



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**Influencia del covid19 en la estructura organizacional y la
productividad del restaurante La Terraza Colombiana de la ciudad de
Estelí durante el segundo semestre del año 2021**

Trabajo de seminario de graduación para optar
al grado de

Licenciado (a) en la carrera Administración turística y hotelera

Autores:

Guzmán Espinoza Dariana Concepción 17507364

Dávila Ortuño Lenard Alcides 17502910

López Urrutia Seidy Lourdes 17508134

Tutora:

Msc. Arelis Esmeralda Moreno López

Estelí, 01 febrero 2022





UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**Influencia del covid19 en la estructura organizacional y la
productividad del restaurante La Terraza Colombiana de la ciudad de
Estelí durante el segundo semestre del año 2021**

Trabajo de seminario de graduación para optar
al grado de

Licenciado (a) en la carrera Administración turística y hotelera

Autores:

Guzmán Espinoza Dariana Concepción 17507364

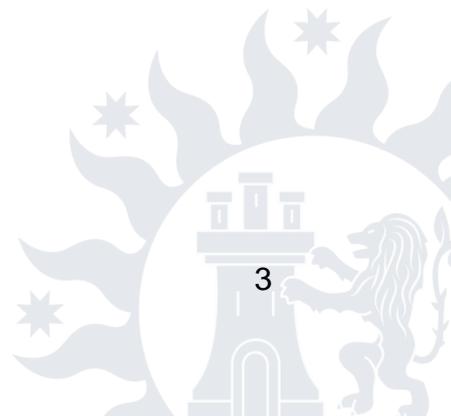
Dávila Ortuño Lenard Alcides 17502910

López Urrutia Seidy Lourdes 17508134

Tutora:

Msc. Arelis Esmeralda Moreno López

Estelí, 01 febrero 2022



DEDICATORIA

Primeramente, dedicamos este trabajo a nuestro Dios, por darnos la vida, salud y sabiduría a lo largo de este proceso de formación académica, además porque nos ha permitido culminar nuestra carrera universitaria, aun en las pruebas que se nos presentan, vimos su mano poderosa y su favor para con nosotros.

Eben-ezer; Hasta aquí nos ha ayudado el Señor.

A nuestros padres

Porque ellos son la motivación de nuestras vidas, por brindarnos su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, ellos nos han enseñado a encarar las adversidades sin perder la dignidad, ni desfallecer en el intento, por transmitirnos valores y principios que a lo largo de la vida hemos adquirido para ser personas de bien y servir a los demás, por todo esto gracias.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia queremos agradecer a nuestros docentes **Msc. Arelis Moreno y Msc. Mariela Gutiérrez** porque tuvimos la dicha de dos apoyos fundamentales para llevar a cabo este proceso de investigación, gracias a sus conocimientos y dedicación que nos han transmitido, ya que hemos logrado importantes objetivos como es culminar el desarrollo de la tesis para obtener una afable titulación profesional.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, nuestra alma mater por acogernos durante 5 años y que nos facilitaron docentes con grandes conocimientos.

A la administración general del restaurante La Terraza Colombiana, que desde el inicio nos abrieron sus puertas para poder realizar el estudio investigativo en su empresa.

A todas las personas que fueron participe en este proceso ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes.

Guzmán Dariana

Dávila Lenars

López Seidy

VALORACIÓN DEL DOCENTE



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí **2022: “Vamos por más victorias educativas”**

Estelí, 08 febrero de 2022

A través de la presente hago constar que la investigación: Influencia del covid19 en la estructura organizacional y la productividad del restaurante La Terraza Colombiana de la ciudad de Estelí durante el segundo semestre del año 2021, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de la Licenciatura en Administración Turística y Hotelera.

Los autores de este trabajo son: Guzmán Espinoza Dariana Concepción N° 17507364, Dávila Ortuño Lenard Alcides N° 17502910, López Urrutia Seidy Lourdes N° 17508134, dicha investigación se realizó durante el segundo semestre del año 2021, el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que cumple con un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindadas por la docente metodóloga y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes.

Atentamente,

MSc. Arelis Moreno López
Tutora de tesis

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito, analizar e identificar la influencia del covid19 en la estructura organizacional y la productividad del restaurante La Terraza colombiana, durante el segundo semestre del año 2021. Se describe las acciones implementadas por el restaurante para enfrentar la pandemia del covid19 en la actualidad. Se trabajó con 1 persona, lo cual se considera el papel fundamental que dio respuestas a nuestras interrogantes planteadas, de igual manera se encuestó a 50 personas entre ellos clientes y posibles clientes, esto con el objetivo de conocer la aceptabilidad ante una propuesta de mejoramiento.

Los resultados indican que efectivamente el restaurante La Terraza colombiana fue afectada por esta pandemia. Por lo tanto, se concluye mencionando que las estrategias y acciones implementadas por la dirección del restaurante han beneficiado la actividad económica de este rubro, de igual manera el mejoramiento de la competitividad y la comercialización empresarial

Palabras claves: Covid19, Estructura Organizacional, Productividad, Estrategias, Competitividad y Comercialización.

ABSTRACT

The purpose of this research work was to analyze and identify the influence of covid19 on the organizational structure and productivity of the Colombian restaurant La Terraza during the second semester of 2021. The actions implemented by the restaurant to face covid19 are described today. We worked with 1 person, which is considered the fundamental role that gave answers to our raised questions, in the same way 50 people were surveyed, including clients and potential clients, this with the objective of knowing the acceptability before an improvement proposal.

The results indicate that the Colombian Restaurant La Terraza was indeed affected by this pandemic. Therefore, it is concluded by mentioning that the strategies and actions implemented by the restaurant management have benefited the economic activity of this item, as well as the improvement of competitiveness and business marketing.

Keywords: Covid19, Organizational Structure, Productivity, Strategies, Competitiveness and Marketing.

ÍNDICE

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS.....	5
VALORACIÓN DEL DOCENTE	6
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
INDICE DE ILUSTRACIONES	12
ÍNDICE DE TABLA.....	13
LISTA DE UNIDADES, ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	14
I. INTRODUCCIÓN	15
1.1 Antecedentes del estudio.....	16
1.2 Planteamiento del problema.	19
• Caracterización general del problema	19
Preguntas de investigación	19
1.3 Justificación	20
II. OBJETIVOS.....	21
2.1 Objetivo General.....	21
2.2 Objetivos Específicos	21
III. FUNDAMENTACION TEoRICA	22
3.1. Generalidades del turismo	22
3.1.1 Origen del turismo gastronómico.....	24
3.1.2 Origen y definición de los restaurantes	25
3.2 Pandemia Covid19	27
3.2.1 Impacto al turismo	27
3.2.2 Efectos al sector restauranero.....	28

3.2.3	Incidencia en la estructura organizacional.....	28
3.2.4	Influencia en la productividad empresarial	29
3.3	Acciones implementadas ante la pandemia covid19	30
3.3.1	Medidas y Normas de Bioseguridad.....	30
3.3.2	Reactivación económica.....	32
3.3.4	Reapertura del sector restauranero de Nicaragua.....	33
3.3.5	Estrategias de ventas	34
3.4	Competitividad Empresarial.....	37
3.4.1	Definición.....	37
3.4.2	Tipos de competitividad.....	37
3.4.3	Estrategias para aumentar la competitividad empresarial	37
3.5	Comercialización empresarial.....	38
3.5.1	Definición.....	38
3.5.2	Importancia de la comercialización.....	38
3.5.3	Elementos de la Comercialización.....	38
3.5.4	Estrategias sobre la comercialización	38
IV.	SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
V.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	41
VI.	DISEÑO METODOLOGICO	45
6.1	Tipo de investigación	45
6.1.1	Según su enfoque:	45
6.1.2	Según su aplicabilidad:	45
6.1.3	Según nivel de profundidad:.....	45
6.1.4	Según el tiempo	46
6.2	Área de estudio.....	46

6.2.1 Área de conocimiento.....	46
6.2.2 Área geográfica.....	46
Macro localización:.....	46
Micro localización:.....	47
6.3 Población.....	48
6.4 Muestra.....	49
6.5 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	50
6.7 Etapas de la investigación.....	51
VII. Analisis y discusión de los resultados.....	53
VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
8.1 CONCLUSIONES.....	63
8.2 RECOMENDACIONES.....	64
Referencias.....	64
ANEXOS.....	67
9.1 Técnicas de procesamiento y análisis de Datos.....	68

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Mapa de la ciudad de Estelí, y alrededor sus pueblos cercanos</i>	47
<i>Ilustración 2 Ubicación del Restaurante la Terraza Colombiana</i>	48
<i>Ilustración 3 Restaurante La Terraza Colombiana</i>	48
Ilustración 4 Gráfico 1 Aceptabilidad de la propuesta del código QR	58
Ilustración 5 Diseño de encuesta aplicada en google form	72
Ilustración 6 Aplicación de instrumentos-Entrevista al Gerente general	73
Ilustración 7 Personal del restaurante La Terraza Colombiana	73
Ilustración 8 La Terraza Colombiana	74
Ilustración 9 Grafico 3.	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 10 Grafico 4	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de las variables	41
Tabla 2 propuesta estratégica para el mejoramiento de la competitividad y la comercialización-Sello safe travels	59
Tabla 3 Propuesta estrategica-Campaña de publicidad	61
Tabla 4 Propuesta para mejoramiento de la comepetitividad y comercializacion- Código QR	62
Tabla 5 Cronograma de actividades.	75
Tabla 6 Tabla de Hoja de Cálculo de encuestas.....	76

LISTA DE UNIDADES, ABREVIATURAS Y SIGLAS.

Abreviaturas

APP: Aplicaciones

ATM: Administración turística y hotelera

CGO: Cargo

COD: Código

DEPTO: Departamento

ECON: Economía

EF: Efecto

GASTR: Gastronomía

OBJS: Objetivos

REST: Restaurante

TECH: Técnicas

Siglas

CEPAL: Comisión Económica Para América Latina y el Caribe

COVID-19: Corona virus disease (enfermedad en inglés) y 19 (año en que surge la enfermedad)

EPP: Equipo de protección personal

INFLUENZA H1N1: Influenza virus tipo A del virus de la gripe.

OMS: Organización mundial de la salud

OMT: Organización mundial del turismo

QR: (Quick Response)- Respuesta Rápida / Código de barra.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación corresponde a un estudio investigativo para optar al título de licenciatura en la carrera de administración turística y hotelera, se ha seleccionado al restaurante la terraza colombiana en la ciudad de Estelí para realizar este estudio, que lleva como tema, analizar la influencia de covid19 en la estructura y la productividad del restaurante.

Dicha investigación se realizó con el interés de analizar cuál ha sido la influencia a consecuencia de la pandemia del covid-19 en la estructura organizacional y la productividad. Esto permitió identificar la influencia que tuvo en el restaurante. Por otra parte, describir las acciones que la empresa ha implementado para enfrentar esta situación. Asimismo, nos interesamos por proponer estrategias que ayuden en el mejoramiento de la competitividad y comercialización empresarial.

En este estudio planteamos el supuesto de investigación con lo siguiente. El covid-19 ha afectado de manera significativa la estructura organizacional y la productividad del restaurante la terraza colombiana. Y utilizamos el método inductivo para probar esta hipótesis. En el capítulo VI se describen los métodos de análisis y los datos que se utilizaron, en el capítulo VII se presentan los resultados. De forma continua en el capítulo VIII se muestran las conclusiones y se sugieren recomendaciones.

1.1 Antecedentes del estudio

Para este proceso de investigación se realizaron búsquedas de informaciones relacionado al tema estudiado. Para esto se realizaron las debidas revisiones de documentos en la web, repositorio de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) y repositorio de la UNAN-MANAGUA.

El primer documento de estudio a nivel internacional corresponde a Carlos Alonso Reynoso (2010), se denomina "*La influenza A (H1N1) y las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias*"; este documento da seguimiento a la aparición y el origen de la influenza que fue denominada (H1N1), de igual manera hace un monitoreo a los cambios de estrategias que siguieron las autoridades sanitarias en México. Es documento obtuvo datos informativos de la OMS. Este estudio demuestra los pasos y principales lineamientos que este nuevo virus dio la Organización Mundial de la Salud y plantea todos los posibles riesgos que pueden causar una segunda oleada y sintetiza las principales discusiones que han surgido sobre esta nueva influenza.

Este trabajo se relaciona con la investigación planteada, ya que muestra las graves crisis financiera, económica, política, social y de seguridad que trae consigo una epidemia para los países. Así como también muestra de cómo tendrá que hacer un país para las altas deficiencias económicas. Lo cual resulta muy importante conocer las estrategias que se utilizó durante esa epidemia para contrarrestar las distintas crisis que se presentaron en diferentes ámbitos.

Se encontró un segundo documento a nivel internacional (Latinoamérica) propiedad de Bahamonde y Stuardo (2013), lleva por título "*La epidemia de cólera en América Latina*", realizaron este estudio para identificar la morbilidad y la mortalidad por el cólera, lo cual utilizaron información de trabajos sobre epidemias del cólera y realizaron un estudio ecológico mixto para analizar el tiempo de morbilidad, mortalidad y letalidad de estos eventos sanitarios , con una muestra de 18 países de Latinoamérica .En esta investigación se encontró que los países más afectados fue Perú y Haití. Se concluyó que la epidemia de cólera ha provocado morbilidad, mortalidad y letalidad altas en

algunos países de América Latina, debido en gran medida a factores fundamentalmente socioeconómicos y climáticos.

Se dice que la clave para controlar el cólera y reducir el número de muertes consiste en adoptar un criterio multidisciplinario basado en la vigilancia, el agua, el saneamiento, la higiene, la movilización social, el tratamiento y la vacunación oral.

Esta investigación permite conocer las medidas que se utilizaron para contrarrestar esta enfermedad y así realizar posibles propuestas ante el tema que se plantea en la investigación actual y garantizar seguridad a las personas que visitan el restaurante.

Un tercer trabajo realizado a nivel regional (Centroamérica) se encontró a Aguilar (2014-2016) quien, en su investigación desarrollada con el título de "*Análisis de las Estrategias para el Control y Prevención de las Enfermedades Dengue, Chikunguya, Zika en Nicaragua, Honduras y El Salvador marzo 201* " se realizó esta investigación con el objetivo de analizar los lineamientos técnicos para la prevención y control Dengue, Chikunguya y Zika, para esto se estudió una muestra de 3 países, se obtuvo estos datos a través de fuentes oficiales de investigación de cada país.

Este trabajo se relaciona con la investigación planteada ya que muestra las afectaciones que una epidemia causa ya sea a nivel social, político y de la importancia de crear estrategias de contención para evitar la propagación de esta enfermedad.

En investigaciones realizadas a nivel nacional, se encontró un documento por parte de la Organización Panamericana de la Salud (2004), Se realizó en Managua-Nicaragua denominado "*Estrategia de Gestión Integrada de Prevención y Control del Dengue de Nicaragua* " buscó aportar estrategias para la reducción de la morbilidad, mortalidad y la carga socio económica causada por dengue. Se aplicaron encuestas y verificaciones entomológicas.

Se dicen que el dengue es una enfermedad grave de impacto epidemiológico, social y económico. La estrategia que se pretendió aportar permitió el fortalecimiento del programa nacional y estuvo orientada a reducir los factores de transmisión e instrumentar un sistema de vigilancia integral.

En investigaciones realizadas a nivel nacional, se encontró a Castillo Medina (2021) quien en su investigación desarrollada en el restaurante la campana en el municipio de Managua, buscó diseñar un plan empresarial con enfoque de gestión de riesgo ante desastre, para esto se estudió una prueba no probabilística de los restaurantes categoría tres tenedores ubicado en el distrito cuatro del municipio de Managua. Se aplicaron entrevistas y guías de revisión documental. En esta investigación se dio a conocer datos generales de la empresa y el diseño del plan empresarial, se concluyó que la mayor amenaza que enfrenta el restaurante son los sismos provocados por fallas geológicas y erupciones volcánicas.

Este antecedente aporta al trabajo de investigación ya que se percibe las acciones implementadas para la búsqueda de soluciones ante la problemática dando como resultado la creación de un plan empresarial.

1.2 Planteamiento del problema.

El planteamiento de problema consiste en afinar y estructurar formalmente las ideas de la investigación, es decir describe una situación que debe ser resuelto. (Hernández & Olgún, 2020)

- **Caracterización general del problema**

La industria restaurantera es el sector con más estragos y graves afectaciones a causa de la pandemia covid19. Es por eso que esta investigación nace con la necesidad de conocer ¿En qué manera el covid19 influye en la estructura organizacional y la productividad del restaurante La Terraza Colombiana de la ciudad de Estelí en el año 2021?, ya que es notable la poca afluencia de visitantes a los establecimientos restauranteros.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son los efectos del covid19 en la estructura organizacional y la productividad del restaurante La Terraza colombiana?
2. ¿Cuáles son las acciones implementadas por el restaurante ante el covid19?
3. ¿Cómo incide la aplicabilidad correcta de acciones para enfrentar el covid19?
4. ¿Qué tipo de estrategias se necesitan para el mejoramiento de la competitividad y la comercialización?

1.3 Justificación

La importancia económica de la industria restaurantera es de gran beneficio para el sector turístico, este viene a dar aporte a la economía local y del país en general, como es el caso, estas inversiones vienen ayudar al desarrollo económico del municipio, por ende, se generan empleos que ayudan a las personas de la localidad.

La presente investigación se enfoca en analizar la influencia que ha tenido el covid19 en la estructura y productividad del restaurante La Terraza Colombiana en la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre del año 2021, ya que a partir de la pandemia Covid-19 la economía del país se ha visto directamente afectada. Uno de los sectores mayormente perjudicado es el sector turismo. Dentro de esto, la oferta gastronómica, para esto se estudia el estado de operatividad y productividad durante la pandemia y a partir de esta, como se han enfrentado ante esta situación.

La investigación busca proporcionar información que es de importancia para actuales y futuros propietarios de restaurante, así mismo a la universidad UNAN-MANAGUA, FAREM-Estelí ya que actualmente no cuenta con información de estudios realizado en el restaurante La Terraza colombiana.

Se realizó esta investigación con la necesidad de conocer las afectaciones que pueden sufrir un restaurante de prestigio y de calidad. Por lo tanto, se profundizarán los conocimientos teóricos y prácticos sobre los procesos que ha tomado la empresa para subsistir, además de ofrecer una vista más allá sobre el impacto que estos establecimientos han enfrentado, por ende, se pretende a través del estudio conocer las acciones que ha implementado el restaurante para enfrentar la pandemia covid19.

Finalmente, en el último objetivo se pretende aportar conocimientos atreves de estrategias que beneficien el mejoramiento de la competitividad y comercialización empresarial.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Analizar la influencia del covid19 en la estructura organizacional y la productividad del restaurante La Terraza colombiana de la ciudad de Estelí.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar la influencia del covid19 en la estructura organizativa y la productividad del restaurante La Terraza colombiana.
- Describir las acciones implementadas por el restaurante La Terraza colombiana para enfrentar el covid19.
- Proponer estrategias para el mejoramiento de la competitividad y comercialización empresarial.

III. FUNDAMENTACION TEORICA

3.1. Generalidades del turismo

¿Qué es el turismo?

El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros. Se puede incluir en la definición de turismo a la gente que participa en un congreso, una conferencia de negocios, o algún otro tipo de actividad comercial o profesional, así como a los que hacen viajes de estudios con un guía experto o realizan un tipo de investigación o estudio científico. (Robert W.McIntosh, 2000)

Es decir que el turismo es una ciencia, un arte y una actividad que tiene gran importancia económica, teniendo en meta satisfacer la necesidad del visitante que lejos de casa requiere servicios de alimentación, alojamiento, transporte, diversión y trato humano.

El turismo es fuente de ingreso y generador de empleos, esto lo convierte en una herramienta para el desarrollo económico, el turismo es una combinación de actividades, es la suma total de gastos turísticos en una nación. (W.McIntosh)

Definición de turista

Un turista es una persona que se desplaza de su lugar de residencia habitual a otro punto geográfico. Para tratarse de un turista, debe de estar al menos 24 horas fuera y hacer noche en el lugar de destino.

Si esto no se cumple, estaríamos hablando de un excursionista que sale solamente durante el día a hacer algún tipo de excursión y vuelve a su lugar de residencia para dormir (Sanchez, 2020)

Tipo de turismo

- ✓ Turismo de negocio

- ✓ Turismo urbano
- ✓ Turismo sostenible
- ✓ Turismo natural
- ✓ Turismo de salud
- ✓ Turismo de sol y playa
- ✓ Turismo cultural
- ✓ Turismo religioso

Además de estos tipos de turismo que anteriormente se ha mencionado es importante dar una definición acerca del turismo del que va inclinado el presente trabajo de investigación, a continuación, se presenta el concepto:

Turismo gastronómico:

Se basa en elegir un destino a partir de las características culinarias de una región. Su finalidad es conocer y disfrutar de los manjares típicos, reconocer ingredientes, preparación y en fin acercarse a la cultura local a través de sus platillos.

La importancia de los alimentos en el ámbito turístico radica en que al hacer un viaje la comida es uno de los factores que más se recordará aun cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares o impresionantes monumentos; definitivamente el lugar va a ser permanentemente recordado por lo que comió, incluyendo no sólo la calidad de los alimentos y bebidas sino también por la higiene, el servicio y el ambiente; todo esto en conjunto hará grata e inolvidable la experiencia de viajar .
(clubplaneta.com.mex, s.f.)

El turismo gastronómico no consiste únicamente en recorrer las casas de comidas de una determinada región. Es mucho más que eso, es también involucrarse de diferentes maneras con la cultura que estamos conociendo, incluso en la producción y procesamiento de los ingredientes.

Además de lo antes mencionado se dice que el turismo gastronómico está dirigido a todo tipo de personas y sobre todo a aquellas que están dispuestas a probar cosas nuevas, explorar sabores y vivir una aventura culinaria. El turismo gastronómico no se

limita ir de un restaurante a otro sino más bien compenetrarse con todos los aspectos y actividades involucrada en la preparación de las comidas típicas del lugar.

El turismo gastronómico suele incluir diferentes actividades tales como la visita a mercados, tiendas y los productores primarios, la participación en actividades gastronómicas y la búsqueda de lugares específicos donde se degusta de alimentos, el turismo gastronómico se caracteriza por organizar visitas para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas exclusivas en cada región. A su vez se pretende dar a conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o fechas especiales como fiestas culturales. (Fude, s.f.).

3.1.1 Origen del turismo gastronómico

El origen data del siglo XIII en Europa, allí se empezaron a realizar las primeras guías gastronómicas, que eran las visitas a posadas y restaurantes. Estas guías las realizaban los famosos "gourmets" o "gastronomers", personas de muy gran apetito que se dedicaban a clasificar los restaurantes.

El gran Curnosky (de nombre original Maurice Edmond Sailland) fue nombrado el "príncipe de los gastrónomos" en 1927 se dedicó a viajar por diversos lugares de Francia con un conjunto de amigos y aficionados a la gastronomía.

En la actualidad existen varias rutas gastronómicas en el mundo, dedicadas a diversos tipos de comida. La elección de los temas culinarios que remarcan la identidad de la ruta, promueve el turismo rural y la venta del producto alimenticio. Así, se desarrolla una economía local, se promueve la cultura e identidad de una región.

En la actualidad la gastronomía se manifiesta de diversas maneras, se expresa en diferentes escenarios. A lo largo tiempo, el concepto ha evolucionado y ahora está ligado también a "cultura porque, de acuerdo con Scarpato (2002) y su análisis sobre el concepto de gastronomía y su evaluación, este está acompañado en el presente de prácticas culturales; por tanto, se podría hablar de una cultura gastronómica".

Hoy en día como resultado de la globalización e industrialización, la gente busca nuevas fuentes de identidad y ciertamente la alimentación se ha convertido en un factor importante en la búsqueda de ese objetivo.

3.1.2 Origen y definición de los restaurantes

En la antigüedad, las iglesias y los monasterios tenían por costumbres albergar los viajeros y alimentarlos aceptando algunas donaciones a cambio. Esta situación fue aprovechada por comerciantes de la época para crear establecimientos especializados en la venta de comidas y bebidas.

Según la historia los egipcios no han dejado ningún libro de cocina, pero podemos se puede hacer una idea de su ingenio culinario a través de los papiros médicos, en los que incluyen algunas recetas elaboradas con hierbas para paliar ciertas enfermedades y molestias gastrointestinales.

Algunos testimonios históricos y arqueológicos nos confirman que las tabernas existían ya en el año de 1700 AC. Se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en 512 AC. Que tenía un menú limitado, ya que solo servía un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla.

Se dice que los egipcios utilizaban una amplia selección de alimentos para cocinar guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechuga endibias, rábanos, cebolla, ajos, puerros, grasas (animales y vegetales), carne, ajos, miel, dátiles y productos lácteos, como leche, queso y mantequillas. (Turismo, Hotelería y Restaurantes , 2007)

El término "restaurante" es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas peor como algo distinguido a las posadas, tabernas y casas de comida.

El concepto de restaurante comenzó a popularizarse en la segunda mitad del siglo XVIII, aunque antes ya existían establecimientos de estos tipos, se cree que la palabra está vinculada a estos locales permiten restaurar" el estómago de quien asiste.

En la actualidad existe una gran cantidad de restaurantes diferentes, que ofrecen distintos servicios y especialidades. De acuerdo al tipo de cocina que sirven, puede hablarse de restaurantes chinos, restaurantes italianos, restaurantes mexicanos, etc.

La lista de tipos de restaurantes es amplísima, destacando especialmente las siguientes clasificaciones:

Según la clase de comida que se sirve, están los vegetarianos y macrobióticas, los de carnes, los de aves o los de pescados y mariscos.

Según los servicios nos encontramos con restaurantes a la carta, restaurantes de menú, restaurantes de autoservicio...

Se conoce como restaurante buffet, restaurante autoservicio o tenedor libre a aquel establecimiento que pone los platos ya preparados a disposición de las personas para que éstas se sirvan. En los restaurantes tradicionales, en cambio, el cliente le pide a un camarero o mozo el plato que desea consumir y luego espera en la mesa que se lo sirvan.

Cabe destacar que también existen los restaurantes de comida para llevar o que realizan envíos a domicilio (delivery). En este caso, la persona compra la comida y/o la bebida en el local, pero luego la consume en su hogar.

Los tenedores son los símbolos que se utilizan para clasificar a los restaurantes en base a lo que es su categoría y precio:

De 5 tenedores: estos son los restaurantes de lujo, que suelen contar con servicio personalizado y atento, comedor con decoración y ambiente exquisito, amplia carta con productos de máxima calidad, profesionales debidamente uniformados de manera impecable.

- De 4 tenedores: que son los de primera clase. Se diferencia de los anteriores tanto por su carta más limitada como por las variedades de tiempos de servicio que incluyen.

- De 3 tenedores: que son los restaurantes de segunda clase, suelen ser de tipo turístico y tendrán una capacidad más restringida en cuanto a espacio se refiere. No tienen más de seis tiempos de (entremeses, sopas y cremas, verduras-huevos-pasta, pescado, carnes y postres).
- De 2 tenedores: también llamados de tercera clase. Tienen mobiliario y decoración sencilla, como también lo será el vestuario de los trabajadores.
- De 1 tenedor: los restaurantes enmarcados en esta categoría cuentan con una carta sencilla y se identifican por poseer lo que son platillos en tres tiempos: sopas, guisados o especialidades y postres de la casa o fruta.

3.2 Pandemia Covid19

El Director General de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunció el 11 de marzo de 2020 que la nueva enfermedad por el coronavirus 2019 (COVID-19) puede caracterizarse como una pandemia. La caracterización de pandemia significa que la epidemia se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, y que afecta a un gran número de personas. (Organización Panamericana de la Salud)

3.2.1 Impacto al turismo

El turismo es uno de los sectores más afectados por la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19), que ha repercutido en las economías, los medios de subsistencia, los servicios públicos y las oportunidades en todos los continentes. (organización internacional del trabajo, 2020).

En la actualidad en Nicaragua podemos observar el gran impacto negativo que ha ocasionado la Pandemia Covid19 en todos los sectores económicos y más en el área del turismo ya que el turismo formaba parte del gran rubro que fortalecía la economía del país.

3.2.2 Efectos al sector restauranero

Una de las labores más afectadas por la pandemia es aquella relacionada con el turismo, Viajes aéreos, hoteles de todas las categorías y los restaurantes han sido víctimas silenciosas del coronavirus.

El turismo es una de las industrias más afectadas por la crisis provocada por la COVID-19. Más de un año después del inicio de la pandemia, las cifras son asombrosas: los destinos turísticos registraron 1000 millones menos de llegadas internacionales en 2020 que en 2019. Una profunda disminución de los viajes internacionales provocó la pérdida de alrededor de USD 1,3 billones en ingresos por exportaciones, superando en 11 veces la cantidad que se perdió durante la última crisis económica de 2009. Se pusieron en riesgo entre 100 millones y 120 millones de empleos en el sector del turismo, muchos de ellos en pequeñas y medianas empresas. (Pangestu, 2021)

A medida que los gobiernos y expertos en salud pública enfatizan en la importancia de la "sana distancia" y "Quédate en casa " Como forma de frenar la propagación del contagio, industrias enteras comienzan a vivir los estragos, siendo el sector restauranero uno de los más afectados. (konfio, s.f.) .

A raíz de la crisis sanitaria y económica que afecta al país por el brote de covid19, se estima que cuando se superen las fases más críticas de la pandemia, uno de cada cuatro restaurantes que actualmente están cerrados no volverá a abrir. Para la Cámara Nicaragüense de Restaurantes y Similares (Canires), al menos 25% de los negocios identificados como restaurantes o bares no abrirán al público, aun superándose la actual crisis sanitaria.

Con las puertas cerradas, varios restaurantes han quebrado, muchos han tenido que despedir personal o rediseñar sus ofertas. Detrás de cada negocio de este ramo hay administradores, empleados y gastos fijos. (El comercio, 2020).

3.2.3 Incidencia en la estructura organizacional.

En la estructura organizacional, se ha modificado el modo en que se planifica el trabajo y reparte formalmente sus responsabilidades, ya que la comunicación entre los diferentes cargos perdió la exactitud y claridad por la exigencia de tener conversaciones virtuales.

A nivel de la motivación y del compromiso organizacional, que son la capacidad de la organización de mantener implicados e identificados a los trabajadores con los objetivos de esta, para que estos ofrezcan el máximo de su rendimiento, han tenido una considerable disminución ya que los empleados no solamente tienen que atender las responsabilidades laborales sino también las del y con el hogar conocido también como el Teletrabajo.

Día a día escuchamos o se ven personas inmersas en casos de estrés, estos principalmente producto de la Incertidumbre causada por la enfermedad, la falta de dinero para vivir, la necesidad de sociabilizar por el aislamiento, la desmotivación por no realizar tus actividades de una manera normal, los cambios abruptos e inesperados, la pérdida de empleo o la insatisfacción del trabajo por las condiciones en que se presentan (remoto). Pero es en este último factor donde se han presentado mayores problemas ya que los empleados de las diferentes industrias no se han podido desarrollar de una manera eficiente por las diferentes barreras que presenta el trabajo. (Fairlie, 2020).

3.2.4 Influencia en la productividad empresarial

Las medidas de distanciamiento social y confinamiento para frenar al COVID-19 han paralizado la actividad económica. La pregunta ya no es si habrá una recesión sino, si recuperaremos la senda previa del producto y a qué velocidad. Sin duda, un deterioro prolongado de la productividad en nuestras economías retardaría la recuperación.

Pocas actividades de producción y procesamiento de recursos naturales, algunos servicios de alta intensidad de capital (electricidad, telecomunicaciones y bancos) y pocas grandes empresas tienen altos niveles de valor agregado por trabajador, mientras que los demás alcanzan niveles muy bajos de productividad. (Banco de desarrollo de America Latina, 2020)

Después de años con decepcionantes tasas de crecimiento en la productividad, la pandemia del Covid-19 ha sacudido algo. Encuestas a ejecutivos de negocios muestran que la mayoría reporta mayores inversiones en tecnología. El peligro ahora es que la

aceleración de la automatización y la digitalización en la era posterior a la pandemia impida el crecimiento de los ingresos laborales y el consumo.

En respuesta a la pandemia, muchas empresas –especialmente las grandes- han hecho avances significativos en cuanto a impulsar la productividad a través de la automatización, la digitalización y la reorganización de las operaciones, incluido un cambio rápido al trabajo desde casa, para impulsar la eficiencia y la resiliencia.

Muchas de estas pequeñas y medianas empresas hasta el momento no han podido o no han querido aumentar su inversión en automatizar o digitalizar sus cadenas de suministro, sus operaciones y sus modelos de distribución. Y sin esta inversión, la brecha de productividad entre las grandes empresas “superestrellas” y una larga lista de competidores rezagados aumentará, reduciendo las alzas de productividad a nivel de la economía en general y exacerbando las tendencias post-2008 hacia una mayor desigualdad en materia de desempeño económico entre empresas y regiones y una mayor concentración de mercado. (Mischke, 2021)

3.3 Acciones implementadas ante la pandemia covid19

3.3.1 Medidas y Normas de Bioseguridad

El COVID-19, se ha convertido en uno de los grandes enemigos de la humanidad en la actualidad. Para combatirlo, la bioseguridad, que se encarga de evitar el riesgo para la salud y el medio ambiente proveniente de la exposición a agentes biológicos causantes de enfermedades, se vuelve de vital importancia.

Para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores, empleadores y clientes de las diferentes actividades económicas del país, y en apego a la legislación y normativa sobre las obligaciones laborales, en especial las relacionadas con seguridad y salud en el trabajo, y de manera específica, las relativas a los agentes biológicos en los ambientes de trabajo. Toda organización o centro de trabajo deberá adoptar medidas preventivas con relación al riesgo por agentes biológicos, previo a la reactivación de operaciones.

Protocolo para clientes

- ✓ Para el ingreso al interior del restaurante, los clientes deberán usar adecuada y obligatoriamente mascarillas que les cubra nariz y boca, en cualquier de sus modalidades aprobadas por las autoridades. En caso de no usar adecuadamente las mascarillas, el personal de seguridad del restaurante restringirá su ingreso.
- ✓ Al ingreso al restaurante, el cliente deberá desinfectarse las manos utilizando los dispositivos tipo dispensadores o botellas de alcohol gel que el banco pondrá a disposición como medida de prevención que le permitirá obtener un servicio en el restaurante con tranquilidad.
- ✓ Los clientes deben mantener puesta su mascarilla, durante toda su estadía dentro del restaurante.
- ✓ Mantener el distanciamiento social

Protocolos a los colaboradores

- ✓ Al estornudar siempre deben cubrirse con el antebrazo.
- ✓ No tocarse la cara y los ojos con las manos sin haberlas lavado y desinfectado previamente
- ✓ Usar equipos de protección de forma correcta y en todo momento.
- ✓ Utilizan el jabón líquido de los baños y alcohol en gel (concentración mayor a 60%) que tienen en sus lugares de trabajo para limpiar y desinfectar sus manos de forma frecuente.
- ✓ Control de temperatura corporal
- ✓ En caso de presentar síntomas comunicar a su jefatura y regresar a casa.
- ✓ Distanciamiento social de un metro mínimo
- ✓ Los colaboradores que presenten síntoma sospechoso no deben asistir a su centro laboral.

Protocolo de bioseguridad para atención al cliente

- ✓ Distanciamiento o aislamiento de personas:

- ✓ Lavarse con agua y jabón y desinfectarse las manos.
- ✓ Verificar que el personal de servicio utilice mascarilla y protector facial.
- ✓ Habilitar un punto para desechar los EPP y elementos de un solo uso.
- ✓ Realizar la limpieza y desinfección del salón, mobiliario y equipos
- ✓ Verificar la correcta distribución de las mesas y sillas.
- ✓ Distribuir los medios informativos de platos y precios en el mismo salón o por medios digitales.
- ✓ Verificar que el personal use correctamente la mascarilla y protector facial en todo el servicio.
- ✓ Lavarse con agua y jabón y/o desinfectarse las manos después de atender a cada cliente o grupo de clientes
- ✓ Indicar la mesa que ocupará cada cliente para evitar aglomeraciones
- ✓ Evitar el contacto físico con los clientes al momento de la entrega del pedido.
- ✓ Solicitar al cliente que se coloque la mascarilla luego de consumir sus alimentos
- ✓ Indicar al cliente que al salir del salón respete las zonas de tránsito y el distanciamiento social.
- ✓ Recoger, lavar y desinfectar la vajilla, cubiertos y cualquier otro elemento usado por el cliente después de cada uso
- ✓ Limpiar y desinfectar las superficies que entraron en contacto con el cliente.

3.3.2 Reactivación económica

El secretario general de la OMT, Zurab Polilikashvili expresa a través de un informe que "Las restricciones de viaje se han utilizado ampliamente para restringir la propagación del virus. Ahora, mientras trabajamos para reactivar el turismo, debemos reconocer que las restricciones son solo una parte de la solución. Su uso debe basarse en los datos y análisis más actualizados y debe revisarse constantemente para permitir el reinicio seguro y responsable de un sector del que dependen muchos millones de empresas y empleos".

En Nicaragua el gobierno del presidente Daniel Ortega y el Instituto Nicaragüense de Turismo apuesta a la reactivación de la industria turística a través del consumo nacional donde se ha presentado un plan de trabajo para sí lograr la recuperación del turismo interno.

Pero es importante conocer que, para la reactivación del turismo y la apertura de hoteles, restaurantes y todas aquellas actividades que tienen que ver con el turismo, deben de plantear una serie de medidas sanitarias que garanticen la seguridad sanitaria de los turistas nacionales.

La Ministra de Turismo de Nicaragua en una entrevista que ofreció, expresa acerca de los planes de reapertura del sector bajo la aplicación de amplios protocolos de seguridad en todo el territorio nacional además comentó el establecimiento de tres líneas de acción para dar paso a la reactivación del sector turístico (teleSURtv.net, 2020). Las líneas de acción que se establecieron son las siguientes:

Primera línea de acción: Fortalecimiento del talento humano, empresarios y funcionarios públicos.

Segunda línea de acción: Cumplimiento de todos los protocolos de bioseguridad en establecimientos, puntos de entradas y destinos turísticos.

Tercera línea de acción: se enfoca en la producción de contenido audiovisual informativo en medios de comunicación departamental y regional.

3.3.4 Reapertura del sector restauranero de Nicaragua

Al reanudar la atención en los restaurantes, las empresas han invertido en adecuaciones a su infraestructura para ajustarse a los nuevos protocolos de seguridad e higiene que exige las autoridades y consumidores.

En Nicaragua las empresas turísticas y restaurantes han decidido reabrir de forma paulatinamente, pues afirman que mantener cerrado sus establecimientos podrían llevarlos a la quiebra en el transcurso del tiempo.

Según el presidente de la cámara nicaragüense de restaurantes que después de la reactivación de algunos restaurantes y empresas turísticas se han visto mejoría de un 15% a 20% por ciento en la asistencia a los restaurantes y esto se debe a que probablemente la gente ha perdido el miedo de salir.

Es importante señalar que durante este tiempo de reapertura los negocios están probando cómo les va. El presidente de la Cámara de Restaurantes ha sugerido a las empresas que establezcan el distanciamiento entre las mesas y que equipen a todos los meseros, cocineros y restos de personal con mascarillas y lentes de protección. (voz de America , 2020).

3.3.5 Estrategias de ventas

✓ Sistema de delivery:

Este canal de venta se ha vuelto un pilar de los negocios gastronómicos ya que les permite exhibir su marca, brindar mayor cobertura e incrementar su demanda.

La fortaleza de este canal de venta se ha vuelto pieza clave para los negocios gastronómicos, ya que les permite exhibir su marca, brindar mayor cobertura, incrementar su demanda, lograr un mayor flujo de ingresos diarios y, además, bancarizar el negocio optimizando costos. El impacto sobre la rentabilidad es directo. (Guzman, PQS, 2020)

El delivery seguirá impulsando la industria gastronómica. El reto para cada emprendedor gastronómico consistirá en cómo trasladar la experiencia de consumo a la intimidad del hogar. El reto del canal delivery no consiste sólo en llevar los alimentos en estado óptimo, también radica en cómo trasladan los valores, la propuesta gastronómica, y la experiencia sensorial utilizando este canal de despacho a domicilio. (Terry, 2021)

✓ Oferta de alimentos saludables:

La pandemia está modificando hábitos de consumo. En general el mundo está más interesado en saber de dónde vienen sus alimentos y cómo se cosechan. “Preservar la

salud depende de la manera en la que nos alimentamos. El coronavirus hace que la gente sea más consciente de ello” (Gallo, s.f.)

✓ Oferta de promociones:

El desempleo ocasionado por el encierro obliga que los comensales se sientan reacios a consumir en restaurantes. Habrá un mercado muy complejo que se puede reactivar con promociones de paquetes de alimentos y bebidas.

✓ Código de barra (Qr)

El código QR en restaurantes ofrecen múltiples ventajas de competitividad, pero sobre todo el cliente del local puede acceder rápida y segura a la información de tu carta desde su móvil. Es decir, en la actualidad muchas empresas han adoptado el uso de códigos QR en sus restaurantes, spas, gimnasios y varias otras áreas basadas en servicios para reducir el contacto físico requerido durante lo que ha sido una pandemia sin precedentes, pero eso está lejos de ser el único beneficio.

El usuario podrá tener acceso a la carta o menú del restaurante de forma instantánea. El código QR facilita a los clientes toda la información de tu restaurante de forma segura e higiénica.

El código QR en restaurantes puede ser usado en cualquier parte de local, pudiendo estar presente en cualquier lugar donde el cliente interactúe con tu local, desde que se asoma por primera vez a nuestro escaparate como cuando se acomoda en su asiento o se dirige a la barra. (Carta Digital, s.f.)

Los códigos QR se han infiltrado en la economía en línea y el mundo empresarial en su conjunto a un ritmo cada vez más rápido durante la última década, especialmente en los últimos 5 años aproximadamente. Los usos de estos activos digitales son de gran alcance, ya que continúan demostrando su utilidad tanto para las pequeñas empresas como para las operaciones más grandes.

Ventajas del código qr.

- ✓ Promueven la convivencia
- ✓ Aumenta la eficiencia
- ✓ Reduce la necesidad de un contacto cercano
- ✓ Genera intereses al negocio

Hay formas más que suficientes de implementar códigos QR en su restaurante, con usos que van desde agregarlos y publicarlos en las páginas de redes sociales de su empresa para eventos promocionales, menús, hasta el procesamiento de pagos antes mencionado que hace que las transacciones sean mucho más fáciles para todos los involucrados.

Los menús de códigos QR son algo que es útil para casi todos los restaurantes que los consideran, con una utilidad que supera con creces el costo de implementación. Puede mantener fácilmente la opción de menús tradicionales y al mismo tiempo alentar a los comensales a usar su versión en línea. Aquellos que estén inclinados probablemente lo apreciarán, mientras que cualquiera que desee un menú físico también puede elegirlo. Es una situación en la que todos ganan.

El uso de esta tecnología para el procesamiento de pagos es, una vez más, algo muy adecuado para la mayoría de los restaurantes. Esto se debe principalmente a que, al igual que la opción de menú de código QR, agregar uno no significa deshacerse del otro. Puede agregar fácilmente esta forma de procesamiento de pago como una opción además de sus métodos tradicionales, y los comensales tienen la libertad de elegir la opción que se adapte a sus preferencias y necesidades.

Otros usos de los códigos QR, como en las redes sociales y promocionales, también son útiles e incluso recomendados para los restaurantes desde un punto de vista de marketing, ya que los propietarios de negocios tienen poco o nada que perder y más que ganar al implementar estas tácticas. Sin embargo, es una decisión personal que depende de su situación.

3.4 Competitividad Empresarial

3.4.1 Definición

La competitividad empresarial es un término que se define como a la capacidad de un negocio para producir y vender productos / servicios que cumplan con la calidad de los mercados, al mismo precio o con precios más bajos, y maximizando los rendimientos de los recursos consumidos para producirlos. (EAE Business School, 2021)

3.4.2 Tipos de competitividad

✓ Competitividad interna

Es la capacidad de una organización para lograr la mayor eficiencia posible de sus recursos y aumentar la productividad. La empresa trata de mejorar con respecto a sí misma.

✓ Competitividad externa

Es la capacidad de una organización de lograr ventajas competitivas en el contexto del mercado. Para ello se evalúan factores externos como la innovación, la situación de la industria, la estabilidad económica, etc. Las organizaciones deben luchar por mantener su competitividad presente y futura.

3.4.3 Estrategias para aumentar la competitividad empresarial

1. Incrementar la satisfacción de los clientes
2. Reducir los costes de operación
3. Desarrollar nuevos productos y servicios
4. Mejorar los procesos y el desempeño

3.5 Comercialización empresarial

3.5.1 Definición

La comercialización es el conjunto de acciones y actividades empresariales, encaminadas a mejorar las condiciones de venta de un producto o servicio dentro del mercado (Caurin, 2018)

Se entiende por comercialización al control y planificación que gestiona una empresa, para facilitar el proceso de venta y llevar el producto hasta el consumidor (economipedia , 2020)

3.5.2 Importancia de la comercialización

Este proceso nos permite generar las condiciones apropiadas para que una venta pueda ser desarrollada con éxito, satisfaciendo las necesidades de los consumidores, y posicionando el nombre de la empresa dentro del mercado. (Salazar, 2020)

3.5.3 Elementos de la Comercialización

La comercialización es conformada por ciertos elementos que son indispensables para su desarrollo, lo cuales son (Pacheco, 2019):

- ✓ Producto: Son los bienes y servicios que una empresa ofrece para satisfacer las necesidades del consumidor.
- ✓ Precio: Es la cantidad de efectivo requerida para adquirir un determinado producto o servicio.
- ✓ Plaza: Se trata de los canales distribución del producto o servicio.
- ✓ Promoción: Es el proceso centrado en dar a conocer el producto o la marca dentro del mercado.

3.5.4 Estrategias sobre la comercialización

- Estrategia de productos:

Se trata de todas aquellas acciones encaminadas a mejorar la aceptación de un producto y servicio que brinda el restaurante a los clientes cómo añadir nuevos platillos, o servicios; incrementar; o diferenciar el producto de la competencia utilizando herramientas tecnológicas como uso del código qr para presentar el menú.

- Estrategia de comunicación:

El objetivo de la estrategia es llevar el mensaje al cliente de consumir o adquirir un producto determinado, aunque también puede tener otros propósitos como la fidelización con el restaurante. Entre las acciones que conforman esta estrategia se encuentra la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo.

- Estrategia de distribución:

Esta estrategia está conformada por todas las opciones que tiene disponible una empresa para llevar sus productos y servicios hasta el consumidor, como lo son los puntos de venta, servicios de envíos, o a través del comercio electrónico.

IV. SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

El covid19 ha afectado de manera significativa en la estructura y productividad del restaurante La Terraza colombiana.

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de las variables

Objetivos	Variable	Definición	Sub-variables	Indicadores	Ítems	Técnicas de Instrumentos	Informantes
Identificar la influencia del covid19 en la estructura organizativa y la productividad	Influencia del covid19	La influencia del covid19 representa una amenaza para el avance de la economía, ya que pequeñas, medianas y grandes empresas se han obligado a cerrar sus puertas,	Estructura organizacional.	Jerarquía de puestos. Funciones Responsabilidad de cada miembro	¿Cuántos colaboradores conformaban la estructura organizacional del restaurante antes de la pandemia covid19? ¿Qué acciones realizan los jefes de área, para enfrentar la pandemia? ¿Cuál es la responsabilidad individual y colectiva de cada colaborador?	Entre vista	Gerente General.

		debido a la propagación de esta enfermedad y la cantidad de cifras elevadas de contagiados que a diario registra cada país.	Productividad	<p>Eficiencia</p> <p>Número de clientes</p> <p>Ventas</p> <p>Tiempo de trabajo</p>	<p>¿Cómo ha sido el comportamiento de la productividad durante la pandemia?</p> <p>¿Cuál era la cantidad aproximada de clientes que visitaban a diario el restaurante antes de la pandemia?</p> <p>¿Cuántos clientes diarios visitan el restaurante?</p> <p>¿Cuántas horas se trabajan en el restaurante?</p>		
--	--	---	---------------	--	---	--	--

<p>Describir las acciones implementadas por el restaurante La Terraza colombiana para enfrentar el covid19</p>	<p>Acciones</p>	<p>La implementación de acciones permite expresar la acción de poner en práctica, medidas y métodos para concretar una actividad y llevarla a cabo.</p>	<p>Plan de acción</p>	<p>Área administrativa</p> <p>Área de atención al cliente</p>	<p>¿Cuáles son las estrategias implementadas por la gerencia del restaurante para enfrentar los efectos de covid19?</p> <p>¿Cuáles son las acciones que se ponen en práctica para garantizar la seguridad de los clientes?</p>	<p>Entre vista</p>	<p>Gerente general</p>
<p>Proponer estrategias para el mejoramiento de la competitividad y la comercialización</p>	<p>Estrategias</p>	<p>La estrategia es vista como un operador diseñado para llevar a la empresa de la</p>	<p>Competitividad</p> <p>Comercialización</p>	<p>Crecimiento económico</p> <p>Nuevos clientes</p>	<p>¿Considera importante la aplicabilidad de estrategia?</p> <p>Por motivos pandemia ¿De qué forma te gustaría que te</p>	<p>Entre vista</p> <p>Encuesta</p>	<p>Gerente General</p>

empresarial del restaurante		posición actual a la posición descrita por los objetivos sujetos a las restricciones de capacidad y potencias		Aumento de ventas Servicio al cliente Plan de publicidad	presenten el menú en un restaurante? ¿Qué herramientas digitales utiliza? <ul style="list-style-type: none">○ Celular○ Computadora○ Tablet		50 personas (entre ellos clientes y no clientes)
-----------------------------	--	---	--	--	--	--	--

Fuente: Diseño dado por la docencia

VI. DISEÑO METODOLOGICO

6.1 Tipo de investigación

6.1.1 Según su enfoque:

La presente investigación es de enfoque cuali-cuantitativa, ya que describe todas las cualidades encontradas del fenómeno estudiado. Se utiliza algunos elementos cuantitativos para conocer la productividad del restaurante antes y durante la pandemia covid19, así mismo al momento del análisis y recolección de los datos de los resultados de las encuestas aplicadas.

Según (Sampieri, 2014) La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas.

De igual manera expresa que el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

6.1.2 Según su aplicabilidad:

La Investigación es aplicada científica ya que se miden ciertas variables que son de gran utilidad al sector de bienes y servicio.

6.1.3 Según nivel de profundidad:

Uno de los términos en que se enfoca esta investigación es acerca del COVID19 y como en la actualidad no existen investigación suficiente, es por eso que es de tipo exploratoria ya que no se apoya tanto en la teoría sino más bien en la recolección de datos lo cual permite dar explicaciones a dichos fenómenos a los que se ha enfrentado el restaurante.

Según (Garcés, 200)la investigación de tipo exploratoria es aquella en la que el investigador no ha conseguido la suficiente bibliografía como para comprender científicamente el problema. Se dice que en esta investigación los resultados que

se obtienen no son confiables, pero tienen un valor ya que le permite al investigador conocer lo que aún no conocía en su principio.

6.1.4 Según el tiempo

La investigación es de corte transversal ya que se recopilaban datos en un período de tiempo determinado el cual fue segundo semestre 2021.

6.2 Área de estudio

6.2.1 Área de conocimiento

Línea de investigación:

LÍNEA CEC-2: Organizaciones, gobiernos y economía nacional.

SUB LÍNEA: Estrategia empresarial, producción, mercadotecnia, talento humano y toma de decisiones.

6.2.2 Área geográfica

Macro localización:

La ciudad de Estelí, cabecera departamental del mismo nombre, localizado a 150 kilómetros de Managua, es la puerta de "Las Segovias" cómo se conoce a los departamentos de Nueva Segovia, Madriz, Estelí, lo que potencia su posición como principal centro de actividades agro turística y comercial.

Este municipio posee hoteles, restaurantes, bares, guías turísticos que ofrecen tours en la zona, cafetería, entre otros servicios y actividades más que puedes realizar, lo que la hace una ciudad muy completa para visitarla.

Limita al norte con el municipio de Condega, al sur con el municipio de la trinidad, al este con la concordia y al oeste con el municipio de San Juan de Limay. Es Conocido también como "El Diamante de la Segovia "

Ilustración 1 Mapa de la ciudad de Estelí, y alrededor sus pueblos cercanos



Fuente: Foto capturada del google predet desde dispositivo móvil, año 2021

Micro localización:

Específicamente el lugar de estudio es el restaurante La Terraza Colombiana que se encuentra ubicado en zona urbana- sur de la ciudad, frente al hospital San Juan de Dios, el restaurante cuenta con área ejecutiva privada, área para música en vivo y una terraza donde se observa una linda vista panorámica de la ciudad de Estelí, este restaurante es el lugar ideal para los que buscan tranquilidad y un ambiente de paz.

Se caracteriza por ofrecer el sabor y ambiente colombiano, desde sus platillos hasta la vestimenta de personal del trabajo. Ante los otros restaurantes de esta zona La terraza colombiana se distingue por su originalidad.

Ilustración 2 Ubicación del Restaurante la Terraza Colombiana



Fuente: foto captura de google satélite desde dispositivo movil, año 2021



Ilustración 3 Restaurante La Terraza Colombiana, año 2021

6.3 Población

Este término tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada. Se dice que la población cuenta con elementos que son la parte esencial para el análisis del problema de la investigación; como son las personas, objetos, organismos, historias. Es decir, población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se van a estudiar.

La población seleccionada para el estudio de nuestra investigación fue el conjunto de restaurantes de la zona urbana del municipio de Estelí que ofrecen el servicio de alimentación independientemente de su categoría y especialidad, ya que probablemente al inicio de la Pandemia COVID19 presentaron serias afectaciones en su establecimiento.

6.4 Muestra

Según Hernández Sampieri, la muestra es en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población. Y que puede ser probabilística y no probabilística. (Hernandez Sampieri & Fernandez Collado, 2014)

En esta investigación se consideró como objeto de estudio el restaurante La Terraza Colombiana y las muestras seleccionadas a los colaboradores, clientes y gerente general. Aplicamos encuestas en total a 50 personas entre ellos clientes y posibles clientes.

El muestreo que se utilizó en la investigación es no probabilístico, porque no se está probando nada y se eligió el lugar por conveniencia ya que esta empresa proporcionó la información que se necesitaba y la accesibilidad que ofreció para visitar y estudiar sus instalaciones en el momento que se requería y así poder aplicar los instrumentos de recopilación de datos a las personas que se creía conveniente investigar para obtener información

El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar. En el muestreo no probabilístico, no todos los miembros de la población tienen la oportunidad de participar en el estudio (QuestionPro, s.f.).

6.5 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Se puede decir que cada uno de estos métodos tiene la forma particular de acercarnos a lo que es nuestro objetivo de estudio, los métodos teóricos permiten descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales, no detectables de manera conceptual. Por ello se apoya básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción.

En la investigación se aplica el método inductivo ya que este parte de la observación de los fenómenos particulares que se presentan en la empresa y se llega a las conclusiones por experiencia y sus proposiciones son concreciones.

En la presente investigación se considera útiles las siguientes técnicas:

- Entrevista:

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar (Jiménez, 2012)

Se realizó una entrevista semiestructurada debido a que se redactaron preguntas planeadas. Esta herramienta es una de las más utilizada durante el estudio de campo ya que se requería de mucha información del gerente general.

- Encuesta:

Es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz (. Casas Anguitaa, 2003)

Mediante un cuestionario previamente diseñado se recopilaban datos con el objetivo de conocer la aceptabilidad de clientes y posibles clientes acerca de propuestas estratégicas para el mejoramiento de la competitividad y la comercialización

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información.

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Hoja de encuesta
Entrevista	Cuestionario

6.7 Etapas de la investigación

Primera etapa de la investigación: Documentación

El principal objetivo de esta investigación es acerca de la influencia del covid19, y como este término es nuevo de conocer, es decir aún no existen documentos o libros que brinden información completa o formal acerca de este tema. Es por eso que la presente investigación en su mayoría se nutre de teoría encontrada en la web y de redacciones propias.

Se utilizaron documentos y tesis relacionadas al turismo en general, lo cual fueron encontradas en la biblioteca de la FAREM-Estelí y el repositorio de la UNAN-MANAGUA.

Segunda etapa de la investigación: Elaboración de los instrumentos.

Una vez realizado el cuadro de operacionalización y conforme a los objetivos planteados, se elaboraron 1 entrevista dirigida al propietario del restaurante La Terraza Colombiana, de igual manera se diseñó una encuesta que fue aplicada a 50 personas entre ellos clientes y posibles clientes (Ver instrumentos de entrevista y encuestas en anexos).

Tercera etapa de la investigación: Trabajo en el campo

Anticipadamente se agendó el espacio con la propietaria del restaurante La Terraza Colombiana. Se utilizamos herramientas como Tablet, computadora, dispositivos móviles para realizar la entrevista de manera formal.

Esta entrevista fue nuestro pilar fundamental para conocer la influencia del covid19 en la estructura organizacional y productividad del restaurante.

.

Cuarta etapa de la investigación: Procesamiento y análisis de datos.

El procesamiento de los datos se refiere a todo el proceso que sigue un investigador desde la recolección de datos, hasta la presentación de los mismos en forma resumida. Tiene básicamente tres etapas: recolección y entrada, procesamiento y presentación. Para el caso de las ciencias sociales y naturales, mucho de este procesamiento de datos, previamente ya codificados, se hace a través de las llamadas “bases de datos”, que son registros, debidamente clasificados y almacenados por algún medio electrónico. El procesamiento de los datos por medio de programas informáticos, representan una ventaja en tiempo, dinero y espacio ya que arrojan resultados inmediatos. En este proceso cuenta, sobre todo, la habilidad del ser humano para capturar los datos y procesarlos de acuerdo a algún parámetro estadístico (investigacion, 2006).

En análisis de datos se realizó mediante un procesamiento de información conforme problema de la investigación y objetivos, los resultados se presentan mediante gráficos y tablas cada uno con sus respectivas interpretaciones.

La entrevista es la herramienta más utilizada en esta investigación es por eso que para el análisis de la entrevista se realizaron los siguientes pasos:

- ✓ Análisis temático: Se analizaron las respuestas conforme a los objetivos
- ✓ Análisis narrativo: Redacción conforma a la necesidad y obstáculos enfrentados.

A través de Excel se realizaron hojas de cálculos de todas las respuestas de la encuesta aplicada a clientes y posibles clientes.

Se insertaron las preguntas en Google formularios. Una vez que se distribuyó el formulario, todas las respuestas de las 50 personas encuestadas entre ellos clientes y posibles clientes se iban mostrando en la pestaña de respuestas.

VII. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.

El presente capítulo da respuesta a los objetivos planteados en la investigación, así mismo presenta un análisis y discusión de los resultados obtenidos de la entrevista realizada al gerente general y a la encuesta aplicada a 50 personas entre ellos clientes y posibles clientes.

Los resultados 1 y 2 corresponden al primer objetivo, seguido del resultado número 3 correspondiente al segundo objetivo y como último resultado correspondiente al tercer objetivo de la investigación.

Se realizó una matriz FODA desde la opinión propia, datos que fueron encontrados y analizados mientras se realizaba la investigación, considerando que cada aspecto de la matriz FODA, ayudará a concretar los resultados y conclusiones.



Resultado 1: Influencia del covid19 en la estructura organizacional

El covid19 no solo ha impactado negativamente la salud de las personas, también afecta significativamente a la economía y especialmente a la industria restaurantera, debido a la desconfianza del consumidor al momento de asistir a un establecimiento y por otra parte a las restricciones y medidas implementadas por las autoridades.

Por tales motivos los establecimientos se vieron en la necesidad de modificar las acciones estratégicas tal es el caso del restaurante que realizó lo siguiente:

- Durante el inicio de la pandemia la gerencia realizó recorte de personal a 4 colaboradores de lunes a viernes y 6 fin de semana.
- Actualmente cuenta con 11 colaboradores diarios y 14 colaboradores los fines de semana.

Se puede analizar que efectivamente el covid19 afectó en la estructura organizacional, a causa de esto hubo reducción de personal por la poca afluencia de visitantes al restaurante, debido a esto la administración que estaba a cargo al inicio de la pandemia se vio en la obligación de realizar esta acción para mantenerse a flote. En la actualidad es notable el cambio positivo que ha tenido el restaurante por el aumento de colaboradores que poseen en la actualidad, debido a las estrategias que ha implementado la nueva gerencia para contrarrestar el impacto que sufrió la estructura organizacional a consecuencia de la pandemia.

Resultado 2: Influencia del covid19 en la productividad

Factores que afectaron la productividad del restaurante durante la pandemia.		
Factores	Causas	Consecuencias
Crisis sanitaria	El número de casos aumentó en Nicaragua, la ciudad de Estelí ha sido una de las más afectadas por el covid19.	Poca afluencia de personas al restaurante, lo que produjo disminución de las ventas en gran porcentaje.
Falta de disponibilidad de material prima	A inicio de la pandemia la gerencia realizó como estrategia la reducción de costo	Menú no variado
Crisis económica	La economía de las personas sufre graves afectaciones debido al covid19, las familias realizan otras prioridades.	Visitar un establecimiento de este rubro no formaba parte de sus necesidades.

El restaurante La Terraza colombiana antes de la pandemia (2019) recibía de 20 a 25 personas durante el día, y durante el inicio de la pandemia (2020) solo recibían de 10 a 12 personas diario.

Es decir, un promedio de 8 personas representa un 40% de bajan en la productividad ya que, al no atender a muchos clientes y la reducción de horas laborales, la productividad fue perjudicada.

Resultado 3: Acciones implementadas en el restaurante La Terraza

A través de la gerencia se han implementado acciones en beneficio del restaurante, en la actualidad hay unas que se retomaron con más énfasis para enfrentar el covid19 entre esas acciones están las siguientes:

- ✚ Mantener personal, en esta ocasión la administración ha procurado mantener a sus colaboradores, esto como una estrategia de rentabilidad porque considera que al despedir a sus colaboradores y luego volver a contratar esto va a costar tiempo y dinero.
- ✚ Cubrir costos: Considera que cubrir costo le permite ofrecer un menú variado
- ✚ Medidas de bioseguridad
- ✚ Marketing constantemente activo
- ✚ Crear confiabilidad y seguridad en los clientes
- ✚ Fidelización de los clientes.
- ✚ Capacitación de personal
- ✚ Música en vivo todos los fines de semana
- ✚ Ofrecer servicios a través de pedidosya.
- ✚ Realización de eventos (boda, cumpleaños, conferencias, talleres entre otros)

“Considero que recortar personal no es una buena idea, porque las oleadas de covid19 tienden a durar de 3 a 5 semanas, y al recortar personal y después volver a contratar implica gastos de contratación, tiempo y dinero”_Daniela De Smet, propietaria actual del restaurante.

Esta estrategia dio lugar a la creación de clientes fieles, debido a las medidas de bioseguridad implementada lo que permitió a los clientes visitar nuevamente el restaurante con todas las condiciones y calidad de servicio.

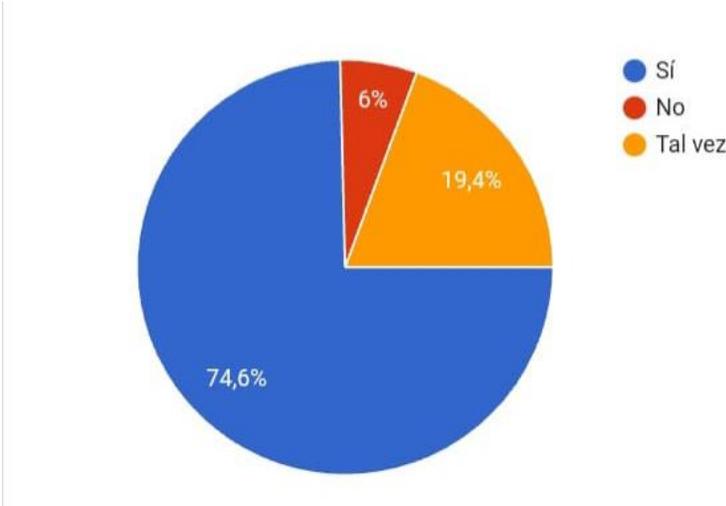
Resultado 4: Estrategias para mejoramiento de la competitividad y comercialización empresarial.

Este nuevo estilo de vida a partir del surgimiento de pandemia covid19, ha dado espacio a la innovación organizacional como un factor de competitividad. La innovación permite ofrecer, brindar su servicio o producto y así mantenerse en el mercado a pesar de la crisis.

Se realizado una encuesta diseñada para conocer la aceptabilidad de los clientes al momento de aplicar el código qr en su menú o carta, se dice que es preferible tener menús digitales o desechables.

El código QR en restaurantes ofrecen múltiples ventajas de competitividad, pero sobre todo el cliente del local puede acceder rápida y segura a la información de tu carta desde su móvil.

Ilustración 4 Gráfico 1 Aceptabilidad de la propuesta del código QR



Fuente: Gráfico facilitado por google form

Nota: 74,6% representa a las personas que están de acuerdo, 19,4% que probablemente estén de acuerdo, y un 6% no están de acuerdo.

Mediante este gráfico se puede observar que más del 50% de los encuestados Sí están de acuerdo con la implementación del código QR, lo que se considera un resultado satisfactorio para llevar a cabo esta estrategia, que traerá beneficio para la competitividad.

La herramienta se ha convertido en la puerta de entrada y en una solución segura para el comercio en la nueva normalidad.

Tabla 2 propuesta estratégica para el mejoramiento de la competitividad y la comercialización-Sello safe travels

Implementación del sello Safe Travels	
Información	Nicaragua obtuvo el sello de viajes seguros, <i>Safe Travels</i> , del Consejo Mundial de Viajes y Turismo. Por la aplicación de Protocolos de Bioseguridad Turística en el contexto de la COVID-19, que fueron elaborados conjuntamente entre las instituciones de Gobierno y el sector privado.
Definición	Es el primer sello mundial de seguridad e higiene del mundo para viajes y turismo, diseñado específicamente para abordar COVID-19 y similares brotes.
Objetivo	Promueve el turismo responsable

Beneficios para el restaurante	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolos alineados con el sector privado mundial • Crea confianza y seguridad a los visitantes
Proceso de solicitud	<p>*Revise protocolos de bioseguridad según su actividad y asegúrese que los cumple.</p> <p>*Lea los Términos y Condiciones antes de solicitar el uso del sello.</p> <p>*Complete esta Guía de Autoevaluación en su empresa.</p> <p>*Llenar la siguiente Declaración jurada que debe ser firmada por el representante legal de la empresa solicitante.</p> <p>*Tener la Licencia Sanitaria emitida por el MINSA, vigente a nombre de la empresa solicitante, aplica para las empresas de las clasificaciones: Alimentos y Bebidas, Entretenimientos y Centros Nocturnos</p> <p>*Tener “Titulo de Licencia” vigente emitida por INTUR</p> <p>*Completar el formulario y aceptar los términos y condiciones para uso del sello.</p>
Importancia de la estrategia	Se considera importante obtener este sello para el restaurante , ya que garantiza las seguridad y confiabilidad de los clientes al momento de visitar

	este establecimiento, por ende incursionara al restaurante al mercado competitivo
--	---

Fuente: Diseño propio

Nota: La información dada en la tabla, fue transcrita de la página oficial de INTUR.

Tabla 3 Propuesta estratégica-Campaña de publicidad

Campaña de publicitaria		
¿Qué es ¿	Objetivos	Beneficios
Una campaña publicitaria es una estrategia de comunicación que llevan a cabo las empresas para difundir un producto, servicio o material de la marca a su mercado meta, con el objetivo de fijarla en la mente de sus consumidores potenciales.	Permite difundir una cultura de la seguridad de la información involucrando a los miembros de una organización en las tareas y deberes que se definan para alcanzar objetivos y metas, al mismo tiempo de resguardar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en la competitividad • Valor a la marca del restaurante • Capta atención del cliente y público en general. • Fidelización

Fuente: Diseño propio

Nota: Información de la web y redacción propia.

Tabla 4 Propuesta para mejoramiento de la competitividad y comercialización-Código QR

Paso 1



- Se diseña el menú o toda aquella información que deseas que el cliente lea.
- Lo puedes realizar a través de las distintas app que te facilitan el modelo de tu preferencia.

Paso 2



- Ingresas a página de QR CODE GENERADOR.
- Esta aplicación es completamente gratis.
- Regístrate para tener más accesibilidad.
- Ingresas la imagen o información que desees escanear.

Paso 3



- Una vez que ya tengas tu código puedes imprimirlo y colocarlo sobre las mesas o donde sea disponible para el uso de los clientes

Fuente: Diseño de herramienta SmartArt



VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

8.1 CONCLUSIONES

El resultado de estudio de la presente investigación sobre el tema "Influencia del covid19 en la estructura organizacional y la productividad del restaurante La Terraza Colombiana de la ciudad de Estelí durante el segundo semestre del año 2021" y conforme a los objetivos propuestos al inicio del estudio se menciona que:

Analizando el supuesto de investigación planteada en los capítulos anteriores se menciona que efectivamente el covid19 ha impactado negativamente el restaurante La Terraza colombiana.

- Impacto en la estructura organizacional: Al inicio de la pandemia la estructura organizacional sufrió gravemente, ya que hubo recorte de personal y disminución de horas laborales, por ende, el personal colaborador sufrió afectaciones.
- Impacto en la productividad: La poca afluencia de visitantes y la incertidumbre de los trabajadores en cuanto a la pandemia que azota a la humanidad, podríamos decir que estos serían los factores que influyen en disminución de la productividad.
- Acciones Implementadas: Las acciones realizada por la gerencia ha permitido la reinversión de las actividades en el restaurante, es notable la presencia de clientes con normalidad y seguridad, esto gracias a las medidas y acciones que garantizan seguridad y confiabilidad
- Estrategia para el mejoramiento de la competitividad y comercialización: Como grupo de trabajo de investigación, consideramos que las propuestas estratégicas de mejoramiento facilitarían a los clientes una mayor seguridad y el restaurante un lugar con mayor prestigio, así mismo se estaría posicionando e incorporando a las nuevas tendencias

8.2 RECOMENDACIONES

Consideramos la importancia que tiene esta investigación y en función de los resultados obtenidos, se formulan las siguientes recomendaciones que se considera que será de gran importancia para el mejoramiento de la productividad en el restaurante La Terraza Colombiana.

A INTUR:

- Promover el restaurante La Terraza colombiana mediante sus plataformas digitales
- Capacitación al personal ante los nuevos sistemas de negocio.

A la gerencia del restaurante La Terraza colombiana:

- Tomar en cuenta las estrategias de mejoramiento para la competitividad y comercialización
- Fortalecer las medidas de bioseguridad

A la universidad:

- Motivar al seguimiento de esta investigación
- Actualizar documentos que brinden información acerca del covid19.

REFERENCIAS

(n.d.). *Metodología de la Investigación*. Universidad Valle del Grijalva.

+. (n.d.).

(2020, 06 01). *El comercio*.

(2020, 06 25). From teleSURtv.net: <http://www.telesurtv.net>

3M. (n.d.).

Ávila, C. B. (2013). La epidemia de cólera en América Latina reemergencia y morbimortalidad . <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129271>.

Banco de desarrollo de America Latina. (2020, 05 13). From [https://www.caf.com/Carta Digital](https://www.caf.com/Carta-Digital). (n.d.). From <https://tucartadigital.com/>

Caurin. (2018). *Guía del empresario*. From <https://guiadelempresario.com/>

clubplaneta.com.mex. (n.d.). From elclima.com.mx

Díaz, G. (n.d.). *La Entrevista Cualitativa*. Oaxaca, Mexico: Publicaciones de la universidad Mesoamericana.

EAE Business School. (2021, Abril 23). From <https://retos-directivos.eae.es/economipedia> . (2020). From <https://guiadelempresario.com/>

El Economista. (2021, 04 21). From <https://www.eleconomista.com.mx/>

Fairlie, A. (2020, 11 13). *Trabajando por el Perú y la integracion regional* . From Parlamento Andino: <https://alanfairliereinosa.pe/?p=7471>

Fude, f. (n.d.). From educativo.net: <https://www.educativo.net/articulos>.

Gallo, M. (n.d.). *Gestion*. From *Economia*.

Garcés. (200). *Investigacion Científica* . Quito: Abya_yala.

Guzman, C. (2020). *PQS*. From <https://pqs.pe/>

Guzman, C. (8, Febrero 2021). *PQS*. From <https://pqs.pe/>

Hernandez Sampieri, R., & Fernandez Collado, C. y. (2014). *Metodología de la Investigación*. MCGRAW-HILL.

Hernandez, S., & Olgún, E. (2020, Enero-junio). *Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo*. From <https://www.uaeh.edu.mx/>

HERRAMIENTAS-PARA.com. (n.d.). From <http://herramientas-para.com>

investigacion, M. d. (2006). *Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, Pila*.

konfio. (n.d.). From <https://konfio.mx>

M, J. A. (n.d.). *monografias.com*. From <https://www.monografias.com/>

Metodología de la investigación. (2010, 06 14). From <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Mischke, L. T. (2021, abril 21). From <https://www.eleconomista.com.mx/>

organización internacional del trabajo. (2020, 06 2).

Organizacion Panamericana de la Salud. (2020). From <https://www3.paho.org/>

Pangestu, M. E. (2021, abril 30). *Banco Mundial Blogs*. From <https://blogs.worldbank.org/>

QuestionPro. (n.d.). From <https://www.questionpro.com/>

Reynoso, C. A. (2010). *La influenza A (H1N1) y las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias*. Mexico .

Robert W.McIntosh, C. R. (2000). *Turismo Planeacion, Administración y Perspectivas*. Mexico: LIMUSA S,A.

Salazar, B. (2020, Octubre 9). *Guia del empresario* . From <https://guiadelempresario.com/>

Sampieri. (2014). *Metodologia de la investigación*. MC Graw Hill Education.

Sanchez, A. (2020, marzo 26). *kike arnaiz*. From <https://www.kikearnaiz.com/blog-de-viajes/tipos-de-turismo-que-necesitas-conocer>

Terry, L. F. (2021, 09 21). *Gestion*. From *Economia.tucartadigital.com*. (n.d.). From <https://tucartadigital.com/wp-content/uploads/2020/06/10-herramientas-digitales-hosteleria.pdf>

tucartadigital.com. (2020). *10 Herramientas Digitales imprecindibles para la hosteleria*. From <https://tucartadigital.com/wp-content/uploads/2020/06/10-herramientas-digitales-hosteleria.pdf>

Turismo, Hoteleria y Restarantes . (2007). Lima: Lexus.

UCA. (n.d.). From http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf

voz de America . (2020, 08 27). From <https://www.vozdeamerica.com>

W.McIntosh, R. (n.d.).

ANEXOS

9.1 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Entrevista para Gerente General del Restaurante La Terraza Colombiana Estelí

Reciba nuestros saludos, somos estudiantes de V año de la UNAN MANAGUA /FAREM ESTELÍ y nos presentamos ante usted para solicitar de su valioso tiempo y realizar una formal entrevista para conocer la influencia del COVID19 en el restaurante, la información que obtendremos mediante esta entrevista nos será de gran importancia para complementar nuestra investigación de Tesis Final para optar por el título de administración turística y hotelera.

1. ¿Cuántos colaboradores conformaban la estructura organizacional del restaurante ante de la pandemia?
2. ¿Cuál es la estructura organizacional en la actualidad?
3. ¿Cómo ha sido el comportamiento de la productividad durante la pandemia?
4. ¿Cuántas horas laboran en el restaurante?
5. ¿Qué acciones realizan los jefes de área, para enfrentar la pandemia?
6. ¿Cuáles son las estrategias implementadas por la gerencia del restaurante para enfrentar los efectos de covid19?
7. ¿Cuáles son las acciones que se ponen en práctica para garantizar la seguridad de los clientes?
8. ¿Cuál es la responsabilidad individual y colectiva de cada colaborador?
9. ¿Cómo se encuentra el clima organizacional del restaurante en tiempos de pandemia?
10. ¿Aproximadamente cuantos clientes visitaban a diario el restaurante, ante del inicio de la pandemia?

11. ¿Cuál es el promedio diario de clientes que visitan el restaurante?
12. ¿Considera importante la aplicabilidad de estrategia?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Encuesta para evaluar el uso de herramientas tecnológicas en el área de servicio y atención al cliente.

Mediante esta encuesta pretendemos conocer la aceptabilidad de los clientes al momento de implementar el código qr en menú o cartas.

1. ¿Qué herramientas digitales utiliza?
 - Celular
 - Computadora
 - Tablet
2. ¿Cómo valora el uso de herramientas digitales?
 - Buena
 - Muy buena
 - Excelente
3. ¿Considera que implementar herramientas tecnológicas benefició a una empresa?
 - Sí
 - No
 - Tal vez
4. ¿Considera importante que los restaurantes implementen herramientas tecnológicas para mejorar el proceso de atención al cliente en tiempos de pandemia?
 - Sí
 - No
5. ¿Si visitas un restaurante de qué manera te gustaría realizar el pago?
 - Efectivo
 - Tarjeta de crédito

6. ¿Le gustaría que un restaurante cuente con el sistema de código Qr donde los clientes puedan ver el menú y hacer sus pedidos a través de online?
- Si
 - No
 - Tal vez
7. Por motivos pandemia ¿De qué forma te gustaría que te presenten el menú en un restaurante?
- Manual o físico
 - Mediante escáner de código Qr.

➤ Link de la encuesta aplicada a través de google formulario
<https://forms.gle/hAyj1KKkpuqPW3Qs5>

Ilustración 5 Diseño de encuesta aplicada en google forms

Encuesta para evaluar el uso de herramientas tecnológicas en el área de servicio y atención al cliente

Mediante esta encuesta pretendemos conocer la aceptabilidad de los clientes al momento de implementar herramientas tecnológicas en el servicio y atención dentro de un establecimiento restaurantero .

¿Qué herramientas digitales utiliza? *

Seleccione la que con mayor frecuencia utiliza.

Celular

¿Qué herramientas digitales utiliza? *

Seleccione la que con mayor frecuencia utiliza.

Celular

Computadora

Tablet

¿Cómo valora el uso de herramientas digitales? *

Buena

Muy Buena

Excelente

Fuente: Captura de pantalla desde dispositivo móvil, tomada por Seidy López ,l 10 de octubre 2021

Ilustración 6 Aplicación de instrumentos-Entrevista al Gerente general



Fuente: Foto tomada en el restaurante la terraza colombina por Seydi López, año 2021

Nota: Se observa a un integrante del grupo de investigación al momento que realiza la entrevista al gerente general.

Ilustración 7 Personal del restaurante La Terraza Colombiana



Fuente: Foto recuperada de la red social-Instagram del restaurante La Terraza Colombiana, año 2021

Nota: Imágenes de protocolos de bioseguridad que implementa el restaurante La Terraza colombiana.

Ilustración 8 La Terraza Colombiana



Fuente: Foto recuperada de la red social-Instagram del restaurante la Terraza Colombiana, año 2021

Nota: Se observa el distanciamiento de mesas , uno de las medidas implementadas por el restaurante

Tabla 5 Cronograma de actividades.

N°	Actividades	18 /Ag	25 /Ag	01/ Sep	08/ Sep	22/ Sep	06/ Oct	20/ Oct	10/ Nov	17/ Nov	24/ Nov	02/ Dic	13 /Dc
1	Revisión de tema y objetivos												
2	Revisión del marco teórico												
3	Operacionalización de variable												
4	Diseño metodológico												
5	Revisión de instrumentos aplicar												
6	Aplicación de instrumento												

7	Análisis y discusión de resultado												
8	Entrega de informe final												
9	Defensa de grupo												

Fuente: Diseño propio

Tabla 6 Tabla de Hoja de Cálculo de encuestas

¿Qué herramientas digitales utiliza?	¿Cómo valora el uso de herramientas digitales?	¿Considera que implementar herramientas tecnológicas benefició a una empresa?	¿Considera importante que los restaurantes implementen herramientas tecnológicas para mejorar el proceso de atención al cliente en tiempos de pandemia?	¿Si visitas un restaurante de qué manera te gustaría realizar el pago?	¿Le gustaría que un restaurante cuente con el sistema de código Qr donde los clientes puedan ver el menú y hacer sus pedidos a través de online?	Por motivos pandemia ¿De qué forma te gustaría que te presenten el menú en un restaurante?
Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	No	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	No	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr

Fuente: Hoja de cálculo diseñado por google formulario y Excel

Nota: se observa resultados de encuesta aplicada

Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Tal vez	mediante escáner de código Qr
Celular, Computadora	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	Tal vez	Sí	Efectivo	No	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Tal vez	mediante escáner de código Qr
Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular	Buena	Tal vez	Sí	Tarjetas de créditos	Tal vez	mediante escáner de código Qr

Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Tal vez	mediante escáner de código Qr
Celular, Computadora	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Tal vez	Manual o físico
Celular	Muy Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr

Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Tal vez	Manual o físico
Celular	Muy Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Muy Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Buena	Tal vez	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico

Celular, Computadora	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular, Computadora	Buena	si	Sí	Efectivo	Tal vez	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	Manual o físico
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Excelente	si	Sí	Efectivo	Tal vez	mediante escáner de código Qr
Celular	Buena	si	Sí	Efectivo	Tal vez	mediante escáner de código Qr
Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Sí	mediante escáner de código Qr
Celular	Muy Buena	si	Sí	Tarjetas de créditos	Tal vez	Manual o físico

Celular	Muy Buena	si	Sí	Efectivo	Tal vez	Manual o físico
Celular	Muy Buena	si	Sí	Efectivo	Sí	mediante escáner de código Qr

9.4 BOSQUEJO DE LA FUNDAMENTACION TEORICO.

- I. Generalidades del turismo
 - 1.1 Origen del turismo gastronómico
 - 1.2 Origen y definición de los restaurantes
- II. Pandemia Covid19
 - 2.1 Impacto al turismo
 - 2.2 Efectos al sector de restaurantero
 - 2.3 Incidencia en la estructura organizacional
 - 2.4 Influencia en la productividad empresarial
- III. Acciones implementadas ante la pandemia covid19
 - 3.1 Medidas y normas de bioseguridad
 - 3.2 Reactivación económica
 - 3.3 Reapertura al sector restaurantero de Nicaragua
 - 3.4 Estrategias de ventas
- IV. Competitividad empresarial
 - 4.1 Definición
 - 4.2 Tipo de competitividad
 - 4.3 Estrategia para aumentar la competitividad empresarial
- V. Comercialización empresarial
 - 5.1 Definición
 - 5.2 Importancia de la comercialización
 - 5.3 Elementos de la comercialización
 - 5.4 Estrategias sobre la comercialización