la necesidad e inexistencia de un espacio físico dónde se venda un concepto de gastronomía nacional artística. Este emprendimiento pretende brindar al público la diversidad de platillos nacionales en un nivel de alto estándar culinario y así destacar su valor cultural a través de una demostración de la preparación de platillos típicos en vivo, esta idea es innovadora porque permite que el usuario pueda consumir la gastronomía típica nacional y a su vez identificar el bagaje cultural que estos platillos representan.

2. PRANA NANI TALLER DE ARTESANÍAS NACIONALES:



Representación gráfica Prana Nani taller de artesanías

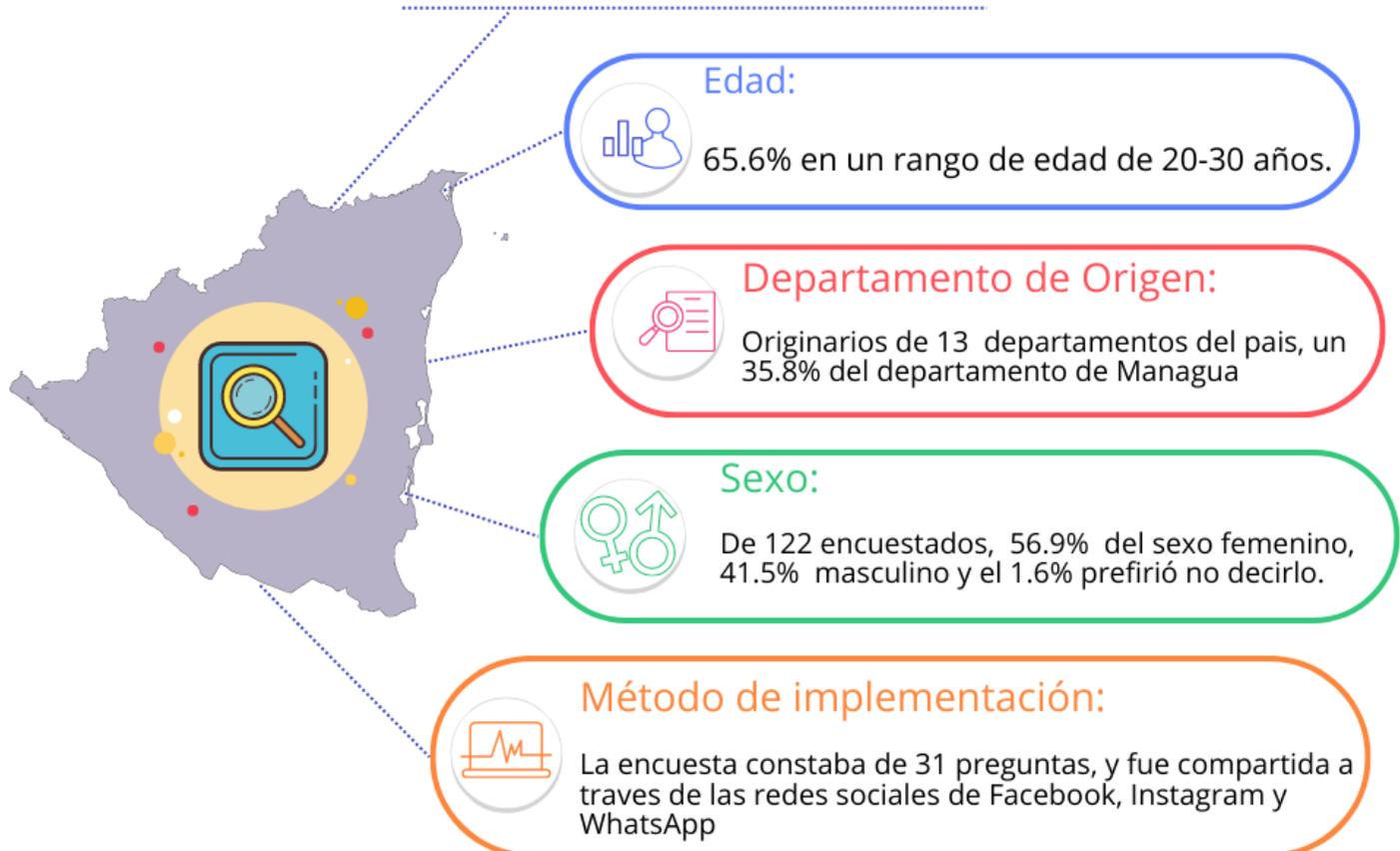
Prana Nani es un taller de artesanías cuya primera actividad económica es la creación y comercialización de piezas de arte no tan populares, con un gran valor histórico y cultural en el país. El emprendimiento pretende innovar en el mercado, ofreciendo cursos presenciales y en línea, acerca de la creación de las artesanías, enseñando y la vez transmitiendo toda la historia detrás de la pieza, desde el valor y la obtención de la materia prima hasta el porqué o para qué fueron utilizados por nuestros antepasados; permitiendo la revalorización de este tan arduo oficio y aportando a la conservación de nuestro patrimonio cultural.

- Proceso de consulta:

Un estudio de mercado es imprescindible para lanzar un nuevo producto o servicio. Los mercados actuales son extremadamente volátiles y competitivos debido a que los participantes pueden ofrecer lo mismo o más que otra empresa, por lo tanto, para validar las propuestas de solución y con el principal objetivo de conocer las opciones del mercado nacional, se aplicó una encuesta digital a un total de 122 personas y posibles usuarios de las 2 ideas de emprendimiento; arrojando los siguientes datos:

(Ver estructura de la encuesta en Anexo 1 y gráficas completas en Anexo 2)

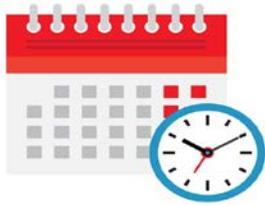
PERFIL DEL ENCUESTADO



Resultados de la encuesta

Tabla de resumen de respuestas de la encuesta

Temas consultados:	Respuestas promedio:
<p>1. Artesanías:</p> 	<p>De la encuesta aplicada, se obtuvo que el 56.9% no ha visitado un taller de artesanías, el 81.3% no sabe hacer artesanías, 58.5% conoce todas las artesanías del país y el 78.6% sí le gustaría aprender a hacer algún tipo de artesanías.</p>
<p>2. Presupuesto:</p> 	<p>En cuanto a la disponibilidad de dinero a pagar por aprender a hacer artesanías las respuestas fueron desde 100 hasta 800 córdobas y desde 5 hasta 50 dólares, un 64.3% estaría dispuesto a donar sus creaciones para una causa benéfica.</p>
<p>3. Motivación:</p> 	<p>Respecto al taller de artesanías en las respuestas predominó el deseo de aprender acerca del arte nacional, método de distracción y el deseo de tener nuevas experiencias. En cuanto a la motivación de asistir a un restaurante temático fue pasar tiempo de calidad en familia, consumir platillos nicaragüenses y disfrutar de las expresiones artísticas nacionales.</p>
<p>4. Platillos típicos:</p> 	<p>Un 63.1% de los encuestados dice que conocen muy poco las comidas típicas, de su preparación e historia, pero que les gustaría conocer más y un 90.2% sí iría a un restaurante donde solo se sirve comida típica nicaragüense.</p>
<p>5. Disponibilidad de tiempo:</p>	<p>Un 69.7% afirman asistir algunas veces a restaurantes</p>



Aspectos decorativos:



6. Validación de las ideas de solución:



A partir de la encuesta, se concluye que las 2 ideas de solución tienen una gran aceptación en el mercado, que los nicaragüenses si están dispuestos a consumir y aprender más acerca de los productos nacionales, también dejó ver que la mayoría de los encuestados le gustaría que se unieran ambas ideas, de igual manera se recibieron muchas recomendaciones de agregar en el local más representaciones del arte nacional, como trajes típicos, cuadros, historias nacionales, etc.

Por lo tanto, la modificación que se le hizo a la idea después de la encuesta fue, desarrollar la parte de las demostraciones de preparación tradicional de los platillos típicos nacionales y talleres didácticos; pretendiendo ser un espacio donde artistas nacionales de la danza, la poesía, el teatro, creadores de piezas que conlleven procesos manuales, música, pintura. etc, puedan llegar y deleitar a los comensales, haciendo de esto, un aspecto característico y diferenciador, de igual manera aportar al desarrollo de las habilidades artísticas de nuestros futuros clientes.

en el país, con mayor disponibilidad para asistir a ambos posibles emprendimientos con amigos y familia, los días viernes, sábados y domingos; a el restaurante mayormente por la tarde y por la noche, al taller de artesanías por la mañana y por la tarde.

Para el 69.7% es sumamente importante la presentación visual del platillo; la buena atención, el sabor de los platillos y la limpieza, son aspectos más importantes en un restaurante según los entrevistados.

Al 44.6% le parece muy buena la propuesta de demostración de preparación de platillos típicos vivo en el restaurante, al 49.2% le parece que ambas propuestas son muy buenas, de igual manera al 50.8% le gustaría unir las 2 ideas en un solo emprendimiento.

4.2: Modelo de negocio:

4.1.1: Propuesta de Valor:

“Kaikaia Restaurante” es una idea de emprendimiento que está directamente relacionada al rescate de la cultura nacional, la idea original era brindar al público una diversidad de platillos nacionales en un nivel de alto estándar culinario, de este modo, destacar su valor cultural a través de una demostración de cocina en vivo; gracias a la validación de los posibles clientes a través de una encuesta, se llegó a la conclusión de que los usuarios demandan más que buen sabor en los platillos ofrecidos, desean tener un espacio para compartir con sus seres queridos, una ambientación acogedora y llamativa, de igual manera, poder ser partícipes e incluso protagonistas en las actividades que se puedan ofrecer, por lo tanto, la idea original fue modificada de la siguiente manera:





“Kaikaia”, cuyo origen proviene del miskito que significa “Ver”, fue elegido ya que en el restaurante además de disfrutar de los platillos, los clientes pueden ver y apreciar muchos tipos de expresiones artísticas.

Por lo tanto, Kaikaia es un restaurante temático que ofrece deliciosos platillos típicos con un alto estándar culinario sin perder el sabor tradicional que caracteriza a los principales platillos de todas las regiones del país, es un emprendimiento comprometido con la conservación de todos los tipos de representaciones artísticas nacionales, por lo tanto, unas de las actividades claves y diferenciadoras, son las demostraciones en vivo de la preparación de los platillos típicos, talleres de danzas tradicionales, poesía, teatro, creación de artesanías desde las más comunes hasta las menos conocidas, etc, siendo los comensales los que disfruten y a la vez sean partícipes de dichas actividades, involucrándose para que tengan una agradable experiencia permitiendo que sea este un método de transmisión de nuestra cultura. La ambientación del local da lugar a que cada una de las personas que visite el restaurante se sienta cómodo, feliz y en casa, ya que se ofrecen cómodas mesas en espacios abiertos o cerrados, nos caracteriza nuestro acogedor trato al cliente, logrando que todo sea un proceso muy interactivo para poder diferenciarnos más rápido de la competencia.

4.1.2 Proceso Creativo:

PROCESO CREATIVO

Para la generación de la idea de solución:



Problema o reto?

Es importante mencionar que en este proceso se buscó una idea que diera solución al problema, y a su vez, generar una respuesta innovadora a la pregunta reto para diferenciarnos en el mercado.

4.2.1: Mecanismo de visualización:

El mecanismo de visualización fue creado por un colaborador con conocimientos de arquitectura, se presenta la renderización de “Kaikaia Restaurante” desde diferentes ángulos, con el objetivo de mostrar de manera gráfica cada área para una mayor comprensión de la propuesta.



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



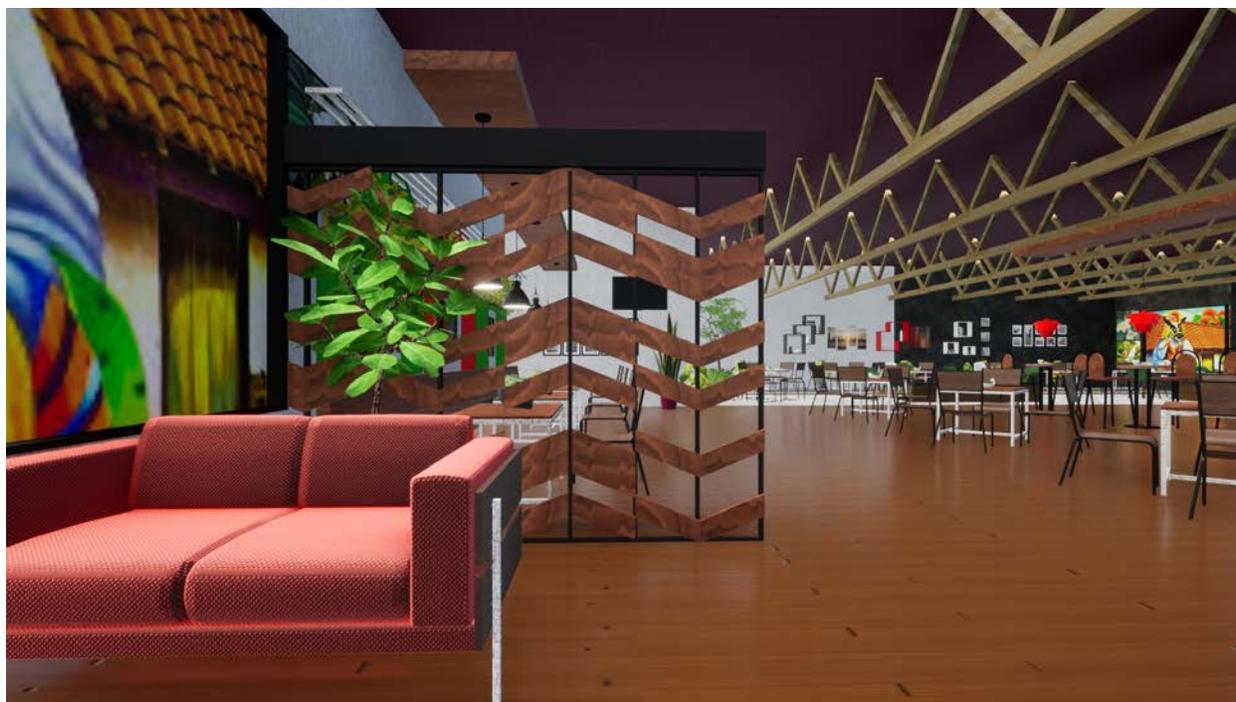
Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



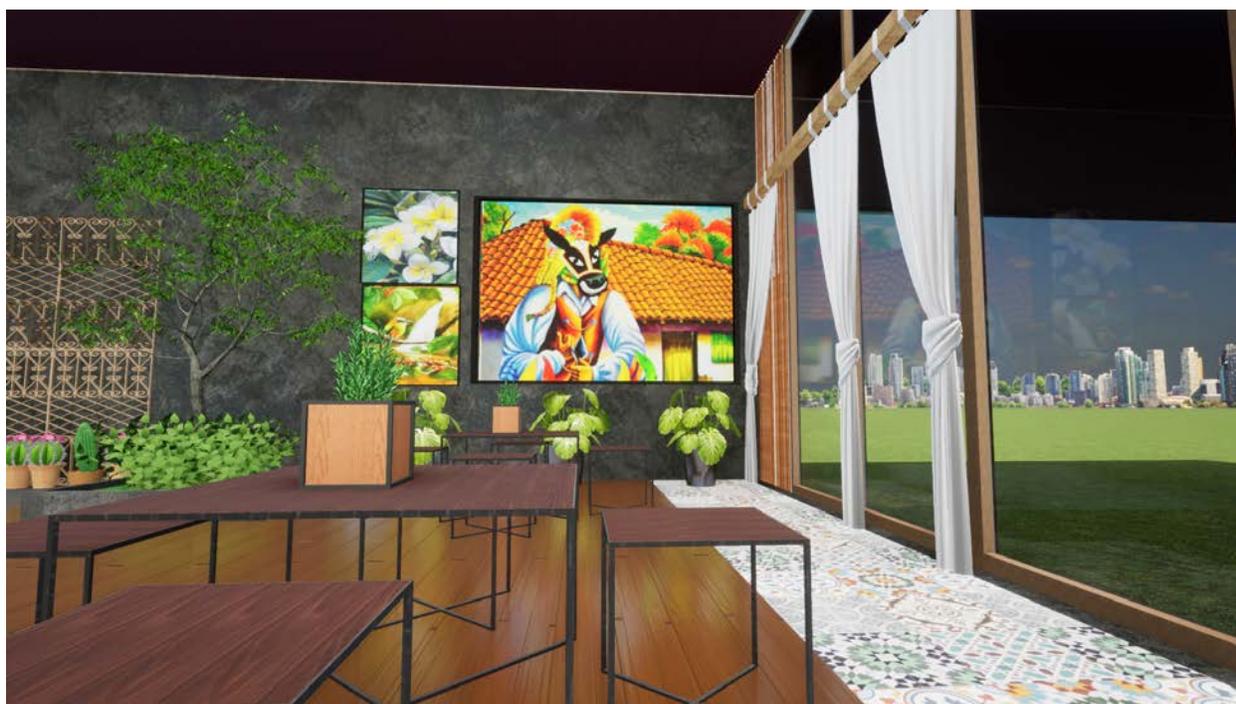
Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



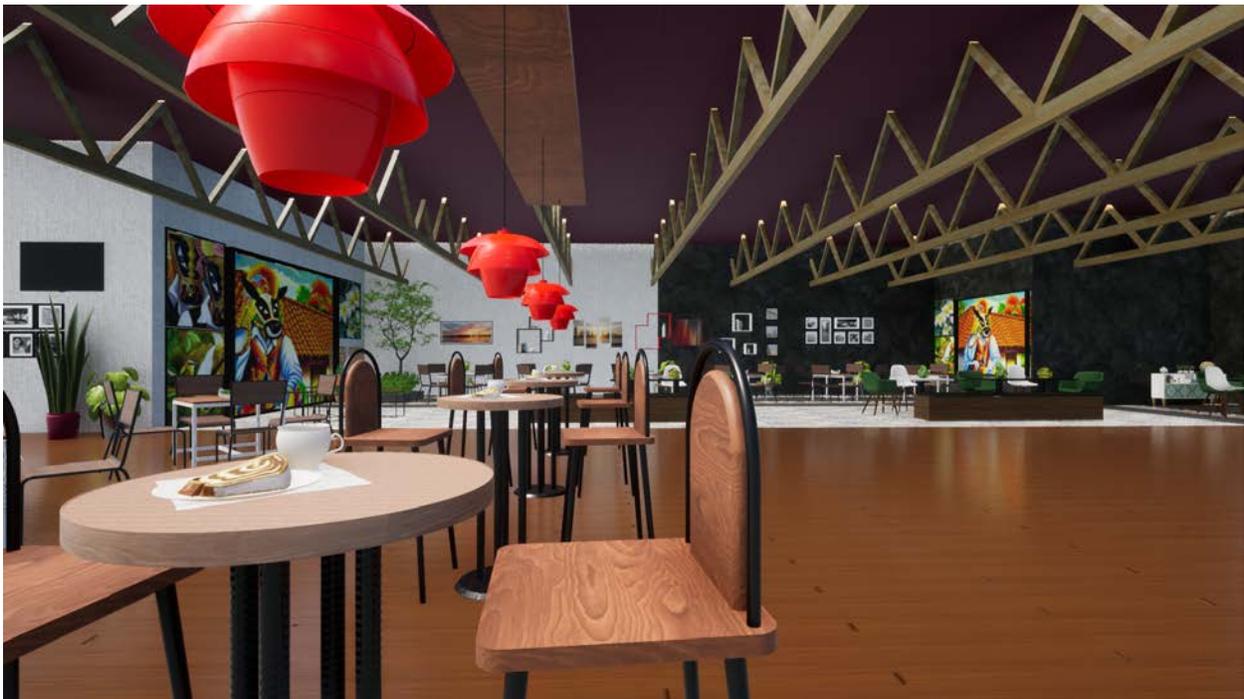
Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



Representación gráfica, espacios de Kaikaia Restaurante



4.2.2: Modelo de negocios canva:

MODELO CANVAS

DISEÑADO PARA: RESTAURANTE KAIKAI

**FECHA:
NOVIEMBRE, 2022**

**VERSIÓN:
1.0**

ASOCIACIONES CLAVE

- MINSA
- INTUR
- Artesanos
- Artistas
- AGRICORP
- CARNIC
- Matadero San Martín
- Policía Nacional
- Bomberos

ACTIVIDADES CLAVE

- Degustaciones.
- Participación de los clientes en el proceso de elaboración de los platillos ofrecidos por el restaurante.
- Demostración de cocina en vivo.
- Apreciación de presentaciones artísticas.

RECURSOS CLAVE

- Recurso humano: socios, personal capacitado.
- Recurso Físico: Establecimiento.
- Equipamiento y mobiliario: cocina, mesa, sillas, artesanías, utensilios de cocina, etc.
- Recursos financieros

PROPUESTA DE VALOR

Kaikaia es un restaurante con temática de gastronomía nacional, que promueve el rescate cultural instruyendo a las personas que deseen saber más de gastronomía y compartir el espacio para que los clientes sean participes a través de una demostración de cocina en vivo y apreciación de presentaciones artísticas, logrando que sea un proceso más interactivo que el de nuestra competencia.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Trato directo y colectivo
- Redes sociales

CANALES

Establecimiento

SEGMENTOS DE CLIENTES

- Personas en un rango de 20 a 30 años
- Le gusta la gastronomía nacional.
- Con disponibilidad de tiempo los fines de semana.
- Le da mucha importancia a la atención, la calidad y la limpieza del lugar.
- Le gusta disfrutar en familia.

ESTRUCTURA DE COSTOS

- Publicidad
- Pago de servicios básicos
- Salarios del personal
- Adquisición de materia prima
- Pago de impuestos

FUENTES DE INGRESOS

- Venta directa a cliente final
- Marcas patrocinadoras



4.2.2.1: Herramienta Canva

A continuación, se presenta una explicación detallada de cada uno de los acápites contenidos en el modelo de negocios Canva:

4.2.2.2 Segmento de clientes

Para la segmentación de clientes se aplicaron encuestas a un público determinado donde se identificó un mercado joven con edades en un rango de 20-30 años, les gusta la gastronomía nacional, aprecian el arte nacional, con disponibilidad de tiempo los fines de semana y les gusta disfrutar en familia, basado en estos resultados se creó la propuesta de valor.

4.2.2.3 Propuesta de valor

Kaikaia Restaurante pretende ser un restaurante temático de gastronomía nacional de alto estándar culinario, que promueva el rescate cultural instruyendo a las personas que deseen saber más de gastronomía a través de una demostración de cocina en vivo y compartir el espacio para que los clientes sean partícipes, logrando que sea un proceso más interactivo que el de nuestra competencia.

4.2.2.4 Canales

El canal de distribución del servicio únicamente es el establecimiento, los clientes solo pueden disfrutar en el local porque las actividades claves son las presentaciones de cocina en vivo, por ello no hay otro medio de distribución ya que, al enviar el producto a través de envíos a domicilio, el cliente sólo recibirá los alimentos, pero no disfrutaría de las presentaciones culinarias, por ende, se perdería la propuesta de valor.

4.2.2.5 Relación con los clientes

La relación que se pretende construir con los clientes en nuestro establecimiento es el trato directo, colectivo y a través de las redes sociales incluyendo las estrategias de

fidelización del cliente para atraer consumidores potenciales y lograr un buen posicionamiento de la marca

4.2.2.6 Fuentes de ingresos

La principal fuente de ingreso que tendrá el establecimiento será por la venta directa del producto y servicio a los consumidores; también a través de marcas patrocinadoras para que contribuyan al funcionamiento del proyecto, implicando un acuerdo económico entre ambas partes.

4.2.2.7 Recursos claves

Los recursos claves de la empresa son:

- Recursos financieros: donde se obtendrá el capital que se necesita para llevar a cabo el emprendimiento.
- Recursos humanos: Los socios serán parte fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y reclutamiento de personal capacitado.
- Recurso físico: ambientación del establecimiento (artesanías, instrumentos para presentaciones culturales).
- Equipamiento y mobiliario: adquisición de utensilios de cocina, mesas, sillas, etc.

4.2.2.8 Actividades claves

Las actividades claves que el establecimiento va a ofrecer a sus clientes son las degustaciones de los platillos típicos nacionales, la participación de los clientes en el proceso de la elaboración de los platillos ofrecidos por el restaurante y la apreciación del arte cultural en sus diferentes formas de expresión. Todas estas tareas son necesarias para llevar a cabo el concepto de la propuesta de valor establecida.

4.2.2.9 Asociaciones claves

Los principales actores involucrados con nuestra empresa son: El INTUR como organismo encargado de promover el desarrollo turístico del país, MINSA encargado de que la empresa opere con todas las regulaciones sanitarias, Bomberos, y Policía Nacional cada uno cumple una función muy importante ya que estas alianzas permitirán



que el restaurante opere de manera legal, los proveedores para la adquisición de la materia prima necesarios para la operación diaria; también como socios claves los artesanos y los artistas nacionales para la presentación cultural del local.

4.2.2.10 Estructura de costos

La estructura de costos fijos que el negocio tendrá anualmente y que son necesarios para el funcionamiento del negocio son: pago de servicios básicos, pago de impuestos, adquisición de materia prima, nóminas del personal; por otra parte la inversión en la publicidad es otro costo que estará incluido porque es muy importante para lograr un posicionamiento de marca y atraer más clientes.

4.3: Matriz de recursos, capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado:

4.3.2: Matriz de capacidades humanas:

Esta matriz contiene información personal de los colaboradores del restaurante, detallando aspectos importantes para desempeñar sus cargos como funciones, responsabilidades, personal a cargo, etc.



Aura Milena Aguilar Sandoval

 (505) 58695784

 Auraaguilar779@gmail.com

 /AuraMAguilar

 @Mily_aguilar

Habilidades principales:

1. Comunicación efectiva
2. Liderazgo organizacional
3. Manejo del paquete Microsoft y redes sociales.
4. De pensamiento creativo y crítico.

Proceso que lidera:

- Lidera el proceso de gestión empresarial

Responsabilidades principales:

1. Toma de decisiones.
2. Llevar acabo todas las estrategias de crecimiento y posicionamiento.
3. Delegar y supervisar operaciones.

Funciones:

1. Dirigir al personal
2. Gestión de recursos humanos.
3. Asegurar el correcto funcionamiento de todas las áreas.

Actividades principales:

1. Asegurar un buen ambiente laboral
2. Autorizar movimientos internos
3. Crear alianzas estratégicas.

Personas a cargo:

1. Área contable (Lic. Ariana Urbina)
2. Logística (Lic. Benoit Gutiérrez)
3. Marketing y publicidad (Lic. Ileana Arias)
4. Cocina (Chef Adriana Zamora)



Ileana Nayelis Arias Palucho



(505) 87178748



ariasileana4@gmail.com



/Ileana Arias



@Ile_arias

Habilidades principales:

1. Empatía
2. Habilidades digitales
3. Visión estratégica.

Proceso que lidera:

- Lidera el proceso creativo y estratégico de marketing y publicidad

Responsabilidades principales:

1. Planificar e implementar estrategias de mercadotecnia
2. Creación de conciencia de marca y posicionamiento
3. Identificación del mercado potencial

Funciones:

1. Atender dudas, consultas o comentarios en redes
2. Promover los productos y servicios.
3. Compilar y analizar todos los datos de los clientes, el mercado y la competencia

Actividades principales:

1. Identificar y evaluar las estrategias de marketing
2. Aplicar correctamente el manual de marca
3. Monitorear tendencias en el mercado y redes sociales

Personas a cargo:

Sin personal a cargo



Ariana Isamara Urbina Rosales



(505) 85689812



aiu1004.es@gmail.com



/Ariana Urbina



@aiu7w7

Habilidades principales:

1. Razonamiento analítico
2. Toma de decisiones
3. Conocimiento Financiero analítico

Proceso que lidera:

- Lidera el proceso contable

Responsabilidades principales:

1. Ordenar las operaciones financieras de la empresa
2. Establecer los procedimientos de procesos e informes
3. Realizar libros contables y digitalarlos.

Funciones:

1. Registrar el manejo de los recursos
2. Analizar el ciclo de actividades y sus movimientos
3. Realizar auditorias y balances

Actividades principales:

1. Identificar el comportamiento financiero
2. Mantener al corriente los procesos legales.
3. Realizar informes de la actividad registrada

Personas a cargo:

Sin personal a cargo



Stephen Benoit Gutiérrez Paiz



(505) 87678169



StephenGP@gmail.com



/BenoitGutierrez



@Gbenoit13

Habilidades principales:

1. Creativo
2. Trabajo en equipo
3. Actitud positiva.
4. Habilidades artísticas

Proceso que lidera:

- Lidera el proceso de operaciones y logística

Responsabilidades principales:

1. Organización de las demostraciones artísticas.
- 2 Control de inventario.
- 3 Mantener cada aspecto según los valores y la misión del local.
- 4 Cordinacion de la limpieza general.

Funciones:

1. Definición e implementación de procesos logísticos.
2. Creación de objetivos a cumplir con respecto a la eficiencia
- 3 Aplicación de la misión y visión empresarial

Actividades principales:

1. Contactar a los colaboradores de los shows
2. Autorizar compras de materia prima e insumos
3. Mantener las alianzas estratégicas

Personas a cargo:

1. Recepción (Ramiro Castro)
2. Jefe de meseros (Ángela Pérez)
3. Compras y Bodega (Camilo Rodríguez)
4. Limpieza general (Catalina Diaz)

4.3.3: Matriz de presupuesto:

Para la matriz de costos se tomó en cuenta los requerimientos legales que son necesarios para la circulación de cualquier establecimiento legalmente constituido, siendo este el caso de la licencia de operación por emitida del INTUR.

Etapa	Proceso Legal	
	Costos	Tiempo de Vigencia
Licencia de Intur	C\$ 2,000 (Categoría; 3 tenedores)	Anual

Dentro de los costos de inversión inicial se definió una matriz donde se describe los costos de la renta del espacio en físico, donde se materializaría el restaurante Kaikaia, a su vez describe las facilidades que ya dispone el local, siendo el más importante su ubicación céntrica, cabe recalcar que el sitio no podría tener alteraciones en su fachada colonial, como legalmente lo establece la Alcaldía municipal de Granada

Etapa	Costos de la Renta del Espacio en Físico			Espacio
	Costos	Contexto	Dimensiones	
Depósitos sobre renta	\$800	El arrendamiento de este local requiere un contrato de tres años y un depósito de la cantidad equivalente a el primer mes en concepto de anticipo.	407m cuadrados	 <p><i>Foto fachada del espacio</i></p>
Renta del espacio	\$800			
Facilidades del establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Básicos: Energía, Internet, Agua potable, Vigilancia. • Establecimiento céntrico: Frente al hotel Darío. • Fachada o Estilo arquitectónico: Colonial. • Dirección: Frente a Hotel Darío. 			

Una vez se tenga un espacio físico será necesario equiparlo, para este proceso se consultó cotizaciones a empresas reconocidas (ver anexo 3), que ofrecen en su lista de inventario todos los equipos necesarios para el equipamiento del local. (ver anexo 4)



Etapa		Presupuesto de Equipamiento		
Cocina	Tipo de Equipo	P/U	Unidad	Costo
	Mesa de acero inoxidable 180x80x90cm	\$ 570.00	3	\$ 1,710.00
	Freezer Frigidaire FFCC13C3HQW	\$ 681.00	2	\$ 1,362.00
	Cocina industrial/4 quemadores/70x70x80cm	\$ 915.00	2	\$ 1,830.00
	Fregadero BN-S09/10	\$ 422.00	2	\$ 844.00
	Plancha a Gas 73x56x36 cm	\$ 533.00	1	\$ 533.00
	Horno a Gas 2 bandeja 133x89x123cm	\$1,830.00	1	\$ 1,830.00
	Taurus 500 INOX	\$ 379.00	1	\$ 379.00
	Tabla de Picar Madera 40x30cm	\$ 7.00	5	\$ 35.00
	Tabla de Picar Plastica 40x30cm	\$ 6.00	5	\$ 30.00
	Set de Cuchillos 4U/ Hamilton Beach	\$ 18.00	2	\$ 36.00
	Cucharon Hamilton Beach INOX 12.5pulg	\$ 8.00	5	\$ 40.00
	Espatula Hamilton Beach INOX 14.5pulg	\$ 8.00	4	\$ 32.00
	Cuchara Hamilton Beach INOX 12.5pulg	\$ 5.00	5	\$ 25.00
	Sarten Stone grill cuadrado Baccarat	\$ 33.00	2	\$ 66.00
	Sarten Oster 12pulg os allston	\$ 19.00	3	\$ 57.00
	Set 4 de Ollas INOX 100 L	\$ 97.00	2	\$ 194.00
	Olla de 58x63cm INOX	\$ 23.00	3	\$ 69.00
	Set de 6 bol INOX 24x14cm	\$ 17.00	2	\$ 34.00
	Set de 8 tazas de medidas INOX	\$ 17.00	1	\$ 17.00
Total	\$			9,123.00



Etapa		Presupuesto de Equipamiento		
Restaurante	Tipo de Equipo	P/U	Unidad	Costo
	Barra(madera base, Granito 4mx3m)	\$ 800.00	1	\$ 800.00
	Mesa 75x120cm (Madera)	\$ 25.00	15	\$ 375.00
	silla 110x48x48cm (Madera)	\$ 13.00	60	\$ 780.00
	Luces Led personalizadas (Kaikaia1mx2.50m)	\$ 35.00	1	\$ 35.00
	Luces Led personalizadas (El sabor del arte Nicaraguense 2mx3m)	\$ 47.00	1	\$ 47.00
	Equipo de sonido (Herdio altavoces 6 distribuidores, 4pulg c/u)	\$ 323.00	1	\$ 323.00
	Microfono inalambrico Shure BLX24	\$ 43.00	1	\$ 43.00
	Platos trinche 32cm (Crisa)	\$ 3.00	80	\$ 240.00
	Platos para sopero 22cm (Crisa)	\$ 2.00	80	\$ 160.00
	Platos ovalado 29cm (Crisa)	\$ 4.00	30	\$ 120.00
	Tazon 11.5 x 7.5 cm (Crisa)	\$ 3.00	40	\$ 120.00
	Tazas de café 8x9 cm (Crisa)	\$ 1.00	60	\$ 60.00
	Vasos (Crisa) 230ml	\$ 1.00	80	\$ 80.00
	Vinagrera 6onz (Crisa)	\$ 3.00	15	\$ 45.00
	Vaso Rockero Pedrada 8onz (Crisa)	\$ 2.00	60	\$ 120.00
	Salero y Pimentero 4 onz (Crisa)	\$ 3.00	30	\$ 90.00
	Juego de cubierto (tenedor,cuchillo)	\$ 6.00	70	\$ 420.00
	Cuchara de Concha INOX	\$ 2.00	60	\$ 120.00
	Mantel 132x177 cm (tropical liso)	\$ 5.00	65	\$ 325.00
Servilletas de lino 50 x50cm (lino)	\$ 1.00	65	\$ 65.00	
Total	\$			4,368.00

Etapa	Presupuesto de Equipamiento			
	Tipo de Equipo	P/U	Unidad	Costo
Elementos decorativos	Jarrones de barro 120x45cm	\$ 12	8	\$ 96
	Maseteras base alta 60x45cm	\$ 8	12	\$ 96
	Estantes (madera)	\$ 25	4	\$ 100
	Aros para Servilletas de Bambu	\$ 1	65	\$ 65
	Cuadro de 130x250 cm	\$ 45	3	\$ 135
	Cuadro de 60x75cm	\$ 13	10	\$ 130
	Cuadros de 105x45cm	\$ 15	7	\$ 105
	Lampara de bambu 50x37cm	\$ 10	5	\$ 50
	Laurel de la india Trenza	\$ 12	12	\$ 144
	Sansevierina Laurentii	\$ 3	25	\$ 75
	Planta Duranta Erecta 30x15cm	\$ 2	50	\$ 100
	Planta Thuja 50x35cm	\$ 6	6	\$ 36
	Planta Polyalthia longifolia 50x25cm	\$ 5	20	\$ 100
	Planta Baganvilias pequeña	\$ 1	20	\$ 20
	Total	\$		

Etapa		Presupuesto de Equipamiento			
Baño	Tipo de Equipo	P/U	Unidad	Costo	
	Urinario	\$ 98	1	\$ 98	
	Inodoro Dream plus	\$ 117	1	\$ 117	
	Lavamano Vesel cascada de sobreponer bco	\$ 43	1	\$ 43	
	Llave para lavamano doble manijas chroma	\$ 21	1	\$ 21	
	Porta toallas	\$ 13	1	\$ 13	
	Espejo de baño Glenshire moen 20x26pulg	\$ 97	1	\$ 97	
Total	\$			292	
Etapa		Presupuesto de Equipamiento			
Seguridad	Tipo de Equipo	P/U	Unidad	Costo	
	Rotulos de señalización (Ruta de evacuación)	\$ 10	8	\$ 80	
	Rotulos (Area restringida de tabaco)	\$ 10	5	\$ 50	
	Extintidor paga fuegos del tipo K (PAV)	\$ 265	1	\$ 265	
Total	\$			395	

Etapa		Presupuesto de Equipamiento			
Contabilidad	Tipo de Equipo	P/U	Unidad	Costo	
	Laptop hp DK1010Silver 3050	\$ 437	1	\$ 437	
	Impresora hp Smart Tank 790	\$ 483	1	\$ 483	
	Mouse inalambrico Mouse Logitech M317c	\$ 21	1	\$ 21	
	Impresora termica Epson TM-H6000IV-DT Series	\$ 600	1	\$ 600	
	Disco duro kingston 1tb	\$ 113	1	\$ 113	
	Front Rest (1 Usuario)	\$ 700	1	\$ 700	
	Facturas Membretadas (200pg) copia cliente, comercio.	\$ 11	1	\$ 11	
	Recibos para impresor termica	\$ 5	1	\$ 5	
	Engrapadora	\$ 4	1	\$ 4	
	Caja de Lapicero (50Unidades)	\$ 7	1	\$ 7	
	Fasteners (100Unidades)	\$ 8	1	\$ 8	
	Perforadora	\$ 5	1	\$ 5	
	Resma de papel (100Unidades)	\$ 6	1	\$ 6	
Total	\$			2,394	

La siguiente gráfica representa el costo total de la inversión inicial, y la cantidad que representa cada etapa de la matriz de costos.

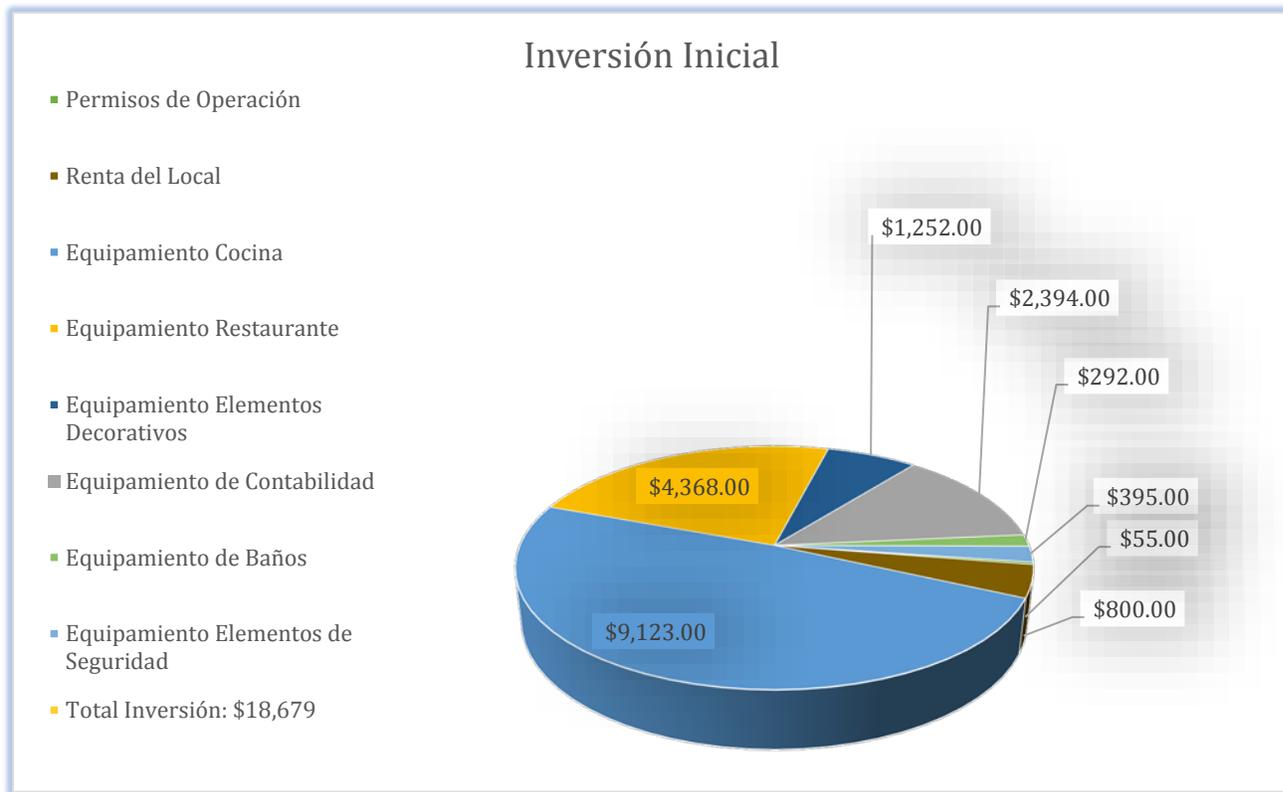


Gráfico de inversión

4.3.1: Matriz de recursos:

Para comprender mejor la matriz de recursos, se representará a través de un organigrama, la estructura interna de Kaikaia Restaurante.

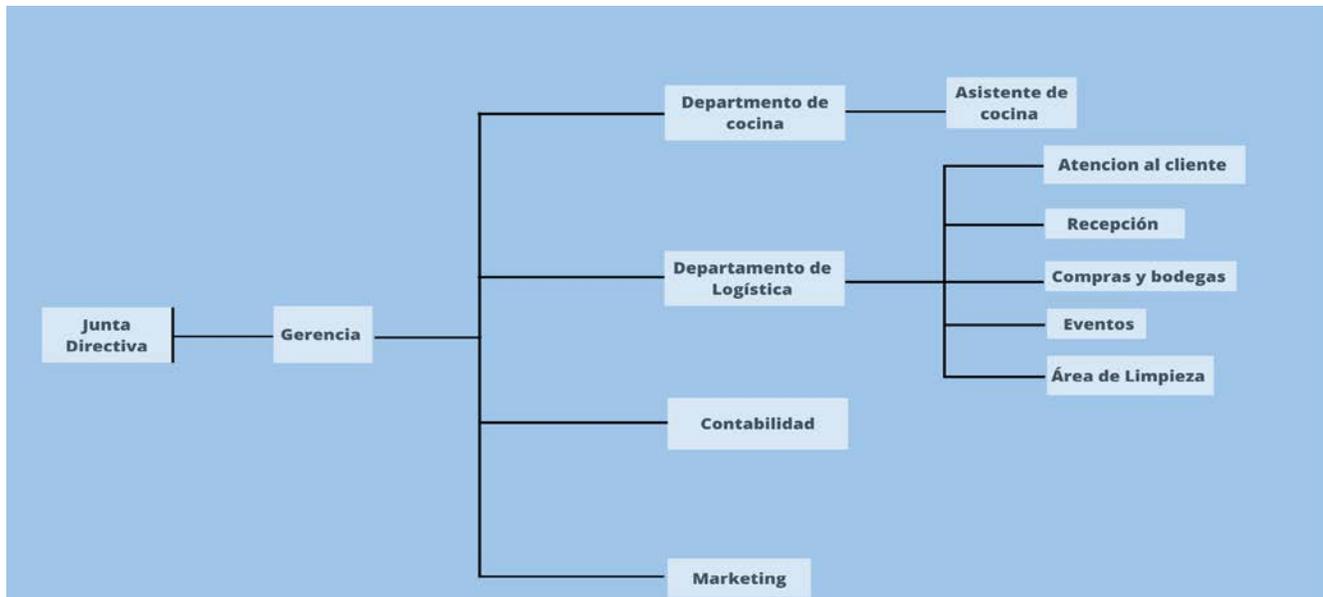


Gráfico organigrama

La siguiente matriz de recursos describe en base al organigrama anterior, los recursos que se deben tener para el desarrollo del proyecto, se tomaron en cuenta como punto de partida los recursos legales que se deben tener para la operación.

Recursos Legales	
Elementos Materiales	Personas
1. Solvencia fiscal. 2. Matrícula de la Alcaldía. 3. Título Licencia emitida por INTUR, para los casos de locales controlados por el INTUR. 4. Certificación de Inspección de Bomberos.	1. MIFIT 2. Alcaldía Municipal 3. INTUR 4. Bomberos Nacional



El cuadro representado a continuación contiene la organización interna, los recursos que deben tener para su correcto funcionamiento y describe brevemente algunas pautas que se tomarán en cuenta en la gestión interna del establecimiento

Departamento de cocina			
Área	Elementos Materiales	Personas	Contexto
Cocina	<p>Material de producción: Esto dependerá del menú, pero deberá contener toda la materia prima, carnes, granos básicos, especias, entre otros.</p> <p>Equipamiento e instrumentación: Se deberá contar con los equipos de cocina industrial, y los pertinentes utensilios, estos dependen de las necesidades, que requieran la preparación de los platillos del menú.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Chef 2. Cocinero 	<p>Para la preparación de los platillos determinados del menú se deberá contar con los insumos que demande.</p> <p>Se deberá contar con permisos para laborar, todas las inspecciones sanitarias, los permisos de seguridad y de registro que exijan los parámetros municipales de operación.</p> <p>Incluir un manual de recetas, también ayudará a que no se dependa de una sola persona, para la calidad de los platillos en caso de un cambio en el personal, se le puede llamar industrialización de producto.</p> <p>Otro elemento que se deberá incluir es el caso del cocinero</p>



			y el chef es un uniforme el cual deberán portar (filipinas; material algodón) para estar protegidos de cualquier mancha, o quemadura, en conjunto con sus delantales, y mayas o gorros.
Departamento de logística			
Atención al cliente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesas 2. Sillas 3. Elementos decorativos 4. Cristalería 5. Cubertería 6. Mantelería 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meseros (2 meseros) 	<p>Para tener una atención propia y adecuada será necesario que las condiciones del establecimiento, mesas, sillas, elementos decorativos se encuentren en buen estado, eso también incluye la cubertería, cristalería, y mantelería.</p> <p>Para el personal se deberá incluir el uso de uniforme, será para tener mejor presencia y transmitir un ambiente de orden.</p>
Recepción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computadora (Pantalla y monitor) 2. Teléfonos 3. Calculadora 4. Libro de registro 5. Buzón de quejas y 	<p>Recepcionista (1 persona)</p>	<p>La Recepción es uno de los primeros contactos que tiene el cliente con el local, por lo tanto, debe tener todos los elementos necesarios para organizar, recibir y atender a</p>

	<p>sugerencias</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Impresora 7. Parlantes (Para la música de ambientación) 8. Datáfono 9. Lapiceros 		<p>todos los visitantes.</p> <p>Con el paso del tiempo se van modernizando las operaciones y desde los dispositivos electrónicos se pueden hacer todos los registros, pero siempre es necesario tener elementos físicos e impresos como estrategia de prevención ante cualquier situación o fallo.</p>
Compras y bodega:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estantes 2. Contenedores 3. Camioneta 4. Computador (Pantalla y monitor) 5. Calculadora 	Responsable del departamento de logística.	Del correcto funcionamiento de esta área depende el área de cocina y por lo tanto el restaurante en general, debe tener computador para llevar todo en regla y mantener el flujo de materia primas en orden, siempre pendiente de lo que falta y de hacer consecutivamente las compras y pedidos exactos para no ocasionar una escasez de materia prima.
Eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iluminación (aros de luz, bujías, barra de luces) 2. Micrófonos 3. Telón 	Responsable del departamento de logística	Por nuestra propuesta de valor, las demostraciones artísticas deben estar correctamente organizadas y el equipo que el artista



	<p>4. Parlantes</p> <p>5. Monitores de escenario</p> <p>6. Cables, soportes, racks</p> <p>7. Mesa de mezclas</p> <p>8. Centros de mesa</p> <p>9. Mantales</p>		<p>colaborador requiera, todo los instrumentos, aparatos u objetos funcionando correctamente para que los artistas se sientan cómodos y a la vez los clientes disfruten de las presentaciones.</p>
<p>Limpieza</p>	<p>En caso de áreas comunes: Insumos de limpieza y desinfectantes, ambientadores, jabones líquidos, papel de baño, cloro, esponjas, escobas, trapeadores, toallas, cestos de basura, toallas de baño.</p> <p>En Cocina: Insumos como jabones de cocina, cloro, desengrasante, entre otros.</p>	<p>1. Agente de Limpieza (1 persona)</p>	<p>El Check list de funciones se hará con el fin de mantener un control estricto de la limpieza. Para ambas áreas se deberá tener un proveedor que facilite los productos demandados para la limpieza óptima del establecimiento. La vida útil de muchos equipos de cocina depende de la limpieza.</p>

Departamento de Contabilidad

Contabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo computo 2. Papelería 3. Sistema contable establecido 	1. Contador	<p>Para el caso de la contabilidad, internamente el contador determinará un Manual de Funciones, y procedimientos para llevar el proceso contable.</p> <p>En cuanto al sistema que el restaurante deberá tener, este deberá incluir elementos de registro de almacén, y control de facturación (Frontrest) será el sistema predeterminado.</p>
Departamento de marketing			
Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computadora (Pantalla y monitor) 2. Dispositivos móviles 	1. Mercadólogo	<p>Se hará un plan de marketing e instrumentos de evaluación del producto, el cual se deberá aplicar y desarrollar en el tiempo establecido.</p>

4.4: Acciones de Marketing para el emprendimiento

A continuación, se presenta el desarrollo de las estrategias, objetivos y metas de marketing para el emprendimiento, que consisten en la realización de un conjunto de estudios y análisis de mercado para que la información llegue al cliente actual y potencial.

Objetivos de marketing:

Los principales objetivos son dar a conocer y promocionar el producto o servicio de manera planificada para alcanzar posicionarlo con los mejores resultados.

Estrategia	Actividades	Recursos	Responsable	Plazo	Presupuesto	Indicador de seguimiento
Marketing tradicional	Manual de marca (Ver anexo 5)	Humano Financiero	Persona encargada de marketing y publicidad	Corto plazo	\$100	Reconocimiento de la marca
	Venta directa y participación en eventos	Humano Financiero	Persona encargada de logística	Corto plazo	\$200	Cientes satisfechos Captar clientes
Marketing digital	Creación de página web	Humano	Persona encargada de marketing y publicidad	Corto plazo	\$100	Atraer clientes
	Creación de perfiles en las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y TikTok)	Humano	Persona encargada de marketing y publicidad	Corto plazo	\$150	Atraer potenciales clientes y llevarlos a canales de venta
	Utilización de Email Marketing	Humano	Persona encargada de	Corto plazo	\$150	Fidelizar a los clientes



			marketing y publicidad			
	Desarrollar campañas SEM (Marketing de motores de búsqueda)	Humano Financiero	Persona encargada de marketing y publicidad	Largo plazo	\$200	Dar visibilidad a la empresa en internet y captar clientes.
	Posicionamiento SEO (optimización de motores de búsqueda)	Humano Financiero	Persona encargada de marketing y publicidad	Largo plazo	\$200	Potenciar la demanda y analizar el mercado

Marketing tradicional	
Línea estratégica	Objetivos
Manual de marca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmitir la identidad y los valores 2. Garantizar la correcta aplicación del logotipo y su simbología o representaciones gráficas.
Objetivo 1: Transmitir la identidad y los valores	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conseguir que el público objetivo se identifique con los valores y la filosofía de la empresa. 2. Agradar al cliente para incrementar el valor de los productos o servicios ofrecidos. 3. Conectar a nivel emocional con el consumidor para generar sensación de

	confianza y seguridad.
Objetivo 2: Garantizar la correcta aplicación del logotipo y su simbología o representaciones gráficas	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lograr que la marca tenga coherencia visual. 2. Que exista una homogeneidad entre todos los elementos gráficos, comportamientos y comunicaciones para que los productos sean identificados fácilmente.
Colaboradores	Diseñador gráfico
Responsable	Encargado de marketing y publicidad

Marketing tradicional	
Línea estratégica	Objetivos
Venta directa y participación en eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impresionar al cliente antes, durante y después de la compra. 2. Promocionar el producto o servicio. 3. Establecer vínculos más estrechos y emocionales con la marca y la audiencia.
Objetivo 1: Impresionar al cliente antes, durante y después de la compra	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convertir consumidores en clientes potenciales. 2. Construir relaciones más sólidas con los usuarios, para superar las expectativas que tenga sobre la marca.



Objetivo 2: Promocionar el producto o servicio	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener visitas de usuarios que puedan convertirse en consumidores. 2. Aumentar los ingresos.
Objetivo 3: Establecer vínculos más estrechos y emocionales con la marca y la audiencia	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicar y transmitir claramente el mensaje en el momento oportuno. 2. Generar experiencias únicas en el consumidor. 3. Ganar posicionamiento y valor de marca.
Colaboradores	Hostess
Responsable	Área de logística

Marketing digital	
Línea estratégica	Objetivos
Creación de página Web	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar información básica de la empresa 2. Visibilizar la marca y diferenciarse 3. Conectar con el público
Objetivo 1: Proporcionar información básica de la empresa	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmitir confianza y autoridad. 2. Dar a conocer el producto o servicio. 3. Captar clientes potenciales. 4. Aumentar ventas. 5. Extender nuestro mercado.
Objetivo 2: Posicionar la marca y diferenciarse	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reforzar la imagen de la empresa. 2. Compartir los valores de la empresa con la audiencia. 3. Lograr posicionamiento de la empresa en el mercado. 4. Diferenciarnos de nuestra competencia.



Objetivo 3: Conectar con el público	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer la relación empresa- cliente. 2. Aumentar la participación en el mercado.
Colaboradores	Visitantes Clientes
Responsable	Encargado de marketing y publicidad

Marketing digital	
Línea estratégica	Objetivos
Creación de perfiles en las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y TikTok)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Captar el interés de los seguidores 2. Involucrar acciones de posicionamiento y difusión de marca 3. Incentivar la viralidad del contenido
Objetivo 1: Captar el interés de los seguidores	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegar a nuevos clientes. 2. Fidelizar clientes. 3. Convertir seguidores en embajadores.
Objetivo 2: Involucrar acciones de posicionamiento y difusión de marca	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar el alcance de la marca. 2. Potencializar la notoriedad y la reputación de la marca.
Objetivo 3: Incentivar la viralidad del contenido	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lograr que los contenidos y la imagen de marca se viralicen para obtener un alcance global. 2. Involucrar e interactuar directamente con la audiencia.
Colaboradores	Seguidores de las plataformas Clientes



Responsable	Encargado de marketing y publicidad
-------------	-------------------------------------

Marketing digital	
Línea estratégica	Objetivos
Utilización de Email Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar información específica y exclusiva acerca del producto, servicio o marca 2. Mejorar la presencia de marca 3. Mantener comunicación directa con los clientes
Objetivo 1: Proporcionar información específica y exclusiva acerca del producto, servicio o marca	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fidelizar consumidores actuales. 2. Aumentar ventas mediante promociones especiales y limitadas. 3. Gestionar el crecimiento de la empresa. 4. Generar sensación de urgencia en el usuario instándole a abrir cada mensaje.
Objetivo 2: Mejorar la presencia de marca	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aparecer de forma frecuente en la bandeja de entrada de los clientes potenciales. 2. Conseguir más notoriedad y visibilidad entre los usuarios acerca de la marca.
Objetivo 3: Mantener comunicación directa con los clientes	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enviar de forma periódica contenido relevante, útil e interesante para conseguir lealtad a la marca. 2. Crear una relación duradera con los usuarios para tener presencia de imagen.
Colaboradores	Clientes Usuarios
Responsable	Encargado de marketing y publicidad



Marketing digital	
Línea estratégica	Objetivos
Desarrollar campañas SEM (Marketing de motores de búsqueda)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar a clientes potenciales 2. Aumentar la visibilidad de la marca 3. Mejorar posicionamiento en los buscadores de internet 4. Generar oportunidades de ventas
Objetivo 1: Identificar clientes potenciales	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Captar usuarios cualificados que deriven en ventas. 2. Impactar específicamente al público o audiencia y convertirlos en clientes potenciales.
Objetivo 2: Aumentar de la marca	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegar a un gran número de usuarios y conseguir que la marca gane notoriedad.
Objetivo 3: Mejorar posicionamiento en los buscadores de internet	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aparecer de forma rápida en las primeras posiciones de las páginas de resultados de los motores de búsqueda. 2. Llevar la mayor cantidad de visitantes al sitio web y convertirlos en consumidores.
Objetivo 4: Generar oportunidades de ventas	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivar al usuario a realizar una acción en concreto orientada a la conversión o a la venta. 2. Aumentar los ingresos de la empresa.
Colaboradores	Usuarios
Responsable	Encargado de marketing y publicidad



Marketing digital	
Línea estratégica	Objetivos
Posicionamiento SEO (Optimización de motores de búsqueda)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar el tráfico en la página web 2. Mejorar y optimizar el posicionamiento del sitio web en los motores de búsqueda 3. Incrementar fidelización
Objetivo 1: Mejorar la visibilidad de la marca	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar la visibilidad de la marca, en los principales motores de búsqueda. 2. Posicionar la marca en el mercado.
Objetivo 2: Mejorar y optimizar el posicionamiento del sitio web en los motores de búsqueda	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegar a más usuarios a través de la búsqueda orgánica y convertirlos en clientes. 2. Lograr destacar la página web con respecto a los competidores.
Objetivo 3: Incrementar la fidelización	
Meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conseguir recomendaciones de los clientes actuales que nos redirecciones a la captación de nuevos clientes. 2. Incrementar la frecuencia y volumen de compra de los diferentes participantes. 3. Conseguir vender nuevos productos a los clientes actuales.
Colaboradores	Usuarios de internet
Responsable	Encargado de marketing y publicidad

V. CONCLUSIONES

La realización del presente escrito se basó en la construcción de una propuesta de emprendimiento gastronómico, que genere valor para el mercado nacional e internacional, ajustándose a las necesidades actuales de turismo creativo, para poder ser parte de los negocios incluidos en el rubro de economía creativa nacional.

Por lo tanto, cada uno de apartados contiene todo el proceso creativo que permitió obtener información indispensable para llevar a cabo la propuesta presentada:

- Mediante la definición de la idea, se identificaron problemáticas nacionales en el contexto de turismo creativo, se conoció las opiniones de los posibles usuarios respecto a la gastronomía o expresiones artísticas y a partir de eso, se creó una propuesta de valor orientada a las necesidades del mercado consultado.
- Con la creación del modelo de negocios “Canva” se visualizó toda la información referente a los aspectos técnicos, de una manera más clara y estructurada, identificando asociaciones, recursos, actividades claves, información de los clientes, datos económicos y nuestro aspecto diferenciador.
- Las matrices de recursos y capacidades humanas dieron lugar a la investigación o definición de funciones, responsabilidades y equipamiento necesario para que cada área tenga todo lo requerido para su correcto funcionamiento; por medio de la matriz de presupuesto se planteó detalladamente la inversión monetaria a utilizar según las ideas planteadas.
- Se analizó cada una de las acciones de marketing, divididas por estrategias y actividades, para que se logre alcanzar las metas empresariales, adaptando el emprendimiento a todas las actualizaciones que el mercado requiere.

VI. REFERENCIAS

(s.f.). Obtenido de Nicaragua Creativa: <https://www.nicaraguacreativa.com/que-es-la-economia-creativa/>

12 lineamientos del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza 2022-2026. (1 de July de 2021). Obtenido de Canal 6: <https://canal6.com.ni/2021/07/01/aqui-los-12-principales-lineamientos-del-plan-nacional-de-lucha-contra-la-pobreza-2022-2026/>

Castillo, T. (29 de April de 2015). *Jean Anthelme Brillat-Savarin, el filósofo de la gastronomía.* Obtenido de Bon Viveur: <https://www.bonviveur.es/lifestyle/jean-anthelme-brillat-savarin-el-filosofo-de-la-gastronomia>

Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana. (s.f.). Obtenido de CCGM: <https://www.ccgmx.com/ccgm/es/home/>

Fude. (s.f.). *Importancia de la gastronomía en la actividad turística.* Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/turismo-y-gastronomia-una-relacion-cada-vez-mas-estrecha->

Henríquez, J. (s.f.). *Apertura de matrícula de negocio.* Recuperado el 13 de November de 2022, de Alcaldía de Managua: <https://www.managua.gob.ni/es/acerca-de-alcaldia-de-managua/servicios/recaudacion/apertura-de-negocio/>

JP. (21 de Diciembre de 2021). *Economía Creativa en Nicaragua: Manos que transforman.* Obtenido de [Archivo de video]: <https://www.youtube.com/watch?v=f79oxVJu9qA&t=86s>

Roberts, A. (20 de Noviembre de 2021). *El impacto negativo de la globalización.* Obtenido de https://www.ehowenespanol.com/impacto-negativo-globalizacion-medio-ambiente-info_331365/

Simo de Palau. (16 de mayo de 2020). Obtenido de Simo de Palau: <https://simodepalau.com/importancia-de-la-gastronomia-para-promover-el-turismo/>

simodepalau. (2020). Obtenido de simodepalau.



UNESCO. (2021). *El turismo cultural y creativo hoy*. Obtenido de
<https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy>

VII. ANEXO:

Anexo 1: Encuesta de validación de las ideas de solución.

ENCUESTA EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Estimado colaborador a continuación se le presentan una serie de preguntas con el objetivo principal de conocer su opinión acerca de 2 propuestas de emprendimiento en el sector turismo, la presente encuesta es realizada por estudiantes de la carrera de Turismo Sostenible UNAN Managua

¡Muchas gracias por tu ayuda!

Departamento: _____

Sexo: Femenino ___ Masculino ___ Prefiero no decirlo ___

Rango de edad: 16-20 ___ 20-30 ___
30-40 ___ 40 a más ___

PROPUESTA 1: "PRANA NANI, TALLER DE ARTESANÍAS"

PRANA NANI, pretende innovar en el mercado ofreciendo talleres de las artesanías nacionales de manera presencial y en línea, priorizando la conservación y valoración de este tan representativo arte.

Idea gráfica:



1. ¿Ha visitado un taller de artesanías?
 - Sí
 - No
2. ¿Sabe hacer algún tipo de artesanía?
 - Sí
 - No
3. ¿Conoce todas las artesanías del país?
 - Sí
 - No
 - Tal vez
4. ¿Le gustaría aprender a hacer artesanías?
 - Sí, de manera presencial
 - Sí, de manera virtual
 - No
5. ¿Qué días le gustaría ir? (Puede marcar más de una opción)
 - Lunes



- Martes
 - Miércoles
 - Jueves
 - Viernes
 - Sábado
 - Domingo
6. ¿En qué horario le gustaría asistir?
- Por la mañana
 - Por la tarde
 - Por la noche
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por aprender a hacer algún tipo de artesanía nacional?
- _____
8. ¿Qué hará con la artesanía que creará?
- Lo donaría a una causa benéfica
 - Se lo llevaría a su casa
9. ¿Recomendaría ir a un taller de artesanías para aprender la elaboración e historia de las piezas?
- Sí
 - No
 - Tal vez
10. ¿Con quién le gustaría ir?
- Amigos
 - Familia
 - Novio/a/e
 - Solo/a/e
11. ¿Qué le motivaría para asistir a un taller de artesanías?
- _____

PROPUESTA 2: "KAIKAI RESTAURANTE"

Restaurante temático que pretende, brindar un espacio físico donde el comensal pueda disfrutar la variedad gastronómica y a su vez un show culinario donde se preparan platillos típicos en vivo.

Idea gráfica:



1. ¿Conoce todas las comidas típicas de cada región del país?
 - Sí
 - No
 - Un poco, me gustaría conocer más
2. ¿Conoce la preparación e historia de estos platillos?
 - Sí
 - No
 - Me gustaría conocer más
3. ¿Con qué frecuencia visita un restaurante?
 - Nunca
 - Algunas veces
 - Muy seguido
 - Casi siempre
 - Siempre
4. ¿Iría a un restaurante donde solo se ofrezca comida nicaragüense?
 - Sí
 - No
 - Tal vez



5. ¿Qué días le gustaría ir? (Puede marcar más de una opción)

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

6. ¿En qué horario le gustaría asistir?

- Por la mañana
- Por la tarde
- Por la noche

7. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por su pedido?

- 15 minutos
- 30 minutos
- 1 hora
- Otro: _____

8. ¿Qué tan importante es para usted la presentación del plato? (Aspecto visual)

1 2 3 4 5

No importante Muy importante

9. ¿Qué tan importante es para usted la decoración del local?

1 2 3 4 5

No importante Muy importante

10. ¿Qué es lo más importante en un restaurante?

- Decoración



- Rapidez
- Buena atención
- Buen sabor en los platillos
- Precios
- Variedad de platillos
- Limpieza
- Otros: _____

11. ¿Qué le parece la idea del show de preparación de los platillos en vivo?

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Muy buena
- Otros: _____

12. ¿Con quién le gustaría ir?

- Amigos
- Familia
- Novio/a/e
- Solo/a/e

13. ¿Qué es lo que más le gusta o motiva para asistir a un restaurante?

Prana Nani Taller ----Kaikaia Restaurante-

1. ¿Cuál de las 2 propuestas le parece mejor?

- Prana Nani Taller de artesanías.
- Kaikaia Restaurante

- Ambas
 - Ninguna
2. ¿Le gustaría que se unieran las 2 ideas? ¿Ofreciendo el taller y el restaurante en un solo sitio?
- Sí
 - No
 - Tal vez
3. ¿Qué otro tipo de emprendimiento turístico le gustaría proponer?
-

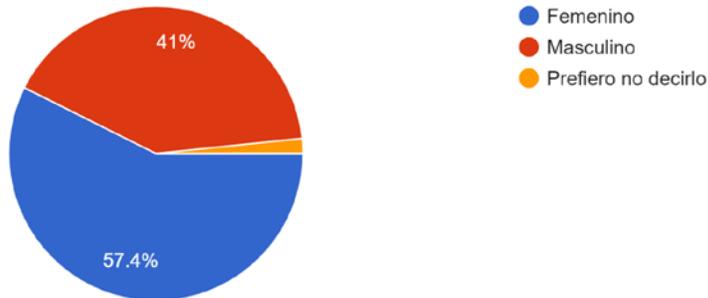
¡¡¡Muchas gracias por responder todo!!!

Muchas Gracias

Anexo 2: Resultados de la encuesta de validación de las ideas de solución

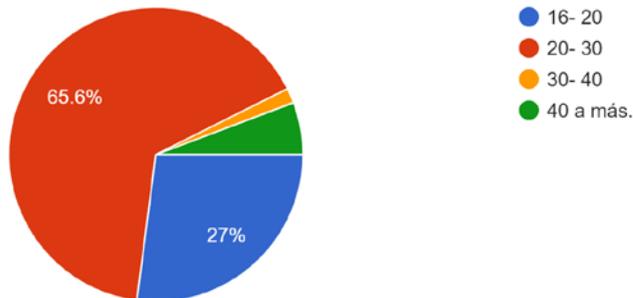
Sexo

122 respuestas



Rango de Edad

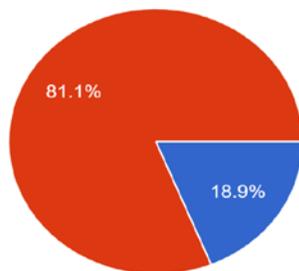
122 respuestas



PROPUESTA 1: "PRANA NANI, TALLER DE ARTESANÍAS"

¿Sabe hacer algún tipo de artesanía?

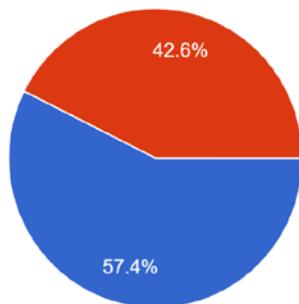
122 respuestas



● Sí
● No

¿Ha visitado un taller de artesanías?

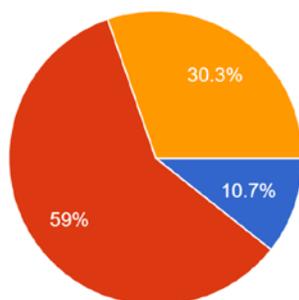
122 respuestas



● Sí
● No

¿Conoce todas las artesanías del país?

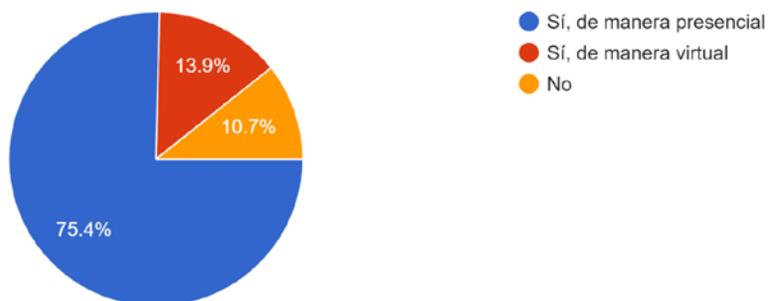
122 respuestas



● Sí
● No
● Tal vez

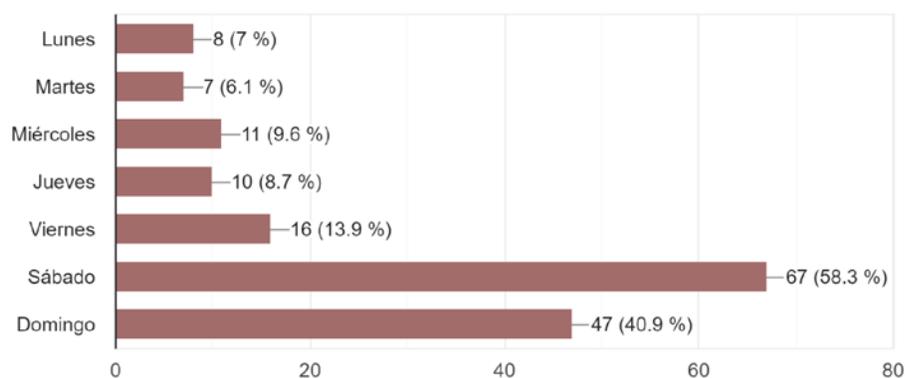
¿Le gustaría aprender a hacer artesanías?

122 respuestas



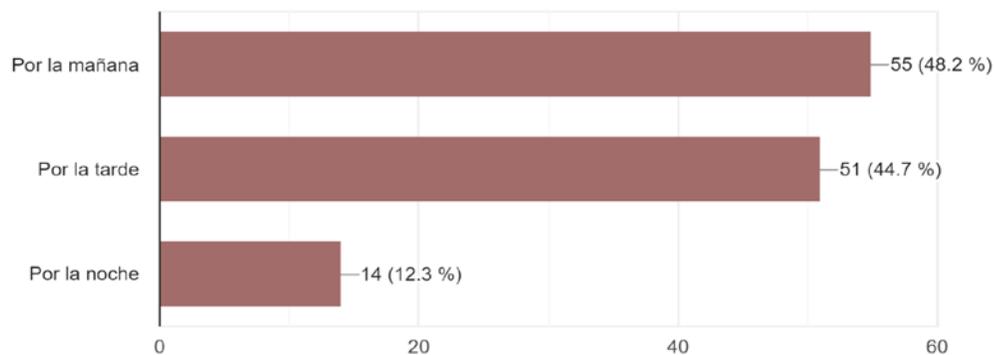
¿Qué días le gustaría ir? (Puede marcar más de una opción)

115 respuestas



¿En qué horario le gustaría asistir?

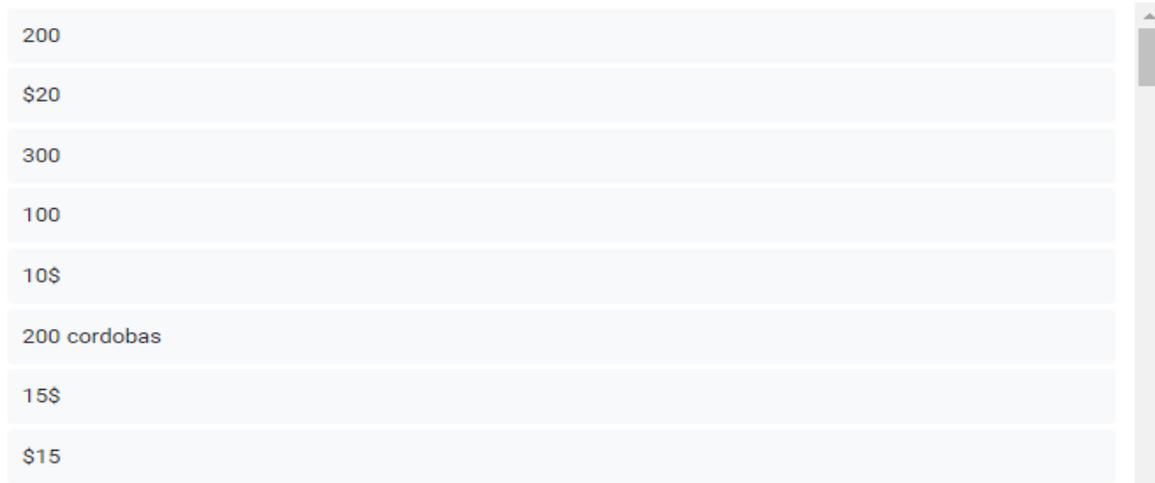
114 respuestas





¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por aprender a hacer algún tipo de artesanía nacional?

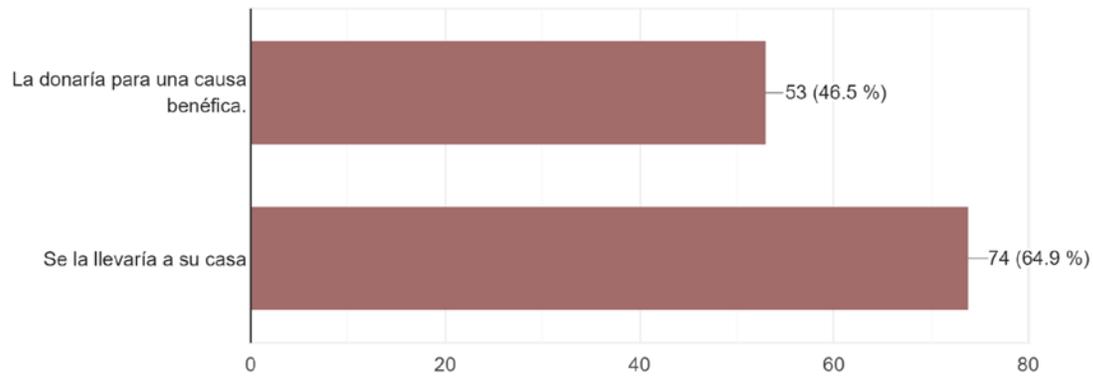
101 respuestas



Las respuestas fueron: Desde 100 hasta 800 córdobas y desde 5 hasta 50 dólares.

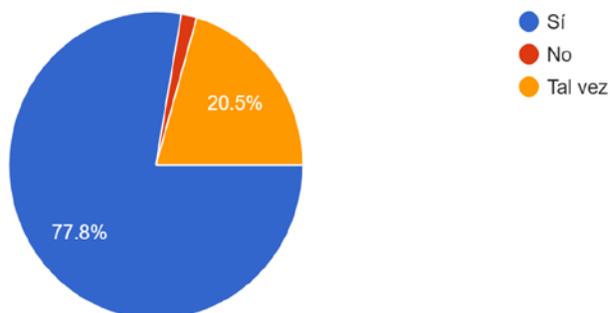
¿Qué hará con la artesanía que creará?

114 respuestas



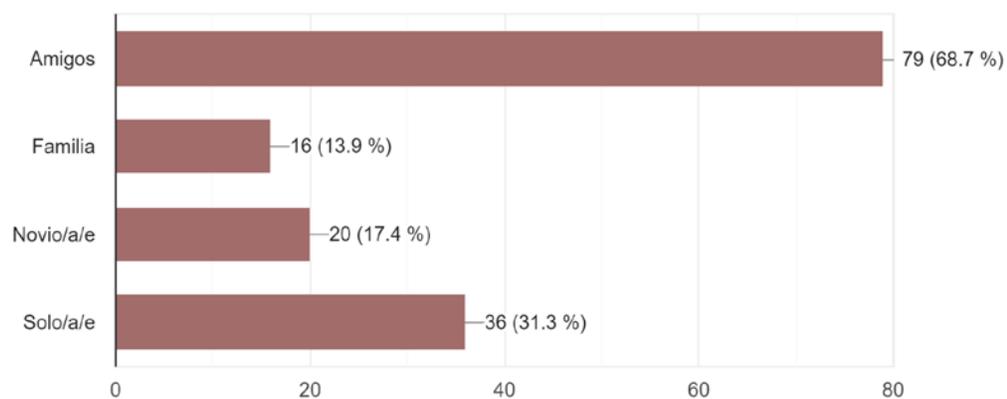
¿Recomendaría ir a un taller de artesanías para aprender la elaboración e historia de las piezas?

117 respuestas



¿Con quién le gustaría ir?

115 respuestas



¿Qué le motivaría para asistir a un taller de artesanías?

98 respuestas

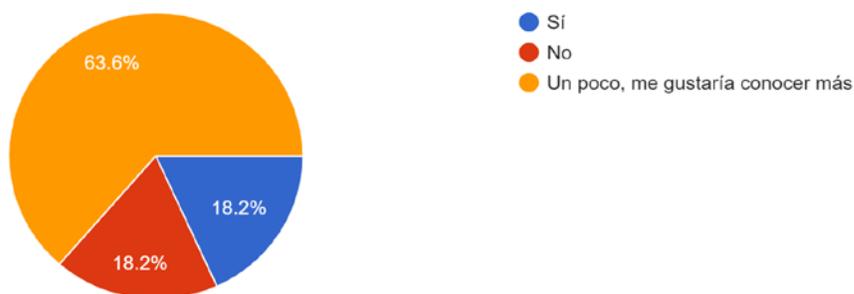
- Aprender
- Aprender algo nuevo
- Aprender algo nuevo
- Creatividad
- Aprender un poco de la elaboración de las diferentes artesanías del país.
- Aprendes cosas nuevas
- Aprender más acerca de nuestra cultura
- El querer aprender a hacer algo de nuestro país.
- La Innovación

En estas respuestas predominó el deseo de aprender acerca del arte nacional.

PROPUESTA 2: "KAIKAI RESTAURANTE"

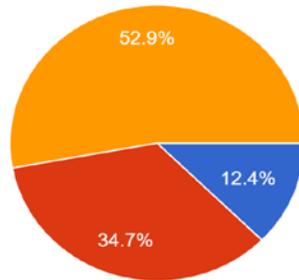
¿Conoce todas las comidas típicas de cada región del país?

121 respuestas



¿Conoce la preparación e historia de estos platillos?

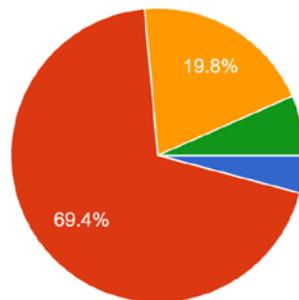
121 respuestas



- Sí
- No
- Un poco, me gustaría conocer más

¿Con qué frecuencia visita un restaurante?

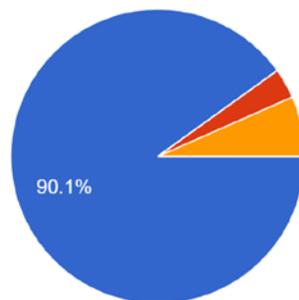
121 respuestas



- Nunca
- Algunas veces
- Muy seguido
- Casi siempre
- Siempre

¿Iría a un restaurante donde solo se ofrezca comida nicaragüense?

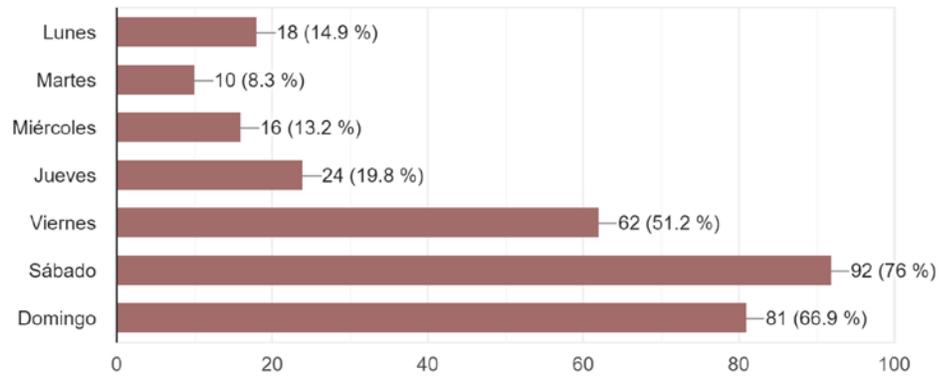
121 respuestas



- Sí
- No
- Tal vez

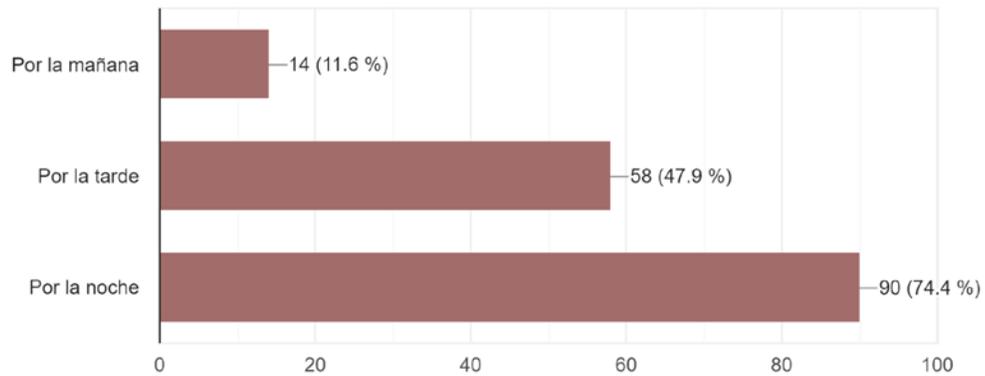
Qué días le gustaría ir? (Puede marcar más de una opción)

121 respuestas



¿En qué horario le gustaría asistir?

121 respuestas



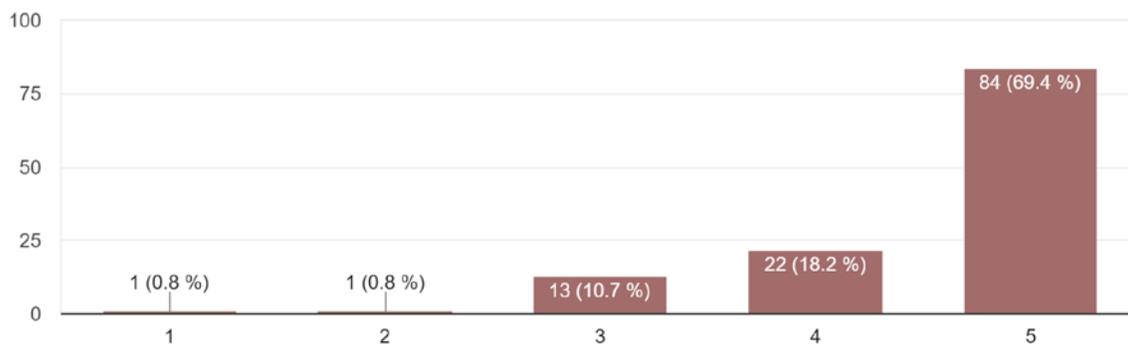
¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por su pedido?

121 respuestas



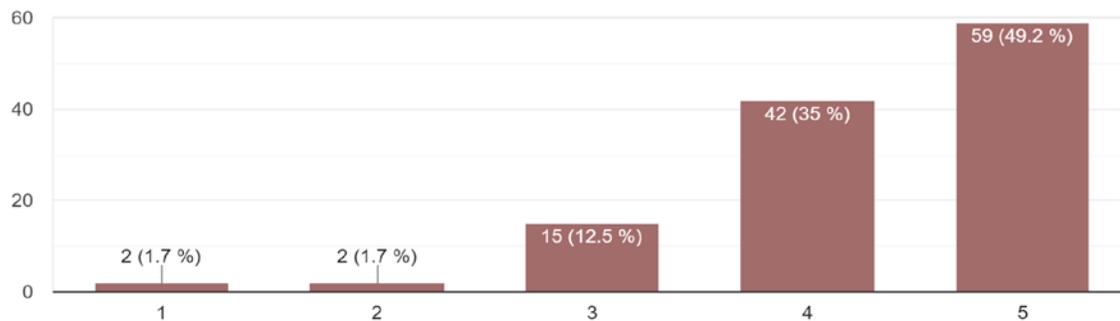
¿Qué tan importante es para usted la presentación del plato? (Aspecto visual)

121 respuestas



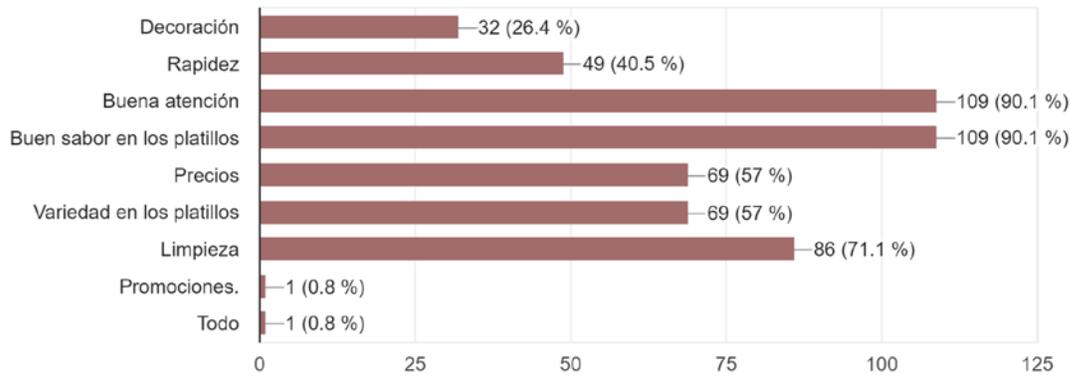
¿Qué tan importante es para usted la decoración del local?

120 respuestas



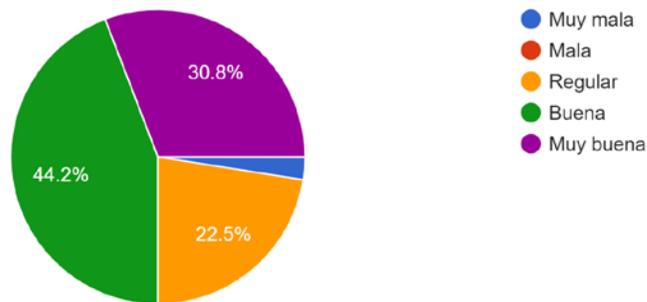
¿Qué es lo más importante en un restaurante?

121 respuestas



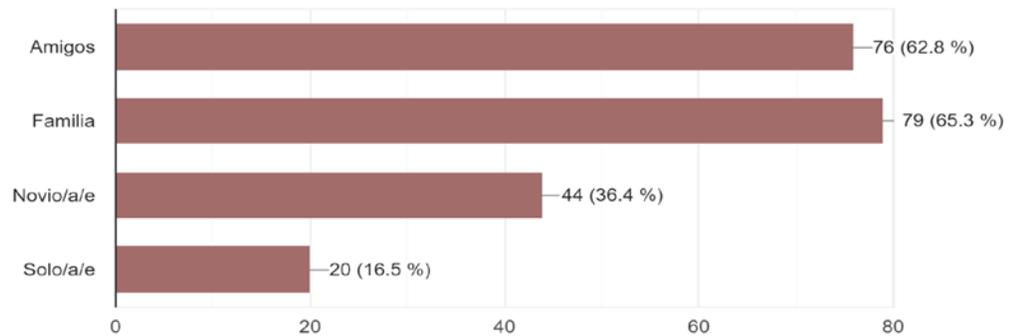
¿Qué le parece la idea del show de preparación de los platillos en vivo?

120 respuestas



¿Con quién le gustaría ir?

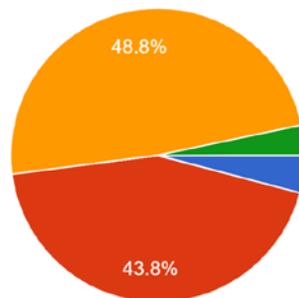
121 respuestas



- Prana Nani Taller ----Kaikaia Restaurante-

¿Cuál de las 2 propuesta le parece mejor?

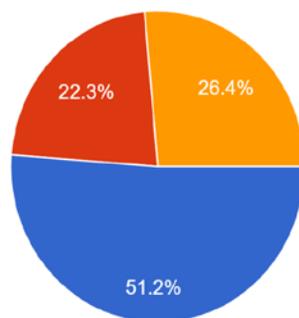
121 respuestas



- Prana Nani Taller de artesanías.
- Kaikaia Restaurante
- Ambas
- Ninguna

Le gustaría que se unieran las 2 ideas? Ofreciendo el taller y el restaurante en un solo sitio?

121 respuestas



- Sí
- No
- Tal vez



¿Qué otro tipo de emprendimiento turístico le gustaría proponer?

60 respuestas

Una tienda donde el cliente encuentre todo tipo de producto nicaragüense

Un café bar

La unión del restaurante kaikaia y el taller prana Nani es buena la idea. Pero como sugerencia sería que tuvieran juntos pero con un orden. Es decir que no estén revueltos los clientes que solo están comprando artesanías con los que ya están comiendo ora así evitar malos momentos de las personas que solo quieren disfrutar de una buena comida en silencio y tranquila. No se si me doy a entender

Canoping, turismo, Nicaragua tiene muy buenos lugares que visitar y fomentar el turismo de nuestra Tierra con muchos ecosistemas bonitos

Museo de trajes tipicos de todas las regiones Nicaragüenses

Restaurante de comida prehispánica

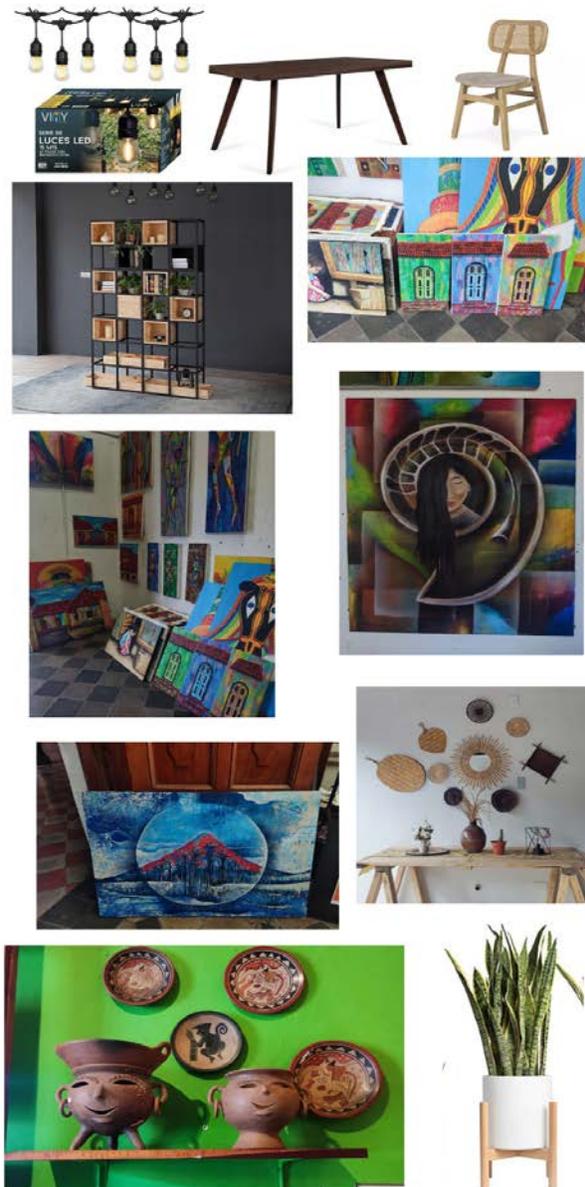
Una cafetería con postres tipicos

Anexo 3: Proveedores consultados

PROVEEDORES Consultados



Anexo 4: Catálogo de materiales de equipamiento.



REGALO
Combo Eco. Inodoro Tulipán y lav. pedestal

SINSA
CATO

Libro para lavadero \$100.000

IMPRESORA INSTAR TERMICA POS. RPT010
CÓMPACTA
SERIE INSTAR
Impresora con fibra óptica

Venta: \$145.00 + IVA

IMPRESORA Hp Smart Tank 790 AIO / 4WFP66A#AKY

US\$425.00 + IVA

Notebook Hp 14-DK1010LA Athlon Silver 3050u / 4GB/500GB/14"/22A98LA

US\$379.99 - IVA

Por la compra de Lavadora y secadora LG
Tu ropa limpia y seca en menos tiempo

SINSA

Plato Trinch 27, 24, 22, 20 y 16 Cms. Plato Base 32 Cms.

Plato Soper 22 Cms.

Plato Ovalado 39, 34 y 29 Cms.

Anexo 5: Manual de marca.