



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

**Incidencia del COVID–19 en la estructura organizacional de las  
cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails en la ciudad de Estelí en  
el segundo semestre del 2021**

Seminario de graduación para optar al título de Licenciado en  
**Administración Turística y Hotelera**

### **Autores:**

Cornejo Castro Chelsea Yomari 16050908

Rivera Morales Leana Gabriela 17504977

Rodríguez Tinoco Aura Isabel 17506792

### **Tutora:**

**MSc. Arelis Esmeralda Moreno López**

Estelí, 01 febrero 2022







UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## **Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí**

**Incidencia del COVID–19 en la estructura organizacional de las  
cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails en la ciudad de Estelí en  
el segundo semestre del 2021**

**Trabajo de Seminario de graduación para optar  
al grado de  
Licenciado (a) en la carrera de Administración Turística y Hotelera**

### **Autores:**

Cornejo Castro Chelsea Yomari 16050908

Rivera Morales Leana Gabriela 17504977

Rodríguez Tinoco Aura Isabel 17506792

### **Tutora:**

**MSc. Arelis Esmeralda Moreno López**

Estelí, 01 febrero 2022



## DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado a mi formación profesional, a mi padre Marvin José Rodríguez, quien me ha enseñado que el mejor conocimiento que se puede tener es el que aprende uno mismo. También está dedicado a mi madre, Lesbia Lily Tinoco Meza quien me enseñó que incluso la tarea más grande se puede lograr si se hace un paso a la vez. A mi hermano Meslier José y hermana Lesbia Lilieth por estar siempre unidos ante cualquier dificultad. Los quiero mucho a todos, son mi familia.

*Aura Isabel Rodríguez Tinoco*

Esta investigación está dedicada en primer lugar a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado a mi formación profesional, a mi padre Wilfredo Cornejo Galeano, quien me ha enseñado a esforzarme y ha sido mi ejemplo claro para nunca dejar de aprender. También está dedicado a mi madre Damaris Castro Zeledón quien me enseñó con su ejemplo la fortaleza ante las adversidades, además siempre me recordó mi capacidad para realizar lo que me propongo. A mi hermana Ashley Michelle, por su amor y apoyo, por último, pero no menos importante, este logro también es para mis abuelitos, porque siempre me mantuvieron en sus oraciones y es por eso que me he mantenido en pie, y a todas aquellas personas que de una u otra manera estuvieron para mí en este proceso. Los amo.

*Chelsea Yomari Cornejo Castro.*

Esta investigación está dedicada en primer lugar a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado a mi formación profesional, a mi padre Danilo Rivera Vanegas y a mi madre Idalia Morales Morales, que siempre me apoyaron incondicionalmente, por ser siempre mis principales motivadores. A mis hermanos, a mi familia en general, amigos, amigas por su amor y apoyo que me brindaron día a día en el transcurso de cada año de mi carrera los quiero mucho.

*Leana Gabriela Rivera Morales*

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la UNAN Managua, Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí y a sus docentes, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de esta profesión, de manera especial, a las Maestras Mariela Gutiérrez Hernández y Arelis Esmeralda Moreno López ya que, con su paciencia y su rectitud como docentes nos condujeron en esta investigación para alcanzar la meta final. De igual manera a los empresarios de Café Don Luis y Coffee & Cocktails y, a los clientes que visitan ambas cafeterías, quienes brindaron la información para que esta investigación fuera posible. Igual mérito para otras personas que nos revisaron y ayudaron dándonos ideas para la redacción final de este documento.

*Laura Isabel Rodríguez Tinoco.*

*Chebea Yomari Cornejo Castro.*

*Leana Gabriela Rivera Morales.*

## 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: Incidencia del COVID-19 en la estructura organizacional de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails en la ciudad de Estelí en el segundo semestre del 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.

Las autoras de este trabajo son: Cornejo Castro Chelsea Yomari N° 16050908, Rivera Morales Leana Gabriela N° 17504977, Rodríguez Tinoco Aura Isabel N° 17506792, 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

En la presente investigación se planteó el problema de la incidencia del COVID-19 en la estructura de la productividad empresarial en los negocios turísticos de la ciudad de Estelí. Se tiene como objetivo general hacer un análisis de esta incidencia en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails. En lo específico se planteó, la descripción de las afectaciones económicas a estos establecimientos, así como, los protocolos de bioseguridad implementados. Para obtener información se hicieron entrevistas a los propietarios y encuestas a los clientes. Para el análisis de los datos se utilizaron los métodos teóricos inductivo, deductivo, análisis y síntesis. Esta información se procesó en la aplicación Google Form. Como resultados se encontró que los clientes encuestados en su mayoría son gente muy joven y mayoritariamente mujeres. Además, acuden mucho los estudiantes, y profesionales. También se describen las estrategias encontradas y se propusieron nuevas estrategias de continuidad en el servicio de atención al cliente para seguir implementando en sus protocolos de bioseguridad ante esta pandemia. Se concluyó que la economía en las cafeterías ha provocado una reducción en el porcentaje de ventas en relación a los años anteriores. Además, es importante destacar que los clientes de estas empresas tienen conocimiento sobre el COVID -19 y están conscientes que hay que tener medidas de seguridad para no contagiarse y contagiar a los demás.

**Palabras claves:** COVID-19, estrategias de continuidad y protocolos de bioseguridad.

## **ABSTRACT**

In the following research, the problem addressed was the incidence of COVID-19 on business productivity in tourism businesses in Estelí. The main objective is to analyze the impact of this problem in Don Luis and Coffee & Cocktails coffee shops. The specific objective is to describe the economic impact on these establishments and the biosecurity protocols that have been implemented. Interviews with the owners and customer surveys were conducted to obtain information. The data analysis was carried out by using inductive and deductive theoretical methods, analysis, and synthesis. This information was processed in the Google Form application. The results showed that the clients polled were mostly very young people and mainly females. Also, students and professionals are regular customers. The strategies found are described, and new ones are proposed to be adopted in their biosecurity protocols in response to the pandemic. In conclusion, a decrease was found in the percentage of sales compared to previous years. It is important to point out that the customers of these businesses are aware of COVID-19 and know that they should take safety measures to protect themselves and others from becoming infected.

**Keywords:** COVID-19, continuity strategies and biosecurity protocols.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
VALORACIÓN DEL DOCENTE.....	V
RESUMEN .....	VI
GLOSARIO DE SIGLAS.....	X
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. ANTECEDENTES.....	3
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
3.1 Caracterización del problema .....	5
3.2 Preguntas de investigación.....	5
IV. JUSTIFICACIÓN .....	6
V. OBJETIVOS.....	7
5.1 Objetivo general.....	7
5.2 Objetivos específicos.....	7
VI. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
6.1 Organización empresarial.....	8
6.2 Definición de productividad y rentabilidad empresarial.....	9
6.3 Empresas turísticas.....	10
6.4 Generalidades del turismo .....	13
6.5 Definición de COVID-19.....	19
6.6 Retos y desafíos de servicios turísticos.....	27
VII. SUPUESTO DE LA INVESTIGACION.....	29
VIII. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	30
IX. DISEÑO METODOLÓGICO.....	35
9.1 Tipo de estudio .....	35
9.2 Área de estudio.....	36
1.1 Universo o población .....	38
1.2 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	39
1.3 Etapas de la investigación.....	41
X. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	42
XI. CONCLUSIONES.....	49
XII. RECOMENDACIONES .....	50

<b>XIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>51</b>
<b>XIV. ANEXOS.....</b>	<b>54</b>
<b>14.1 Anexo N° 1 Entrevista a los empresarios de las cafeterías Don Luis y Coffee &amp; Cocktails.....</b>	<b>54</b>
<b>14.2 Anexo N° 2. Encuesta a los clientes de las cafeterías Don Luis y Coffee &amp; Cocktails. ....</b>	<b>56</b>
<b>14.3 Anexo N° 3. Foto de las empresas.....</b>	<b>59</b>

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura N° 1. Ubicación de la Café Don Luis. Fuente: Apple Maps .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura N° 2. Ubicación la Coffee &amp; Cocktails: Fuentes: Apple Maps.....</b>	<b>37</b>
<b>Figura N° 3. Etapas de la investigación Fuente: Propia .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura N° 4. Incidencia del COVID-19. Fuente: Propia .....</b>	<b>43</b>

### **ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla N° 1. Área de estudio.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla N° 2. Reducción de ventas en las empresas .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla N° 3. Protocolos de bioseguridad .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla N° 4. Bioseguridad en las empresas.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla N° 5. Estrategias de servicio al cliente.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla N° 6. Propuestas de estrategias de bioseguridad Don Luis.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla N° 7. Propuestas de estrategias de bioseguridad Coffee &amp; Cocktails .....</b>	<b>48</b>

## GLOSARIO DE SIGLAS

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina

**INATEC:** Instituto Nacional Tecnológico.

**INTUR:** Instituto Nicaragüense de Turismo.

**MERS:** Middle East Respiratory Syndrome (Síndrome respiratorio por coronavirus del Medio Oriente).

**MINSA:** Ministerio de Salud de Nicaragua.

**MITRAB:** Ministerio del trabajo.

**OIT:** Organización Internacional del Trabajo.

**OMT:** Organización Mundial de la Salud.

**OMT:** Organización Mundial del Turismo.

**OPS:** Organización Panamericana de la Salud.

**SRAS:** Síndrome Respiratorio Agudo Severo.

**UN:** United Nations (Naciones Unidas).

# I. INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de la pandemia del COVID-19, la industria turística ha sido afectada debido a las restricciones para evitar el contagio de la enfermedad, cabe destacar que, al igual que esta pandemia han existido muchas otras, las cuales también han incidido en el desarrollo turístico en muchos países.

El presente trabajo de investigación proporciona información a los propietarios de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails, esto implica como ven los clientes sus negocios y la forma como los atienden ante la pandemia. Además, brindarle otras sugerencias sobre estrategias de bioseguridad y servicios de atención al cliente que pueden implementarse.

Así, el documento se estructuró con una Introducción, Fundamentación Teórica, Operacionalización de variables, Diseño Metodológico, Análisis y discusión de resultados, Conclusiones, Recomendaciones y Anexos.

Se tienen los principales referentes teóricos como la organización empresarial, las empresas turísticas y sus generalidades, el turismo y sus generalidades, definición del COVID19, sus retos y desafíos en los servicios turísticos y definición de estrategias para saber convivir con este virus.

En el diseño metodológico se definió el tipo de estudio que es un enfoque cualitativo con elementos cuantitativos. Además, la población son las caferías de Estelí y la muestra son las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails. Se utilizaron instrumentos de datos en este caso entrevista y encuesta, también se describen las etapas de esta investigación.

Por último, se describen los resultados obtenidos por cada uno de los objetivos, obteniendo como principal resultado que, según las entrevistas realizadas los propietarios de las cafeterías en estudio estimaron que el COVID-19 provocó una reducción considerable en el porcentaje de ventas, debido a un menor número de visitas en estos locales, no obstante, estos establecimientos no cerraron sus instalaciones puesto que poseen instalaciones propias así que no tuvieron que incurrir en gastos por renta. Además, se mantuvo el mismo número de colaboradores en ambas empresas para no despedirlos. La estrategia que implementaron fue la reducción de horas de trabajo para el personal, de igual manera esto los afectó ya que significaba un porcentaje menor de ingresos

económicos para ellos, también se describen las conclusiones, siendo la primera que la economía de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails ha sido afectada por la pandemia del virus COVID-19, provocando una reducción en el porcentaje de ventas en relación a los años anteriores debido a un menor número de visitantes en los locales, se destaca la tercera conclusión que dice que cada una de estas empresas tienen estrategias de atención y servicio al cliente, lo que ha permitido la fidelización de sus clientes y por ende, el éxito y la permanencia de éstas en el mercado, además, las empresas tienen protocolos establecidos para evitar el contagio del COVID-19, sin embargo, se han elaborado nuevas propuestas de estrategias de continuidad de atención al cliente con énfasis en la bioseguridad ante el COVID-19 para un mejor servicio.

## II. ANTECEDENTES

Para el desarrollo de este estudio, se consultaron diversas fuentes de información referidas a la temática de estudio y las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails de Estelí.

### Internacional

Naciones Unidas en su *Informe de políticas: "La COVID-19 y la transformación del Turismo"* concluye que el turismo es uno de los más afectados por la crisis actual. Además, expresan que es una oportunidad para repensar el sector turístico y el Acuerdo de París sobre el cambio climático, una oportunidad de trabajar para hacer del turismo un sector más sostenible, inclusivo y resiliente. ((NU), 2020, pág. 2).

Además, el artículo *"La influenza A (H1N1) y las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias"* ofrece una visión compendiada de las principales epidemias de influenza. Da un seguimiento a la aparición y origen de la influenza en 2009, que finalmente fue denominada A (H1N1). Presenta los pasos y principales lineamientos que ante este nuevo virus dio la Organización Mundial de la Salud. (Reynoso, 2010, págs. 35-52).

### Nacional

Revisando estudios a nivel nacional se encontró que hay otras investigaciones referentes al turismo, como el *"Potencial turístico de la finca el Aral en el municipio del Tuma la Dalia, en el departamento de Matagalpa."* Cuyo objetivo era evaluar el potencial turístico de la finca el Aral, se concluye identificando seis recursos naturales, y destacando cinco principales tendencias del turismo que podían incidir en la finca. Además, se elaboró una propuesta de desarrollo turístico para la finca. (Aráuz Lopez, 2017, págs. 10,15)

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-MANAGUA, presentó un estudio sobre la pandemia en congreso científicos, con el lema *"Emprendiendo e innovando en tiempos de coronavirus"*, en el que se planteó la necesidad de proponer soluciones sistemáticas y alcanzar resultados de impacto en el campo de la salud, la educación, y la economía, resaltaron que se debe promover la salud preventiva, las estrategias de autocuidado para preservar la vida, en la nueva normalidad deben tomarse en cuenta las oportunidades y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas mediante el cumplimiento de sus derechos, en este ámbito la universidad debe de hacer docencia e

investigación para que la teoría corresponda con la práctica y contribuya al desarrollo con beneficios. (Amador, 2020, págs. 1-2)

### **Local**

En el documento de tesis *“Desarrollo empresarial en el rubro del café de la empresa familiar café Don Luis en la ciudad de Estelí”*, el objetivo fue determinar los factores que influyeron en el desarrollo empresarial de esta empresa. El tipo de investigación es investigación aplicada, el universo establecido fue la empresa familiar Café Don Luis ubicada en el municipio de Estelí, se hizo uso de la entrevista, guía de observación y la investigación documental. Una de las conclusiones encontradas es que los elementos organizativos como la dirección y control influyeron en el desarrollo de esta empresa, ya que les ha permitido permanecer como café-restaurante durante tres años, teniendo un avance significativo en la comercialización de sus productos. (Hernández, 2015, págs. 1,10,36,60).

Otro documento es sobre las *“Propuestas de estrategias de promoción turística para el posicionamiento en el mercado del Restaurante La Quinta en el municipio de Estelí”*, el objetivo fue diseñar propuestas de promoción turística para este restaurante. Es una investigación descriptiva y los instrumentos de recolección de datos, fueron la entrevista y la encuesta. Una de las conclusiones encontradas fue la elaboración de propuestas de promoción turística, la realización de un spot publicitario, la creación de perfil en redes sociales y un paquete de promociones para dicho restaurante (Acuña, 2019, págs. 1,10).

En la Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí no existen investigaciones enfocadas propiamente en el COVID 19 y su incidencia en el turismo y las cafeterías, por lo tanto, esta investigación es importante tanto para la facultad, como para sus estudiantes ya que servirá como antecedente para nuevas investigaciones.

### **III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **3.1 Caracterización del problema**

El turismo en la región latinoamericana se ha detenido en gran parte como resultado de la pandemia de COVID-19. Esta parálisis del sector de turismo no solo ha afectado fuertemente a las economías y el empleo del Caribe, sino también a muchas comunidades locales en América Latina (CEPAL, 2020, pág. 1). Según la Organización mundial del Turismo (OMT) el brote mundial de COVID-19 ha llevado al mundo a su paralización, y el turismo ha sido el más afectado de todos los grandes sectores económicos.

El turismo es una de las fuerzas motrices esenciales del empleo y del crecimiento. Pero el COVID-19 ha cambiado drásticamente esto, el impacto en las empresas turísticas y en sus trabajadores, que en su mayoría son mujeres jóvenes. (OIT, 2021, pág. 5).

La pandemia del COVID-19 ha afectado de manera significativa el ámbito económico en la ciudad de Estelí, sobre todo a aquellas empresas que dependen del turismo por ejemplo los hoteles, restaurantes, y las cafeterías.

Ante lo expuesto se plantea el siguiente problema de investigación:

#### **3.2 Preguntas de investigación**

¿Cuál es la incidencia del COVID-19 en la estructura de productividad empresarial en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails de la ciudad de Estelí?

¿Estas cafeterías implementan estrategias de bioseguridad en sus instalaciones?

¿Cuáles son los protocolos de bioseguridad que implementan estas cafeterías ante el COVID-19?

¿Qué estrategias en servicio de atención al cliente tienen estas cafeterías?



## IV. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación aborda la estructura organizacional empresarial de las cafeterías Café Don Luis y Coffee & Cocktails en relación a la pandemia COVID-19 desencadenada en el año 2020.

Se analizaron los cambios que han ocurrido en dichas cafeterías en esta era post COVID-19, como los protocolos de bioseguridad, la afluencia de turistas, las nuevas estrategias de servicio y atención a los clientes. Además, los dueños de estas cafeterías pueden analizar desde otras perspectivas el impacto que ha tenido la pandemia, y brindar un mejor servicio mediante la innovación y la sostenibilidad de estas empresas.

Además, con la propuesta de estrategias de continuidad en el servicio de atención al cliente con énfasis en la bioseguridad para las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails, se puede adoptar un plan para remodelar su negocio y su plan de recuperación o sea nuevas ideas para salir adelante ante esta pandemia. Esto implica nuevos cambios a introducir en la estrategia de continuidad del negocio, ya que el COVID 19 está presente en la actualidad.

Este estudio es importante para la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-ESTELI ya que los estudiantes podrán dar continuidad a estudios de esta temática en investigaciones posteriores y podrán analizar otras cafeterías y aportar ante el problema del COVID-19.

## **V. OBJETIVOS**

### **5.1 Objetivo general**

Analizar la incidencia del COVID-19 en la estructura organizacional empresarial de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails en la ciudad de Estelí en el primer semestre del 2021.

### **5.2 Objetivos específicos**

5.2.1 Describir la incidencia del COVID-19 en la organización empresarial en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.

5.2.2 Determinar las acciones implementadas ante en COVID-19 por las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.

5.2.3 Proponer estrategias de continuidad en el servicio de atención al cliente con énfasis en la bioseguridad para las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.

## **VI. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **6.1 Organización empresarial**

Según (Vásquez Rojas, 2020, págs. 1,12,13), define organización empresarial, tipos de estructura organizativa formal e informal y organigrama de la siguiente manera.

#### **Definición de organización empresarial**

Consiste en la forma en que se divide y coordina el trabajo y como se asignan funciones y responsabilidades. Se trata de definir, al menos quien hará el trabajo, cómo, dónde, con qué recursos y a quien reportará. (Vásquez Rojas, 2020, pág. 1)

#### **Tipos de estructura organizativa**

La estructura es la base fundamental de la empresa, corresponde a las divisiones de las actividades para formar departamentos y posteriormente definir la autoridad, con la finalidad de alcanzar los objetivos, pero también todo lo que surge de manera espontánea de la interacción entre los integrantes, tomando en cuenta estas dos variantes se tienen dos tipos de estructura organizacional, estructura formal y estructura informal. (Vásquez Rojas, 2020, pág. 12)

#### **Estructura formal**

Surge como una necesidad para realizar una división de las actividades dentro de una organización que les permita alcanzar los objetivos mediante organigramas manuales y la interacción de los principios de las organizaciones como la división de trabajo, autoridad y responsabilidad, delegación, unidad de mando, jerarquía, tramo de control y equidad en la carga de trabajo. (Vásquez Rojas, 2020, pág. 12)

- **Estructura informal**

Su origen está en la estructura formal, ya que de ahí parte la información de estructura de las relaciones entre los miembros conforme a una mezcla de factores. La estructura informal obedece a la orden social y suelen ser más dinámicas que las formales.

La estructura formal se integra a través de las relaciones entre personas de una mezcla de factores que llegan a formar grupos informales que son representados verbalmente de manera pública. (Vásquez Rojas, 2020, pág. 13)

- **Organigramas**

Los organigramas son representaciones gráficas, se le llama líneas funcionales debido a la división de trabajo, las líneas de autoridad y comunicación se representan de forma gráfica. Para la realización de un organigrama existen significados y reglas en los gráficos, se mencionan algunas, en el caso del staff se deben resaltar con unas líneas punteadas, líneas como autoridad deben salir de la parte inferior del rectángulo, deben encerrarse en un rectángulo el título de cargo, deben incluir los nombres de quien está a cargo el puesto. (Vásquez Rojas, 2020, pág. 13)

## **6.2 Definición de productividad y rentabilidad empresarial**

El desarrollo económico y social de un país depende principalmente de sus altos niveles de calidad y productividad, así como de un crecimiento continuo en estas áreas. (Zamacona, 2003, pág. 1).

- **Productividad**

Es el uso eficiente de recursos, trabajo, capital, tierra, materiales, energía, información en la producción de diversos bienes y servicios. Es la posibilidad de aumentar la producción a partir del incremento de cualquiera de los factores productivos antes mencionados. (Sladogna, 2017, pág. 2)

La productividad también puede definirse como lo producido en un tiempo; en el lenguaje empresarial es la producción de número de objetos en un tiempo, también puede medirse en la velocidad de creación intelectual.

- **Rentabilidad**

La rentabilidad es la diferencia entre los ingresos y gastos como también es el retorno sobre la inversión, siendo una evaluación para la gestión empresarial, medida a través de las ventas, activos y capital, la rentabilidad es la confrontación de ingresos y gastos durante un periodo para la producción, también llamado utilidades, que se reflejan en el estado de resultados integrales. (Contrera, 2015, pág. 42).

Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un indicador del desarrollo de una inversión de la capacidad. Hace referencia a un buen beneficio promedio de la empresa por la totalidad de las inversiones.

La rentabilidad económica compara el resultado que se ha obtenido con el desarrollo de la actividad en la empresa y las inversiones que se han realizado para obtener dicho resultado. (Areas, 2015, pág. 1).

### **6.3 Empresas turísticas**

#### **Definición de empresas**

Una empresa es una unidad económica social, integrada por elementos humanos, materiales técnicos, que tienen el objetivo de obtener utilidades a través de su participación del mercado de bienes y servicios. (Pérez J. &, 2021, pág. 1).

Según (Ramírez Cavassa C. , 2007, págs. 69,88,89). Define, clasifica y caracteriza las empresas turísticas de la siguiente manera.

#### **Definición de empresas turísticas**

La empresa turística es un organismo social y por lo tanto el individuo como componente de la misma, constituye uno de los elementos claves del sistema empresarial.

La empresa es un todo, organizado y estructurado por recursos materiales, financieros y humanos, cuyo objetivo principal es producir y distribuir productos o servicios a la sociedad. Por su parte, el turismo como fenómeno humano de carácter complejo se origina por la necesidad inherente al individuo de integrarse a su entorno en cualquiera de sus ámbitos ya sean de índole física, cultural, de descanso, de conocimiento de recreación, de placer, aprovechando la variable tiempo para llevar a cabo una actividad de desplazamiento desde el lugar de origen, hasta el de recreación, actividad que conocemos como turística. (Ramírez Cavassa C. , 2007, pág. 69)

#### **Clasificación de empresas turísticas**

Las características de toda empresa turística obedecen en general a su propia estructura, en función de los servicios y actividades que desarrolla, de sus relaciones con el entorno, con el mercado al que sirve, todo los cuales le imprimen un perfil particular. De acuerdo con las actividades que el sector turismo realiza, se puede decir que existen diversos tipos o perfiles de empresas turísticas, por lo que se mencionan dos tipos de características: las generales, comunes a todas empresas turísticas y las específicas, relativas en particular a la actividad que realiza la empresa. (Ramírez Cavassa C. , 2007, pág. 88)

### **Características generales**

- Estructura bastante rígida que obedece a la oferta turística.
- Unidad económica generadora de riqueza.
- Objetivos de servicios y de lucro.
- Organización social y humana.
- Estructura formal a la que se aplican las técnicas de gestión
- Poca diversificación de operaciones.
- Ubicación lejos del mercado turístico.
- Demanda intermitente, no continua.
- Mercado de masa.
- Producto turístico elaborado y consumido in situ.
- Producto turístico sujeto a la fluctuación de los precios y al control gubernamental.
- Financiamiento propio, o por crédito público y privado.
- Personal calificado.

(Ramírez Cavassa C. , 2007, pág. 88)

### **Características específicas**

También (Ramírez Cavassa C. , 2007, pág. 89) aporta que según el giro o la actividad de la empresa turística, además de las características generales ya enunciadas podemos describir algunas específicas:

#### **Hoteles**

- Con capacidad de alojamiento reducido o extensas y con tendencia a la expansión
- Rigidez excesiva en la oferta del servicio.
- Personal altamente especializado.
- Alto grado de seguridad y mantenimiento.
- Gestión empresarial bastante compleja.
- Actividad comercial fluctuante debido al ciclo estacional.

## **Restaurantes y Cafeterías**

- Tamaños pequeños y medianos.
- Flexibilidad en la oferta de su servicio.
- Personal altamente calificado.
- Alto grado de seguridad e higiene.
- Mercado y demanda permanente y más o menos continua.
- Gestión empresarial menos compleja.

## **Transporte**

- Alto grado de comodidad y seguridad.
- Excelente sistema administrativo.
- Mercado sujeto al ciclo estacional.
- Grandes inversiones en equipo y mantenimiento.
- Personal altamente calificado.

## **Recreativas**

- Diversificación de los servicios prestados.
- Alta calidad y seguridad de los servicios.
- Gran fuerza de venta (promoción).
- Grandes inversiones.
- Gestión y mantenimiento permanente.

## **Operadores y agencias de viajes**

- Fungen como canales de venta.
- Responsabilidad ante el usuario y el ofertante.
- Capacidad de organizar paquetes turísticos.
- Demanda elástica en función de los ciclos estacionales.
- Dependencia de la oferta y de la demanda.
- Desempeña el rol, a su vez, de ofertante (hacia el turista) y demandante (hacia el prestador de servicios).

## **Definición de cafeterías**

Es un establecimiento donde se sirve café. Generalmente estos lugares también ofrecen otros productos, incluso ciertos tipos de comida. Las cafeterías pueden tener características distintas entre sí.

En algunos casos, por la variedad de comidas que ofrecen, son comparables con un restaurante. Si se destacan por la cantidad de bebidas a disposición de los clientes, se asemejan a un bar. En ocasiones, de hecho, un mismo espacio puede presentarse como cafetería, bar y restaurante. (Pérez J. , 2016, pág. 1).

## **6.4 Generalidades del turismo**

### **Definición de turismo**

El turismo es una combinación de actividades, servicios e industrias que suministra una experiencia de viaje: transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos, instalaciones para actividades diversas y otros servicios hospitalarios disponibles para individuos o grupos que viajan fuera de casa. (McInstosh, 2000, pág. 24)

También es toda la industria mundial de viajes, hoteles, transportes, y todos los demás componentes, incluida la promoción que atiende las necesidades y deseos de los viajeros. (McInstosh, 2000, pág. 26).

Según la (OMT, 2019, pág. 1) «El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros».

Comprendemos entonces que turismo es toda aquella actividad que se realiza por ocio, en la que los individuos viajan por tiempo mayor a 24 horas, pero menor a un año.



## **Clasificaciones de turismo**

Según (McInstosh, 2000, págs. 29-30) el turismo se puede clasificar de las siguientes maneras:

- **Turismo internacional**

a) Turismo de entrada: Visitas a un país por no residentes.

b) Turismo de salida: Visita por residentes de un país a otro país.

- **Turismo interno** Visitas por residentes de un país a su propio país.
- **Turismo doméstico:** Turismo interno más turismo de entrada o sea el mercado turístico de instalaciones de alojamiento y atracciones dentro de un país.
- **Turismo nacional** Turismo interno más turismo de salida o sea el mercado turístico residente para agentes de viaje y líneas aéreas.

## **Términos para viajeros en el turismo internacional:**

Para (McInstosh, 2000) todos los tipos de viajeros que hacen turismo se describen como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas. Los visitantes son las personas que viajan a un país diferente a aquel donde residen generalmente, durante un periodo no mayor de 12 meses y cuyo propósito principal no es el ejercicio de una actividad remunerada dentro del lugar que visitan.

Para (Ledhesma, 2018, págs. 1-11) el turismo se caracteriza de dos maneras, y además define los tipos de turismo y los factores que inciden en el turismo, estos se describen a continuación.

Los visitantes se subdividen en dos categorías:

- **Visitantes** de un solo día: Visitantes que no permanecen en un alojamiento colectivo o privado en el país que visitan.
- **Turistas:** Visitantes que permanecen en el país visitado cuando menos por una noche.

## **Tipos de turismo**

Existen también distintos tipos de turismo, cada uno de ellos de acuerdo a suplir las necesidades de los visitantes, brindándoles distintas experiencias en su viaje.

## Turismo intelectual

La acción se centra en los procesos intelectuales/sensoriales del sujeto turista.

- Turismo religioso: Es el que realiza un turista con motivo de efectuar prácticas espirituales.
- Turismo educativo: Es un tipo de turismo vinculado a la observación y al aprendizaje.
  - Artístico/patrimonial:** Es el tipo de turismo que implica involucramiento con el arte y el patrimonio del nuevo destino. Puede ser cinematográfico, literario, arquitectónico, monumental, escultórico. Congresos y ferias: Es el que practican aquellos turistas cuyo objetivo principal es la asistencia a eventos en los que esperan instruirse.
  - Idiomático:** Son las prácticas turísticas motivadas por el aprendizaje de otro idioma.
  - Científico:** Realizado por aquellos turistas que buscan investigar, descubrir, aprender y generar nuevos conocimientos.
- Turismo gastronómico: Es un tipo de turismo que va más allá del acto de alimentarse, implica llevar a su máximo exponente todos los sentidos gracias a una práctica culinaria.
- Turismo virtual: Cuando gracias a la tecnología, sin utilizar el cuerpo, pero sí la mente, se experimenta el traslado y la práctica turística.
- Turismo material: se denomina así a la experiencia turística que gira en torno a la posesión de objetos.
- Turismo de transferencia de mercancías: Comprende todos aquellos viajes motivados por el intercambio de bienes materiales por otros bienes materiales o por dinero.
  - De compras:** El turista busca acceder a artículos que no están disponibles en su lugar de residencia o que allí son más caros.
  - De venta:** Cuando el turista busca vender ciertos productos en un lugar fuera de su residencia para obtener un mayor rédito económico.
  - De canje:** El sujeto intercambia sus productos por otros en un destino en el que aprovecha a vivir la experiencia turística.
- Turismo de negocios: Es el que se practica con motivo de obtener beneficios económicos a futuro y a gran escala.

- Turismo empresarial: Es aquel que se practica cuando se visitan empresas e industrias con objeto de conocer instalaciones, el personal y formas de trabajo.
- Turismo de lujo: Tipo de turismo practicado por aquellas personas de alto poder adquisitivo que buscan vivir la mayor comodidad, recibir la mejor atención y estar rodeados de reconocidas marcas y de tecnología de punta.

### **Turismo ambiental**

Aquí el énfasis del accionar turístico está puesto en el contexto y en los demás sujetos.

- Turismo de naturaleza: Es el que se realiza en entornos de predominancia natural. Se busca entrar en contacto con los elementos vegetales, animales, minerales y atmosféricos de un sitio.

**Responsable:** Es el tipo de turismo que además del goce, busca realizar actividades directas sobre el entorno para mejorarlo. También es conocido como ecoturismo o turismo ecológico.

**Recreativo:** Es el que se ejerce al estar en contacto con la naturaleza, pero respetando las regulaciones existentes y siendo cuidadoso de no causar daños negativos: Es el que se practica de manera negligente sin importar qué tanto se pueda afectar al entorno natural.

### **Turismo social**

Este tipo de turismo implica entrar en contacto directo con los residentes del nuevo destino y tratar de vivir como ellos viven.

- Etnográfico: Es el practicado por aquellos turistas que buscan conocer de cerca cómo viven otros grupos sociales. Implica conocer su historia, participar de sus fiestas, probar sus bebidas y platos típicos.
- Solidario: Es el turismo cuyo fin primero es ayudar a otros.
- Rural: Son las prácticas turísticas que se realizan en entornos tradicionales donde se trabaja la tierra para propiciar la producción de alimentos. El turista busca entrar en contacto con la naturaleza y la cultura tal como se hacía en el pasado.
- De celebraciones: consiste en festividades que se desarrollan en un entorno diferente al de residencia para vivenciar las particularidades de ese nuevo escenario.

## **Factores que inciden en el turismo**

Existen fuerzas exteriores que inciden sobre la empresa turística y que le impiden desarrollarse uniformemente. Así, los factores que inciden en el turismo según (Ramírez Cavassa C. , 2007, págs. 86,87,88) son el económico, social, políticos, tecnológicos y ambientales.

### **Económico**

Gran parte los factores económicos crean una dependencia de la empresa turística:

- El nivel de desarrollo económico del país o de la región, la cual trae aparejado la potencialidad del mercado turístico y por lo tanto el mayor o menor volumen de la demanda turística.
- El nivel de desarrollo económico también incide sobre el desarrollo de la infraestructura y de las facilidades de capital, sobre la posibilidad de adquisición de bienes y el desarrollo de servicios conexos a la empresa.
- La distribución de la riqueza, menos concentrada en unos pocos, incrementa la posibilidad de hacer turismo.
- El nivel de salarios y de renta incide en mayor o menor grado en el incremento o decremento de la demanda turística; por otra parte, en los países con salarios altos la productividad y la mano de obra son bastante elevadas.
- La balanza de pagos que en ciertos momentos puede afectar a las importaciones turísticas cuando aquella sea negativa para el país.
- Las políticas impositivas que pueden motivar o desmotivar a la inversión turística.

Una de las mayores incidencias hacia el turismo es de tipo económico pues este factor es lo que mueve la actividad turística, desde las inversiones, hasta los desplazamientos de los visitantes en la región.

### **Social**

La empresa turística es considerada como una unidad de riqueza y una unidad social, en este aspecto sufre igualmente las incidencias de los cambios sociales y de la problemática del entorno social. Entre ellos podemos mencionar:

- Las tradiciones de los turistas con respecto de las tradiciones del país receptor.
- El nivel de cultura del turista y su comportamiento en la empresa.

- El sistema educativo del país y su repercusión en la mano de obra empresarial.
- El hábito del gasto y la acción del turista en ese aspecto.
- La actitud respecto del trabajo por parte de los trabajadores de la empresa.
- La transferencia de mano de obra en otros sectores menos favorecidos y de mínima preparación.
- Criterios de discriminación en el trabajo, o de carácter social que inciden favorable o desfavorablemente en la marcha de las organizaciones turísticas.

De igual manera los factores sociales tienen una incidencia importante en el turismo porque esto involucra el comportamiento de las personas.

### **Político**

Repercuten en la empresa turística, sea que se trate de políticas nacionales, regionales o locales, entre ellos tenemos:

- La estabilidad política que incide sobre la demanda.
- La ideología política y tendencias a apoyar o no a la empresa privada.
- La política de inmigración y emigración, que facilita o no la entrada y salida de los turistas.
- Las relaciones internacionales y su incidencia en la demanda y oferta turística.
- El desarrollo regional que apoya la presencia de nuevos polos turísticos como medida de desarrollo que por lo tanto facilita el desarrollo de la empresa turística.
- El empleo, que repercute inevitablemente sobre la empresa turística, en términos de legislación laboral.

### **Tecnológico**

Es el grado en que el avance tecnológico incide sobre la empresa turística y se da a través de:

- La complejidad de los servicios prestados.
- Las innovaciones tecnológicas en el campo de los servicios domésticos, industriales, y de apoyo.
- Las innovaciones en los procedimientos y métodos de gestión administrativa.
- Las innovaciones en los equipos materiales que se emplean en las instalaciones e infraestructuras turísticas.

- Los cambios en los mercados turísticos, consecuencia de los cambios tecnológicos.

### **Ambiental**

Otro factor de gran incidencia para la actividad turística son los fenómenos medioambientales como los terremotos, huracanes, maremotos, que afectan la afluencia de turistas, de igual manera la infraestructura de las empresas.

Es importante tener en cuenta que también existen factores influyentes en el área de la salud, como las epidemias, pandemias que impiden el flujo de visitantes en un país. Estos fenómenos en su mayoría son de índole externa, puesto que las empresas turísticas no tienen ningún tipo de control ante estos. La pandemia del COVID-19 es una de las grandes afectaciones hacia el turismo en la actualidad, dio inicio en marzo del año 2020, golpeando de manera directa la industria turística.

Como el estudio es la incidencia del COVID-19 en la estructura organizacional de cafeterías se definen a continuación, así como las medidas de seguridad emitidas por el INTUR.

### **6.5 Definición de COVID-19**

Los coronavirus son una familia de virus. En los humanos, el coronavirus causa infecciones respiratorias que pueden ir desde una gripa común hasta enfermedades más graves como neumonía, el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS) o el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS). (OMS, 2020, pág. 1)

### **Restricciones ante el COVID-19**

No podrán viajar pasajeros:

- Con resultados de pruebas rápida o de sangre para COVID-19.
- Que no presenten el documento original de los resultados para prueba PRC, en el aeropuerto.
- Que no envíen a la aerolínea la copia de la prueba en los tiempos anteriormente detallados.
- Que presenten síntomas respiratorios o fiebre.
- Que no cumplan con los requisitos solicitados por las autoridades del país.

## **Incidencia del COVID-19 en el Turismo**

Según (INTUR, 2020, págs. 1-13) tiene sus protocolos de seguridad, lineamientos generales y protocolos de bioseguridad que se deben tener en cuenta ante la pandemia del COVID 19. A continuación se hace un resumen de ellos ya que son elementos a tomar en cuenta en esta investigación.

### **Protocolos de seguridad ante el COVID-19**

Los “Protocolos de bioseguridad turística” fueron elaborados por el Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR, con el apoyo del Ministerio de Salud, MINSA, Ministerio del Trabajo, MITRAB, e Instituto Nacional Tecnológico, INATEC, siendo validado con aportes del sector privado para continuar atendiendo de manera segura y calidad, preparados ante cualquier situación que se pueda presentar.

El objetivo es orientar a los protagonistas de las diferentes actividades turísticas que prestan servicios en el país, a que implementen buenas prácticas sanitarias durante y después del COVID-19, para minimizar los riesgos higiénico-sanitarios provocados por el virus SARS-CoV-2 en el desarrollo de su actividad.

Estos protocolos contienen lineamientos donde se establecen las medidas de protección necesarias, que garantizarán mayor confianza y protección a los turistas nacionales y extranjeros. Además, servirá como herramienta para ayudar a los prestadores de servicio a identificar y evaluar los riesgos en la prestación de su servicio, así como, la implantación de mejores prácticas en el mismo.

### **Lineamientos generales.**

#### **Medidas de limpieza y desinfección:**

- Intensificar las medidas de higiene personal.
- Capacitar al personal sobre las medidas de seguridad que estarán implementando.
- Garantizar agua, jabón, alcohol y toallas desechables (de ser posible) para el lavado de mano.
- Garantizar el uso adecuado de los productos de limpieza (solución de cloro con agua).
- Realizar de manera responsable, constante y rigurosa la limpieza de todo el local.

- Efectuar limpieza constante de las áreas comunes.
- Supervisar constantemente la limpieza de las áreas.
- Documentar y monitorear el rol de aseo y establecer los responsables.
- Colocar carteles en lugares visibles sobre el adecuado comportamiento del huésped ante estornudos, tos y saludos.
- Señalizar (rotular) todos los envases de los productos químicos de limpieza.
- Clasificar y ordenar los productos químicos de limpieza, designando lugares adecuados para su almacenamiento, en dependencia de su composición, para evitar que los productos reaccionen entre sí (ejemplo: alcohol y el hipoclorito de sodio).

### **Protocolos de bioseguridad.**

#### **Área de comensales.**

- Debe facilitarse un área para lavado de manos para los huéspedes o visitantes cercana al área del comedor, de no ser posible colocar solución alcohólica al 70% para la antisepsia de manos de los huéspedes en un lugar visible y accesible para los mismos.
- Asegurar la limpieza y desinfección de mobiliario y superficies en contacto con huéspedes. Las cartas o menús, mesas y sillas incluyendo aquellas destinadas para uso de niños, deberán desinfectarse luego de que se retire cada comensal y antes de que se sienta uno nuevo, con una solución desinfectante a base de: hipoclorito de sodio en solución entre 0.1% al 1%. Dichas actividades deben tener una duración de exposición no menor a 10 segundos.
- Antes de iniciar la operación se deberán lavar las bandejas (todos los tipos), azafates, contenedores de almacenamiento u otros, con agua y jabón, y después de cada uso.
- Limpiar y desinfectar pisos y paredes del salón de las mesas antes de abrir y al finalizar.
- Separación de las mesas para garantizar el distanciamiento entre los diferentes clientes (1.5m).
- Evitar eventos masivos o acumulación de grupos.
- Desinfección constante de perillas de puertas de acceso y sanitarios, barras o áreas de uso frecuente.



- Promover el uso de pizarras para mostrar el menú. En el caso de los menús impresos estos deben ser desinfectados antes de ser entregados a los clientes.
- Ventilar el área con regularidad para permitir el recambio de aire, para ello se debe abrir puertas y ventanas que produzcan circulación cruzada, ya que en áreas más confinadas el riesgo de contagio es más alto.
- Evitar el uso de manteles o servilletas de tela, preferiblemente usar materiales desechables.
- Evitar colocar dispensadores de condimentos o servilleteros de autoservicio. En el caso de ser suministrados, estos deberán desinfectarse luego de cada uso.
- Usar azúcar en sobres individuales dejando solo las que vayan a requerir.

### **Área de barra.**

- Desinfección constante de barras o áreas de uso común.
- Evitar la colocación de utensilios de uso común sobre las barras, en el caso de ser requerido desinfectarlos luego de su uso.
- Garantizar el distanciamiento entre clientes (1.5m) alejando las sillas.
- Facilitar mascarilla al personal que trabaja en la barra de equipo de protección
- Instalar de ser posible una barrera de plástico o acrílico transparente entre los comensales y el que brinda el servicio.
- Evitar servir entradas o aperitivos que se coman con las manos.

### **Servicios sanitarios.**

- Realizar constante limpieza de los servicios sanitarios, haciendo énfasis en las superficies de mayor contacto como perillas de puertas, lavamanos, dispensadores, entre otros.
- Evitar aglomeración de clientes en los mismos, mediante la colocación de un aviso de ocupado.
- Disponer de jabón líquido y papel para el secado de manos. Evitar el uso de toallas reutilizables y secadoras eléctricas de manos. Además, se deberá colocar instrucciones de lavado y desinfección de manos.
- Revisar diariamente el funcionamiento de dispensadores de jabón y papel de secado. Se debe limpiar y desinfectar dichos implementos atendiendo el nivel de uso.

- Usar basureras o recipientes para los desechos que no requieran contacto manual.
- Llevar control del rol de limpieza de los servicios sanitarios, estableciendo horarios y responsable.
- Suministrar equipos de protección para el personal de limpieza como mascarilla y guantes.
- El personal de limpieza debe lavar sus manos antes y después de realizar la operación.

### **Cocina.**

- El personal debe lavar sus manos antes y después de cambio de cada actividad.
- El establecimiento debe establecer un programa de limpieza y desinfección en todas las áreas, delegar a la persona responsable y debe llevar un registro diario, indicando las áreas críticas, equipos y utensilios que se limpian o desinfectan.
- Limpiar y desinfectar las superficies de trabajo, mobiliario, equipo a utilizar y pisos antes de abrir y finalizar la jornada.
- Lavar vajillas, cubertería y cristalería con agua y jabón.
- Limpiar y desinfectar los utensilios (pinzas, paletas de máquinas de hielo, utensilios para cocktails, cucharas de helados) con agua y jabón y con soluciones. Dichas actividades deben tener una duración de exposición no menor a 10 segundos.
- Evitar el uso de paños reutilizables dando preferencia al papel de un solo uso. Los rollos de papel de un solo uso deben estar colocados en el correspondiente portarrollos. Evitar tener contacto con la superficie del dispensador.
- Lavar y desinfectar frutas y verduras.
- Asegurar que los insumos como enlatados, bolsas, frascos, cajas y recipientes, se limpien y desinfecten previamente a su almacenamiento. Cuando se utilicen dichos insumos estos deben ser limpiados y desinfectados con agua y jabón.
- Las estaciones de preparación de alimentos deben desinfectarse después de cada uso con agua y jabón.
- El personal deberá mantener el distanciamiento físico mínimo requerido siempre y cuando el área preste las condiciones.

- Limpiar y desinfectar el equipo (básculas, balanzas) y dispositivos utilizados (termómetros, bolígrafos).
- Ventilar el área con regularidad para permitir el recambio de aire, para ello se debe abrir puertas y ventanas que produzcan circulación cruzada.
- Deberá limpiarse y desinfectarse previo a su uso, sobre todo las superficies en donde se preparan los alimentos y estantes donde se almacenan los utensilios.
- Garantizar las normas de higiene y sanidad para la manipulación adecuada de los alimentos, como es el lavado de frutas y verduras previas a su utilización; la separación de los diferentes tipos de carnes, retirar alimentos vencidos, entre otros.
- Facilitar equipos de protección a los colaboradores que trabajen en la preparación de los alimentos (mascarillas).

### **Caja y facturación.**

- Se recomienda el uso de mascarilla para los clientes que deban ir a caja a cancelar.
- En el área de caja y facturación se debe establecer barreras físicas que separen al personal de los clientes, de ser posible, se debe minimizar el riesgo de contacto del personal mediante mascarillas.
- El personal encargado deberá lavarse las manos cada hora y aplicar una solución alcohólica al 70% para la antisepsia después de cada atención.
- Asegurar que los clientes respeten el distanciamiento físico de un metro y medio. Se recomienda establecer señalización para el distanciamiento físico entre clientes.
- Proporcionar solución alcohólica al 70% en un lugar visible y accesible para el uso de clientes.
- Para el pago de los clientes se recomienda, evitar intercambio físico de documentos y de ser posible emitir comprobantes de pago electrónico.
- Fomentar el pago por tarjeta de crédito o débito u otro medio electrónico y desinfectar el equipo utilizado.
- Cuando el personal haga uso de un teléfono fijo o dispositivo móvil, deberá evitar el contacto con la mascarilla y desinfectarlo posteriormente a su uso.
- Debe evitarse el préstamo de teléfono, bolígrafos, u otros insumos de oficina. Caso contrario deberán desinfectarse posteriormente a su uso.

- El equipo informático, caja registradora, depósito para guardar el efectivo y cualquier otro elemento de uso deberán limpiarse y desinfectarse al menos tres veces al día y después de cada uso por una persona diferente.
- Disponer de los números de emergencias de hospitales o centros de salud cercanos.

### **Recomendaciones para el personal.**

- No se permitirá el ingreso al local del personal que presente temperatura, arriba del rango de 37.8°.
- Dar el tiempo y los medios necesarios para el lavado de manos (agua, jabón y toallas desechables).
- Proveer equipos de protección para el personal que tenga mayor contacto.
- Evitar el ingreso de objetos personales que no son necesarios y en caso de llevarlos se recomienda dejarlos en el casillero, por ejemplo: paraguas.
- Promover la desinfección de objetos personales de uso común como: celular, teléfonos, gafas, cámaras, lentes.
- Evitar el uso compartido de los equipos de protección.
- En el caso de las damas deben mantener el cabello recogido, no utilizar ningún tipo de joyas, mantener las uñas cortas, sin esmalte y evitar las uñas acrílicas.
- Los caballeros deben usar el cabello corto, sin barba y uñas cortas.
- En caso de usar uniforme este debe ser lavado diariamente.
- Asignar una persona responsable de la comunicación y verificación del cumplimiento del protocolo.
- Colocar en un lugar visible la información y comunicados del Ministerio de Salud.
- Programar turnos escalonados de trabajo en la medida de lo posible, en correspondencia a la legislación laboral nacional.
- La administradora o gerente será encargada de la comunicación con el personal, deberá velar por la salud y estar pendiente de que se cumplan las normas y medidas implementadas.

### **Recomendaciones para los proveedores.**

- No se permitirá el ingreso de proveedores al local que presenten temperatura, arriba del rango de 37.8°.

- Programar la llegada de proveedores o insumos de manera escalonada.
- Explicar los protocolos de seguridad que está implementando la empresa de manera que sepan cómo actuar al llegar.
- Solicitar que cumplan con las medidas de seguridad (lavado de manos y uso de mascarillas).
- Exigir el uso de equipos de protección para ingresar al establecimiento.
- Llevar un registro de los proveedores que visitan el establecimiento (empresa, empleado, día, hora).
- Evitar que permanezcan dentro del local más tiempo del necesario.
- Acceso diferenciado para los proveedores de servicios e insumos, así como el área de carga y descarga, en la medida de lo posible.
- Realizar las transacciones en la medida de lo posible de manera digital.

#### **Recomendaciones para los clientes.**

- Informar al cliente desde el momento de la reservación, los protocolos de seguridad que se tienen dentro el establecimiento.
- Promover el pago con tarjeta o transferencias, para evitar manipular efectivo.
- Garantizar las medidas de higiene en todo momento.
- Colocar en sitios visibles las recomendaciones emitidas por el Ministerio de Salud en relación a la pandemia.

#### **Servicio de entrega a domicilio.**

- Contar con un sitio para la entrega de los alimentos en donde se garantice el distanciamiento de 1.50 m entre los repartidores.
- Identificar el área donde deben ubicarse los repartidores y donde retirarán los alimentos.
- Los repartidores deben usar uniforme limpio diariamente.
- Deben lavarse las manos con agua y jabón o usar alcohol gel con una composición del 70% al ingresar y salir del establecimiento.
- Los repartidores en que se van a trasladar los productos, deben asegurar la limpieza diaria interna y externa del medio de transporte.
- Antes de introducir los alimentos se debe desinfectar con toalla desechable y solución desinfectante el contenedor donde se colocará la comida.

- Si porta lapicero, debe ser desinfectado en cada salida del establecimiento con toalla desechable y solución desinfectante.
- No debe colocar el cajón o bolso en el suelo, mesas de consumo de clientes o mostrador.
- No debe colocar el pedido de alimentos en el piso o suelo antes ni en la entrega.
- Desinfectar el mostrador o la mesa dedicada a la entrega.
- El servicio de alimentación a domicilio debe estar debidamente sellado para evitar la manipulación o contaminación de los alimentos.

### **Limpieza y disposición de desechos.**

- Establecer un plan de limpieza con horarios definidos y por cada área del establecimiento.
- Garantizar los productos de limpieza necesarios y de desinfección.
- Rotular los productos de desinfección y limpieza.
- Hacer uso de soluciones adecuadas para limpiar y desinfectar (alcohol al 70% o solución de cloro de 20ml por cada litro de agua).
- Llevar control de la limpieza realizada y que ese control esté en un lugar visible.
- Promover el uso de basureros o recipientes para los desechos que no requieran contacto manual.
- Garantizar dentro de las instalaciones la existencia de recipientes para la disposición de desechos sólidos.
- Eliminar los equipos de protección desechables (mascarillas, guantes, gorros) de manera adecuada y separada del resto de la basura.
- Cerrar adecuadamente las bolsas de basura

## **6.6 Retos y desafíos de servicios turísticos**

### **Estrategias de fidelización**

Según (Rodríguez, 2020, pág. 1) la fidelización tiene como objetivo que el consumidor siga comprando productos o demandando servicios de la empresa para ello hay que utilizar diversas técnicas y estrategias, confianza y lealtad.

Debe destacar que retener clientes es mucho más económicos que captar clientes nuevos. La fidelización se hace clave en las empresas y dentro del nuevo escenario donde se realizan la compra y venta online de productos y servicios, los clientes fieles acuden más

veces a tu negocio. Y también se gastan más dinero en función de la calidad, el servicio o el trato recibido.

También (Rodríguez, 2020, pág. 2) agrega la importancia que tiene fidelizar a los clientes y comparte ventajas de fidelización.

### **Ventajas de fidelizar**

Un buen cliente es el mejor embajador de tu marca o negocio, principales ventajas o beneficios:

- Reducción de costos
- Genera ingresos fijos
- Reforzar nuestra marca
- La competencia se debilita

La calidad del cliente es una pieza clave para el rendimiento de una empresa, lógicamente. Sin embargo, ofrecer un producto o servicio innovador, de calidad no es suficiente hoy en día para conseguir clientes fieles.

## **VII. SUPUESTO DE LA INVESTIGACION**

El COVID-19 incidió en la estructura organizacional de las empresas cafetería Café Don Luis y Coffee & Cocktails con una reducción del porcentaje de ventas debido a la disminución de visitas de personas en los locales a causa de la pandemia.



### VIII. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Objetivo	Variable	Conceptualización	Sub Variable	Indicadores	Ítems	Técnicas	Fuentes de información
Describir la incidencia del COVID-19 en la organización empresarial en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails	Organización empresarial	Consiste en la forma en que se divide y coordina el trabajo y como asignan funciones y responsabilidades se trata de definir, al menos quien hará el trabajo, como, donde, con que recursos y a quien reportará.	Productividad	Organización de la empresa  Coordinación del trabajo  Eficiencia laboral  Afectaciones	<p>¿Cómo es la estructura organizativa de la empresa?</p> <p>¿Cuántos colaboradores tienen la empresa actualmente?</p> <p>¿Con cuántos colaboradores contaba la empresa antes del COVID-19?</p> <p>¿Qué estrategias han implementado para mantener la fidelidad de sus clientes?</p> <p>¿Cómo ha sido afectada la empresa por la pandemia?</p> <p>¿Cómo ha sido la afluencia de turistas en época de pandemia?</p>	Entrevista	Propietario

Objetivo	Variable	Conceptualización	Sub Variable	Indicadores	Ítems	Técnicas	Fuentes de información
Determinar los protocolos implementados ante el COVID-19 en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails	Protocolos de bioseguridad	Son lineamientos donde se establecen las medidas de protección necesarias, que garantizarán mayor confianza y protección a los turistas nacionales y de otras nacionalidades. Medidas de bioseguridad implementadas por INTUR, MINSA, MITRAB, INATEC y sector privado	Acciones  Prevención  Seguridad	Acciones implementadas  Medidas de limpieza y desinfección sanitaria.  Implementación de seguridad dentro de su empresa	¿Qué medidas internas han tomado como empresa para la seguridad de sus colaboradores?  ¿Cómo fomentan la prevención del COVID-19 en la empresa?  De presentarse un contagio entre sus colaboradores ¿cuál es su plan de acción ante esta situación?	Entrevista	Propietario
Proponer estrategias de continuidad en el servicio de atención al cliente para las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails	Estrategias	Es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles.	Planificación  Resultados	Satisfacción	Sexo: F_____ M_____ Edad: _____ Nivel académico: Bachiller _____ estudiante universitario _____ profesional___ otro_____ ¿Cómo conoció este establecimiento? Redes sociales___ Radio___ T.V___ Volantes___ Vallas publicitarias_____ Otros___	Encuesta	Clientes

Objetivo	Variable	Conceptualización	Sub Variable	Indicadores	Ítems	Técnicas	Fuentes de información
				Servicio	<p>¿Cada cuánto visita una cafetería?</p> <p>Una vez a la semana_____</p> <p>Dos veces a la semana _____</p> <p>Todos los días _____</p> <p>Esporádicamente_____</p> <p>¿A qué horario suele ir al café?</p> <p>En la mañana_____</p> <p>En la tarde_____</p> <p>En la noche_____</p> <p>¿Cómo valora la atención y el servicio al cliente?</p> <p>Muy mala_____</p> <p>Mala_____</p> <p>Buena_____</p> <p>Excelente_____</p> <p>¿Qué tipos de productos consume frecuentemente?</p> <p>Bebidas frías_____</p> <p>Bebidas calientes_____</p> <p>Postres_____</p> <p>Snacks_____</p>		

Objetivo	Variable	Conceptualización	Sub Variable	Indicadores	Ítems	Técnicas	Fuentes de información
				Seguridad	Platos fuertes____ ¿Le parece que la variedad de productos que ofrecen? Está bien_____ Deberían variar_____ Todo es excelente_____ ¿Qué mejorarías de la cafetería? Su infraestructura____ El servicio y atención al cliente____ La calidad de sus productos____ Todas las anteriores____ Todo está excelente____  ¿Conoce usted acerca del COVID-19? No _____ Un poco _____ Lo suficiente_____  ¿Cómo valora los protocolos de bioseguridad ante el COVID-19 implementados en la empresa? Deficientes_____ Buenos_____		

Objetivo	Variable	Conceptualización	Sub Variable	Indicadores	Ítems	Técnicas	Fuentes de información
					<p>Excelentes____</p> <p>¿El personal del local que usted visita implementa las medidas de bioseguridad correctamente?</p> <p>Siempre_____</p> <p>Nunca_____</p> <p>¿El local le brinda seguridad necesaria en esta época de pandemia?</p> <p>Sí, me siento seguro _____</p> <p>No, tengo temor _____</p>		

## **IX. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **9.1 Tipo de estudio**

#### **Según su nivel de profundidad:**

Para (Sampieri R. F., 2006, págs. 91-96), una investigación puede caracterizarse como exploratoria, descriptiva, correlacional, o explicativa pero no situarse únicamente como tal. Un estudio puede ser exploratorio y contener elementos descriptivos, también puede ser correlacional e incluir componentes descriptivos. Una investigación puede iniciar exploratoria o descriptiva y después ser correlacional o explicativa. Sampieri expresa que los estudios exploratorios consisten en examinar un tema poco estudiado o novedoso y que los estudios descriptivos especifican propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice.

De esta manera la presente investigación es de tipo exploratoria porque es un tema relativamente nuevo, involucrando una pandemia y el desarrollo turístico.

También es descriptiva ya que se describe la incidencia del COVID-19 en relación al problema de estudio.

#### **Según su enfoque:**

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo con algunos elementos cuantitativos, porque implicará el proceso de recolección y análisis de datos, al igual que la aplicación de datos numéricos para el análisis de las encuestas a realizar.

Según (Sampieri, 2006) la investigación cualitativa “utiliza la recolección y análisis de los datos sin medición numérica para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.”

Este proceso está involucrado directamente con las vivencias y experiencias de las personas a entrevistar, además que se analizará la información con diversas técnicas.

#### **Según el tiempo:**

Es una investigación de corte transversal, este tipo de investigación según (Sampieri R. F., 2006) se refiere a aquellos datos recolectados en un solo momento. En el estudio que se ha realizado los datos se han recolectado en el año 2021.

## 9.2 Área de estudio

### Descripción del área de estudio

<b>CAFÉ DON LUIS</b>	<b>COFFEE &amp; COCKTAILS</b>
<p>Café Don Luis es una empresa familiar fundada por el Sr. Luis García Altamirano.</p> <p><b>UBICACIÓN</b></p> <p>Café Don Luis está ubicado en la ciudad de Estelí contiguo a Banco LAFISE.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Cuenta con buena accesibilidad ya que está en la calle central, se puede llegar en vehículo propio, taxi y en urbano.</li></ul> <p><b>SERVICIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Bebidas a base de café</li><li>✓ Bebidas a base de frutas</li><li>✓ Postres</li><li>✓ Comida a la carta</li><li>✓ Variedad en vinos y alcohol</li><li>✓ Puros de calidad: Naturales con sabor</li><li>✓ Venta de café molido: Café especial, café súper especial, café gourmet.</li></ul>	<p>Coffee &amp; Cocktails es una cafetería fundada por la Sra. Silvia Ruíz.</p> <p><b>UBICACIÓN</b></p> <p>Coffee &amp; Cocktails está ubicado en la ciudad de Estelí, del parque infantil 25vs al este.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Cuenta con buena accesibilidad, está cerca de la calle central y de la carretera panamericana, se puede llegar en vehículo propio, taxi o urbano.</li></ul> <p><b>SERVICIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Bebidas a base de café</li><li>✓ Bebidas a base de frutas</li><li>✓ Postres</li><li>✓ Comida a la carta</li><li>✓ Puros de calidad</li><li>✓ Variedad en vinos y alcohol</li><li>✓ Renta de local para eventos</li><li>✓ Área de juegos para niños</li></ul>

Tabla Nº 1. Área de estudio.

### Ubicación de las cafeterías.

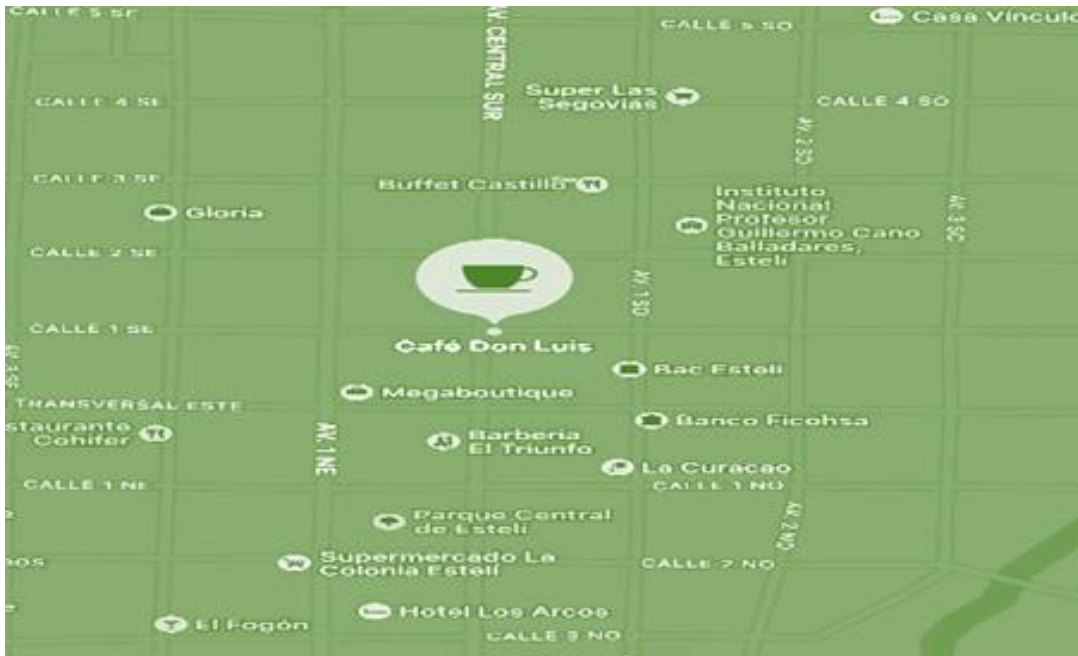


Figura Nº 1. Ubicación de la Café Don Luis. Fuente: Apple Maps



Figura Nº 2. Ubicación la Coffee & Cocktails: Fuentes: Apple Maps.

Estas empresas en estudio son accesibles para sus clientes ya que cuentan con una buena ubicación en la ciudad de Estelí, aunque ambas ofrecen servicios similares, se puede



observar un tanto la ventaja competitiva que tiene Coffee & Cocktails puesto que además de servicio de cafetería y un menú amplio, también tiene un área de juegos para niños lo que lo hace atractivo para que las familias visiten esta cafetería. Por la dinámica actual de pasar tiempo en familia incluyendo a los pequeños del hogar, es mucho más importante en este contexto de pandemia en el que nos encontramos actualmente, además ofrecen renta de un local para eventos, lo que también genera un mayor atractivo y un servicio más completo. Esto puede beneficiarlos en cuanto a la preferencia de sus clientes y el posicionamiento ante la competencia porque ofrecen servicios más variados en su empresa.

## **1.1 Universo o población**

### **Definición de Población**

Según (Sampieri R. F., 2006), la población o universo es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

Además, (Lepkowski, 2008b) referido por Sampieri, expresa que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Así, la población del estudio son las 58 cafeterías de la ciudad de Estelí y que están funcionando actualmente aun estando la pandemia activa.

### **Definición de Muestra**

Para (Sampieri R. F., 2006), la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. O sea, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

Muestra no probabilística o dirigida: Es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación.

En este contexto la muestra son dos cafeterías de la ciudad de Estelí, las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails. Se eligieron por su disponibilidad para brindarnos la información necesaria. Por lo tanto, la muestra es no probabilística.

## **1.2 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

Para el análisis de los datos se utilizarán los métodos teóricos Inductivo, Deductivo, Análisis y Síntesis

### **Inductivo**

El método inductivo es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales. (Significados.com, s.f., pág. 1).

Para (Arnal, 1994, pág. 27), este método permite generalizar a partir de casos particulares pasando de hechos conocidos a hechos desconocidos, de conocimientos particulares a teoría o leyes generales. Al partir de los datos y llegar a la teoría, se emplea la inducción.

### **Deductivo**

Es una forma específica de pensamiento o razonamiento, que extrae conclusiones lógicas y válidas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones. O sea, es un modo de pensamiento que va de lo más general (como leyes y principios) a lo más específico (hechos concretos). (Etecé, Método deductivo, 2021, pág. 1).

### **Análisis**

“El propósito del análisis consiste en analizar y tratar la información para que se pueda describir, analizar e interpretar. La naturaleza de los datos requiere un análisis cuantitativo, cualitativo o ambos”. (Arnal, 1994, pág. 62).

### **Síntesis**

El análisis y la síntesis no existen independiente el uno del otro. El análisis se produce mediante la síntesis, a su vez la síntesis se produce sobre los resultados alcanzados por el análisis. (Quesada Somano & Medina León, 2020, pág. 7).

### **Las técnicas de recolección de datos**

Son medios que se utilizan para facilitar el tratamiento de los datos propios de cada investigación. (Arnal, 1994, pág. 62).

## **Encuesta**

Para (Grasso, 2006, pág. 17) la encuesta es un procedimiento que permite obtener información de un número considerable de personas, permite obtener datos de manera más sistemática.

## **Entrevista**

(Sampieri R. H., 2014, pág. 436), Define una entrevista como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En una entrevista, a través de las preguntas y repuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Janesick, 1998) referido por Sampieri.

Fue cotejada cada pregunta de la encuesta, según lo señalado por los clientes, valorando el grado de conocimiento que tenía sobre el COVID -19. Esto se hizo a través de respuestas que concordaban, extrayendo las que más coincidían y reflejándose por medios de gráficos los resultados.

Para el procesamiento de las entrevistas se comparó las respuestas brindadas por propietarios, unificándose aspectos coincidentes y no coincidentes de ambos. Para realizar este análisis se elaboró una tabla que incluía dos aspectos coincidentes y no coincidentes.

En la investigación se aplicaron 53 encuestas a clientes de la cafetería Don Luis, de igual manera 53 encuestas a clientes de la cafetería Coffee & Cocktails, estas 53 encuestas fueron el resultado de un promedio de visitantes por semana en cada empresa, las encuestas se realizaron en un aproximado de 4 días.

Además, se realizaron dos entrevistas, una a propietaria de Coffee & Cocktails y otra realizada al propietario de café Don Luis.

### 1.3 Etapas de la investigación

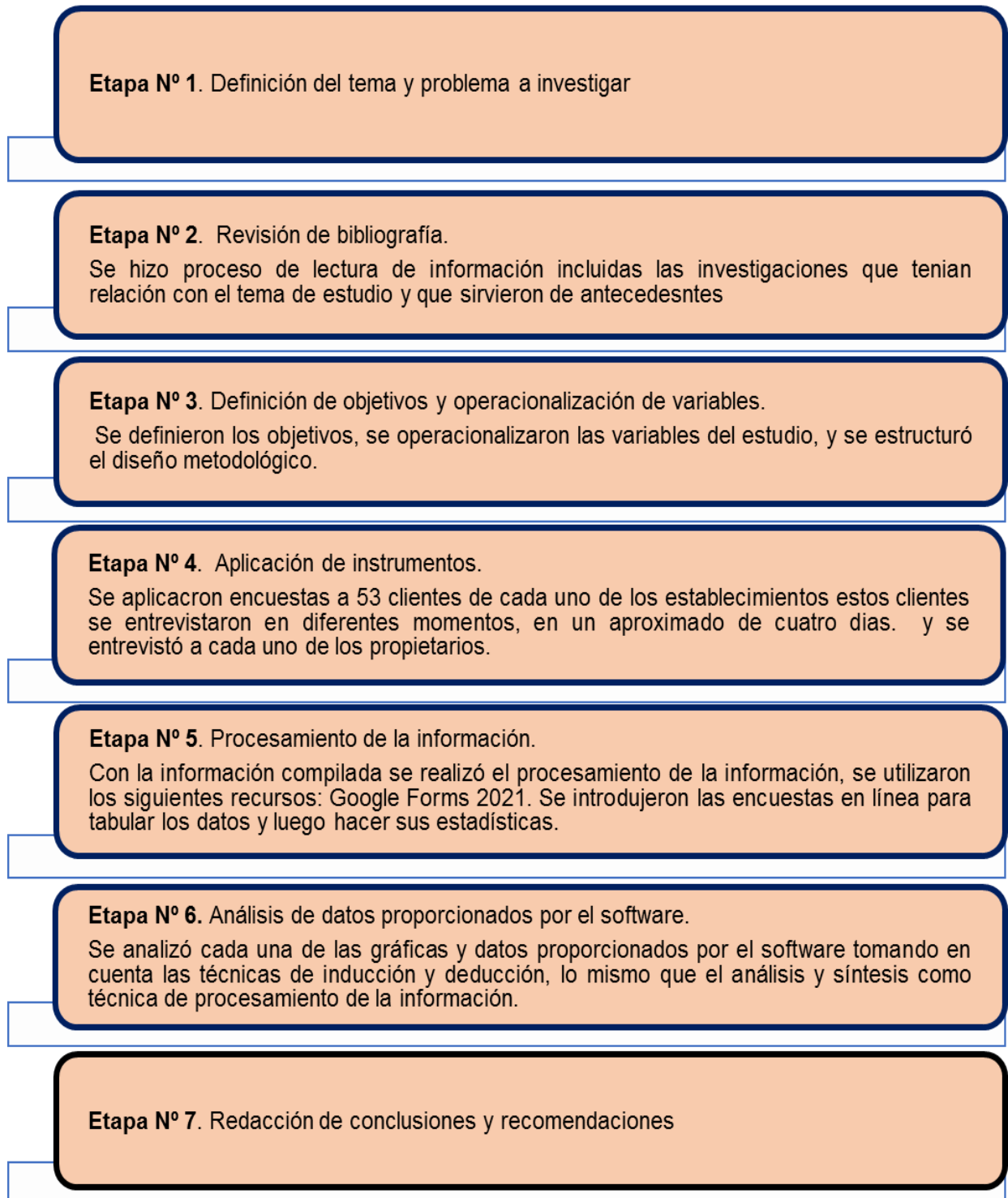


Figura N° 3. Etapas de la investigación Fuente: Propia

## X. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se aborda el procesamiento de la información recopilada en base a los instrumentos utilizados que fueron la entrevista y la encuesta.

De esta información se ha realizado una síntesis y ha servido para escribir las estrategias que se entregarán a las dos cafeterías y que complementarán las que ellos aplican para seguir tomando medidas que no propaguen este virus.

**Resultado nº 1** de la incidencia del COVID 19 en la organización empresarial en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails:

<b>CAFÉ DON LUIS</b>	<b>COFFEE &amp; COCKTAILS</b>
En la entrevista realizada en la cafetería Don Luis se estimó que el COVID-19 provocó una reducción considerable en el porcentaje de ventas, debido a un menor número de visitas en el local, no obstante, el establecimiento no cerró sus instalaciones. Además, se mantuvo el mismo número de colaboradores para no despedirlos. La estrategia que se implementó fue la reducción de horas de trabajo para el personal, de igual manera esto los afectó ya que significaba un porcentaje menor de ingresos económicos.	En la entrevista con la propietaria de la cafetería Coffee & Cocktails se encontró que el COVID-19 provocó una reducción considerable en el porcentaje de ventas aproximadamente en un 30% en relación a los años anteriores, debido a un menor número de visitantes en el local. Al poseer instalaciones propias, esta cafetería no cerró en este tiempo, ya que no tenían que incurrir en gastos por renta. En esta empresa se mantuvo el mismo número de colaboradores, cada colaborador tenía un horario establecido para sus labores.

Tabla Nº 2. Reducción de ventas en las empresas

Mediante las entrevistas aplicadas se encontró que el COVID-19 incidió de manera significativa en estas dos empresas.

Las incidencias más importantes encontradas son las siguientes:

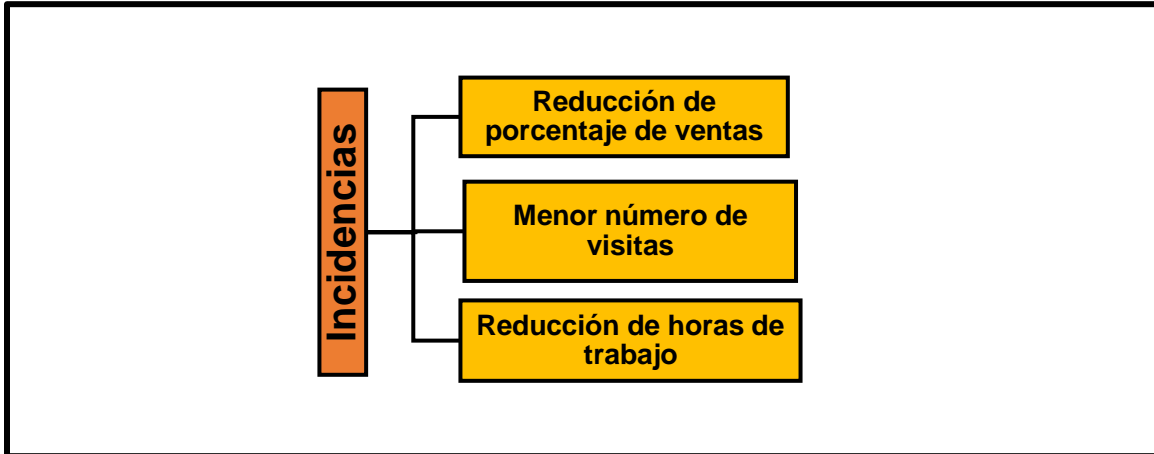


Figura Nº 4. Incidencia del COVID-19. Fuente: Propia

**Resultado nº 2** de la implementación de protocolos de bioseguridad ante el COVID-19 en las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.

<b>CAFÉ DON LUIS</b>	<b>COFFEE &amp; COCKTAILS</b>
<p><b><u>LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Alfombras con amonio cuaternario</li> <li>● Lavabo en la entrada del local</li> <li>● Alcohol líquido</li> <li>● Reducción de mesas para promover el distanciamiento</li> <li>● Desinfección de mesas</li> <li>● Señalizaciones en el piso promoviendo distanciamiento social en el área de caja</li> <li>● Uso obligatorio de mascarillas a sus colaboradores</li> <li>● Incentivar la implementación de la vacuna contra el COVID-19</li> </ul> <p><b><u>PROTOCOLO ANTE CONTAGIO</u></b></p> <p>Enviar al colaborador inmediatamente al hospital o clínica del INSS y darle el reposo indicado, colaborarle con el tratamiento, y permitirle el regreso al trabajo una vez que los médicos lo indiquen.</p>	<p><b><u>LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Alfombras con amonio cuaternario</li> <li>● Distanciamiento entre mesas</li> <li>● Desinfección de mesas</li> <li>● Dispensadores de alcohol líquido en gel en cada área del local</li> <li>● Uso obligatorio de mascarillas a sus colaboradores</li> <li>● Lavado de manos a sus colaboradores cada cierto tiempo.</li> <li>● Desinfección de pisos cada cierto tiempo.</li> </ul> <p><b><u>PROTOCOLO ANTE CONTAGIO</u></b></p> <p>Buscar atención médica inmediata en los primeros síntomas, y se envía al colaborador a reposo, se brinda el apoyo necesario, se recibe en la empresa nuevamente si el medico así lo ha indicado.</p>

**Tabla Nº 3. Protocolos de bioseguridad**

Mediante las entrevistas aplicadas en estas empresas, se encontró que ambas cafeterías tienen medidas de bioseguridad bien establecidas para sus colaboradores y clientes ante el virus, según los clientes de ambas cafeterías valoran que los protocolos de

bioseguridad implementados, en su mayoría son excelentes, expresados en un 79,2% para Coffee & Cocktails y un 66% para café Don Luis. Esto es importante puesto que en esta época de pandemia el buen uso de las medidas de bioseguridad por parte de las empresas brinda la confianza necesaria para que los clientes mantengan su fidelización ante estas.

También, a través de las encuestas se les consulto a los clientes si estas cafeterías les brindaban la seguridad necesaria para visitarlas en esta época de pandemia, esto en referencia a las medidas previamente establecidas con respecto al COVID-19. Ver tabla N°4

<b>CAFÉ DON LUIS</b>	<b>COFFEE &amp; COCKTAILS</b>
<p><b><u>SEGURIDAD</u></b></p> <p>Los clientes que visitan el lugar se sienten seguros en un 88,7% el resto siente temor al visitar el local.</p>	<p><b><u>SEGURIDAD</u></b></p> <p>Los clientes que visitan el lugar se sienten seguros en un 98,1% el resto sientes un poco de temor al visitar el local.</p>

**Tabla N° 4. Bioseguridad en las empresas**

En relación a la bioseguridad ante en COVID-19 y la confianza que tienen los clientes al visitar estos establecimientos, se puede destacar la preferencia que hay hacia la cafetería Coffee & Cocktails, puesto que hay una diferencia significativa de un 10% entre esta, y Café Don Luis, esta diferencia puede deberse a que Coffee & Cocktails, tiene unas instalaciones más amplias, esto es una ventaja ante Café Don Luis, puesto que hay más espacios abiertos en el que las personas tienen distanciamiento social y así evitan contagiarse.

Sin embargo, los clientes que visitan el lugar en su mayoría se sienten seguros en estos establecimientos, es una respuesta positiva ya que esto significa que se están implementando las medidas de bioseguridad de manera correcta, esto hace que los clientes tengan preferencia por estas empresas y no por otras en las que quizá las medidas de bioseguridad son mínimas o nulas.



**Resultado nº3** propuesta de estrategias de continuidad de atención al cliente con énfasis de bioseguridad ante el COVID-19 en las cafeterías en estudio.

Mediante las entrevistas realizadas se encontró que estas cafeterías implementan las siguientes estrategias de servicio y atención al cliente:

<b>CAFÉ DON LUIS</b>	<b>COFFEE &amp; COCKTAILS</b>
<p><b><u>ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabilidad con el cliente.</li> <li>• Servicio rápido.</li> <li>• Calidad en los productos.</li> <li>• Buena relación entre clientes y colaboradores.</li> <li>• Servicio delivery propio de la empresa.</li> <li>• Servicio Pick up.</li> </ul>	<p><b><u>ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente atención al cliente.</li> <li>• Buena presentación.</li> <li>• Limpieza del local.</li> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Servicio delivery propio de la empresa.</li> <li>• Delivery mediante plataformas como Hugo app y Pedidos ya.</li> </ul>

**Tabla Nº 5. Estrategias de servicio al cliente**

En este cuadro comparativo se reflejan las estrategias que cada una de estas cafeterías implementa en cuanto al servicio atención al cliente, pese a que algunas estrategias son similares, cada empresa ha implementado otras de gran importancia, por ejemplo: Café Don Luis además de ofrecer el servicio delivery con colaboradores propios de la empresa, también tiene el servicio pick up, o “para llevar” es una estrategia importante a que al cliente se le hace más fácil y rápido tener los productos que desea si es que no quiere visitar el local. En cambio, Coffee & Cocktails ha optado por afiliarse a dos grandes plataformas de delivery como son Hugo y Pedidos ya, además del delivery que la empresa ofrece por sí misma, esto amplía sus horizontes de servicio ya que tiene más medios por los cuales llegar al paladar del cliente, de una manera más fácil y rápida.

Como aporte a este estudio y para dar respuesta al objetivo tres se proponen las siguientes estrategias:

**A Café Don Luis:**

Propuesta	Objetivo de la propuesta	Descripción de la acción
Capacitación al personal sobre las medidas de bioseguridad que el Ministerio de Salud está implementando.	Preparar al personal nuevo que llega y refrescar los conocimientos a los colaboradores existentes.	Realizar la capacitación al menos una vez por mes.
Colocación de infografía en lugares visibles sobre el adecuado comportamiento del huésped ante estornudos, tos y saludos.	Informar acerca de las normas correctas al estar en un establecimiento concurrido para evitar contagios	Crear espacios en el local para la infografía.
Implementación de pizarras para mostrar el menú	Evitar contacto directo de objetos que pueden manipularse.	Colocar pizarras con el menú en puntos visibles.
Creación o implementación del código QR para el menú.	Emplear el uso de la tecnología para no manipular un menú impreso.	Utilizar una aplicación que genere el código QR para el menú, es mucho más rápido y fácil tener el menú de manera digital.
Colocación de las recomendaciones emitidas por el Ministerio de Salud en relación a la pandemia, en sitios visibles de la empresa	Informar a los clientes acerca del COVID-19.	Crear espacios visibles para colocar estas recomendaciones emitidas por el Ministerio de Salud, para no bajar la guardia ante la pandemia.

Tabla Nº 6. Propuestas de estrategias de bioseguridad Don Luis

**A Coffee & Cocktails:**

<b>Propuesta</b>	<b>Objetivo de la propuesta</b>	<b>Descripción de la acción</b>
Capacitación al personal sobre las medidas de bioseguridad que el Ministerio de Salud está implementando.	Preparar al personal nuevo que llega y refrescar los conocimientos a los colaboradores existentes.	Realizar la capacitación al menos una vez por mes.
Colocación de infografía en lugares visibles sobre el adecuado comportamiento del huésped ante estornudos, tos y saludos.	Informar acerca de las normas correctas al estar en un establecimiento concurrido para evitar contagios	Crear espacios en el local para la infografía.
Creación o implementación del código QR para el menú.	Emplear el uso de la tecnología para no manipular un menú impreso.	Utilizar una aplicación que genere el código QR para el menú, es mucho más rápido y fácil tener el menú de manera digital.
Colocación de las recomendaciones emitidas por el Ministerio de Salud en relación a la pandemia, en sitios visibles de la empresa	Informar a los clientes acerca del COVID-19.	Crear espacios visibles para colocar estas recomendaciones emitidas por el Ministerio de Salud, para no bajar la guardia ante la pandemia.

**Tabla Nº 7. Propuestas de estrategias de bioseguridad Coffee & Cocktails**

## XI. CONCLUSIONES

Luego del estudio realizado se llegó a las siguientes conclusiones:

En relación con el primer objetivo, la economía de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails ha sido afectada por la pandemia del virus COVID-19, provocando una reducción en el porcentaje de ventas en relación a los años anteriores, debido a un menor número de visitantes en el local. Además de reducirse las visitas y por ende las ventas se redujo el número de horas a los trabajadores.

En cuanto al segundo objetivo, tanto la cafetería Don Luis como cafetería Coffee & Cocktails poseen medidas de bioseguridad ante el COVID-19, atendiendo las orientaciones del Ministerio de Salud Pública de Nicaragua como la limpieza y desinfección en el local. Las empresas en estudio tienen protocolos definidos para las medidas de bioseguridad establecidas ante un contagio de sus colaboradores.

Es importante destacar que los clientes de estas empresas tienen conocimiento sobre el COVID-19 y saben que se deben tener medidas de bioseguridad para no contagiarse y reconocen que estas empresas cuidan que sus clientes no se contaminen.

En relación al último objetivo, se destaca que cada una de estas empresas tienen estrategias de atención y servicio al cliente, lo que ha permitido la fidelización de sus clientes y, por ende, el éxito y la permanencia de estas en el mercado, además, estas empresas tienen protocolos establecidos para evitar el contagio del COVID-19, sin embargo, se han elaborado propuestas de nuevas estrategias de continuidad de atención al cliente con énfasis en la bioseguridad ante el COVID-19 en para estas cafeterías.

Los servicios delivery que usan estas cafeterías son importantes porque evitan que los clientes estén expuestos al virus del COVID-19 y tengan un servicio fácil y rápido.

## **XII. RECOMENDACIONES**

Partiendo de los resultados y conclusiones obtenidos en esta investigación, se consideran importantes las siguientes recomendaciones:

### **A las cafeterías:**

Seguir capacitando al personal en atención y servicio al cliente, ya que esta es una de las maneras más efectivas de fidelización en una empresa.

Poner en práctica las acciones propuestas para seguir brindando una buena atención y cuidar de los suyos.

No bajar la guardia ante esta emergencia sanitaria y seguir implementando medidas de salubridad en sus establecimientos.

Estar atentos a las sugerencias de sus clientes, esto servirá para mejorar.

Seguir abriendo sus puertas a la comunidad estudiantil que desee realizar investigaciones con fines académicos.

### **A la universidad:**

Seguir promoviendo este tipo de investigaciones en la comunidad estudiantil.

Actualizar los documentos que brinden información acerca del COVID-19.

### XIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (NU), N. U. (Agosto de 2020). Informe de políticas: La Covid-19 y la transformación del Turismo. Recuperado el Miércoles de Octubre de 2021, de [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)
- Acuña, R. H. (2019). Propuestas de estrategias de promoción Turística para el posicionamiento en el mercado del Restaurante La Quinta. Estelí, Nicaragua. Recuperado el Septiembre de 2021
- Amador, A. I. (2020). UNAN Managua presenta estudio sobre la pandemia en congreso científico . *Relevantes, vipeu*, 1.
- Aráuz Lopez, J. M. (2017). Potencial turístico de la finca AraL, municipio El Tuma La Dalia, departamento de Matagalpa, durante II Semestre, 2016. Matagalpa, Nicaragua. Recuperado el Miercoles de Octubre de 2021, de <https://repositorio.unan.edu.ni/5053/1/5947.pdf>
- Areas, A. S. (04 de noviembre de 2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Arnal, J. D. (1994). *Investigación Educativa. Fundamentos y metodología*. (Primera ed.). Barcelona, España: LABOR,S.A. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021
- Cardoza Báez, F. d. (Abril de 2019). Historia, evolución y situación actual de la Hospedería en el sector urbano del Municipio de Juigalpa, periodo de enero a abril 2019. Juigalpa, Nicaragua. Recuperado el Miércoles de Octubre de 2021, de <https://repositorio.unan.edu.ni/10767/1/99971.pdf>
- CEPAL. (2020). *Bibliogúías - Biblioteca de la CEPAL.Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Recuperado el Martes de Noviembre de 2021, de <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=1041476&p=7573808>
- Contrera, N. &. (2015). estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. En E. D. Noelia Patricia contrera, *Estructura Financiera y Rentabilidad* (pág. 42). peru: revista valor contable vol2.
- Etecé, E. (Agosto de 2021). *Concepto de*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Etecé, E. (Agosto de 2021). *Método deductivo*. Recuperado el Jueves de Noviembre de 2021, de Conceptos: <https://concepto.de/metodo-deductivo/>
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. (E. GRUPO, Ed.) Córdoba, Argentina: Encuentro. Recuperado el Jueves de Noviembre de 2021, de [https://books.google.com.co/books?id=jL\\_yS1pfbMoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=jL_yS1pfbMoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)

- Hernández, R. E. (Enero de 2015). Desarrollo Empresarial en el rubro café orgánico de la ciudad de Estelí. Estelí, Nicaragua. Recuperado el Septiembre de 2021
- INTUR. (2020). *INTUR Nicaragua*. Obtenido de INTUR Nicaragua: <https://www.intur.gob.ni/2020/07/protocolos-de-bioseguridad-del-sector-turistico/>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo, nueva clasificación*. Buenos Aires, Arg.
- McInstosh, R. G. (2000). Turismo; Planeación, administración y perspectivas . En R. G. McInstosh, *Turismo; Planeación, administración y perspectivas* (pág. 579). LIMUSA, S.A.
- OIT. (s.f.). Impacto sectorial, respuestas y recomendaciones. Obtenido de <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/sectoral/lang--es/index.htm>
- OMS. (2020). *OMS*. Obtenido de OMS: [https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=La%20COVID%2D19%20es%20la,Wuhan%20\(Rep%C3%ABblica%20Popular%20China\)](https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=La%20COVID%2D19%20es%20la,Wuhan%20(Rep%C3%ABblica%20Popular%20China).).
- OMT. (2019). Introducción al turismo. 393.
- Pérez, J. &. (2021). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/empresa/>
- Pérez, J. (2016). *definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/cafeteria/>
- Quesada Somano, A. K., & Medina León, A. (Diciembre de 2020). *www.researchgate.net/publication*. Recuperado el Jueves de Noviembre de 2021, de Métodos teóricos de investigación: análisis-síntesis, inducción-deducción, abstracto - concreto e histórico-lógico: [https://www.researchgate.net/publication/347987929\\_METODOS\\_TEORICOS\\_DE\\_INVESTIGACION\\_ANALISIS-SINTESIS\\_INDUCCION-DEDUCCION\\_ABSTRACTO\\_-CONCRETO\\_E\\_HISTORICO-LOGICO](https://www.researchgate.net/publication/347987929_METODOS_TEORICOS_DE_INVESTIGACION_ANALISIS-SINTESIS_INDUCCION-DEDUCCION_ABSTRACTO_-CONCRETO_E_HISTORICO-LOGICO)
- QuestionPro. (s.f.). *QuestionPro*. Recuperado el Jueves de Noviembre de 2021, de <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>
- Ramírez Cavassa, C. (2007). *Administración de Empresas turísticas*. Mexico: Trillas, S. A.
- Ramírez Cavassa, C. (2007). *Administración de empresas turísticas; Nuevas estrategias*. México, D.F: Trillas Turismo.
- Reynoso, C. (2010). La influenza A (H1N1) las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias. *Desacatos, revista de antropología social*, 35-52.
- Rodríguez, E. (14 de agosto de 2020). *seos estudios blog*. Obtenido de seo estudios: <https://www.seoestudios.es/blog/estrategias-de-fidelizacion/>
- Sampieri, R. F. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 736). México: Mienbro de cámara de la industria editorial Mexicana.

Significados.com. (s.f.). *Método Inductivo*. Recuperado el Martes de Noviembre de 2021, de <https://www.significados.com/metodo-inductivo/>

Sladogna, M. (2017). *Relats*. Obtenido de Relats: <http://www.relats.org/documentos/ORGSladogna2.pdf>

Vásquez Rojas, C. (23 de junio de 2020). Estructura organizacional, tipos de estructura y organigramas. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

Zamacona, R. (2003). *udlap.mx*. Obtenido de [udlap.mx](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/zamacona_s_r/capitulo4.pdf): [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/zamacona\\_s\\_r/capitulo4.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/zamacona_s_r/capitulo4.pdf)



## XIV. ANEXOS

### 14.1 Anexo N° 1 Entrevista a los empresarios de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

### Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Somos estudiantes de V año de la carrera de Administración Turística y Hotelera en la FAREM-Estelí, en este momento le solicitamos su valiosa colaboración sobre la incidencia del COVID-19 en la estructura organizativa de su empresa para recopilar información, que será de utilidad en nuestro tema investigativo.

La siguiente entrevista está dirigida al gerente de la cafetería y se realiza con fines académicos de culminación de estudios en la asignatura de Seminario de Graduación.

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Ocupación o cargo: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo es la estructura organizativa de la empresa?
2. ¿Cuántos colaboradores tienen la empresa actualmente?
3. ¿Con cuántos colaboradores contaba la empresa antes del covid?
4. ¿Qué estrategias han implementado para mantener la fidelidad de sus clientes?

5. ¿Cómo ha sido afectada la empresa por la pandemia?
6. ¿Cómo fomentan la prevención del covid 19 en la empresa?
7. De presentarse un contagio entre sus colaboradores ¿cuál es su plan de acción ante esta situación?

¡Gracias por su colaboración!

## 14.2 Anexo Nº 2. Encuesta a los clientes de las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

### Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Somos estudiantes de V año de la carrera de Administración Turística y Hotelera en la FAREM-Estelí, en este momento le solicitamos su valiosa colaboración sobre la incidencia del COVID-19 en esta cafetería que Usted visita, esta información es de utilidad para nuestro tema investigativo que se realiza con fines académicos de culminación de estudios en la asignatura de Seminario de Graduación.

La siguiente encuesta está dirigida a los clientes que visitan las cafeterías Don Luis y Coffee & Cocktails.

#### Questionario

Sexo: F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Nivel académico:

Bachiller \_\_\_\_\_ Estudiante universitario \_\_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo conoció este establecimiento?

Redes sociales \_\_\_\_\_

Radio \_\_\_\_\_

Tv \_\_\_\_\_

Volantes \_\_\_\_\_

Vallas publicitarias \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

2. ¿Cada cuánto visita una cafetería?

Una vez a la semana \_\_\_\_\_

Dos veces a la semana \_\_\_\_\_

Todos los días \_\_\_\_\_

Esporádicamente \_\_\_\_\_

3. ¿Cómo valora la atención y el servicio al cliente?

Muy mala \_\_\_\_\_

Mala \_\_\_\_\_

Buena \_\_\_\_\_

Excelente \_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipos de productos consume frecuentemente?

Bebidas frías \_\_\_\_\_

Bebidas calientes \_\_\_\_\_

Postres \_\_\_\_\_

Snacks \_\_\_\_\_

Platos fuertes \_\_\_\_\_

5. ¿Qué mejorarías de la cafetería?

Su infraestructura \_\_\_\_\_

El servicio y atención al cliente \_\_\_\_\_

La calidad de sus productos \_\_\_\_\_

Todas las anteriores \_\_\_\_\_

Todo está excelente \_\_\_\_\_

6. ¿Usted recomendaría a un amigo o familiar que visiten esta cafetería?

¿Por qué?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

7. ¿Conoce usted acerca del covid-19?

No \_\_\_\_\_

Un poco \_\_\_\_\_

Lo suficiente \_\_\_\_\_

8. ¿Cómo valora los protocolos de bioseguridad ante el covid-19 implementados en la empresa?

Deficientes \_\_\_\_\_

Buenos \_\_\_\_\_

Excelentes \_\_\_\_\_

9. ¿El personal del local que usted visita implementa las medidas de bioseguridad correctamente?

Siempre \_\_\_\_\_

Nunca \_\_\_\_\_

10. ¿El local le brinda la seguridad necesaria en esta época de pandemia?

Sí, me siento seguro \_\_\_\_\_

No, tengo temor \_\_\_\_\_

**¡Gracias por tu valiosa colaboración!**

**14.3 Anexo Nº 3. Foto de las empresas**



**Pintura Café Don Luis centro. Fuente: Instagram, usuario @errante399**



**Lavamanos instalado fuera del café Don Luis. Fuente: Propia**



**Señalizaciones de distanciamiento social en área de caja Café Don Luis. Fuente: Propia**



Aplicador de alcohol líquido en la entrada de café Don Luis. Fuente: Propia



Café Gourmet, uno de los servicios de Café Don Luis. Fuente: Instagram café Don Luis.





Ubicación de Coffee & Cocktails en la ciudad de Estelí. Fuente: Propia



Dispensadores de alcohol en gel, colocado en paredes de Coffee & Cocktails. Fuente: Propia



Dispensador de alcohol en gel en otra área de Coffee & Cocktails. Fuente: Propia



Servicio de renta de local ofrecido por Coffee & Cocktails. Fuente: Página de Facebook de Coffee & Cocktails



Área de juegos para niños en Coffee & Cocktails. Fuente: Página de Facebook de la cafetería.

✕ **Información**

★ 5.0 ★★★★★ 2 opiniones  
30-45 min • C\$10 envío  
Dirección: Calle 8 SE 1

**Medios de pago**


Pagos online

Pagos en la entrega

**Horarios**

<b>Domingo</b>	<b>11:30 a 21:00</b>
Lunes	11:30 a 21:00
Martes	11:30 a 21:00
Miércoles	11:30 a 21:00
Jueves	11:30 a 21:00
Viernes	11:30 a 21:00
Sábado	11:30 a 21:00

Delivery de Coffee & Cocktails a través de Pedidos Ya. Fuente: App Pedidos Ya



**Coffee And Cocktails**  
MARISCOS - CARNES - CAFÉS


DELIVERY <b>30min</b>	SCHEDULE <b>8:00AM - 10:30PM</b>	RATING <b>★ 5.0</b>
--------------------------	-------------------------------------	------------------------

**DESAYUNOS/BREAKFAST**    ENSALADAS Y CEVICHES/SAL

---

**Desayunos/Breakfast**

**Desayuno Esteliano / Breakfast Esteliano Style**  
Comienza bien las mañanas con un delicioso desayuno esteliano.  
C 135.00



Delivery de Coffee & Cocktails a través de Hugo. Fuente: Hugo App