



Universidad Hispanoamericana

Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas.

Tesis para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE HAN PRODUCIDO IMPACTO ECONÓMICO A CAUSA DE LA PANDEMIA COVID-19, EN PERÍODOS DE MARZO A JUNIO 2020, EN EL RESTAURANTE TABARIS CALDERA Y ESTABELECER ESTRATÉGIAS PARA RESTABLECER LA UTILIDAD ECONÓMICA DEL SERVICIO.

BLANCA ROSA OBREGON PUERTO

801230830

Tutor: M.Sc. Edgar Arias Obando

Puntarenas, Costa Rica.

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE CUADROS	x
INDICE DE TABLAS.....	xi
INDICE DE GRAFICOS	xii
DECLARACION JURADA	xvii
CARTA DEL TUTOR	xviii
CARTA DEL LECTOR.....	xxi
DEDICATORIA	xxiii
AGRADECIMIENTO	xxiv
RESUMEN	25
CAPITULO I.....	27
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	27
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	28
1.1.1 Antecedentes del problema	28
1.1.2 Problematización.....	30
1.1.3 Justificación del problema.....	31
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	32
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	32
1.3.1. Objetivo general	32
1.3.2. Objetivos específicos.....	32
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES.....	33
1.4.1. Alcances.....	33
1.4.2. Limitaciones.....	33
1.4.3 Aporte del investigador	34
1.5 MAPA CONCEPTUAL.....	34
1.5.1. Definición conceptual.....	34
1.6.1. Mapa Conceptual.....	36
CAPITULO II.....	37
MARCO TEÓRICO.....	37

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO	38
2.1.1 Antecedentes de la organización	38
2.1.1.1. Organigrama Funcional Tabaris de Caldera.....	41
2.1.1.2. Filosofía del Restaurante Tabaris de Caldera	42
2.1.1.3. Ubicación Geográfica del Restaurante Tabaris de Caldera	42
2.1.1.4. El restaurante Tabaris Caldera y su entorno	45
2.1.1.5. El restaurante Tabaris Caldera y su competencia	46
2.1.1.6. El restaurante Tabaris Caldera y sus ventas.....	46
2.1.1.7. El restaurante Tabaris Caldera y su capacidad de atención.....	47
2.2 CONTEXTO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	47
A. PANDEMIA.....	49
B. IMPACTO ECONOMICO	51
2.3 COVID-19.....	53
2.3.1 Factores	55
2.3.1.1. Riesgos	56
2.3.1.2. Medidas Sanitarias.....	56
2.3.2. Impacto.....	57
2.3.2.1. Crisis Financiera.....	58
2.3.2.2. Crisis Económica.....	60
2.4. PLAN ESTRATEGICO.....	64
2.4.1. Planeación Económica financiera.....	65
2.4.1.1. Análisis Económico	67
2.4.1.2. Análisis Financiero	68
2.5. ESTRATEGIAS.....	72
2.5.1. Oportunidad	76
2.5.1.1. Evaluación de Riesgos.....	80
2.5.1.2. Acciones.....	81

2.5.2. Utilidad Económica.....	82
2.5.2.1. Servicio	83
2.5.2.2. Satisfacción del Cliente	84
CAPITULO III.....	87
MARCO METODOLÓGICO	87
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	88
3.1.1 Finalidad (teórica o aplicada)	88
3.1.2 Dimensión temporal (transversal / longitudinal)	88
3.1.3 Marco (mega-macro-micro)	89
3.1.4 Naturaleza (cuantitativa, cualitativa o mixta)	90
3.1.5 Carácter (exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo)	91
3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN.....	92
3.2.1 Unidades de análisis (objetos o sujetos de estudio)	92
3.2.2 Fuentes primarias	93
3.2.3 Fuentes secundarias	93
3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO	94
3.3.1 La población.....	94
3.3.2 Muestra	95
3.3.3 Probabilística	95
3.3.4 No probabilística.....	96
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN.....	96
3.4.1 Entrevistas	96
3.4.2 Cuestionario.....	97
3.4.3 Observación	97
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	97
3.5.1. Definición conceptual, operativa e instrumental	97
3.6. CUADRO DE INDICADORES.....	100
3.6.1. Tabla de Indicadores.....	102

CAPÍTULO IV.....	103
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	103
4.1. Análisis e Interpretación de datos	104
4.2. Codificación y tabulación de la información	104
4.3. Tipos de gráficos	105
4.4. Análisis de datos	105
CAPÍTULO V.....	156
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	156
5.1 Conclusiones y recomendaciones	157
CAPÍTULO VI.....	163
PROPUESTA.....	163
6.1 INTRODUCCION.....	164
6.2 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA	165
6.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	165
6.3.1 Objetivo General.....	165
6.3.2 Objetivos específicos.....	166
6.4 ALCANCES Y LIMITACIONES.....	166
6.4.1 Alcances.....	166
6.4.2 Limitaciones.....	166
6.4 DEBILIDADES RESTAURANTE.....	167
6.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	167
CAPÍTULO IV.....	174
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	174
ANEXOS	178

INDICE DE IMÁGENES

<i>Imagen 1.Ubicación Geográfica Restaurante Tabaris de Caldera.....</i>	<i>42</i>
<i>Imagen 2.Tabaris de Caldera.....</i>	<i>43</i>
<i>Imagen 3.Platillo Gastronómico.....</i>	<i>43</i>
<i>Imagen 4.Infraestructura #1Restaurante Tabaris de Caldera.....</i>	<i>44</i>
<i>Imagen 5.Infraestructura #2 Restaurante Tabaris de Caldera.....</i>	<i>44</i>

INDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1. Factores Impactan economía CR</i>	63
<i>Cuadro 2. Aspectos Importantes de Planeación estratégica</i>	70
<i>Cuadro 3. Modelo Planeación Estratégica</i>	74
<i>Cuadro 4. Proceso Análisis Estratégicos</i>	75
<i>Cuadro 5. Modelo Planificación -perspectivas</i>	78
<i>Cuadro 1. Población clasificada por género</i>	94
<i>Cuadro 2. Operacionalización de variables</i>	98
<i>Cuadro 3. Cuadro de variables vrs instrumentos</i>	100

INDICE DE TABLAS

<i>TABLA 1. GÉNERO</i>	105
<i>Tabla 2. Edad</i>	106
<i>Tabla 3. Nivel Académico</i>	107
<i>Tabla 4. Años de laborar en el Restaurante</i>	108
<i>Tabla 5. Área donde labora</i>	109
<i>Tabla 6. Tiempo de laborar en el área</i>	110
<i>Tabla 7. ¿Ha ocupado otros puestos en el restaurante?</i>	112
<i>Tabla 8. ¿Sabe que es Covid-19?</i>	113
<i>Tabla 9. ¿Considera usted que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante?</i>	114
<i>Tabla 10. ¿Uno de los factores de riesgos de Covid-19, es la exposición de grupos en lugares públicos?</i>	115
<i>Tabla 11. ¿Considera usted que los factores de riesgos del Covid-19, limita al restaurante brindar el servicio a un 100%?</i>	116
<i>Tabla 12. ¿Usted se ha limitado usted a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19?</i>	117
<i>Tabla 13. ¿Sabe usted si el personal del restaurante sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el Covid-19?</i>	118
<i>Tabla 14. ¿Se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios?</i>	119
<i>Tabla 15. ¿Recibe usted motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19?</i>	120

<i>Tabla 16. ¿Considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes?</i>	121
<i>Tabla 17. ¿Durante la pandemia del Covid-19, ha recibido usted alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo?</i>	122
<i>Tabla 18. ¿Conoce usted como funcionario, si la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19?</i>	123
<i>Tabla 19. ¿Durante el mes de marzo a junio 2020, qué tan frecuentes han sido los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19?</i>	124
<i>Tabla 20. ¿Conoce usted si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica organizativa?</i>	125
<i>Tabla 21. ¿Considera usted que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico?</i>	126
<i>Tabla 22. ¿Considera usted que la administración del restaurante debe de restablecer sus estrategias de servicios ante la situación del Covid-19?</i>	127
<i>Tabla 23. ¿Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado?</i>	128
<i>Tabla 24. ¿Se podría considerar que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19?</i>	129
<i>Tabla 25. ¿Ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de restablecer las utilidades económicas?</i>	130

Tabla 26. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante efectúe un análisis económico que permitan valorar resultados económicos antes la situación del Covid-19?.....	131
<i>Tabla 27. ¿Considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19?.....</i>	<i>132</i>
<i>Tabla 28. ¿Cree usted que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?.....</i>	<i>133</i>
<i>Tabla 29. ¿Considera que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19?.....</i>	<i>134</i>
<i>Tabla 30. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19?.....</i>	<i>135</i>
<i>Tabla 31. ¿Conoce si la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida?.....</i>	<i>136</i>
<i>Tabla 32. ¿Conoce usted si el restaurante ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19?.....</i>	<i>137</i>
<i>Tabla 33. ¿El restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19?.....</i>	<i>138</i>
<i>Tabla 34. ¿Cree usted que, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19?.....</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 35. ¿Puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19?.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 36. ¿Cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19?.....</i>	<i>141</i>

<i>Tabla 37. ¿Considera usted que las principales prácticas críticas de éxito del restaurante ante el Covid-19, podría ser el miedo al contagio y se preste una mala atención del servicio?</i>	142
<i>Tabla 38. ¿Son eficaces los procedimientos para regular los flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19?</i>	143
<i>Tabla 39. ¿El personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias?</i>	144
<i>Tabla 40. ¿Usted considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19?</i>	145
<i>Tabla 41. ¿Conoce usted si se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno?</i>	146
<i>Tabla 42. ¿Conoce usted si se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo?</i>	147
<i>Tabla 43. ¿Considera usted que se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas?</i>	148
<i>Tabla 44. ¿Se realizan investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19?</i>	149
<i>Tabla 45. ¿Considera usted que los clientes valoran la calidad y admiten precio de las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19?</i>	150
<i>Tabla 46. ¿Cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad de sus servicios ante la situación del Covid-19?</i>	151
<i>Tabla 47. ¿Se cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19?</i>	152
<i>Tabla 48. ¿Se consideran los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19?</i>	153

Tabla 49. ¿Se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19?..... 154

Tabla 50. ¿Se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19?..... 155

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1. GÉNERO	106
Gráfico 2. Edad.....	107
Gráfico 3. Nivel Académico	108
Gráfico 4. Años de laborar en el Restaurante	109
Gráfico 5. Área donde labora	110
Gráfico 6. Tiempo de laborar en el área.....	111
Gráfico 7. ¿Ha ocupado otros puestos en el restaurante?	112
Gráfico 8. ¿Sabe que es Covid-19?.....	113
Gráfico 9. ¿Considera usted que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante?.....	114
Gráfico 10. ¿Uno de los factores de riesgos de Covid-19, es la exposición de grupos en lugares públicos?	115
Gráfico 11. ¿Considera usted que los factores de riesgos del Covid-19, limita al restaurante brindar el servicio a un 100%?.....	116
Gráfico 12. ¿Usted se ha limitado a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19?	117
Gráfico 13. ¿Sabe usted si el personal del restaurante sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el Covid19?.....	118
Gráfico 14. ¿Se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios?	119
Gráfico 15. ¿Recibe usted motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19?	120

<i>Gráfico 16. ¿Considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes?</i>	121
<i>Gráfico 17. ¿Durante la pandemia del Covid-19, ha recibido usted alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo?.....</i>	122
<i>Gráfico 18. ¿Conoce usted como funcionario, si la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19?.....</i>	123
<i>Gráfico 19. ¿Durante el mes de marzo a junio 2020, que tan frecuentes han sido los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19?.....</i>	124
<i>Gráfico 20. ¿Conoce usted si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica Organizativa?.....</i>	125
<i>Gráfico 21. ¿Considera usted que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico?.....</i>	126
<i>Gráfico 22. ¿Considera usted que la administración del restaurante debe de restablecer sus estrategias de servicios ante la situación del Covid-19?.....</i>	127
<i>Gráfico 23. ¿Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado?</i>	128
<i>Gráfico 24. ¿Se podría considerar que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19?.....</i>	129
<i>Gráfico 25. ¿Ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de restablecer las utilidades económicas?.....</i>	130

Gráfico 26. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante efectuó un análisis económico que permitan valorar resultados económicos ante la situación del Covid-19?.....	131
Gráfico 27. ¿Considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19?.....	132
Gráfico 28. ¿Cree usted que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?.....	133
Gráfico 29. ¿Considera que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19?.....	134
Gráfico 30. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19?.....	135
Gráfico 31. ¿Conoce si la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida?.....	136
Gráfico 32. ¿Conoce usted si el restaurante ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19?.....	137
Gráfico 33. ¿El restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19?.....	138
Gráfico 34. ¿Cree usted que, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19?.....	139
Gráfico 35. ¿Puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19?.....	140
Gráfico 36. ¿Cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19?.....	141

<i>Gráfico 37. ¿Considera usted que las principales prácticas críticas de éxito del restaurante ante el Covid-19, podría ser el miedo al contagio y se preste una mala atención del servicio?</i>	142
<i>Gráfico 38. ¿Son eficaces los procedimientos para regularlos flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19?</i>	143
<i>Gráfico 39. ¿El personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias?</i>	144
<i>Gráfico 40. ¿Usted considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19?</i>	145
<i>Gráfico 41. ¿Conoce usted si se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno?</i>	146
<i>Gráfico 42. ¿Conoce usted si se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo?</i>	147
<i>Gráfico 43. ¿Considera usted que se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas?</i>	148
<i>Gráfico 44. ¿Se realizan investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19?</i>	149
<i>Gráfico 45. ¿Considera usted que los clientes valoran la calidad y admiten precio acorde de las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19?</i>	150
<i>Gráfico 46. ¿Cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad de sus servicios ante la situación del Covid-19?</i>	151
<i>Gráfico 47. ¿Se cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19?</i>	152
<i>Gráfico 48. ¿Se consideran los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19?</i>	153

Gráfico 49. ¿Se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19?..... 154

Gráfico 50. ¿Se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19?..... 155

DECLARACION JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo Blanca Rosa Obregón Puerto, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 801230830 egresado de la carrera de Administración de empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente aperebido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en administración con énfasis en banca y finanzas juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el Restaurante Tabaris Caldera y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de Puntarenas, a los 29 días del mes de setiembre del año dos mil veinte.



Firma del estudiante
Cédula: 801230830

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION
PUNTARENAS, 16 de noviembre del 2020**

Señores:

Universidad Hispanoamericana

Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrita Blanca Rosa Obregón Puerto con número de identificación 801230830 autora del trabajo de graduación titulado : Análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el restaurante Tabaris Caldera y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio, presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Banca y Finanzas; Si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,



801230830

Firma y Documento de Identidad

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las “Condiciones de uso de estricto cumplimiento” de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.

CARTA DEL TUTOR

CARTA DEL LECTOR

San José, 6 de Octubre de 2020

Luis Vargas Zuñiga
Administración de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

La estudiante Blanca Rosa Obregón Puerto, cédula de identidad número 801230830, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado: Análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el restaurante Tabaris Caldera y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura En Administración de Empresas con Énfasis en Banca y Finanzas.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	19
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	29
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	19
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20
	TOTAL		97

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

EDGAR ARIAS

OBANDO (FIRMA)

Firmado digitalmente por
EDGAR ARIAS OBANDO (FIRMA)
Fecha: 2020.10.08 12:40:08
-06'00'

Edgar Arias Obando

Cédula identidad N 6-0266-0772

Carné Colegio Profesional N18239

CARTA DEL LECTOR

San José, 26 de octubre de 2020

Señores
Escuela de Ciencias Económicas
Universidad Hispanoamericana

Estimados señores:

La estudiante **Blanca Rosa Obregón Puerto**, cédula de identidad número 08-0123-0830, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE HAN PRODUCIDO IMPACTO ECONÓMICO A CAUSA DE LA PANDEMIA COVID-19, EN PERÍODOS DE MARZO A JUNIO 2020, EN EL RESTAURANTE TABARIS CALDERA Y ESTABELECEER ESTRATÉGIAS PARA REESTABLECER LA UTILIDAD ECONÓMICA DEL SERVICIO”**. He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente, lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y el análisis de datos; la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte del proyecto. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en defensa pública, previo cumplimiento de los requisitos establecidos por la Universidad.

Atentamente,

RODOLFO
ANTONIO BONILLA
NUÑEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por
RODOLFO ANTONIO
BONILLA NUÑEZ (FIRMA)
Fecha: 2020.10.26 10:07:02
-06'00'

Rodolfo Bonilla Núñez
Carné Colegio Profesional N.1552
Cel. 8880-5307

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a DIOS por las fuerzas, sabiduría y salud que me da cada día, a mis papás que han sido un soporte importantísimo en mi vida por ende en mi carrera, mi papá: Isidro Obregón que todavía está conmigo y mi mamá Marina Puerto que no logró verme hasta el final de esta etapa, pero sé que estaría orgullosa de mí como siempre lo estuvo, a Tamara Benavides quien fue un pilar en mi vida desde que la conocí la impulsadora de esta carrera, a todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y me brindaron su confianza.

Con Cariño Blanca Rosa Obregón Puerto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a todas las personas involucradas en el cumplimiento de este trabajo de graduación, a compañeros que me han brindado su colaboración desinteresadamente, a la universidad, profesores, y en especial a mi tutor por las instrucciones y sus consejos, a mi familia, que siempre han estado con alguna palabra de aliento y finalmente a mi segunda familia que me acogieron en su hogar y me brindaron apoyo moral y económico.

Con Cariño Blanca Rosa Obregón Puerto.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación pretende efectuar un análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el RESTAURANTE TABARIS CALDERA a fin de establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio.

La situación actual que se vive raíz de la pandemia covid-19 en Costa Rica en el tema de economía es preocupante por los acontecimientos que esta afectación a propiciado a los comercios por las medidas sanitarias que han provocado el cierre de los mismos y de la no captación de ingresos dificultan los esfuerzos de los costarricenses para enfrentar el COVID-19.

A continuación, se detalla una breve definición de los seis capítulos que conforman el presente trabajo de investigación:

En el Capítulo I: Detalla los antecedentes históricos del RESTAURANTE TABARIS CALDERA, antecedentes investigativos, problematización, justificación del problema, formulación del problema, los objetivos de investigación, alcances y limitaciones.

En el Capítulo II: Hace referencia al marco teórico, el cual se divide en dos: en el contexto histórico y el contexto teórico – conceptual, el cual comprende conceptos relacionados COVID-19, efectos económicos de la crisis mundial, factores económicos para las empresas como restaurantes de especialidad, acciones estratégicas para estabilizar las ventas y de indicadores económicos que han afectado la economía mundial y local de servicios brindados en los Restaurantes de la localidad.

En el Capítulo III: En este apartado se detalla el marco metodológico del trabajo, el cual comprende el tipo de investigación, sujetos y fuentes de información, la selección del muestreo, las técnicas e instrumentos para la recolección de información y el cuadro de Operacionalización de las variables.

En el Capítulo IV: Se presenta el análisis e interpretación de datos. Incluye la tabulación y los respectivos gráficos de los datos obtenidos con el propósito de mostrar la interpretación de cada uno de los resultados.

En el Capítulo V: Este capítulo se conforma por las conclusiones obtenidas y las recomendaciones que surgieron a partir de la elaboración del trabajo de investigación.

En el Capítulo VI: A partir del análisis y las conclusiones obtenidas se procede a elaborar una propuesta que permita establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio del RESTAURANTE TABARIS CALDERA.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se lleva a cabo la presente investigación con los colaboradores del RESTAURANTE TABARIS CALDERA, que comprende de edades de 19 a 65 años aproximadamente, en el Distrito de Caldera, durante el periodo marzo a junio 2020.

1.1.1 Antecedentes del problema

La situación actual del país referente al COVID-19 en la crisis económica, engloba fases que no permite el avance del desarrollo económico y que el mismo se lleve a cabo de la forma adecuada, considerando que estas actividades permiten mantener la estabilidad de un país y agregando a esto el riesgo que puede permitir generar que esto aumente de forma gradual en cuanto a la pandemia.

En este sentido, la investigación a desarrollar se estará llevando a cabo en la actividad económica del restaurante TABARIS CALDERA, con la finalidad de ejecutar un análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 a fin de establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio.

Según el MEIC, (2020) el impacto económico sobre el país en tiempos de COVID viene:

Del sector empresarial costarricense, resulta prioritario y urgente conocer la afectación que esta pandemia está causando en las micro, pequeñas y medianas empresas, con el fin de determinar qué acciones, instrumentos de apoyo y estrategias se pueden

implementar, tanto desde nuestra institución, como del resto del sector público, para contrarrestar en la medida de lo posible, los efectos negativos sobre la producción y el empleo. En este proceso se contó con el valioso apoyo del Observatorio de MiPymes (OMIPYMES) en las etapas de procesamiento de los datos, elaboración de cuadros y gráficos, y análisis de los resultados principales. (p.3)

La afectación que esto produce en las “microempresas” a partir de la crisis actual en tal forma que sus colaboradores no puedan desarrollar sus respectivas funciones debido a la misma situación, ya que esto genera un problema principal dentro de las mismas, provocando una falta de poder cubrir los salarios o gastos de ellos, así generando el desempleo o la afectación de las micro y macroempresas.

El impacto en la economía de un país se puede dar por distintos motivos ya sea ajustes en los impuestos, cotizaciones en el sector salud o como en este caso el impacto lo generó la situación de la pandemia que se vive en el país, para esto se explicará qué es impacto.

Según Pérez y Gardey, (2018) el impacto económico es:

La idea de impacto económico, en este marco, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. (s.p)

Tomando en cuenta lo que dicen los autores un impacto económico siempre conlleva consecuencias ya sea a la persona individual, familia, empresa o Estado. Es por esta razón que al igual que de manera mundial la economía se ha visto afectada, de la misma forma sucede en Costa Rica, ya que el impacto económico que ha generado es importante, viéndose afectado principalmente en el desempleo, el trabajo informal, los pequeños empresarios y el descenso del Producto Interno Bruto (PIB).

El país se encuentra en una posición incierta, ya que se han movido muchos recursos para lograr que la afectación en el sistema económico no sea tan devastadora, pero esto solo se sabrá cuando se puede iniciar de nuevo.

En su actuar el estado costarricense trata de articular estrategias con actores involucrados con la finalidad de reactivar el comercio y el turismo, lo que implica planes de acción con responsabilidad y credibilidad ante los clientes internos y externos ante la pandemia COVID-19.

1.1.2 Problematización

Cuando se aborda el tema de análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el RESTAURANTE TABARIS CALDERA a fin de establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio, se valora la interrogante ¿cuáles son los factores económicos a causa de la pandemia Covid-19 para la operación del Restaurante Tabaris Caldera? ¿Qué estrategias debe implementar el restaurante ante esta situación?

Hoy en día los comercios deben propiciar estrategias efectivas que les permita seguir con su actividad comercial. Donde los sectores más afectados directamente por el COVID-19 y sobre todo por las medidas necesarias para su contención han sido el turismo, otros servicios como gastronómicos y de entretenimiento, y el comercio con algunas excepciones.

1.1.3 Justificación del problema

La pandemia de Covid-19 ha provocado estragos en la zona y alrededores del Restaurante TABARIS CALDERA, aproximadamente desde el 6 de marzo del año en curso, se detectó el primer contagio en Costa Rica, posteriormente el 13 de marzo, 7 días después y ya con 23 casos confirmados y así su incremento en días posteriores.

El Ministerio de Salud procede con la articulación de ciertas directrices y medidas sanitarias que han afectado la operación parcialmente del restaurante. El 16 de marzo se tomaron ya decretos de aislamiento social que afecto más agresivamente las ventas del restaurante obligándole a mantener sus puertas de servicio cerradas parcialmente.

En cuanto a los objetivos del trabajo investigativo, se intenta dar a conocer los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los períodos marzo a junio 2020 en el Restaurante TABARIS CALDERA.

Siendo un tema en abordaje de suma importancia para la empresa familiar, ya que el análisis de estos factores permitirá dar como propuesta estrategias efectivas para restablecer la utilidad económica del servicio.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el Restaurante TABARIS CALDERA para establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández (2014), detalla “los objetivos de la investigación es lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son la guía del estudio” (p. 37).

1.3.1. Objetivo general

Analizar los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el Restaurante TABARIS CALDERA y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio.

1.3.2. Objetivos específicos

2. Identificar cuáles son los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19.

3. Evaluar el plan estratégico del servicio del Restaurante TABARIS CALDERA en el periodo 2020.
4. Establecer estrategias de servicio para restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1. Alcances

Este trabajo investigativo se ejerce en la Administración del Restaurante Tabaris Caldera a fin de investigar elementos como: factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, conocer y analizar el plan estratégico del servicio del Restaurante del periodo marzo a junio del 2020, a fin de conocer las estrategias trazadas y de proponer estrategias de servicio para restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.

En este sentido, existe pretensión en que la investigación sirva de herramienta informativa para comprender las necesidades inherentes a causa de la pandemia Covid-19 y que permita ofrecer estrategias de servicio para restablecer la utilidad económica del servicio del Restaurante Tabaris Caldera.

1.4.2. Limitaciones

Se obtuvo limitante en el desarrollo de la investigación, porque se debió esperar autorización para acceder a información del restaurante y para la aplicación del

instrumento, debido a que la administración debió solicitar a los dueños del restaurante el aval para el desarrollo de la investigación.

1.4.3 Aporte del investigador

En el presente trabajo de investigación lo que se pretende es Analizar los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el Restaurante Tabaris Caldera y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio.

De acuerdo con la determinación de los resultados obtenidos mediante esta investigación, se presentará propuesta donde se desarrolla estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio del restaurante Tabaris Caldera.

1.5 MAPA CONCEPTUAL.

1.5.1. Definición conceptual

Los mapas conceptuales son divididos en tres características: por jerarquización, selección y el impacto visual. Según Campos (s, f).

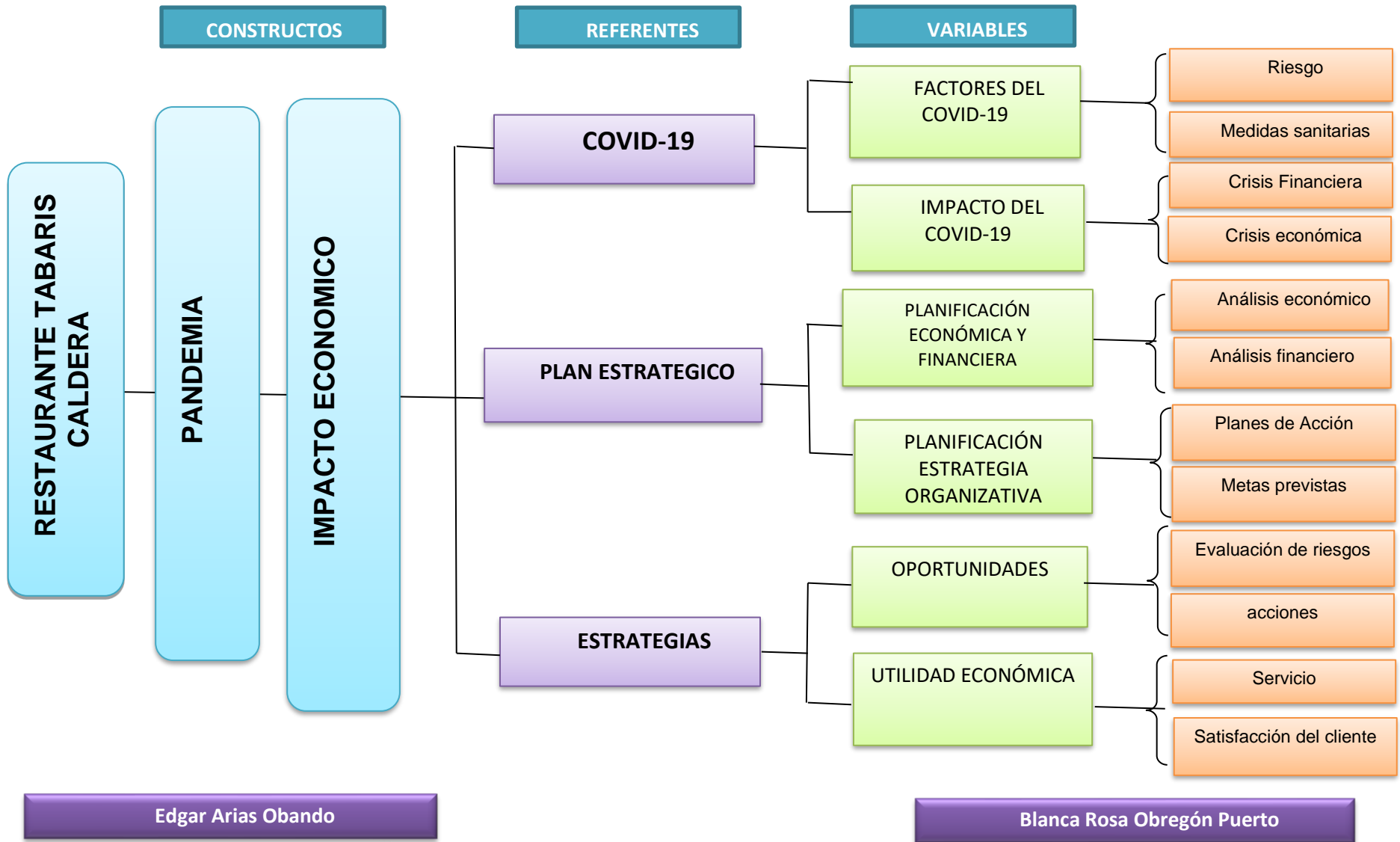
[...] El mapa conceptual puede ser entendido como una estrategia, para ayudar a aprender y organizar el material de enseñanza; como un método, para ayudar a captar el significado de los materiales de

enseñanza, y como recursos, para representar esquemáticamente de un conjunto de significados conceptuales”. (2005:23).

Al ser el mapa conceptual un método, en este trabajo investigativo se considera como una herramienta indispensable que ayudará de forma organizada el detalle de los referentes con sus respectivas variables, así como el detalle de los indicadores a evaluar en el trabajo con la finalidad de obtener la información deseada para el desarrollo de este.

1.6.1. Mapa Conceptual.

Análisis de los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el Restaurante TABARIS CALDERA y establecer estrategias para reestablecer la utilidad económica del servicio.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

2.1.1 Antecedentes de la organización

Fue a partir de un comentario del expresidente don José Figueres Ferrer en su último período como presidente de Costa Rica dijo: que era muy necesario construir otra carretera que uniera a ciudad Colon con Caldera. Nace la idea de construir un restaurante en Caldera, el negocio de la familia siempre ha sido el restaurante Tabaris Esparza, ubicado en la carretera interamericana en la primera entrada de Esparza, construido por el señor Eduardo Benavides Herrera, padre de Eduardo Antonio Benavides en el año 1958, importante empresa manejada siempre por miembros de la familia.

En 1993 que se inicia la construcción del restaurante TABARIS CALDERA, donde la obra fue terminada en el año 1995, donde a principios del año 1996 finalmente el 1º de mayo de 1996 da inicio la operación del RESTAURANTE TABARIS CALDERA, mediante la promoción de este y de sus recetas que afianzaron la actividad en el mercado gastronómico. La conquista de clientes duró diez años para llegar al punto de sobrevivencia, paciencia y fe.

En enero del 2010 día en que se inauguró la carretera 27 esta ruta fue la que propició nuevos clientes que en adelante harían del restaurante TABARIS CALERA un lugar de su preferencia. Actualmente el restaurante cuenta con colaboradores a los cuales se les reconoce sus esfuerzos.

TABARIS CALDERA es un bar y restaurante donde se prepara comida con recetas nacionales, algunas internacionales adaptadas a nuestras recetas, se especializa en variedades de mariscos (pescados enteros, mariscadas, paella, pastas con mariscos, pulpo, calamar, atún) aparte se venden otros tipos de comida como: carnes (churrasco, lomito, cordero), pollo, pastas, casados popularmente conocidos por los costarricenses, arroces (con camarón, con mariscos, con pollo entre otros) sándwiches, ceviches, ensaladas, entre otros, todo tipo de bebidas: naturales, gaseosos, licores y vinos.

Opera en un horario de 6 de la mañana a 10 de la noche normalmente, ofrece tres comidas del día, mantiene precios muy cómodos y competitivos en comparación con los restaurantes de la zona. El mismo cuenta con un análisis de sus debilidades y fortalezas, así como amenazas y oportunidades como se detallan a continuación.

Debilidades:

- Débil tecnología en cuanto a sistemas de toma de pedidos y facturación.
- No existe capacitación de personal para mantenerse actualizado de todo acerca de lo que respecta a restaurantes en las diferentes áreas.
- No hay innovación respecto a la estructura del restaurante ni estrategias de venta.
- La operación es empírica.
- No se hacen promociones para incentivar al cliente a comprar.
- No existe un sistema definido de inventarios.

Amenazas:

- Competencia fuerte en la zona.
- Cambios de gustos en los consumidores.
- Innovación y promociones para ganar clientes de los competidores.
- Incremento de impuestos.

Fortalezas:

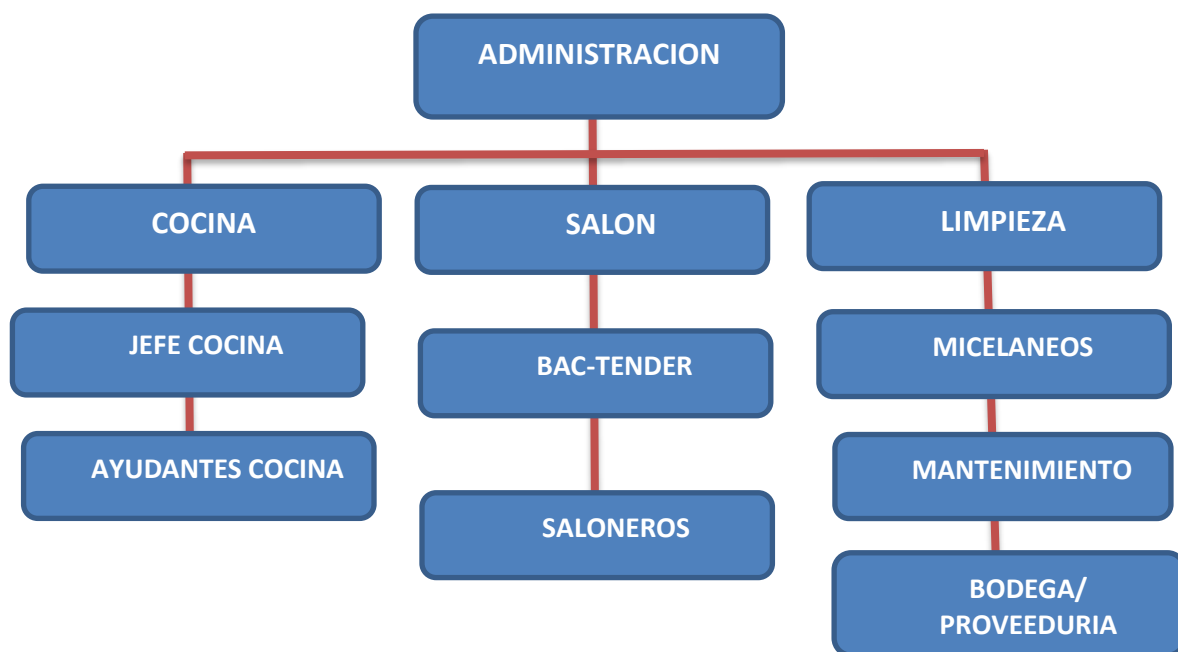
- La ubicación de restaurante es estratégica (frente a la playa y en carretera 27).
- Capacidad financiera disponible.
- Costes de fabricación bajos.
- Rentabilidad y liquidez.
- Los precios son acordes a los costos en comparación a la competencia.
- Parqueo amplio y gratuito.
- Amplio campo y juegos para los niños.
- Bonita y relajante vista al mar o estero.
- Buena reputación de los cocineros.

Oportunidades:

- Mucha presencia de turistas nacionales e internacionales en la zona, por ser costa.
- conservación y cuidado de los derechos ambientales y animales de la zona.
- Facilidad de dialogar y compartir opiniones con el público mediante el uso de internet (Facebook).

Su actividad comercial la establece frente a la playa contiguo al puente de caldera en carretera ruta 27. Recibe clientes de variado poder adquisitivo y de todo el país inclusive muchos extranjeros, a fin de complacer a los mismos ofrece un variado menú y precios accesibles, el restaurante solamente trabaja servicio a la mesa y clientes que piden para pasar a recoger la comida, por lo que se trata de dar la mejor atención. El Restaurante TABARIS CALDERA opera hace aproximadamente 24 años e incluso hay empleados que trabajan desde su apertura, con personal que brinda su especialidad en sus diferentes áreas de servicios que brinda este.

2.1.1.1. Organigrama Funcional Tabaris de Caldera



A pesar de que el restaurante no cuenta con un organigrama se procedió a desarrollar el mismo de acuerdo con las características de este, esto permitirá mantener valoración de puestos, en cuanto a líneas de autoridad y responsabilidad, así como a los canales de comunicación que se deben trazar.

2.1.1.2. Filosofía del Restaurante Tabaris Caldera

Misión

Brindar servicio de comidas de alta calidad para los clientes a través de una cuidadosa selección de insumos, manifestando una actitud de servicio mediante la ética profesional.

Visión

Ser la mejor opción en la preferencia de los clientes de todo el litoral pacífico, logrando mayor participación en el mercado y éxito financiero, en un plazo no mayor a 5 años.

Valores

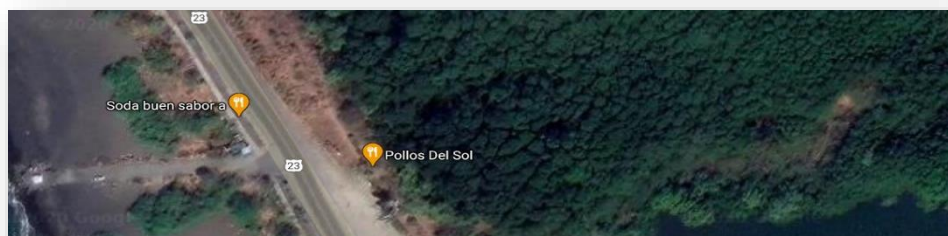
Promover y motivar a un personal con desarrollo integral, con actitud de servicio, ética profesional, honestidad y convivencia.

La organización del restaurante en cuanto a personal concreta dos administradores, dos bármanes (bar-tender), dos cajeros, tres misceláneos, cinco cocineros, cuatro ayudantes de cocina, nueve meseros, un bodeguero y proveedor y una persona en mantenimiento.

Es decir, mantiene un total de 29 empleados en total. Todos los empleados son empíricos en sus áreas, excepto la administración y algunos meseros con algún conocimiento técnico con algunos cursos, en cocina con algunos cursos del INA. El encargado de la contabilidad es una persona externa a la empresa.

2.1.1.3. Ubicación Geográfica del Restaurante Tabaris de Caldera

Imagen 1. Ubicación Geográfica Restaurante Tabaris de Caldera



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Tabaris/@9.923415,-84.7142536,305m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x0:0x4b3a4cfc595ffb0d!8m2!3d9.9229513!4d-84.7133633?hl=es>

Imagen 2. Tabaris de Caldera



Fuente: https://www.muniesparza.go.cr/img/stores/detail/7_3_restaurante_tabaris_caldera_01.jpg

Imagen 3. Platillo Gastronómico



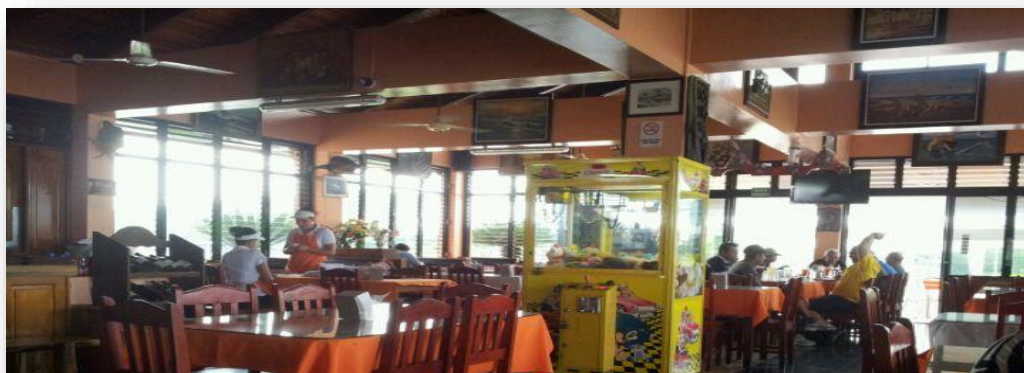
Fuente:https://www.muniesparza.go.cr/img/stores/detail/7_2_restaurante_tabaris_caldera_022.jpg

Imagen 4. Infraestructura #1 Restaurante Tabaris de Caldera



Fuente:https://www.muniesparza.go.cr/img/stores/detail/7_2_restaurante_tabaris_caldera_022.jpg

Imagen 5. Infraestructura #2 Restaurante Tabaris de Caldera



Fuente: https://www.muniesparza.go.cr/img/stores/detail/7_2_restaurante_tabaris_caldera_022.jpg

2.1.1.4. El restaurante Tabaris Caldera y su entorno

Caldera, es un distrito del cantón de Esparza de Puntarenas, Costa Rica que se caracteriza por su sencillez, tranquilidad, seguridad, y bellezas naturales. Ubicada en Carretera a Puerto de Caldera, entrada a Puente, es un destino turístico y capta la atención del turismo nacional e internacional, por bellezas naturales como lo es el atardecer, la playa, el estero, la brisa, el paisaje al puerto de caldera.

Es el clima cálido, que logra temperaturas por arriba de los 30°C en verano lo que se añade como un atractivo más para los visitantes quienes buscan las playas para refrescarse y desarrollar deportes como el surf, cayac, motos de agua y pesca. La región se destaca por su gastronomía, debido a que se basa principalmente en productos del mar.

El Restaurante Tabaris Caldera incluye la gastronomía desde mariscos y pescados, hasta cortes de carnes. Así como de típicos cocteles de mariscos, ceviche, pescado, camarones, langosta, entre otros deliciosos y sofisticados platillos elaborados a partir de productos del mar.

En cuanto al turismo, es una actividad cuyo impacto económico es importante para la zona, por lo que la meta del restaurante Tabaris Caldera es de satisfacer las necesidades del visitante que, lejos de casa, requiere servicios de alimentación, diversión y trato humano.

En el entorno interno se detectan factores claves que representan fortalezas que actualmente se encuentra disponibles como son el capital humano y los procesos de trabajo, por otra parte, lo relacionado con el personal responsable de dirigir el restaurante y de finanzas que demuestran fortalezas que aun cuando no se consideran mayores en estos tiempos por el Covid-19, inciden para mejores resultados.

En el entorno externo el restaurante se mantiene con cuidado con la competencia y lo relacionado con la política fiscal vigente, en cuanto a impuesto al valor agregado ya que ello se ve reflejado en los precios de los platillos ofrecidos.

2.1.1.5. El restaurante Tabaris Caldera y su competencia

En cuanto a la competencia, el restaurante Tabaris Caldera, mantiene los platillos a precios considerados en comparación con los de sus competidores directos y primarios, considerando los precios promedios y similares de su principal competidor que es el restaurante La Leda.

2.1.1.6. El restaurante Tabaris Caldera y sus ventas

En relación con las ventas en el restaurante y del comportamiento de estas se establece que aproximadamente han mantenido un comportamiento en márgenes de ganancias neto de un 10% y con un margen de ganancia que varía ampliamente de acuerdo con las temporadas y que mantienen tendencias de crecimiento en las ventas en los últimos cinco años de su actividad antes de la afectación del Covid-19, que le acarrea un 5% de pérdidas en las ventas por cierres preventivos y porque el modelo de negocio cubre el 100% de sus gastos por el capital que lo sustenta en tiempo de crisis para enfrentarla. Sin embargo, requiere rectificar sus estrategias de negocios para afianzar sus ventas y utilidades a corto plazo.

2.1.1.7. El restaurante Tabaris Caldera y su capacidad de atención.

El restaurante mantiene la capacidad de atender de acuerdo con su mobiliario y con el espacio disponible para la atención de aproximadamente doscientas personas. El segmento de mercado al que se dirige es al público en general, familias, gente que guste de ir a la playa y requiera desde una botella de agua hasta un platillo en forma para comer, admirando la tranquilidad de la playa y un trato personalizado de calidad.

2.2 CONTEXTO TEÓRICO – CONCEPTUAL

El marco teórico es la etapa en que se reúne información documental para confeccionar el diseño metodológico de la investigación; es decir el momento en que

se establece cómo y cuál información se recogerá, de qué manera se analizará y aproximadamente cuánto se demorará.

Este considera conceptos explícitos e implícitos del problema; la información recogida para el marco teórico proporcionara un conocimiento profundo de la teoría que le da significado a la investigación; es decir, la teoría que se sigue como modelo de la realidad que se investiga.

El marco teórico es la fundamentación teórica, dentro de la cual se enmarcará la investigación que va a realizarse. Es decir, es una presentación de las principales escuelas, enfoques o teorías existentes sobre el tema, objeto de estudio, en que se muestre el nivel del conocimiento en dicho campo, tales como los principales debates, resultados, instrumentos utilizados, y demás aspectos pertinentes y relevantes, sobre el tema de interés.

El marco teórico no es un resumen de las teorías que se han escrito sobre el tema, objeto de la investigación; más bien, es una revisión de lo que se está investigando o se ha investigado en el tema objeto de estudio y los planteamientos que sobre él tienen los estudiosos de éste. Esta fundamentación soportará el desarrollo del estudio y la discusión de los resultados.

Según Tamayo

[...] Delimitar el área de la investigación: es decir, seleccionar hechos conectados entre sí, mediante una teoría que dé respuesta al

problema formulado. Sugerir guías de investigación: en la elaboración del marco teórico pueden verse nuevas alternativas de enfoque para tratar el problema; puede cuestionar el problema. El marco teórico como guía de investigación tiene relación con la delimitación del problema. Compendiar conocimientos existentes en el área que se va a investigar: sirve de corriente principal en la cual va a aparecer la confirmación de las investigaciones. Expresar proposiciones teóricas generales, postuladas, marcos de referencia, los que van a servir como base para formular hipótesis, operacionalizar variables y esbozar teoría de técnicas y procedimientos a seguir (2004:146).

El marco teórico, es el fundamento para la discusión de resultados de la investigación; se constituye en un aspecto fundamental para la redacción de las conclusiones del informe final del estudio.

A. PANDEMIA

Se denomina pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad. Se argumenta que la Organización Mundial de la Salud (OMS), publicó un informe en el

que alertaba que el riesgo de que se produjera una pandemia global estaba creciendo y se originara la pandemia por la enfermedad COVID-19.

De igual forma el pasado 11 de marzo de este 2020 la OMS declaró que existía una pandemia global de coronavirus, la primera de la Historia por este tipo de virus.

Se acota que una epidemia se produce cuando una enfermedad contagiosa se propaga rápidamente en una población determinada, afectando simultáneamente a un gran número de personas durante un periodo de tiempo concreto. En caso de propagación descontrolada, una epidemia puede colapsar un sistema de salud, donde un brote epidémico afecta a regiones geográficas extensas, se cataloga como pandemia.

Siendo importante mencionar que La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha clasificado la situación actual del Covid-19 como pandemia tras multiplicarse por 13 el número de casos fuera de China y triplicarse el número de países afectados.

Que, de acuerdo a Pulido S., (2020) la palabra pandemia “es una palabra que, si se usa incorrectamente, puede causar un miedo irrazonable o una aceptación injustificada de que la lucha ha terminado”. El organismo insiste en que es una llamada a que “los países tomen medidas urgentes y agresivas” (s.p).

Siendo que para que se declare el estado de pandemia se tienen que cumplir dos criterios, que el brote epidémico afecte a más de un continente y que los casos de cada país ya no sean importados sino provocados por trasmisión comunitaria (Pulido S., 2020).

Por lo que acota Ángel Gil (2020), catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad Rey Juan Carlos. “Mientras los casos eran importados y el foco epidémico estaba localizado en China la situación era calificada de epidemia, pero en el momento en que salta a otros países y empieza a haber contagios comunitarios en más de un continente se convierte en pandemia” (s, p)

Hay que mencionar que la palabra «pandemia» viene del griego «pandemos», que significa todos. Demos significa la población. Pan significa todos. Por lo tanto, «pandemos» es un concepto en el que existe la creencia de que la población del mundo entero probablemente estará expuesta a esta infección y potencialmente una proporción de ellos se enfermaría (Howard J., 2020).

Por lo que acota Howard J., (2020), «Realmente es una semántica límite, para ser honesto», dijo Fauci. «Creo que podría haber personas discutiendo cada extremo», dijo. «Las pandemias significan cosas diferentes para diferentes personas» (s,p).

Siendo que la pandemia del coronavirus ha puesto de relieve la ciencia de la enfermedad donde la aparición de casos de enfermedad se excede lo que normalmente se esperaba, es por ello que la pandemia se define como la propagación mundial de una nueva enfermedad.

B. IMPACTO ECONOMICO

Refiere al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía y que cuando se presenta provoca consecuencias en la situación económica a nivel individual, social y de nación.

En Costa Rica según estudios proyectados, el Producto Interno Bruto (PIB) nacional, disminuirá en un 3,6% debido al impacto de las medidas sanitarias que son necesarias para contener la pandemia de COVID-19, pero se recuperará en un 2,3% en el 2021 (Cubero R., 2020).

Este impacto se deberá, principalmente, a la caída en las exportaciones (-5,3%) y en el consumo de los hogares (-0,9%). Donde la disminución en las exportaciones producirá un aumento del déficit de 4,5% en cuenta corriente de la Balanza de Pagos y los flujos de Inversión Extranjera Directa caerían alrededor de 3,3% en 2021 (Cubero R., 2020).

Argumentando Cubero R., (2020), "Todas las ramas de la actividad económica se verán golpeadas por la crisis, pero el mayor impacto lo absorberá el sector de Hoteles y Restaurantes (-27,6%) (s.p).

Ante este panorama, expertos en materia posibilitan que para el periodo anual 2021 se dé inicio de la recuperación económica, con un aumento del 2,3% del PIB, liderada por el sector de Intermediación Financiera, proyección estimada aludiendo que el levantamiento de las restricciones sanitarias comenzará a partir de mediados del presente año (Cubero R., 2020).

Las proyecciones económicas para dos periodos posterior al actual reformadas por la pandemia manifiestan que los socios comerciales de Costa Rica verán decrecer sus economías en un 5,5% con recuperación al 4,3% en el 2021 (Cubero R., 2020).

Costa Rica se verá beneficiado por la mejora en los términos de intercambio principalmente por la caída en los precios de los combustibles, que no se recuperarán sino ligeramente en el 2021. Así, la factura petrolera que paga Costa Rica bajará de \$1,576 millones a \$1,000 millones en el 2020 (Cubero R., 2020).

La demanda local de diésel caerá 10% y la de gasolina en -21,7%, según la Refinadora Costarricense de Petróleo, lo que supondrá un ahorro de \$500 millones este año (Cubero R., 2020).

La inflación se mantendrá baja y estable, las reservas internacionales se mantienen altas y hay abundante liquidez en el Mercado Integrado de Liquidez, pero existe tensiones por la liquidez en moneda nacional y extranjera (Cubero R., 2020).

Cabe mencionar que la Cámara Costarricense de Restaurantes (CACORE) realizó un sondeo para conocer el impacto económico que viven los restauranteros, donde el 42% de los negocios de comida cerraron sus operaciones y es difícil saber cuáles abrirán de nuevo en un futuro. Los saloneros están atendiendo tan solo un 5% de comensales y muchos negocios han eliminado tres cuartas partes de sus jornadas laborales (Navarro A., 2020).

2.3 COVID-19

Cuando el término se dio a conocer, genero mucha especulación, ya que las personas no tenían una claridad sobre su significado, modo de propagación y afectación a la sociedad es por esto, por lo que la OMS explica.

Según la Organización Mundial de la Salud (2020): el Covid-19 es:

La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo (s,p)

Como se explica en la cita, esta nueva enfermedad al ser un virus tiene gran alcance de propagación, y es por esto el cuidado que han manifestado las autoridades que se debe tener, para que no se realice en la república una propagación incontrolable y colapse el sistema de salud del país. Este virus que ha afectado a todos los continentes ha llegado a poner en riesgo la salud de la población y para la sociedad costarricense no es la excepción.

Aunque si bien es cierto han trabajado para contener el virus siempre hay un alza en nuevos casos. Es por esta razón que el llamado coronavirus ha traído una serie de cambios y protocolos para todo el país, incluyendo esto a la industria y comercios, por lo mismo genera una afectación diferente a la economía.

El coronavirus ha ocasionado cambios no solo en los cuidados de salud, sino que también trajo consigo efectos que son ya palpables en muchos contextos sociales y económicos, tales como cierre de comercios, escuelas, universidades y restricciones a la circulación, entre otras acciones planteadas por el Ministerio de Salud y el Gobierno de la República.

2.3.1 Factores

EL Covid-19, articula factores de riesgos, donde se estima que cada cinco personas cuentan con algunos de los factores de riesgo ante la COVID-19, por lo que están en peligro de padecer un caso grave del nuevo coronavirus, según un estudio de la Escuela de Higiene Tropical y Medicina de Londres (Figueroa, 2020).

Según Figueroa, (2020),

Las patologías previas y la edad avanzada son los principales factores de riesgo ampliamente aceptados y demostrados para que la COVID-19 pueda derivar en su forma más grave y, en algunos casos, mortal. Los casos graves de COVID-19 se caracterizan, según la definición dada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), por la fiebre y, al menos, uno de los síntomas de la afectación respiratoria, como la tos o la dificultad para respirar (s.p)

El estado de alarma decretado en el mundo entero para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, poco a poco ha venido a limitar las

libertades ciudadanas de circulación a lo interno y externo, y el comercio en general, entre otras cosas. Siendo que esta crisis sanitaria, afectara al comercio general costarricense, ante la masiva cancelación de actividades que mantienen efectos económicos y sociales.

2.3.1.1. Riesgos

Los esfuerzos que ha hecho el gobierno costarricense ante los riesgos de contagio de la pandemia Covid-19, proponiendo acciones en medidas sanitarias. Es claro que la amenaza de expansión del contagio se percibe, siendo preciso adoptar medidas que faciliten el comercio y la actividad económica.

La Cámara de Comercio de Costa Rica (CCCR), la Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE) y la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) solicitaron al gobierno de Costa Rica tomar acciones inmediatas para implementar medidas que mitiguen la afectación del coronavirus (COVID-19), ya que estos sectores han experimentado bajas en sus ventas de hasta un 80% en los últimos días.

La presión por adoptar medidas que faciliten el comercio y la actividad económica es latente y toma cada vez más fuerza. Las acciones del ICT están dirigidas a un regreso paulatino a la normalidad turística y grupos de presión demandan medidas extraordinarias que trascienden la coyuntura actual.

2.3.1.2. Medidas Sanitarias

El covid-19 activó las alertas sanitarias a nivel mundial, las drásticas medidas adoptadas por gobiernos, empleadores y trabajadores para detener la propagación del virus y mitigar su incidencia en empresas y medios de subsistencia, así como en la economía en su conjunto.

Acota Lagarde C., (2020), “Todos los ciudadanos en el mundo se han dado cuenta que nuestros sistemas de salud son absolutamente esenciales, que hay un Estado encargado de protegernos en lo que atañe a la seguridad, la convivencia, el aprovisionamiento de agua y de comida” (s, p).

Ante las medidas tomadas por parte del Ministerio de Salud Pública de cerrar los bares y limitar el foro al 50%, estas medidas articulan problemas de liquidez para restaurantes y bares que mantienen necesidades inmediatas y se ven expuesto al cierre de sus negocios y de las bajas dramáticas en ventas.

2.3.2. Impacto

La palabra impacto tiene varios usos, en esta oportunidad se centra en su peso simbólico que produce un hecho o un suceso socioeconómico, como explica Barreiro en su cita. Según Barreiro Noa G. (2007) hace referencia a que “el impacto socioeconómico como cambio inducido por un proyecto sostenido en el tiempo, economía y en muchos casos extendido a grupos no involucrados en este (p.3).

Por lo que se puede determinar con la anterior cita es que este impacto está vinculado a la sociedad. Consiguientemente se puede determinar que se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad.

Las decisiones de un gobierno generan impacto social. Por ello las disposiciones que actualmente toma el presidente junto con los diputados por la situación actual del covid-19 pueden generar un gran impacto en la sociedad costarricense ya que genera una afectación sea positiva o negativa.

De esta manera tomando en cuenta la crisis económica ascendente que sufre el país genera un impacto tanto económico como ya se mencionó, pero también social porque la población entra en una crisis y desesperación, por esto es que se deben buscar diferentes mecanismos para que se restablezcan.

2.3.2.1. Crisis Financiera

Entendiéndose que la crisis financiera es una perturbación más o menos repentina que produce una pérdida considerable de valor en instituciones o activos financieros que es decisiva en la marcha de los negocios y de la actividad financiera y económica general y que provoca un desequilibrio fundamental entre la demanda de medios de financiación que realizan los sujetos económicos y la oferta que hacen las entidades o intermediarios financieros (Torrez J., 2012, p.2)

Según Torrez J., 2012

[...] Cuando se desencadena una crisis financiera sus efectos pueden ser muy diversos, de diferente magnitud, circunscritos al ámbito financiero o extendidos, como se ha señalado, a ámbitos más o menos amplios de las economías. Pero, en cualquier caso, suelen estar acompañadas de un incremento del riesgo y la incertidumbre, del racionamiento o encarecimiento del crédito, de una pérdida de su calidad, lo que posteriormente lleva consigo morosidad y quebrantos patrimoniales y, en consecuencia, de todo ello, de insuficiente, más costosa o inadecuada oferta de financiación al conjunto del sistema económico (p.5).

Es decir, su inicio es variado pero relacionado con el riesgo inherente al funcionamiento incierto de precios, de tipos de interés o de cambio, del crédito o de la liquidez que por razones diversas que bloquea la financiación y provoca la alteración entre demanda que da lugar a la crisis que se traslada a la economía real de una nación, donde su desencadenante puede asentarse en causas varias.

Según Lagarde C., (2020) “la crisis sanitaria está acelerando las transformaciones que ya vienen ocurriendo en la economía y el mundo del trabajo y probablemente va a provocar una evolución hacia un modo de vida más sostenible y ecológico” (s.p)

La crisis financiera, es palpable en los retrasos en los envíos y en los calendarios de producción, crean problemas financieros a las empresas con grandes deudas, especialmente. El declive de los mercados de valores mundiales y la huida de los inversores de riesgo que venden activos como bonos de alto rendimiento y acciones

volátiles exponen a los inversores que han subvalorado el riesgo. La preocupación por el riesgo de contrapartida acelera la disminución y seca la liquidez en los mercados financieros. Los bancos centrales se apresuran a gestionar el problema.

Resaltando el argumento del autor que el papel imprescindible que juegan los estados nacionales frente a la pandemia y el desafío que esto representa para las finanzas públicas. Donde la crisis generará cambios al interior de las empresas y en la organización de las cadenas productivas. Las nuevas tecnologías serán clave en el modelo de funcionamiento de las empresas.

Datos consultados, se desprende que el impacto de las medidas de contención de la pandemia interrumpió de forma abrupta el proceso de recuperación económica que había mostrado el país desde el 2019, de acuerdo con un análisis mensual de la coyuntura económica para el mes de marzo, luego de que el día 6 de ese mismo mes se reportara en el país el primer caso positivo por el nuevo coronavirus, (BCCR, 2020).

2.3.2.2. Crisis Económica

Según Kluwer (2019), una crisis económica “es una situación en la que se producen cambios negativos importantes en las principales variables económicas, y especialmente en el PIB y en el empleo” (s, p)

Por ello, la expresión crisis económica debe reservarse para aquellas situaciones en las que las dificultades económicas van más allá de un simple empeoramiento transitorio, como los que todas las economías experimentan en torno a su tendencia

de crecimiento a largo plazo. Existen distintos grados de severidad de una crisis económica:

Desaceleración: se produce cuando la tasa de crecimiento experimenta una reducción sustancial, pero mantiene sin embargo un signo positivo.

Recesión: esta situación implica que la economía registre tasas de crecimiento negativas durante al menos dos trimestres consecutivos, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

Depresión: este caso se produce cuando la recesión tiene un carácter prolongado y las tasas de crecimiento negativas son también muy elevadas. Kluwer (2019).

La afectación económica y fiscal del COVID-19 es muy severa, tanto a nivel interno como en los mercados internacionales.

Indudablemente los poderes de la nación han gestado acciones que se han realizado a fin de procurar minimizar la afectación económica actualmente, implementando medidas de distanciamiento físico estrictamente necesarias para proteger la vida y la salud de los costarricenses en tiempos difíciles, con el objeto de avanzar poco a poco en la reactivación de la economía.

Según datos del Banco Central, establece que el 2,5 por ciento del PIB como se esperaba, por causa de la pandemia la economía caerá 3,6 por ciento del PIB. Y Hacienda ha indicado que eso incrementará en un 2,4 % el déficit fiscal” (BCCR,2020).

Datos brindados, por estos entes BCCR y MH (2020) indican que, hasta marzo pasado, antes de la pandemia, el déficit primario llegó al 0,12% del Producto Interno Bruto (PIB), el número más bajo de la última década. Según las proyecciones del Ministerio de Hacienda, el déficit financiero cerrará el 2020 en el 8,6% del PIB, 2,4 puntos más que en 2019, y el déficit primario (sin intereses de la deuda) en un 3,41 % debido al coronavirus.

Indudablemente la pandemia del COVID-19 afecta la economía en cuanto: directamente a la producción, creando trastornos en la cadena de suministro y en el mercado, y por su impacto financiero en las empresas y los mercados financieros, lo que depende mucho de la expansión de la pandemia a nivel mundial.

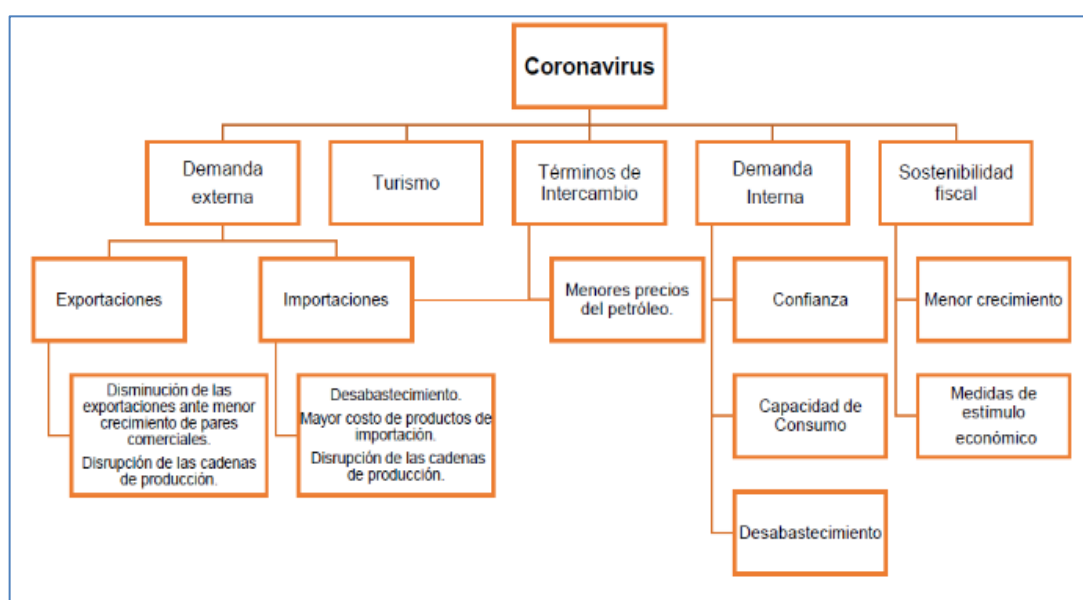
Según Forbes (2020)

[...] La economía costarricense, antes del impacto de las medidas de contención de la pandemia, mostraba una continuación del proceso de recuperación que se observaba desde mediados de 2019, en un contexto de relativa estabilidad en los macro precios. No obstante, este proceso se interrumpe de forma abrupta en las últimas tres semanas por el impacto económico del COVID-19 (s, p)

Por lo que se entiende que la economía costarricense tiene un alto grado de integración comercial y financiera a la economía internacional, por lo cual está expuesta a los efectos globales del coronavirus.

Donde la interrupción de cadenas de valor por las medidas de contención sanitaria ha afectado la producción de bienes y servicios en muchos países y, por otro lado, ha habido un choque negativo sobre la demanda agregada global. Es por ello que muchos son los aportes en cuanto a opiniones de la crisis sanitaria del covid-19 contrae bajón abrupto el cual implica un empobrecimiento repentino para el país.

Cuadro 1. Factores Impactan economía CR



Fuente: <https://www.mvalores.fi.cr/wp-content/uploads/2020/03/Impacto-del-coronavirus-en-la-economia-local.pdf>

Entendiéndose que las acciones son articuladas con el objeto de propiciar la salud, económica y financiera por organizaciones gubernamentales que buscan el camino correcto, atacando al problema directamente, a través de aquellas tomadas a nivel de salud, y dando un apoyo extra a través del soporte al empleo, consumidores y empresas. (Gutiérrez, 2019, p.2).

2.4. PLAN ESTRATEGICO

Es de vital importancia que toda actividad comercial cuente con una herramienta administrativa que le permita saber quiénes son, dónde están, dónde quieren estar en un plazo de tiempo determinado y cómo lograrlo, conociendo su entorno externo e interno para elaborar planes de acción orientados al logro de los objetivos.

Según, Samuel C, (2001) define Plan como:

Una acción específica para contribuir a que la organización alcance sus objetivos”. Por otra parte, Joaquín se refiere a plan como: “Es un proceso que implica establecer anticipadamente lo que ha de hacerse y cómo. Implica también la selección de objetivos y el desarrollo de políticas, procedimientos, programas y presupuestos para lograrlos”. Rodríguez Valencia, (p.190-205).

Es por lo que la planeación precede a las demás funciones del proceso administrativo, ya que planear significa tomar las decisiones más adecuadas acerca de lo que habrá que realizar. Así mismo Steiner (1998), definió a la planeación estratégica formal considerando para entenderla,

La planeación estratégica observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada que tomará el director.

La planeación estratégica también observa las posibles alternativas de los cursos de acción en el futuro, y al escoger unas alternativas, éstas se convierten en la base para tomar decisiones presentes.

La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base en una realidad entendida.

Es decir, la planeación estratégica es un proceso que se inicia con establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados.

La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base en una realidad entendida. Para la mayoría de las empresas, la planeación estratégica representa una serie de planes producidos después de un periodo de tiempo específico, durante el cual se elaboraron los planes.

2.4.1. Planeación Económica financiera

En toda actividad comercial que se establezca como proyecto, es indispensable la realización de una adecuada planificación económica y financiera, que permita prever posibles dificultades con el objeto de tomar medidas correctivas en tiempo y forma.

Entendiéndose que la planificación económica y financiera consiste en la realización de previsiones del resultado económico, formado por ingresos menos los gastos y que tiene por resultado la pérdida o ganancia en un determinado periodo, y de las previsiones de flujos financieros de la misma, que partiendo del saldo inicial y teniendo en cuenta los cobros y pagos nos darán como resultado el saldo final, en un periodo determinado.

Según Castro (2018), es decir, “al planificar en este ámbito tendremos un objetivo fijado a principio del intervalo que estudiemos, un mes, un trimestre, un semestre, todo el ejercicio o cualquier intervalo de tiempo que nos interese analizar a prioridad del punto de vista económico y financiero” (p.3).

La planificación económico-financiera, si se establece a corto plazo articula la elaboración de estados financieros provisionales, los cuales permite determinar necesidades de los fondos que están asociadas a previsiones trazadas durante un periodo de tiempo corto y que son convenientes de trazar.

Siendo que el plan económico-financiero a corto y largo plazo se materializa en todo un conjunto de diferentes estados financieros provisionales básicos (balance, cuenta de resultados y estado de origen y aplicación de fondos) así como por otros informes o presupuestos que completan la información en función del horizonte temporal de la planificación. Es importante acotar que el análisis económico-financiero en conjunto con un estudio de mercado facilitará la comprobación de la viabilidad de la empresa. Es por ello que en la planificación debe incorporar dos tipos de análisis, el económico y el financiero.

2.4.1.1. Análisis Económico

Se entiende que este mide la rentabilidad y la influencia de los costes e ingresos en la empresa. Para llevar a cabo el análisis económico se debe seguir el esquema siguiente, comenzando por el lado de la rentabilidad y continuando con el del riesgo.

El esquema del análisis económico es:

Rentabilidad económica:

Rentabilidad comercial

Rotación de activos

Riesgo económico:

Punto muerto

Apalancamiento operativo

En la rotación de activos nos encontramos con:

Rotación de activos fijos

Rotación de activos circulantes:

Rotación de stocks

Rotación de créditos, Caja

La rentabilidad económica mide la generación de beneficios como consecuencia del despliegue de los activos sin considerar la forma en que éstos han sido financiados. Por su parte el riesgo económico mide la variabilidad de los beneficios de la empresa sin tener en cuenta la forma de financiación, ya que el riesgo puede definirse como la posibilidad de que los beneficios de explotación no alcancen los previstos. Se analiza

a través del estudio del apalancamiento operativo o apalancamiento económico y del punto muerto operativo.

El apalancamiento operativo o apalancamiento económico mide la variación porcentual que se produce en el BAIT ante una variación en las ventas. El apalancamiento operativo surge por los costes fijos que la empresa ya ha de soportar incluso antes de comenzar a producir (Fernández A.2019).

Es importante mencionar que, de acuerdo al autor, cuanto mayor sean los costes fijos, mayor será el apalancamiento operativo y, por tanto, mayor el riesgo económico en que incurre la empresa. Son ejemplos de costes fijos las amortizaciones, suministros, seguros, impuestos, sueldos administrativos, entre otros.

2.4.1.2. Análisis Financiero

Según Fernández A (2019) el análisis financiero es un “conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa” (p.23)

Por su parte el análisis financiero mide la capacidad de pago de la empresa, una de sus principales herramientas es el control de los flujos de tesorería, es decir, la evolución de cobros y pagos. Es decir, comprende un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la entidad, mediante la utilización de indicadores, ratios y razones financieras.

A raíz de este análisis se puede elegir entre las distintas posibilidades de acción y actuar de manera apropiada a las necesidades detectadas u objetivos establecidos, además permite realizar proyecciones futuras, usando los datos de análisis presentes para prever posibles escenarios en la gestión de riesgos financieros. un análisis financiero mantiene ventajas tales como:

Permite realizar diagnósticos de la empresa.

Ayuda a entender la situación actual y previa de una entidad desde los datos disponibles.

Aporta una base para la toma de decisiones internas o para terceros con respecto a la empresa.

Permite apreciar la evolución temporal de la entidad analizada.

Facilita el seguimiento y control de una empresa.

Posibilita el análisis la viabilidad de la empresa y comparar con otras entidades o sectores.

Ayuda a planificar objetivos y elaborar proyecciones basadas en datos fiables.

La planeación es importante por dos razones: su primacía, es decir, la posición que ocupa en la secuencia de las funciones administrativas y su transitividad como una actividad que penetra y afecta todas las funciones y la organización total. Rodríguez Valencia (2005:22) lo expresa del siguiente modo:

Primacía: La planeación tiene una posición de primacía entre las demás funciones administrativas, y la razón de ello es que en algunas instancias puede ser la única función administrativa ejecutada. La planeación puede resultar en una decisión, tal que no se requiera acción o que esta no sea posible. Cuando esto sucede, no hay necesidad de los subsecuentes procesos de organización, dirección, control y coordinación.

Transitividad: Cuando surge la necesidad de una acción subsiguiente, se evidencia entonces la transitividad de la función de la planeación. La implantación de los resultados de planeación tiene efectos en las funciones de organización, dirección, control, etc. Por otra parte, la planeación es ante todo una actividad para ejercer funciones de organización, dirección, etcétera.

Por lo que se considera importante y se detalla aspectos que indican la importancia de la planeación en el siguiente cuadro.

Cuadro 2. Aspectos Importantes de Planeación estratégica

Promueve el desarrollo del organismo al establecer métodos para utilizar racionalmente los recursos.

Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, aunque no los elimina.

Propicia una mentalidad futurista, teniendo más visión del porvenir y un afán por lograr y mejorar las cosas.

Condiciona al organismo social al medio externo.

Establece un sistema racional para la toma de decisiones evitando el empirismo (intuición, improvisación).

Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.

Al establecer planes de trabajo, éstos sientan las bases con que operará el organismo.

Minimiza los problemas potenciales y proporciona al administrador adecuados rendimientos de su tiempo y esfuerzo.

Maximiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos en todos los niveles de la organización.

Hace que los empleados conozcan perfectamente que es lo que se espera de ellos y les da oportunidad de tomar parte en las decisiones a que se lleguen.

Proporciona los elementos necesarios para llevar a cabo el control.

Fuente: Fuente: Rodríguez Valencia, (2005:22),
<http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

Los administradores siempre se han involucrado, explícita e implícitamente, en alguna clase de planeación. Sin embargo, durante las últimas dos décadas se ha dado un peso excesivo a la planeación formal a largo plazo. Como medio para la adaptación a su medio ambiente.

2.5. ESTRATEGIAS

De acuerdo con Andrews K., (1969) define estrategia como “un patrón de objetivos, propósitos o metas, políticas generales, y planes para lograr esas metas, que son formulados definiendo en qué negocio está o debería estar la organización, y el tipo de compañía que es o debería ser, poniendo atención a los estados financieros de la organización” (s, p).

Así mismo Hofer y Schendel (1978) contribuyen a la definición de estrategia incluyendo el alcance geográfico, pues para esa época las exportaciones se convierten en un tema importante. También distingue tres niveles de la organización, el corporativo, el de la unidad de negocios estratégica, y el funcional, en cada uno de los cuales se debe formular estrategias, asignar recursos, lograr competencias distintivas, ventaja competitiva y, en conjunto, lograr sinergia (s, p)

Analizando las distintas definiciones anteriormente expuestas, se puede entender que la estrategia como factor del éxito empresarial predomina a través del tiempo. Por otra parte, existen elementos que conforman el enfoque estratégico que en su conjunto logran sinergia para determinar las ventajas competitivas con las que se hará frente en los ambientes organizacionales.

Por ende, una gestión estratégica implica la definición de misión, visión, objetivos, estrategias, metas, actividades y acciones para dar enfoque hacia el cumplimiento de sus propósitos.

Según Mintzberg (1993), hay cinco maneras de entender el concepto de estrategia, que en inglés comienzan con la letra P:

Plan: Curso de acción conscientemente determinado. Guía o conjunto de guías para enfrentar una situación, elaboradas con antelación a las acciones a las cuales serán aplicadas y desarrolladas de manera consciente y con un propósito determinado.

Ploy (Estratagema o maniobra): Forma específica o propuesta para superar a un oponente o competidor.

Pattern (Patrón): Regularidades de comportamiento que ocurren en la práctica sin estar preconcebidas. Mirar el comportamiento pasado.

Position (Posición): Forma de ubicar a la organización en el entorno. Representa una condición mediadora o calce (match) entre la organización y su entorno.

Perspective (Perspectiva): Forma particular, inherente a la organización, de percibir el mundo. La estrategia es a la organización lo que la personalidad al individuo.

La estrategia que se utiliza para competir se deduce de un procedimiento de análisis que permite conocer las características generales de un mercado en particular y todos los elementos que en él confluyen con el propósito de tener ventajas competitivas. Las principales estrategias que dan dirección a una organización se detallan a continuación.

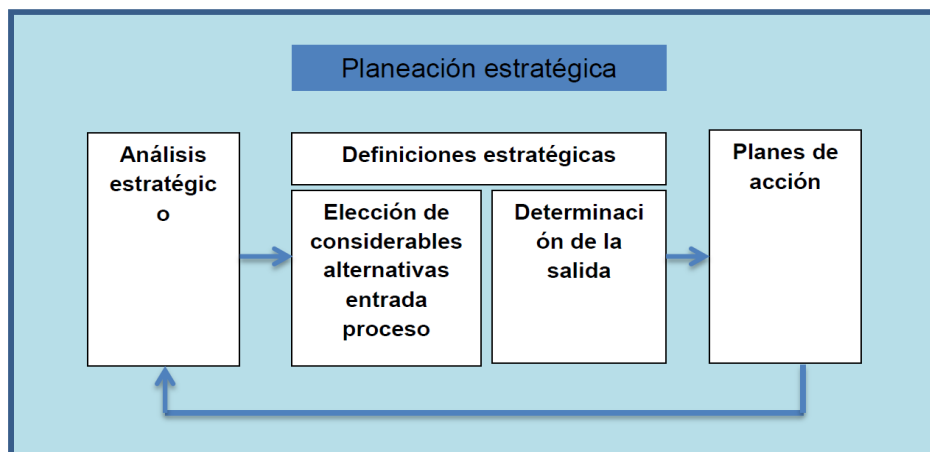
Productos	Una empresa existe para suministrar bienes o servicios. La estrategia es atender eficientemente al cliente.
------------------	---

Mercado	Estrategias diseñadas para guiar la planeación hacia la adquisición de bienes o servicios que llamen la atención de los clientes.
Crecimiento	Las estrategias de crecimiento dan dirección a preguntas como: ¿Cuándo crece?, ¿Qué tan rápido? y ¿en dónde?
Finanzas	Estrategia para financiar las operaciones de la empresa
Organizacional	Esta estrategia tiene que ver con el tipo de estructura organizacional que asegure la empresa. ¿Qué centralice o descentralice?
Personal	Esta estrategia es muy variable y está relacionada con sindicatos, compensaciones, dotación de personal, capacitación, evaluación de desempeño y productividad.
Relaciones Públicas	Esta estrategia debe apoyar a otras estrategias y a esfuerzos principales como: acercamiento al público, susceptibilidad con el gobierno e imagen corporativa.

Fuente: Rodríguez Valencia, (2005:86), <http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

Modelo de planeación estratégica

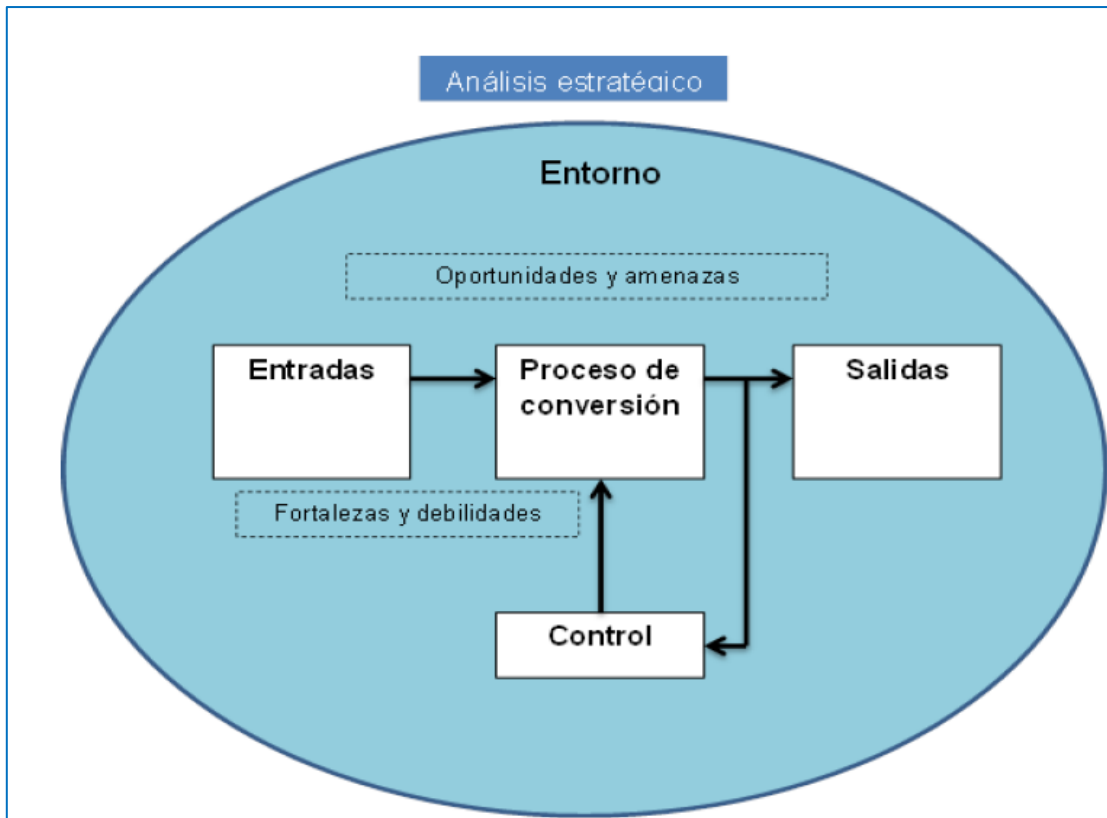
Cuadro 3. Modelo Planeación Estratégica



Fuente: Modelo propuesto por Rodríguez Valencia (2005:127),
<http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

La planeación estratégica se basa, además, en un análisis estratégico que comprende dos áreas fundamentales: Un análisis del entorno externo, que trata principalmente de las condiciones del macro sistema o entorno, que afecta o puede llegar a afectar al sistema (empresa). Este análisis suele enfocarse a dos variables principales; oportunidades y amenazas del entorno. Un análisis entorno interno, que trata de las condiciones del sistema o empresa que afectan o puede afectar a éste. Tal análisis se enfoca a dos variables principales: fortalezas y debilidades.

Cuadro 4. Proceso Análisis Estratégicos



Fuente: Modelo propuesto por Rodríguez Valencia (2005:127),
<http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

La idea principal del análisis estratégico es ver la manera de aprovechar al máximo las oportunidades y protegerse contra las amenazas, tomando en cuenta las propias fortalezas y debilidades. En otras palabras, se trata de diseñar la mejor inserción del sistema (empresa), dentro del macro sistema (entorno).

2.5.1. Oportunidad

Resulta importante conocer las oportunidades de una empresa y cuándo estas se presentan, lo que puede figurar en el éxito de esta, reconociendo que las oportunidades aparecen en su entorno como una serie de factores positivos que se generan en el exterior y que, una vez son reconocidos, han de ser aprovechados mediante una estrategia empresarial para conseguir beneficios.

De acuerdo con Muñoz C., (2018) “Oportunidades subyacen los procesos relativos a la creación, crecimiento y diversificación de empresas como a los procesos de mejoramiento e innovación inherentes a estas. Además, a través de su impacto en las empresas, las oportunidades son cruciales para la evolución económica y desarrollo de los diversos sectores industriales, regiones geográficas y países” (p.133)

Es por lo que es de suma importancia conocerlas y ser capaces de aplicarlas para alcanzar el éxito y construir una estrategia empresarial, adecuada y eficaz, debido a que al hablar de oportunidades se refiere a la posibilidad de mejorar a una empresa, considerándoles como factores positivos que pueden ser explotados para mejorar la situación y la rentabilidad y beneficios de la misma.

Es importante la observancia de la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada a tomar. Además de la importancia de observar las posibles alternativas de los cursos de acción en el futuro, y al escoger unas alternativas, éstas se convierten en la base para tomar decisiones presentes.

Es importante acotar que la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales

combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros: Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

Para definir las estrategias es necesario considerar el estudio de aquellos factores cuyos cambios del medio ambiente, tales como: económicos, tecnológicos, políticos, etc., pueden ser perjudiciales, así como los benéficos que influyen en el objetivo fijado.

Una vez determinados estos factores son considerados como entradas y son llevados a un proceso de conversión para analizarlos. Es conveniente aclarar que, para lograr resultados óptimos en la investigación, es recomendable que los factores que puedan medirse se cuantifiquen con bases técnicas, evitando las suposiciones que puedan conducir a errores significativos.

Existen una diversidad de autores que han escrito sobre lo que debe contener un plan estratégico, cada uno con su toque personal, sin embargo, también existen coincidencias en aspectos generales de la misma.

En la tabla se pueden observar los elementos básicos de la planeación estratégica y cómo estos son estructurados e integrados a un modelo de planeación desde la perspectiva de tres autores.

Cuadro 5. Modelo Planificación -perspectivas

ETAPA	SAMUEL C. CERTO	JOAQUÍN RODRÍGUEZ VALENCIA	FERNANDO A. D'ALESSIO IPINZA
-------	-----------------	-------------------------------	---------------------------------

1	Análisis del entorno: <input type="checkbox"/> General <input type="checkbox"/> Operativo <input type="checkbox"/> Interno	Análisis estratégico: <input type="checkbox"/> Del entorno y de la propia empresa. <input type="checkbox"/> Definir la misión y visión de la empresa.	Formulación: <input type="checkbox"/> Análisis de la situación actual <input type="checkbox"/> Auditoría interna de la organización.
2	Establecimiento de una dirección para la organización. <input type="checkbox"/> Misión <input type="checkbox"/> Visión	Definiciones estratégicas: <input type="checkbox"/> Elección de considerables alternativas (entrada. Proceso). <input type="checkbox"/> Determinación de la salida.	
3	Formulación estratégica: Determinar los planes de acción.	Formulación de planes de acción.	
4	Ejecución estratégica.	Evaluación del sistema de planeación estratégica.	Implementación
5	Control estratégico.	Evaluación	

Fuente: Modelo propuesto por Rodríguez Valencia (2005:127),
<http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

La planeación estratégica es planeación a largo plazo, enfoca a la organización como un todo y permite trazar oportunidades en los costos de producción y participación en el mercado, en cuanto:

La flexibilidad: la estructura elástica y con poco personal. Los empleados desempeñan diferentes funciones y de hecho cada una se adapta a las necesidades de la empresa, así se convierten en comodines para enfrentar a la competencia en forma directa.

Su movilidad: Se puede movilizar a los empleados en forma inmediata, ante cambios en las condiciones de mercado, ganando tiempo.

Rápida toma de decisiones: Esta puede hacerse de manera expedita cuando el caso lo requiera o en caso contrario, suspender una decisión si la situación lo amerita.

Segmentación de mercado reducido: Esto es aconsejable, ya que será difícil ser atacado por empresas grandes.

Cambio de segmento: Ante la amenaza de la empresa grande, su opción es retirarse en busca de un segmento no competido, su alternativa es saltar de segmento en segmento para sobrevivir: Cuando la empresa pequeña crece formaliza su estructura organizacional y recurre a otras estrategias competitivas, preferentemente a la estrategia lateral (ataque lateral), (Valencia,2005:87).

2.5.1.1. Evaluación de Riesgos

Entendiéndose que un riesgo es una situación que puede conducir a un daño y que una oportunidad puede conducir a una situación de ventaja como contextos distintos donde su diferencia recae en los valores, fundamentos y formas de afrontar la situación son la variable principal para considerar una situación dada como un riesgo o una oportunidad.

Siendo importante afrontar las situaciones de una forma totalmente proactiva, integrando el análisis de situaciones dadas en la gestión del día a día, desde el más alto nivel de la organización, mediante un pensamiento analítico y crítico en términos de ventajas competitivas.

Para analizar los riesgos es importante utilizar un criterio de probabilidad e impacto. Por lo tanto, debería abordar aquel que tenga la relación más alta entre la probabilidad de que aparezca el riesgo y el impacto negativo en la organización en caso de producirse, para su evaluación existen multitud de métodos y fórmulas para llevar a cabo este análisis.

2.5.1.2. Acciones

Abordar riesgos y oportunidades requiere acciones donde estas mismas requieren un plan de acción que debe estar reflejado el objetivo a conseguir, las acciones necesarias para alcanzar ese objetivo, los plazos y fechas concretas para llevar a cabo esas acciones, el o los responsables, los recursos materiales, económicos y humanos necesarios; así como un indicador asociado al objetivo a conseguir, para poder saber, de forma periódica, si nuestro plan de acción está consiguiendo el efecto deseado.

Una vez llevado a cabo ese plan de acción, se debe analizar si el resultado de esas acciones ha sido eficaz, es decir, si las acciones llevadas a cabo han servido para disminuir el riesgo o para aprovechar la oportunidad detectada. Si vuelve a analizar los riesgos u oportunidades con la misma metodología expuesta anteriormente y la relación probabilidad-impacto, en el caso de los riesgos, o viabilidad-impacto, en el caso de las oportunidades, ha disminuido; sabrá que las acciones para abordarlos han sido eficaces. Si no, deberá llevar a cabo otro tipo de acciones.

Es preciso acotar que las nuevas normas ISO piden como requisito que se determine los riesgos y oportunidades con el objetivo de asegurar que el sistema de gestión pueda alcanzar los resultados previstos, aumentar los efectos deseables, prevenir o reducir los efectos no deseados y alcanzar la mejora.

En el proceso de la planeación es importante el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados.

También en el proceso es importante saber qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y cómo debe realizarse, quién lo llevará a cabo, y qué se hará con los resultados.

La planeación estratégica se orienta principalmente a los aspectos siguientes:

La determinación del flujo de salida.

La elección de las alternativas inherentes, a la obtención y utilización de los recursos.

2.5.2. Utilidad Económica

Según Marx (1986),

[...] La utilidad económica es el concepto económico que explica la razón por la cual las personas adquieren mercaderías de cualquier tipo, les asignan valor. Como en esta enciclopedia lo útil son los útiles, es necesario diferenciar el concepto de utilidad técnica del de utilidad económica (p.34).

En su análisis de conceptos económicos básicos, Kicillof señala:

Podría creerse que la utilidad, en realidad, no es un atributo propio de la mercancía, sino que, por el contrario, viene íntegramente dada por los deseos o las necesidades de los hombres. Según este razonamiento, una cosa no serviría para nada si el hombre no le asigna un determinado uso, acorde a sus exigencias. La utilidad sería entonces algo externo,

algo que de alguna manera se le impone a la mercancía y no una cualidad intrínseca, un atributo de ella (Kicillof SK, p. 323).

Entendiéndose que las actividades económicas tienen un inextricable carácter sociocultural que las hace muy complejas y extremadamente dependientes de las circunstancias específicas presentes y de toda su historia previa.

Ha de entenderse que la utilidad es la satisfacción que se deriva del consumo de alguna cantidad de un bien. El concepto de utilidad en economía es totalmente subjetivo, no siendo posible medirlo objetivamente.

No obstante, la teoría económica supone que cada persona es capaz de establecer un orden en sus preferencias de consumo de las distintas combinaciones de bienes, desde las más deseadas hasta aquellas que no desea en absoluto, asignándole a cada combinación un determinado nivel de utilidad o satisfacción. Sobre la base de estas preferencias individuales se deriva la teoría de la demanda, para lo cual basta que el consumidor pueda distinguir cuál combinación de bienes le brinda mayor utilidad, en el sentido de que las prefiere a todas las otras.

Por lo que se ha de entender que la utilidad económica es la capacidad de un bien o servicio para satisfacer una o más necesidades o deseos de un consumidor.

2.5.2.1. Servicio

Se entiende por servicios como un conjunto de actividades que produce una determinada actividad comercial, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, sin necesidad de tener por qué ofrecerle un producto tangible para ello.

Los servicios son intangibles en algunos casos. Con los servicios los consumidores tendrán que quedarse con la experiencia y la satisfacción de haberlo consumido. Esto tiene una importante repercusión a la hora de valorar la calidad del mismo, pues resulta más complejo y subjetivo valorarlo.

Los servicios mantienen un ámbito de actuación en diferentes sectores como es el del transporte o movilidad, el servicio de hostelería, la gastronomía y los servicios financieros son los principales que se pueden destacar.

Según Arias v., (2014), la definición de servicio es la “actividad proporcionada por el oferente que busca satisfacer las necesidades de los demandantes con calidad” (s, p).

Dependiendo de la actividad comercial de la organización, se reconocen dos tipos de servicios, que en este caso en particular estaremos abordando los servicios de servicios, por su naturaleza intangible, su consumo inmediato y la inseparabilidad con el factor humano, tienden a ser subjetivos y producen mayor grado de preocupación, estos se rigen bajo dos condiciones, la primera que es lo que espera recibir el cliente con respecto al servicio y la segunda es lo que el cliente recibe al hacer uso del servicio.

2.5.2.2. Satisfacción del Cliente

Es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente. (UNE-EN-ISO 9000:2005).

Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas, donde los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia actividad comercial, siempre en la satisfacción del cliente como pilar básico de cualquier negocio.

Es por ello que la satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, una empresa o un servicio prestado por una empresa. La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido. Este cumplimiento puede basarse en factores tangibles o factores intangibles. Es decir, en cuanto a los factores tangibles estarían la calidad de un producto, retraso en la entrega y en factores intangibles el comportamiento de su personal hacia el cliente.

Que, de manera genérica, la satisfacción al cliente sería el conjunto de percepciones que éste tiene sobre el grado de cumplimiento de sus expectativas. En el contexto de restaurante, un cliente satisfecho sería aquel que logra colmar sus necesidades en cuanto a calidad y servicio.

Es indiscutible que hoy en día, el consumidor es más exigente que nunca. Y, con la aparición de las nuevas tecnologías, cada vez son más las necesidades del cliente a cubrir en los establecimientos abiertos al público como es el caso de servicios de los

restaurantes, donde la experiencia del cliente inicia desde el momento que ingresa al establecimiento.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Finalidad (teórica o aplicada)

Las investigaciones científicas con finalidad teórica, “tienen como propósito la aportación de elementos teóricos al conocimiento científico sin la intención de su corroboración directa en un campo concreto de aplicación. Por otro lado, expresa: “cuando la investigación tiene una finalidad aplicada, lo que se busca es la solución de problemas sin aportar conocimiento teórico (...) la investigación aplicada tiene la finalidad de resolver problemas prácticos, para transformar las condiciones de un hecho que nos preocupa...” (Parra, 2019, p.81.p.69).

De acuerdo con los objetivos de investigación en el trabajo investigativo y el propósito de estos, se clasifica en una investigación aplicada.

3.1.2 Dimensión temporal (transversal / longitudinal)

Para Hernández et al., (2014), la dimensión temporal, ya sea transversal o longitudinal, es una manera de clasificar una investigación con tipo de diseño no experimental” (p.121).

Así mismo, mencionan que: “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos de un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p.132)

Por otra parte, mencionan que: “las investigaciones de diseños longitudinales son estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución del problema de investigación o fenómeno, sus causas y sus efectos” (p.133)

Por lo que se considera esta investigación en dimensión transversal, por implicar un tema en un momento dado, debido a que la presente investigación se enfoca en el diseño establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio del restaurante Tabaris Caldera.

3.1.3 Marco (mega-macro-micro)

Refiere al tamaño o la extensión de la población que se pretende investigar, ya sea organización, área, lugar, entidad, institución, entre otros aspectos.

a) Mega

Intenta estudiar un gran espacio o temática, cuando se plantea realizar un análisis administrativo, que incluya a recursos humanos, finanzas y mercadeo, entre otras áreas, de toda la empresa, (González et al, 2018).

b) Macro

Refiere al “estudio que se realiza en una parte o fragmento de lo mega, por ejemplo, un estudio de mercado en una provincia, una evaluación del desempeño laboral en un departamento de una empresa” (González et al, 2018).

c) Micro

Describe a una parte, un elemento, un subtema o un micro espacio, acerca del cual el investigador hará su investigación, (González et al, 2018).

Para lograr los fines de la presente investigación, se estará enfocando al contexto macro, lo que comprende el realizar un estudio en un fragmento del marco mega; lo que se estará abarcando solo un segmento de la población del Restaurante Tabaris de Caldera, es decir solo a su personal en su totalidad.

3.1.4 Naturaleza (cuantitativa, cualitativa o mixta)

a) La Cuantitativa

Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en las mediciones numéricas y el análisis estadístico, a fin de establecer pautas de comportamiento y probar hipótesis, (Hernández, 2014).

b) La Cualitativa

Discurre que todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, lo cual es construido a partir de sus experiencias y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderlo en su contexto (Hernández, 2014).

c) Mixta

Intuye la combinación de ambos enfoques cuantitativa y cualitativa a lo largo de toda la investigación, siendo el “conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos” (Hernandez,2014).

En esta investigación se emplea la naturaleza cualitativa, ya que para la recopilación y análisis de datos se diseñarán preguntas sobre el tema a investigar, permitiéndoles a los colaboradores del restaurante Tabaris Caldera, expresar opiniones, percepciones, puntos de vista y experiencias vividas en cuanto a los acontecimientos del Covid-19 que han inferido en los ingresos económicos del restaurante.

3.1.5 Carácter (exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo)

a) Exploratorio

Estos estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes (Hernández, 2014).

b) Descriptivo

Por su parte los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, 2014).

c) Correlacional

Está sustentada en conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (Hernández, 2014).

d) Explicativo

Están dirigidos a responder causas de eventos y fenómenos físicos o sociales, centrándose en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (Hernández, 2014).

Por lo tanto, la presente investigación es de carácter exploratorio y descriptivo, porque pretende medir y recoger información sobre las variables o conceptos, igual forma pretende detallar y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio que presta el restaurante Tabaris Caldera.

3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN

3.2.1 Unidades de análisis (objetos o sujetos de estudio)

Detalla la muestra del trabajo de investigación, la cual debe estar conformada por sujetos, en el presente caso los funcionarios del restaurante Tabaris Caldera en su totalidad.

3.2.2 Fuentes primarias

Son fuentes de información de primera mano, es decir la información recopilada es directa y veraz, estas “proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (Hernández, 2014).

Por lo que la presente investigación, la fuente primaria se tendrá de los administradores y además colaboradores del restaurante Tabaris Caldera, ya que proporcionaron información directamente ligada con el tema a investigar.

3.2.3 Fuentes secundarias

Se sustentan en interpretaciones de autores, también se consideran fuentes secundarias a la información periodística dado que los hechos ya están contados por una versión de alguien que recabó datos o entrevistó a las personas actores del suceso y de referencias bibliográficas de libros utilizados para la investigación, así como documentos tomados de páginas web. (Baena, 2014)

En este sentido, se utilizará información recopilada de páginas web en internet en cuanto a temas de interés y relacionados, además de datos que la administración del restaurante Tabaris Caldera pueda brindar.

3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO

3.3.1 La población

Se considera población como un todo, sobre lo cual se direcciona para recolectar los datos; su manejo puede ser complicado, por lo que se suele trabajar con una muestra. (Chinchilla, 2018, p.37).

La población para considerar en el presente estudio es de veinte nueve (29) empleados del restaurante Tabaris Caldera, en los periodos marzo a junio 2020. Esta población posee elementos en común que contribuyen afianzar las conclusiones del presente proyecto de investigación. La población se encuentra distribuida de la manera siguiente,

Cuadro 6. Población clasificada por género

COLABORADORES	CANTIDAD
HOMBRES	16
MUJERES	13
INTERSEX	0
TOTAL	29

Fuente: Elaboración propia. Información brindada administración del Restaurante Tabaris Caldera.

3.3.2 Muestra

Es la que sobre el cual se recolectarán datos, esta debe definirse y delimitarse de antemano con precisión; además debe ser representativo de la población, debe ser estadísticamente representativa (Hernández et al., (2014).

Entendiéndose, que para llevar a cabo el desarrollo de una investigación es importante tener claro cuál es la población que se va a estudiar, en ocasiones se hace difícil aplicar los estudios sobre la población completa, por ello es necesaria la elección de una muestra.

Para esta investigación se consideró una muestra de 29 sujetos que son el total de los funcionarios que prestan sus servicios en el Restaurante Tabaris Caldera, lo que representa un nivel de confianza de 99%, con un margen de error del 2%, según muestreo extraído de la población en estudio, que se acogió en su totalidad la toma de muestra.

3.3.3 Probabilística

En esta muestra los elementos de la población tienen posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo y análisis (Sampieri, 2014, p.175).

3.3.4 No probabilística

Por su parte en esta muestra la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Hernández, 2014, p.174).

Por lo que en esta investigación se utilizará el tipo de muestra probabilística, pues el Restaurante Tabaris Caldera, registra una población de 29 empleados, de ambos géneros donde cada colaborador estará siendo participe en la selección muestral.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN

Según Hernández (2014), existen gran variedad de instrumentos o técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, donde en un mismo estudio se puede utilizar ambos tipos (p. 199).

Por ende, en las técnicas que son más utilizadas para recolectar información es el cuestionario, entrevista y la observación, las que se detallan a continuación:

3.4.1 Entrevistas

Las entrevistas “son individuales, aunque podrían aplicarse a un grupo pequeño (si ésta fuera la unidad de análisis)” (Hernández, 2014, p, 235).

3.4.2 Cuestionario

Es el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Sampieri, 2014, p.217).

3.4.3 Observación

Es un método que permite obtener información directa, confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y controlado, es decir “consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías” (Hernández, 2014, p. 252).

Los instrumentos más utilizados para la ejecución de la observación es la hoja de observación, la lista de cotejo, la bitácora y validación de instrumentos como otros más.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.5.1. Definición conceptual, operativa e instrumental

La operacionalización es considerada por autores como “el paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes” (Hernández et al 2014, p.211).

Cuadro 7. Operacionalización de variables

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	CONCEPTUALIZACIÓN	OPERACIONALIZACIÓN	INSTRUMENTALIZACIÓN
<p>Objetivo específico 1.</p> <p>Identificar cuáles son los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19.</p>	<p>The diagram shows two main variable boxes: 'FACTORES DEL COVID-19' and 'IMPACTO DEL COVID-19'. From 'FACTORES DEL COVID-19', two arrows point to 'Riesgo' and 'Medidas'. From 'IMPACTO DEL COVID-19', two arrows point to 'Crisis Financiera' and 'Crisis Económica'. A vertical line separates the variable boxes from the indicator boxes.</p>	<p>Riesgo</p> <p>Medidas</p> <p>Crisis Financiera</p> <p>Crisis Económica</p>	<p>Contingencia o proximidad de un daño, en donde contingencia se define como la posibilidad de que algo suceda o no suceda, especialmente un problema que se plantea de manera no prevista (REA,1992)</p> <p>Son leyes, reglamentos, prescripciones y procedimientos establecidos por los países necesarios para proteger la vida y la salud de las personas (MAG,2018)</p> <p>Perturbación más o menos repentina que produce una pérdida considerable de valor institucional o activo financiero que tienen influencias decisivas en la marcha de los negocios, de la actividad financiera y economía general (UNAM,2019)</p> <p>Situación en la que se producen cambios negativos importantes en las principales variables económicas, y especialmente en el PIB y en el empleo (Kluwer, 2019)</p>	<p>Se evaluará mediante preguntas.</p> <p>Se evaluará mediante preguntas.</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>

<p>Objetivo Especifico 2.</p> <p>Evaluar el plan estratégico del servicio del Restaurante TABARIS CALDERA en el periodo marzo a junio 2020</p>	<pre> graph LR PE[Planificación Económica] --> AE[Análisis Económico] PE --> AF[Análisis Financiero] PEst[Planificación estratégica] --> PA[Planes acción] PEst --> M[Medidas] </pre>	<p>Se utiliza para determinar los costes incurridos y los beneficios resultantes de invertir. Implica determinar el valor presente neto de sus flujos de efectivo actuales y estimados (EAE,2019)</p> <p>Según Fernández A (2019) el análisis financiero es un "conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa" (p.23)</p> <p>Propone una forma de alcanzar los objetivos estratégicos que fueron establecidos con anterioridad (UJAP, 2018)</p> <p>Disposición de orden a prevenir un problema (REA,2020)</p>	<p>Se evaluará mediante preguntas.</p> <p>Se evaluará mediante preguntas.</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>
--	---	--	---	---

<p>Objetivo específico 3.</p> <p>Establecer estrategias de servicio para restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.</p>	<pre> graph LR Oportunities[Oportunidades] --> EvalRiesgos[Evaluación Riesgos] Oportunities --> Acciones[Acciones] Utilidad[Utilidad] --> Servicios[Servicios] Utilidad --> Satisfaccion[Satisfacción del Cliente] </pre>	<p>Es uno de los pasos que se utiliza en un proceso de gestión de riesgos. Busca identificar y eliminar riesgos presentes en el entorno de un trabajo, así como la valoración de la urgencia de actuar (ISTAS, 2019)</p> <p>Del latín "Actionis", significa modo de actuar, obrar hacer alguna cosa (RAE,2020)</p> <p>Según Arias v., (2014), la definición de servicio es la "actividad proporcionada por el oferente que busca satisfacer las necesidades de los demandantes con calidad" (s, p).</p> <p>Es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente. (UNE-EN-ISO 9000:2005).</p>	<p>Se evaluará mediante preguntas.</p> <p>Se evaluará mediante preguntas.</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>
---	---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia, Obregón 2020

Cuadro 8. Cuadro de variables vrs instrumentos

VARIABLE	INSTRUMENTO
Factores del Covid-19	Cuestionario
Impacto del Covid-19	Cuestionario
Planificación económica y financiera	Cuestionario
Planificación estratégicas organización	Cuestionario
Oportunidades	Cuestionario
Utilidad Económica	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia Obregón,2020

3.6. CUADRO DE INDICADORES

Son la manifestación empírica y vívida de rasgos que se han incluido en alguna definición o afirmación, que se asignan a la realidad; tienen un carácter específico; el conjunto de todos ellos, previstos para un concepto o afirmación, es lo que permite asignar dicho concepto o afirmación.

Los indicadores, son parte fundamental de las variables; se podría decir que son la guía para poder definir, en forma de análisis y observación, con el de guiarse en la investigación. Los indicadores, no son otra cosa que descriptores que se construyen con la información, donde se puede acceder (disponible, buscar o para recoger), que dicen algo de un aspecto (una variable) de la realidad.

Los indicadores son situaciones especiales que se desglosan en variables, las cuales permiten definir la información básica y probar las hipótesis. Los indicadores se dividen

en ítems o preguntas que se incluyen en los instrumentos para la recolección de la información.

Características:

Ser medibles, es decir, se puede conocer el grado de consecución de un objetivo.

Ser alcanzables, para que se puedan lograr con flexibilidad.

Estar coordinados.

Ser desafiantes y comprometedores.

Referirse a procesos importantes o críticos.

Representar fielmente el objetivo a medir mediante una relación directa.

A continuación, se detalla la tabla de indicadores a abordar en la presente investigación.

3.6.1. Tabla de Indicadores

VARIABLE	INDICADOR	DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN: DOCUMENTO/DEPARTAMENTO	QUIÉN TIENE LA INFORMACIÓN	SUJETOS O FUENTES DE INFORMACIÓN	MEDIOS O TÉCNICAS O CONDICIÓN DE ANÁLISIS	INSTRUMENTOS	N° INSTRUMENTOS
FACTORES DEL COVID-19	Riesgo	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Salud, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
	Medidas Sanitarias	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Salud, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
IMPACTO DEL COVID-19	Crisis Financiera	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Hacienda, Banco Central, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
	Crisis económica	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Hacienda, Banco Central, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
PLANIFICACION ECONOMICA FINANCIERA	Análisis económico	Restaurante Tabaris Caldera	Administración del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
	Análisis Financiero	Restaurante Tabaris Caldera	Administración del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
PLANIFICACION ESTRATEGICA ORGANIZACIONAL	Plan de acción	Restaurante Tabaris Caldera	Administración del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
	Medidas Previstas	Restaurante Tabaris Caldera	Administración del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
OPORTUNIDADES	Evaluación de Riesgos	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Salud, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
	Acciones	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Salud, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
UTILIDAD ECONOMICA	Servicio	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Salud, Casa Presidencial, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1
	Satisfacción del Cliente	Restaurante Tabaris Caldera	Ministerio de Hacienda, estatutos, administrador y funcionarios del Restaurante Tabaris Caldera.	Fuente	Análisis de datos mediante graficas	Cuestionario	1

Fuente: Datos del Autor

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1. Análisis e Interpretación de datos

Con la finalidad de obtener los datos para establecer acciones estratégicas, el trabajo investigativo previamente se centró en investigar aspectos de forma que permitieran valorar la planeación estratégica del restaurante en cuanto al propósito del restaurante, el entorno y sus recursos, a fin de valorar aspectos de factores que permitieron analizar al restaurante en los ambientes tanto interno como externo, el grado que planea y controla los resultados, la capacidad para identificar y atender las necesidades del mercado objeto, la forma de asegurar la obtención de los recursos y la liquidez, la capacidad de producción de los servicios ofrecidos, suficiencia y competencia de personas para desarrollar y ejecutar las actividades. Así como el grado en que se conocen a los competidores y saber qué es lo que están haciendo, capacidad de atención a las necesidades del restaurante que puede atender, contar con personas que surtan las existencias necesarias para el desarrollo de la actividad y de factores del entorno que influyen en las actividades y de la situación que guardaba cada una de las variables.

A fin de conocer estos aspectos generales del restaurante Tabaris Caldera se realizaron entrevistas no estructuradas con los administradores que permitieron identificar y obtener información relacionada con aspectos con el que el establecimiento está tratando de lograr con el objeto de valorar el plan estratégico articulado por el Tabaris Caldera. Además de la observación y de un cuestionario estructurado aplicado que permitiera obtener información conforme a cada variable de estudio y sus respectivos indicadores a evaluar.

4.2. Codificación y tabulación de la información

La codificación y tabulación de los datos, en su ejecución fue de forma automática en cuanto a la codificación y tabulación de la información. Se utilizó la herramienta Excel, lo que facilitó la obtención de resultados de los datos para su interpretación.

4.3. Tipos de gráficos

Los gráficos para utilizar son de tipo circular y de barras, donde la variable investigada representa una porción de la totalidad. La selección de este tipo de gráfico se sustenta, por ser el que muestra la contribución de cada una de esas variables al total de los datos interpretados.

4.4. Análisis de datos

Los resultados de la presente investigación, es representada por medio de gráficos que muestran de una manera clara y visible la información recabada, conforme a cada variable de estudio y sus respectivos indicadores a evaluar.

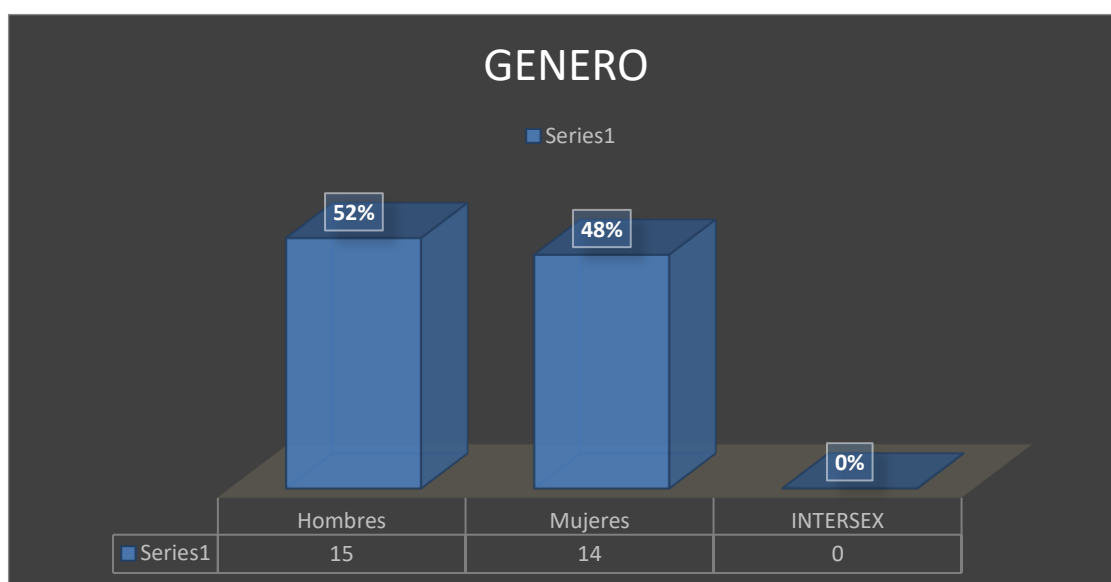
TABLA 1. GÉNERO

GÉNERO

Distribución	Frecuencia	Porcentual
Hombres	15	52%
Mujeres	14	48%
INTERSEX	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

GRÁFICO 1. GÉNERO



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

De acuerdo al gráfico anterior, se puede observar que el 52% de los funcionarios son hombres, mientras que el 48% son mujeres. Y un 0% representa a género intersex.

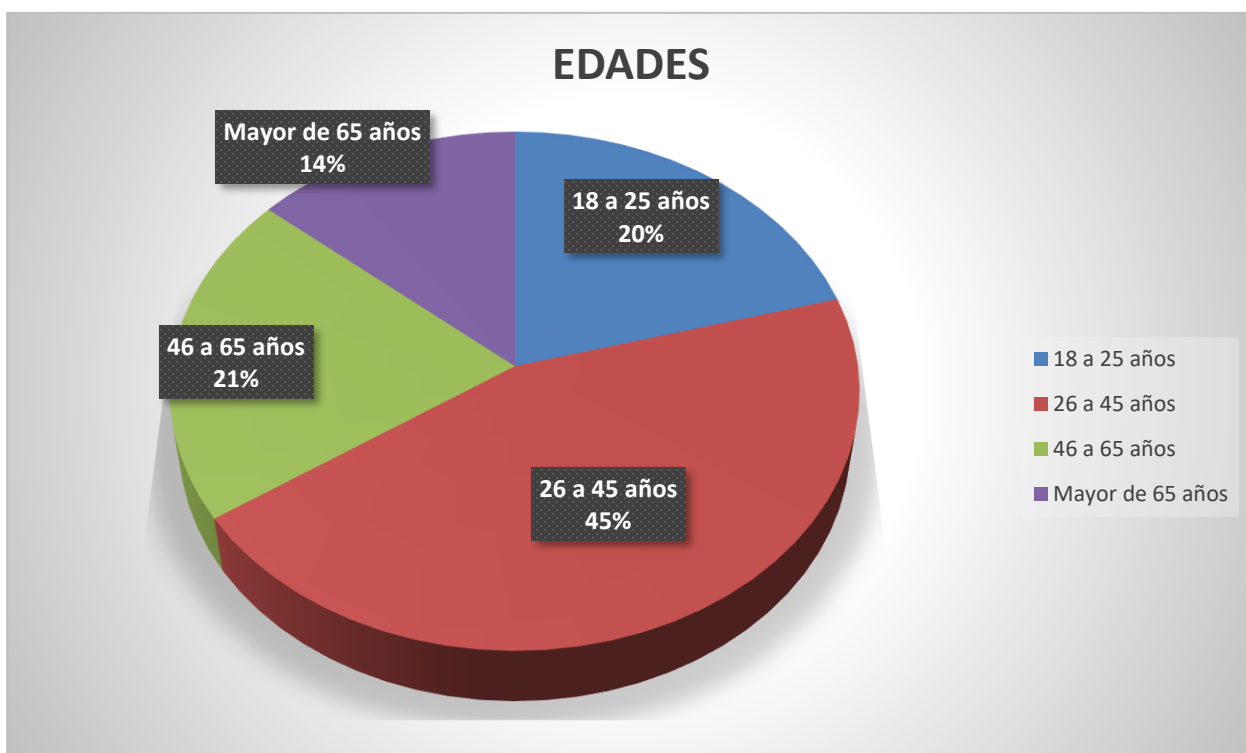
Tabla 2. Edad

EDADES

Distribución	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	6	20%
26 a 45 años	13	45%
46 a 65 años	6	21%
Mayor de 65 años	4	14%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 2. Edad



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

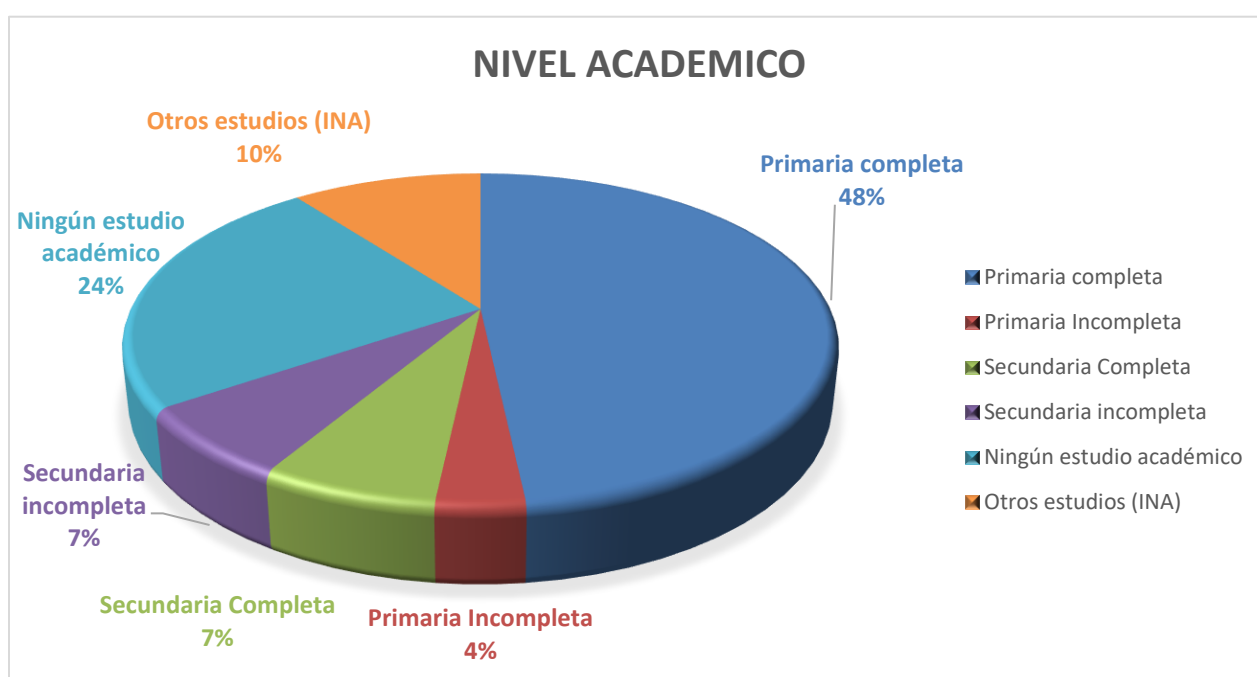
Se muestra en el gráfico anterior en cuanto a edades de los funcionarios esta se registran de 18 a 25 años un 20%, de 26 a 45 años un 45%, de 46 a 65 años un 21% y de mayor a 65 años en adelante un 14%. La mayoría de los colaboradores se mantienen en el rango de 26 a 45 años.

Tabla 3. Nivel Académico

NIVEL ACADEMICO QUE PERTENECE		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Primaria completa	14	48%
Primaria Incompleta	1	4%
Secundaria Completa	2	7%
Secundaria incompleta	2	7%
Ningún estudio académico	7	24%
Otros estudios (INA)	3	10%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 3. Nivel Académico



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

En el gráfico anterior muestra que el 48% funcionarios del restaurante mantienen nivel educativo un 48% de primaria completa y un 4% no la tiene. Así mismo el 24% no posee ningún estudio académico. Por su parte el 7% del personal mantiene secundaria completa y un porcentaje igual no la mantiene. Además, el 10% indica tener otros estudios (INA).

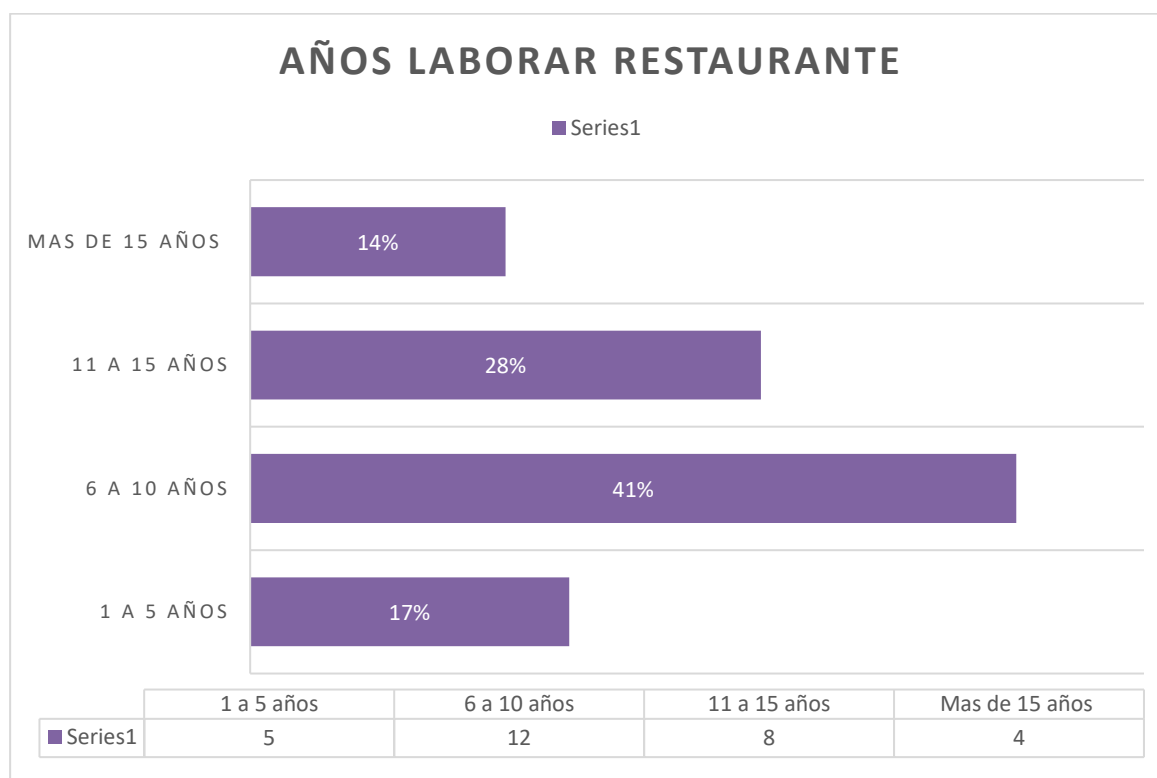
Tabla 4. Años de laborar en el Restaurante

AÑOS DE LABORAR EN EL RESTAURANTE

Distribución	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 años	5	17%
6 a 10 años	12	41%
11 a 15 años	8	28%
Mas de 15 años	4	14%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 4. Años de laborar en el Restaurante



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

En el gráfico #4, muestra el tiempo que tienen los funcionarios de trabajar en el restaurante, obteniendo como resultado: la mayoría de los funcionarios con un 41% tiene de 6 a 10 años, el 28% tiene de 11 a 15 años, el 17% tiene de 1 a 5 años, el 14% más de 15 años de labor.

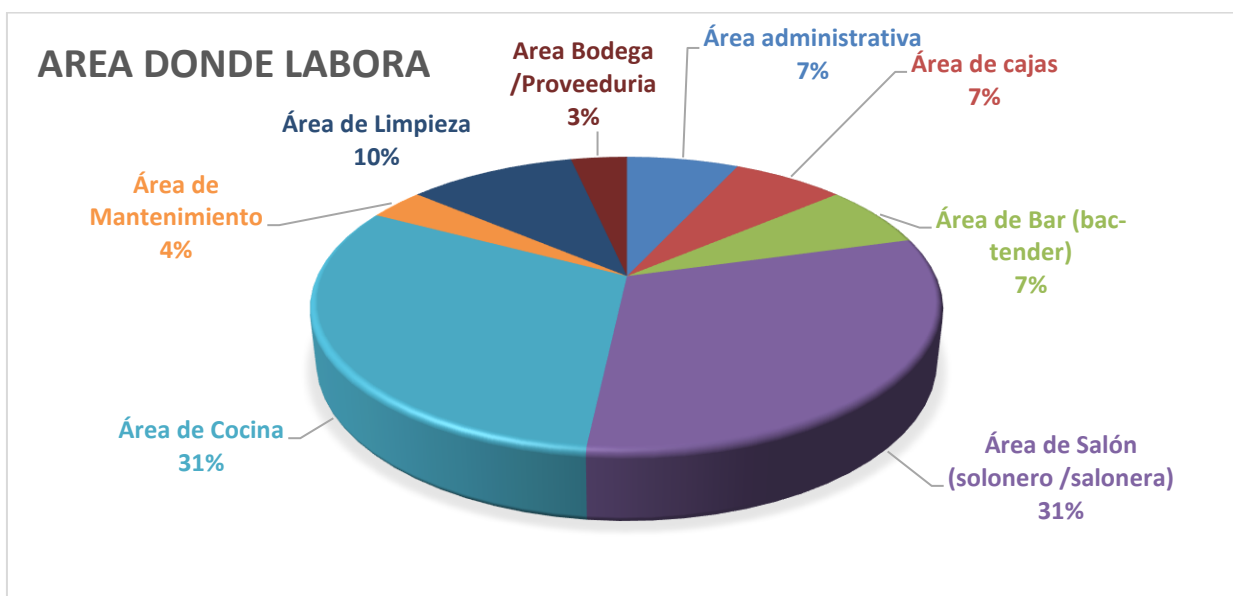
Tabla 5. Área donde labora

AREA DONDE LABORA		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje

Área administrativa	2	7%
Área de cajas	2	7%
Área de Bar (bar-tender)	2	7%
Área de Salón (solonero /salonera)	9	31%
Área de Cocina	9	31%
Área de Mantenimiento	1	4%
Área de Limpieza	3	10%
Área Bodega/Proveeduría	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 5. Área donde labora



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

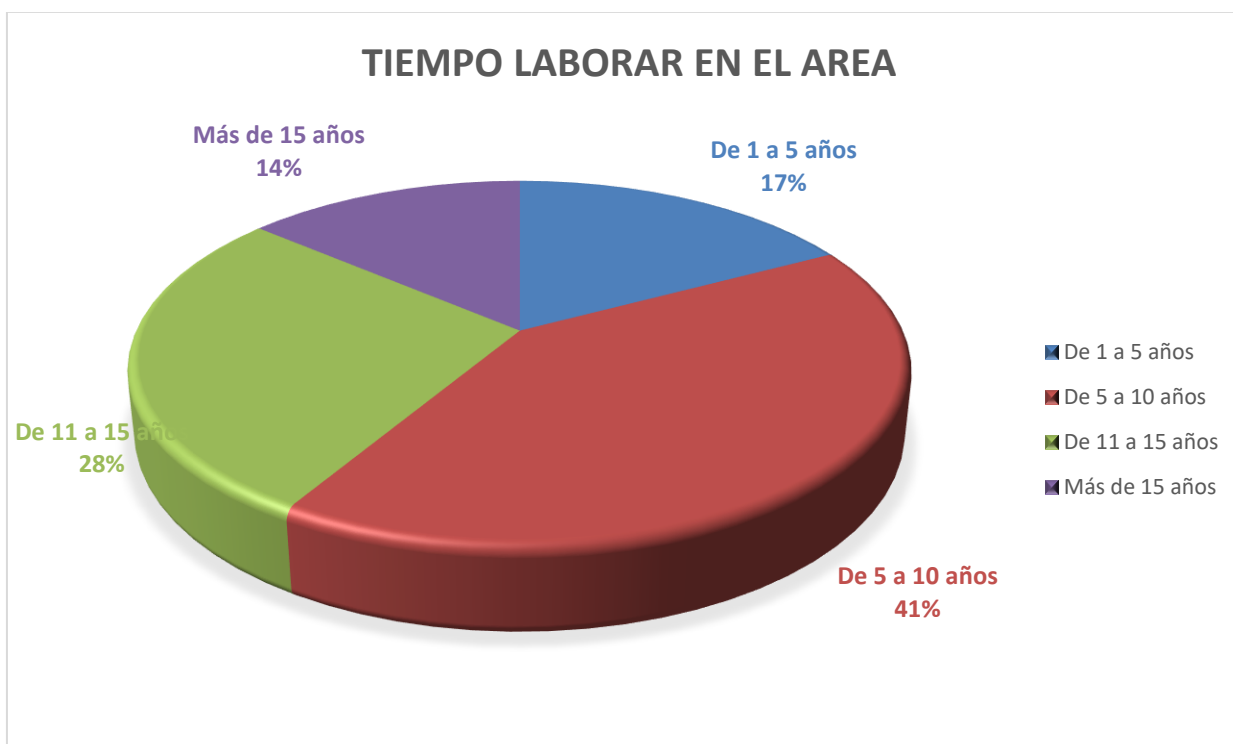
De acuerdo al gráfico anterior desprende las áreas al que pertenece los funcionarios, se establecen de la siguiente manera: un 31% indicó pertenecer al área de cocina, igual porcentaje indica que pertenece al área de Salón, es decir que es salonero o salonera. Un 10% al área de limpieza, un 7% al área de administrativa, de igual forma el 7% al área de cajas e igual porcentual al área de bar (bar-tender) y un 3% pertenece al área de Bodega/Proveeduría.

Tabla 6. Tiempo de laborar en el área

TIEMPO DE LABORAR EN EL AREA		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 años	5	17%
De 5 a 10 años	12	41%
De 11 a 15 años	8	28%
Más de 15 años	4	14%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 6. Tiempo de laborar en el área



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

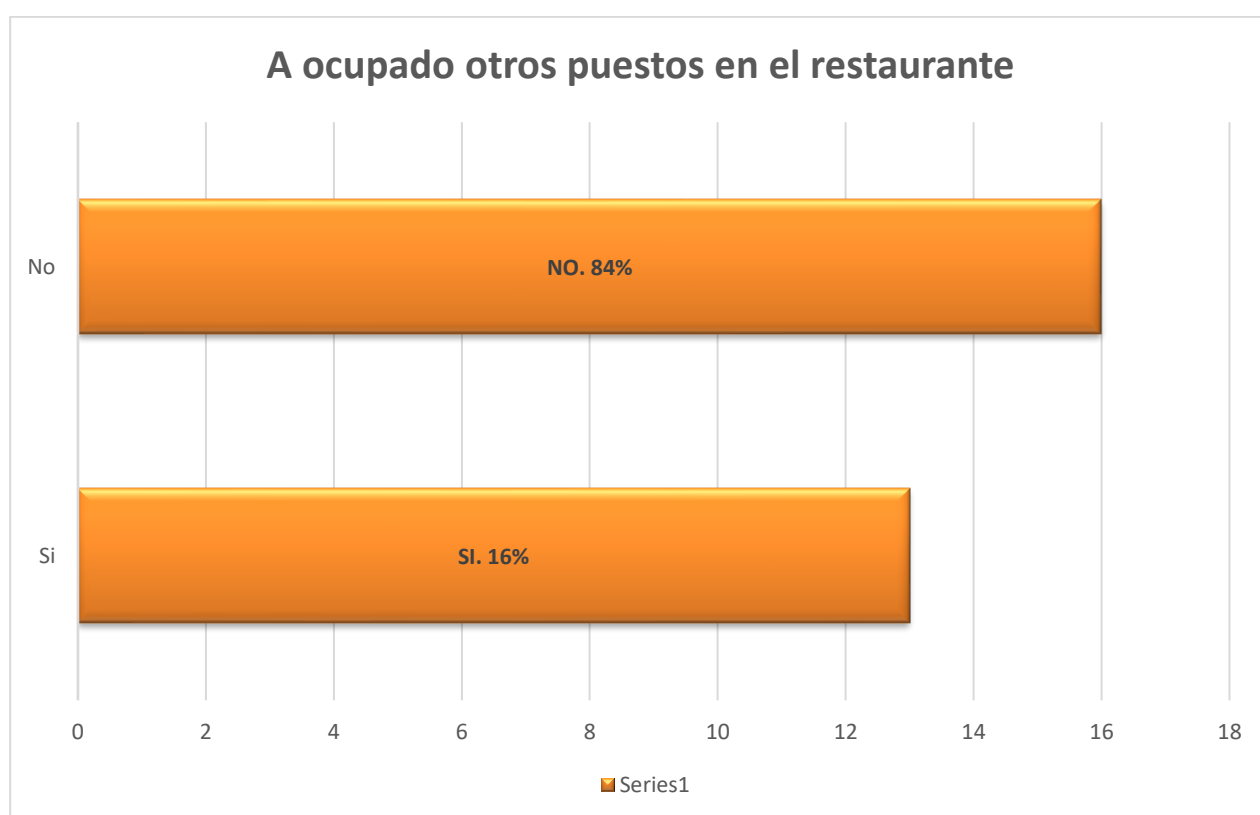
Como se observa en el gráfico #6, la mayoría de los funcionarios, con un 41% tiene de 5 a 10 años de laborar en sus áreas, el 28% tiene de 11 a 15 años, el 17% tiene de 1 a 5 años, el 14% afirma de tener más de 15 años de laborar en el área.

Tabla 7. ¿Ha ocupado otros puestos en el restaurante?

¿HA OCUPADO OTROS PUESTOS EN EL RESTAURANTE?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	16%
No	16	84%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 7. ¿Ha ocupado otros puestos en el restaurante?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

En el gráfico anterior se observa que el 55% de los funcionarios no han prestado sus servicios en otras áreas en el restaurante y un 45% señala que sí.

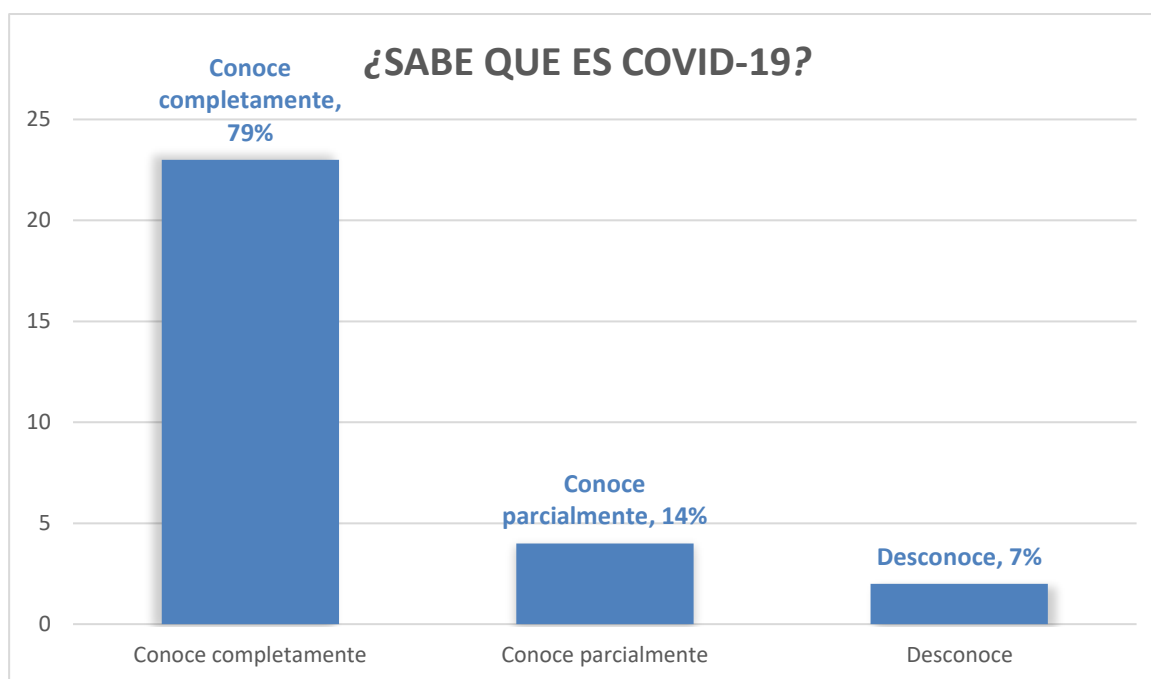
OBJETIVO No.1- VARIABLES: FACTORES/IMPACTOS DEL COVID-19

Tabla 8. ¿Sabe que es Covid-19?

¿Sabe que es Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Conoce completamente	23	79%
Conoce parcialmente	4	14%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 8. ¿Sabe que es Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

En el gráfico anterior detallado, se observa que el 79% de los funcionarios conocen completamente que es el Covid-19, el 14 %, indica conocerlo parcialmente y el 7% de los funcionarios indican desconocerlo.

Tabla 9. ¿Considera usted que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante?

¿Considera usted que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	76%
No	5	17%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 9. ¿Considera usted que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

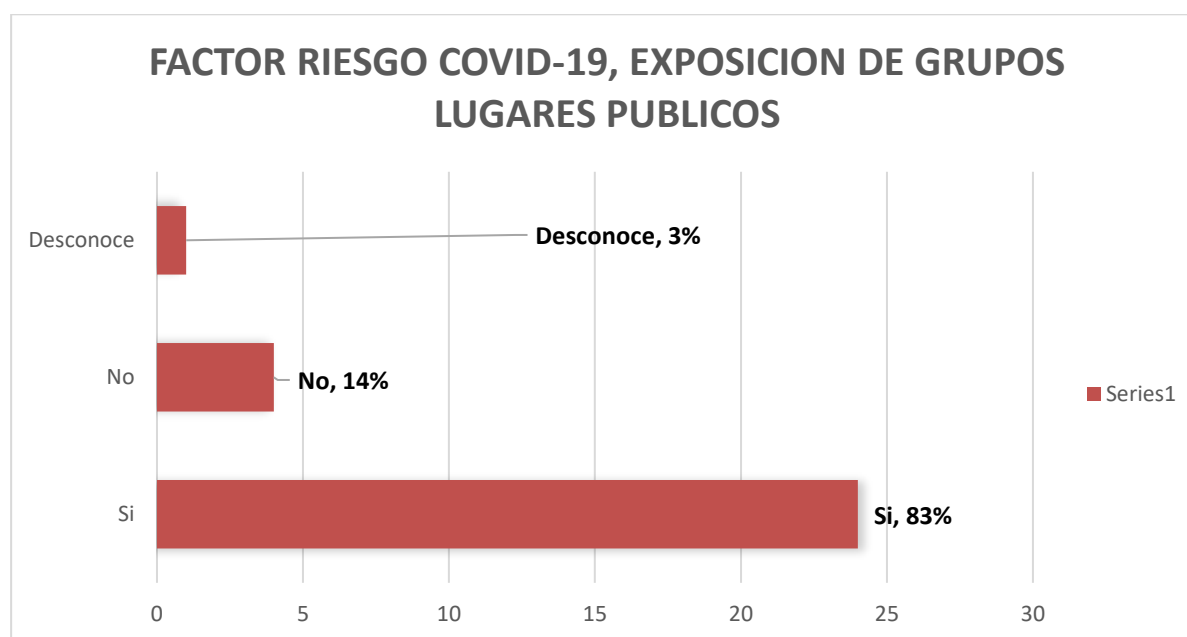
En el gráfico anterior se muestra que el 76% de los funcionarios consideran que se ha reducido el volumen de ventas en el restaurante a causa del Covid-19 y un 17% indica que no, mientras que el 7% desconoce.

Tabla 10. ¿Uno de los factores de riesgos de Covid-19, es la exposición de grupos en lugares públicos?

¿Uno de los factores de riesgos de Covid-19, es la exposición de grupos en lugares públicos?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	83%
No	4	14%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 10. ¿Uno de los factores de riesgos de Covid-19, es la exposición de grupos en lugares públicos?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

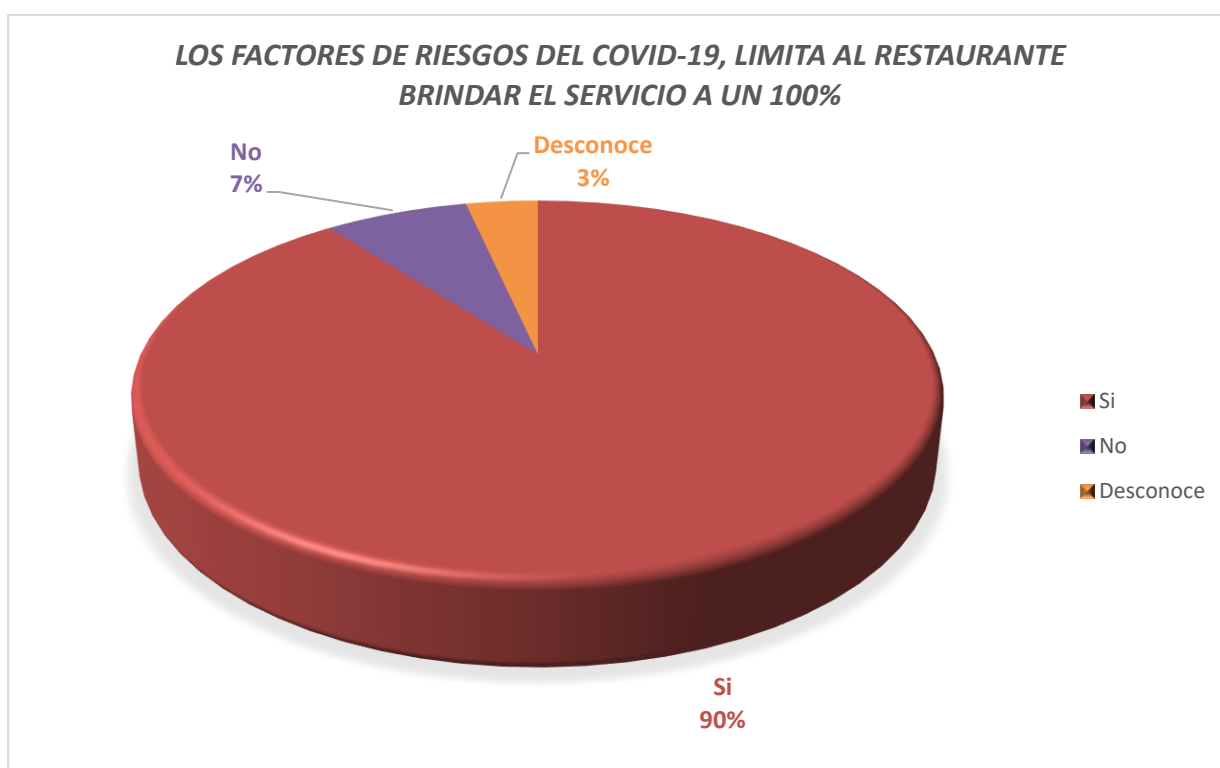
Para la pregunta #10, se observa que el 83% de los entrevistados consideran que un factor de riesgo del Covid-19 es la exposición de grupos en lugares públicos, mientras que el 14% menciona que no y un 3% indica desconocer.

Tabla 11. ¿Considera usted que los factores de riesgos del Covid-19, limita al restaurante brindar el servicio a un 100%?

¿Considera usted que los factores de riesgos del Covid-19, limita al restaurante brindar el servicio a un 100%?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 11. ¿Considera usted que los factores de riesgos del Covid-19, limita al restaurante brindar el servicio a un 100%?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

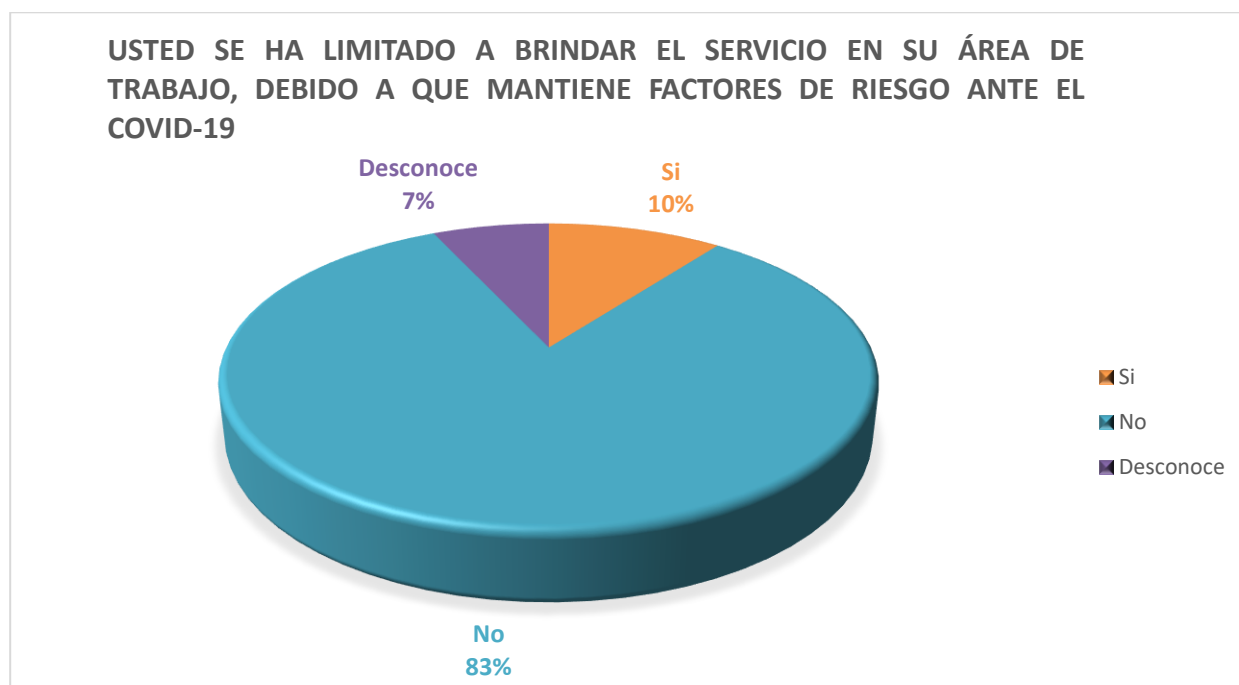
Como se observa en el gráfico #11, el 90% de los funcionarios entrevistados argumentan que los factores de riesgos del Covid-19 limita al restaurante prestar sus servicios a un 100%. No obstante, el 7% indica que no, mientras que el 3%, indica desconocer.

Tabla 12. ¿Usted se ha limitado a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19?

¿Usted se ha limitado a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	10%
No	24	83%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 12. ¿Usted se ha limitado a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

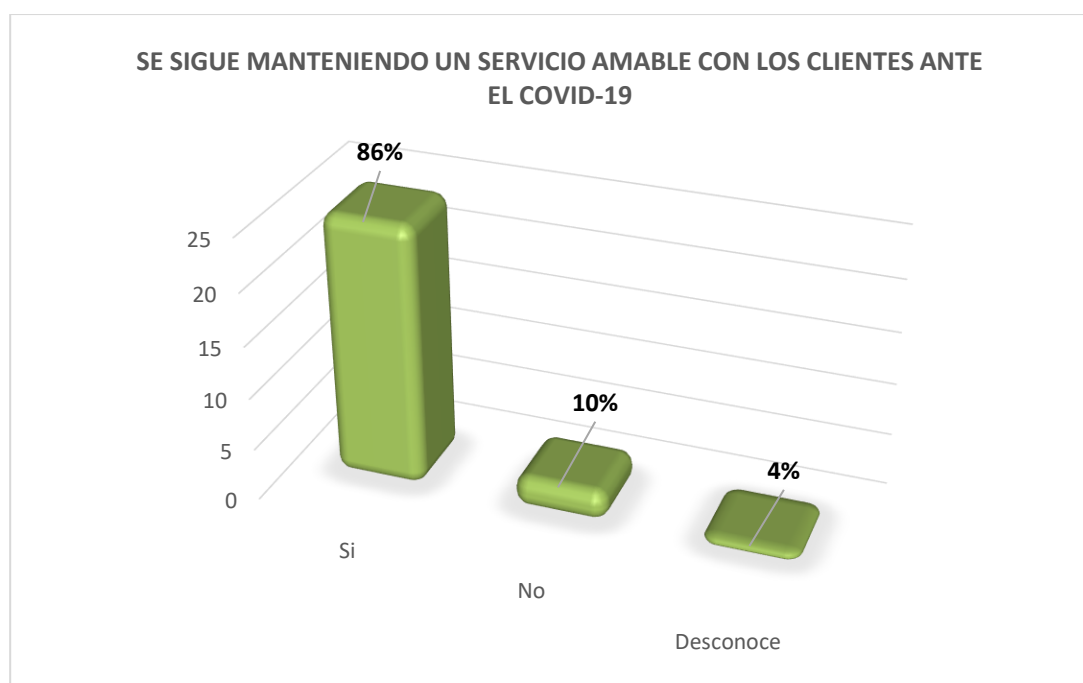
Como se muestra en el gráfico anterior, el 83% de los funcionarios indican que no se ha limitado a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19, por otro lado, el 10% indica que sí y el 7% indica desconocer.

Tabla 13. ¿Sabe usted si el personal del restaurante sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el Covid-19?

¿Sabe usted si el personal sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	86%
No	3	10%
Desconoce	1	4%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 13. ¿Sabe usted si el personal del restaurante sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el Covid19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

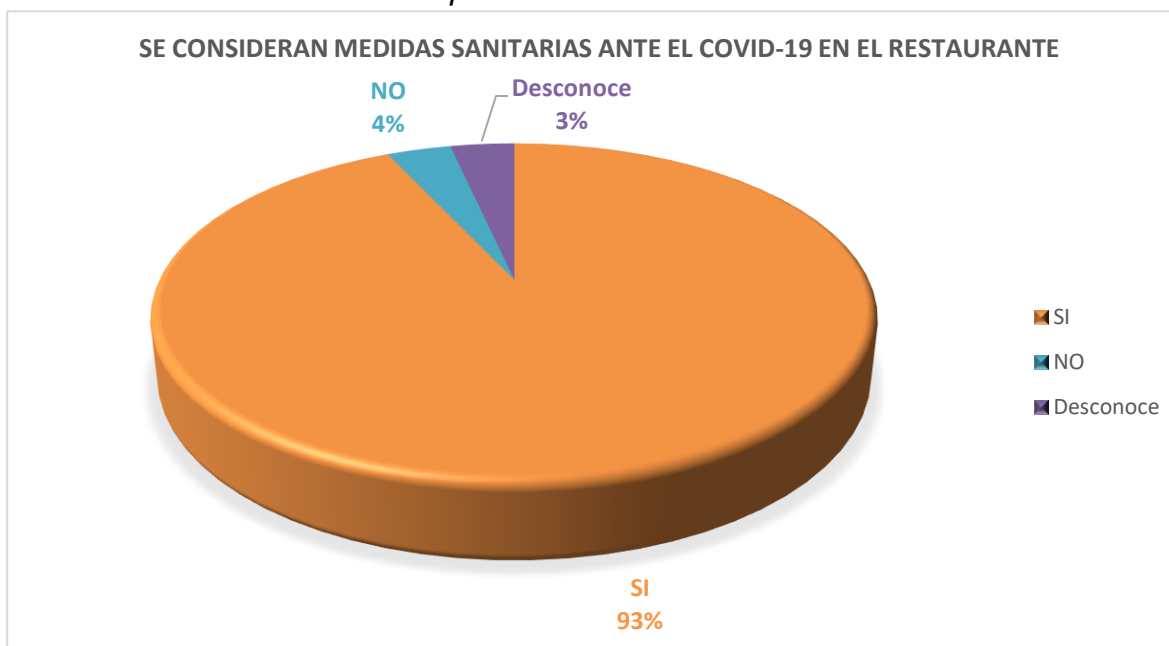
La pregunta #13 hace referencia si el personal del restaurante sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el Covid19, indica: un 86% que sí, un 10% que no, mientras que el 2% indica desconocer.

Tabla 14. ¿Se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios?

¿Se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
SI	27	93%
NO	1	4%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 14. ¿Se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

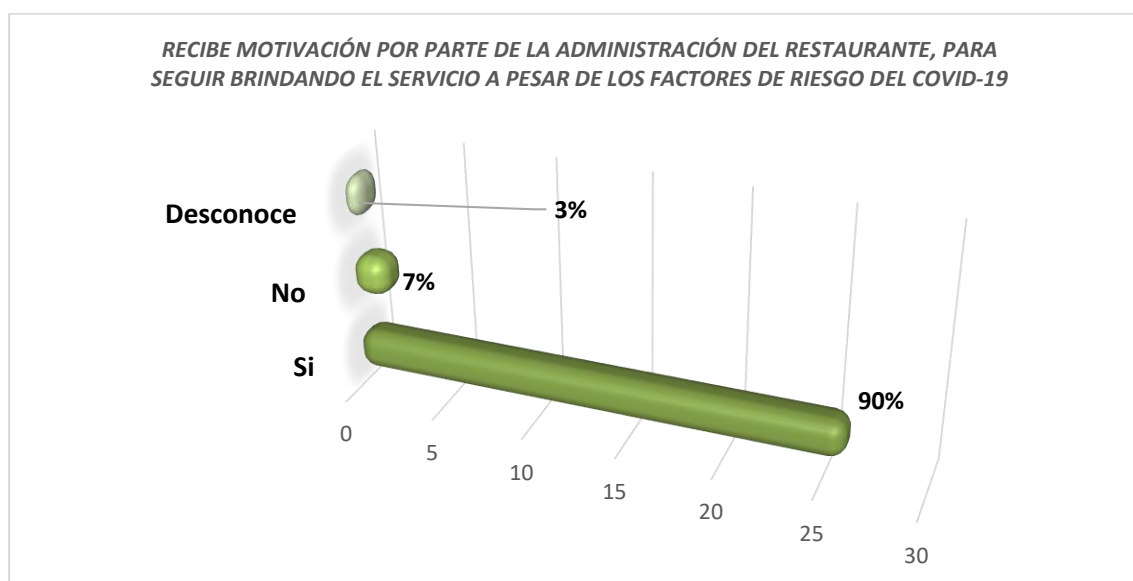
Como se observa en el gráfico anterior el 93% de los funcionarios consideran que el restaurante toma medidas sanitarias ante el Covid-19, el 4% indica que lo contrario, mientras que un 3% admite desconocer.

Tabla 15. ¿Recibe usted motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19?

¿Recibe usted motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 15. ¿Recibe usted motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

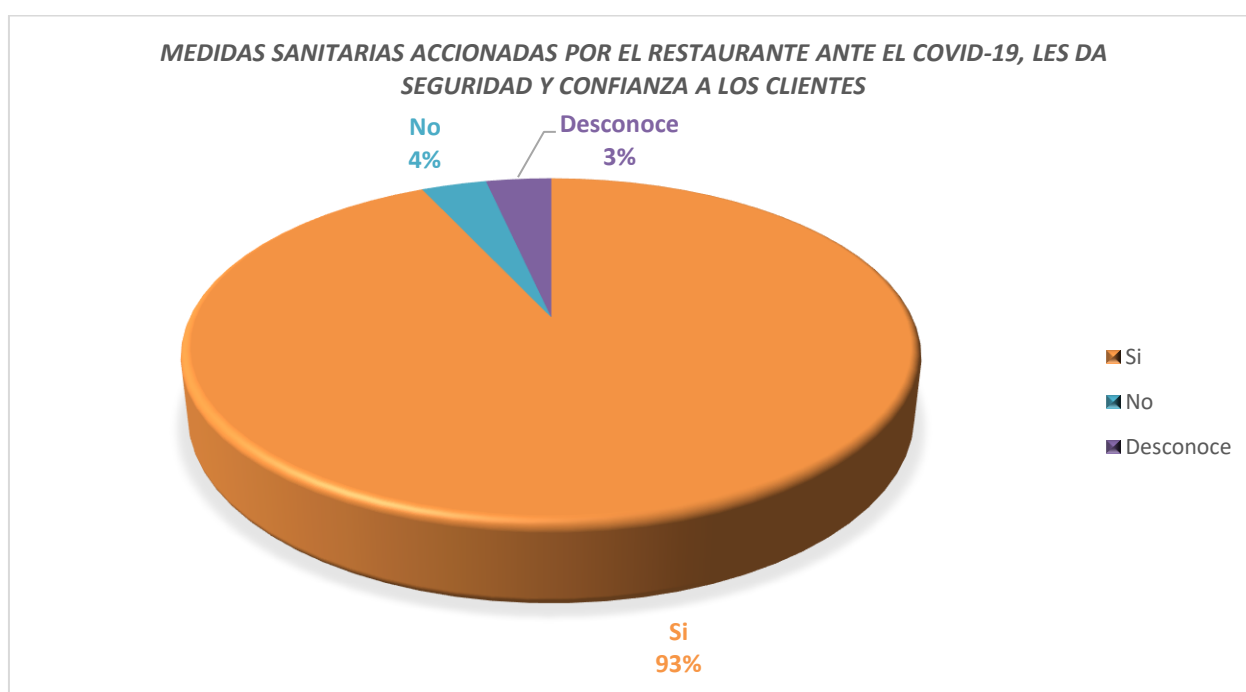
En el gráfico #15 se observa que el 90% de los funcionarios indican si recibir motivación por parte de la administración del restaurante Tabaris de Caldera, mientras que el 7% indica lo contrario y el 3% admite desconocer.

Tabla 16. ¿Considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes?

¿Considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	93%
No	1	4%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 16. ¿Considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

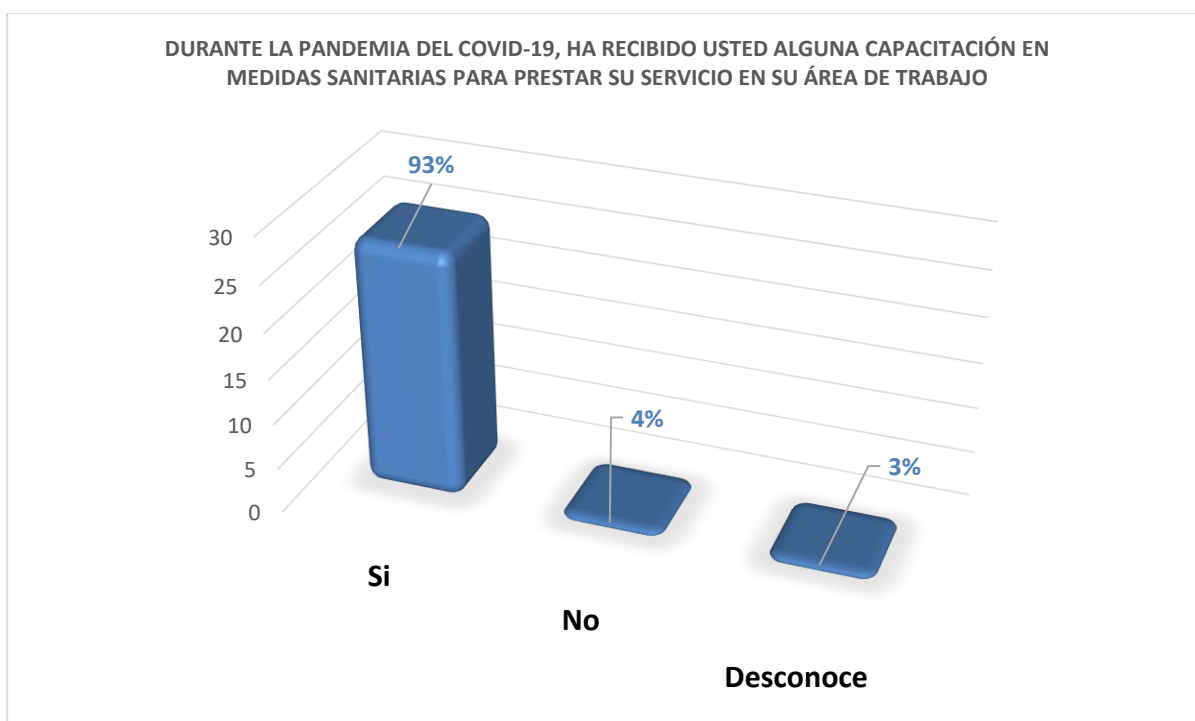
Como se muestra en el gráfico anterior el 93% de los funcionarios *considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes*, el 4% indica que no, mientras que el 3% expresa desconocer.

Tabla 17. ¿Durante la pandemia del Covid-19, ha recibido usted alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo?

¿Durante la pandemia del Covid-19, ha recibido usted alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	93%
No	1	4%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 17. ¿Durante la pandemia del Covid-19, ha recibido usted alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

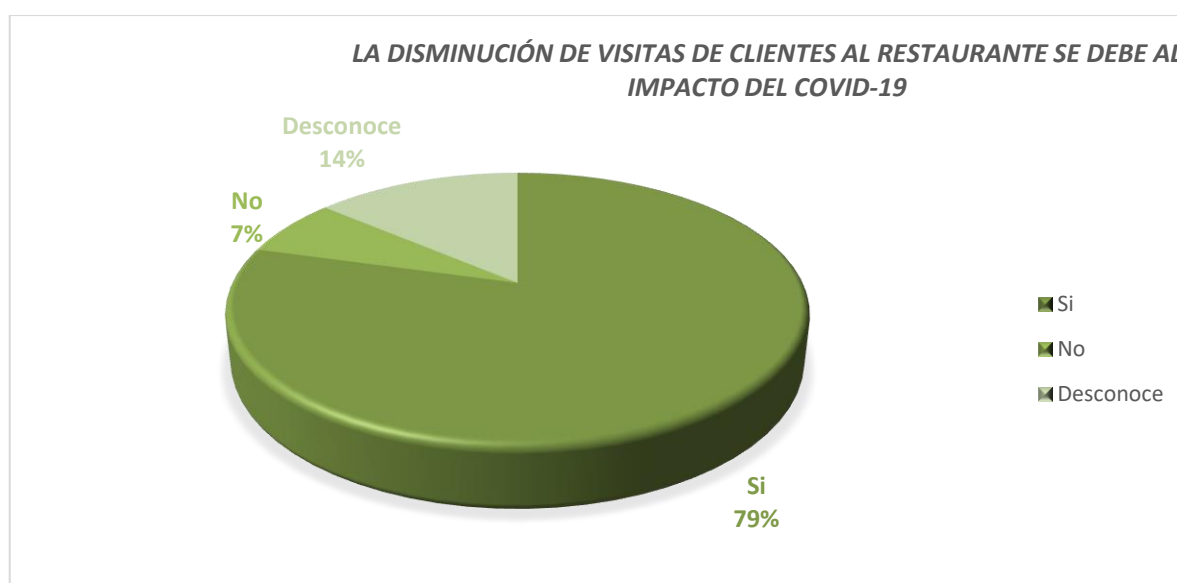
Como se indica en el gráfico #17 el 93% de los funcionarios afirman que si durante la pandemia del Covid-19, han recibido alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo, mientras que el 4% exteriorizan que no y el 3% desconoce.

Tabla 18. ¿Conoce usted como funcionario, si la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19?

¿Conoce usted como funcionario, si la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	79%
No	2	7%
Desconoce	4	14%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 18. ¿Conoce usted como funcionario, si la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

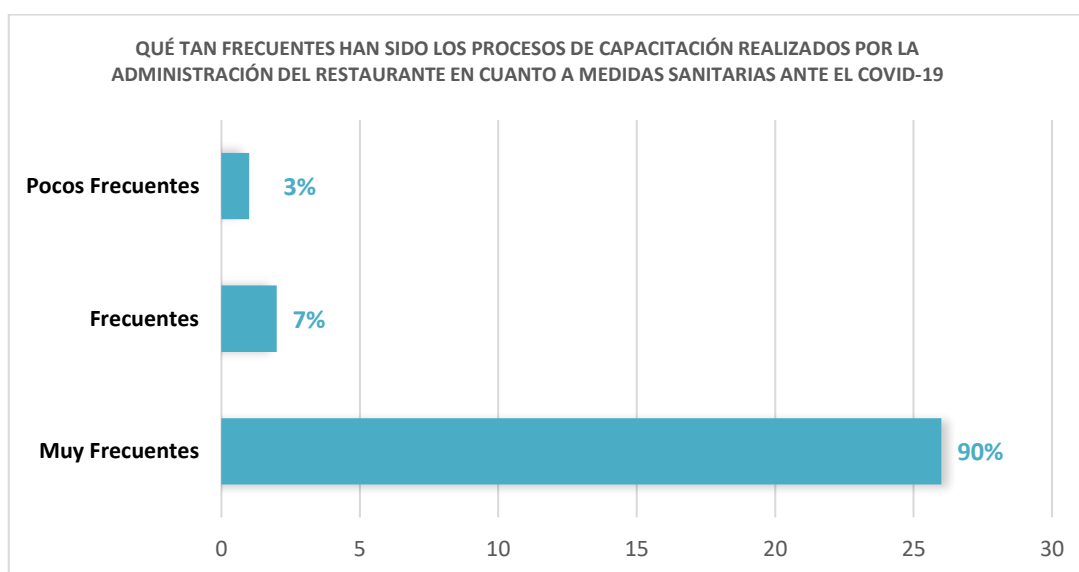
En el gráfico anterior, el 79%, de los funcionarios afirman que sí, la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19, el 14% indica que desconoce, mientras que el 7% estima que no.

Tabla 19. ¿Durante el mes de marzo a junio 2020, qué tan frecuentes han sido los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19?

Durante el mes de marzo a junio 2020, qué tan frecuentes han sido los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Muy Frecuentes	26	90%
Frecuentes	2	7%
Pocos Frecuentes	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 19. ¿Durante el mes de marzo a junio 2020, que tan frecuentes han sido los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

En la pregunta #19 se obtuvieron los siguientes resultados: el 90% de los funcionarios indican que son frecuentes los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19, el 7% indica que es muy frecuente, mientras que el 3% detalla que son frecuentes.

OBJETIVO No. 2, VARIABLES: PLANIFICACION FINANCIERA/PLANIFICACION ESTRATEGICA ORGANIZATIVA

Tabla 20. ¿Conoce usted si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica organizativa?

¿Conoce usted si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica organizativa?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	62%
NO	1	3%
Desconoce	10	35%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 20. ¿Conoce usted si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica Organizativa?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Como se presenta en el gráfico #20, el 62% de los funcionarios conoce que, si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica, el 3% indica que no, el 35% indica que desconoce.

Tabla 21. ¿Considera usted que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico?

¿Considera usted que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	93%
No	1	4%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020

Gráfico 21. ¿Considera usted que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

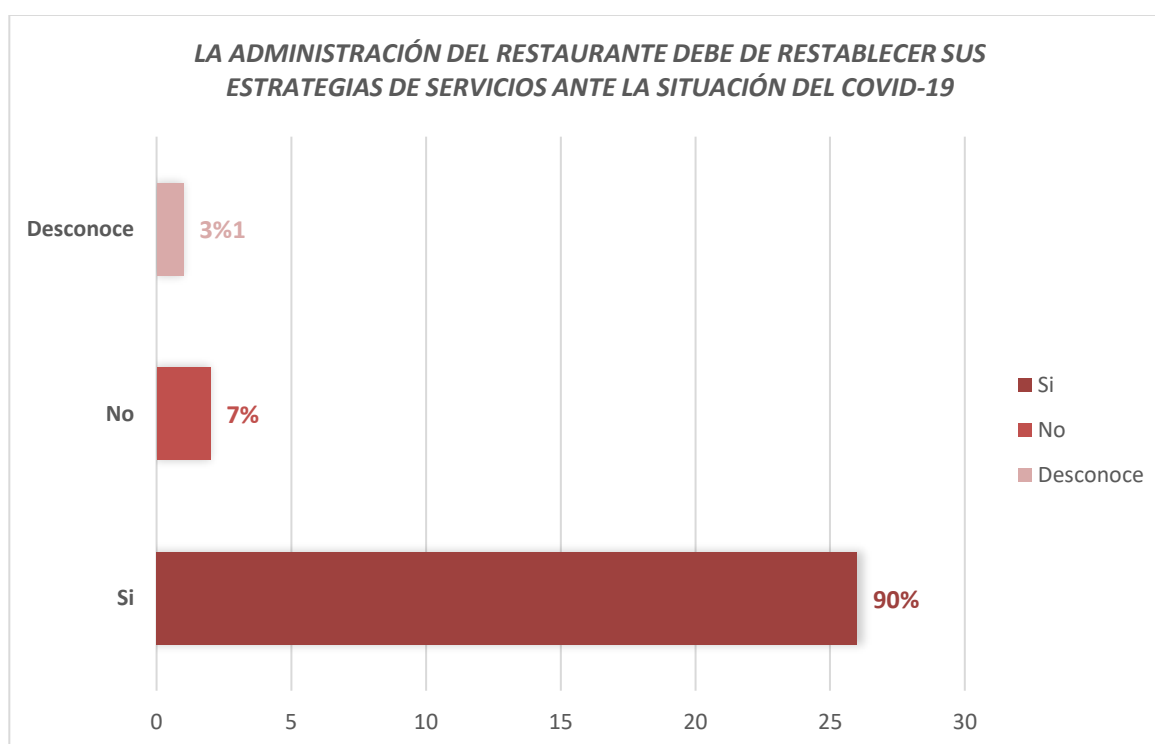
En el gráfico anterior se observa que el 93% de los funcionarios indican que consideran que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico, mientras que el 4%, indica que no y un 3% menciona desconocer.

Tabla 22. ¿Considera usted que la administración del restaurante debe de restablecer sus estrategias de servicios ante la situación del Covid-19?

¿Considera usted la administración del restaurante debe restablecer sus estrategias de servicios ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 22. ¿Considera usted que la administración del restaurante debe de restablecer sus estrategias de servicios ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

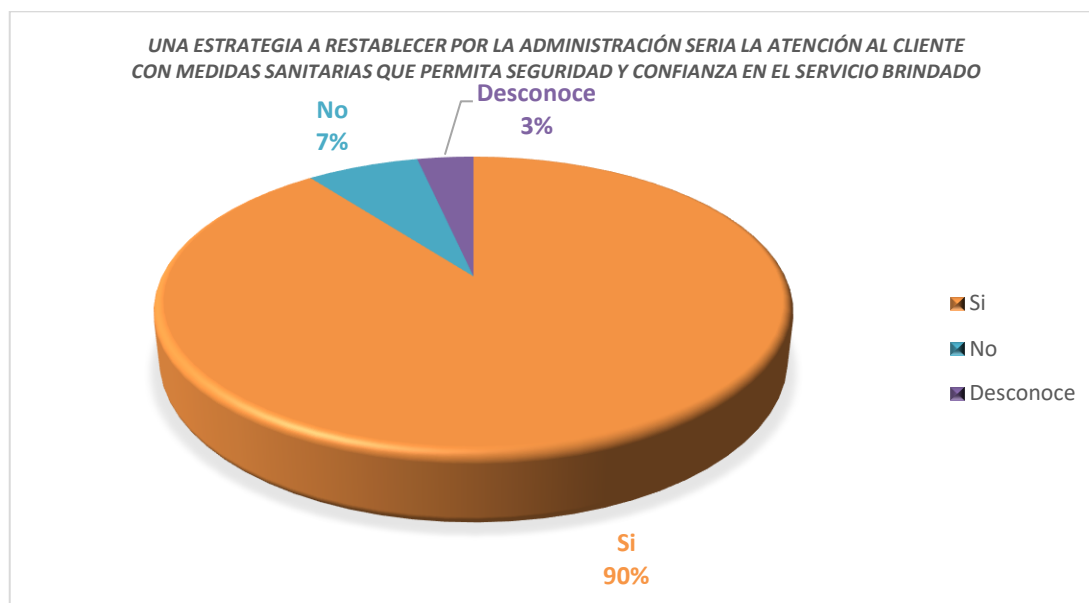
Como se observa en el gráfico anterior el 90% de los funcionarios entrevistados consideran que la administración del restaurante debe de reestablecer sus estrategias de servicios ante la situación del Covid-19, el 7% responde que no y un 3% desconoce.

Tabla 23. ¿Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado?

¿Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 23. ¿Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

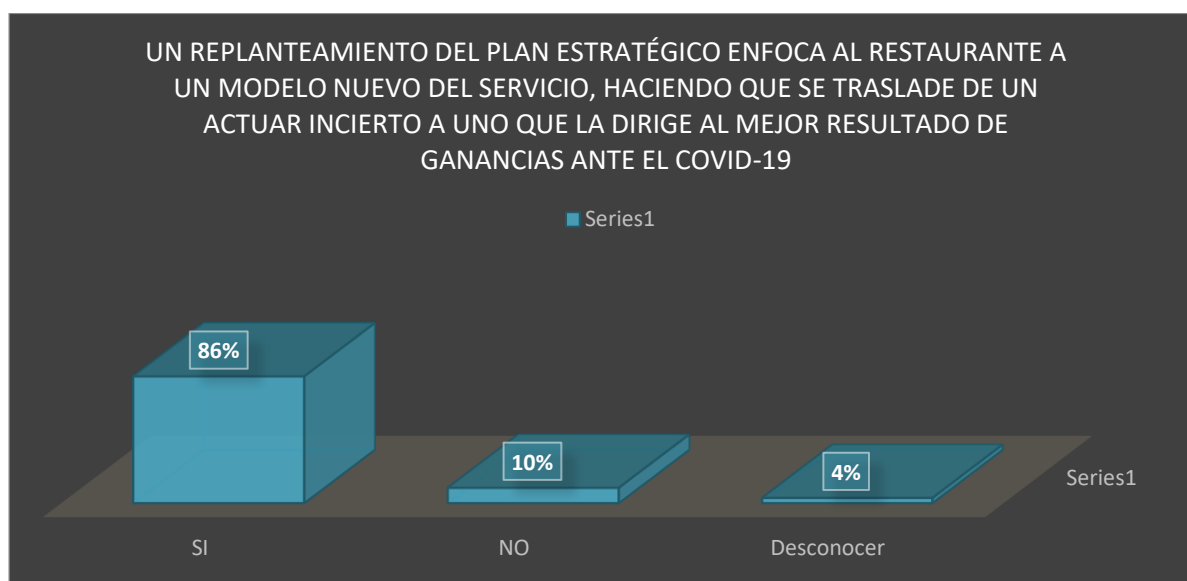
Como se indica en el gráfico anterior el 90% de funcionarios indican que sí, una estrategia a reestablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado, mientras que el 7% piensa lo contrario y un 3% desconoce.

Tabla 24. ¿Se podría considerar que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19?

¿Se podría considerar que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
SI	25	86%
NO	3	10%
Desconocer	1	4%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 24. ¿Se podría considerar que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

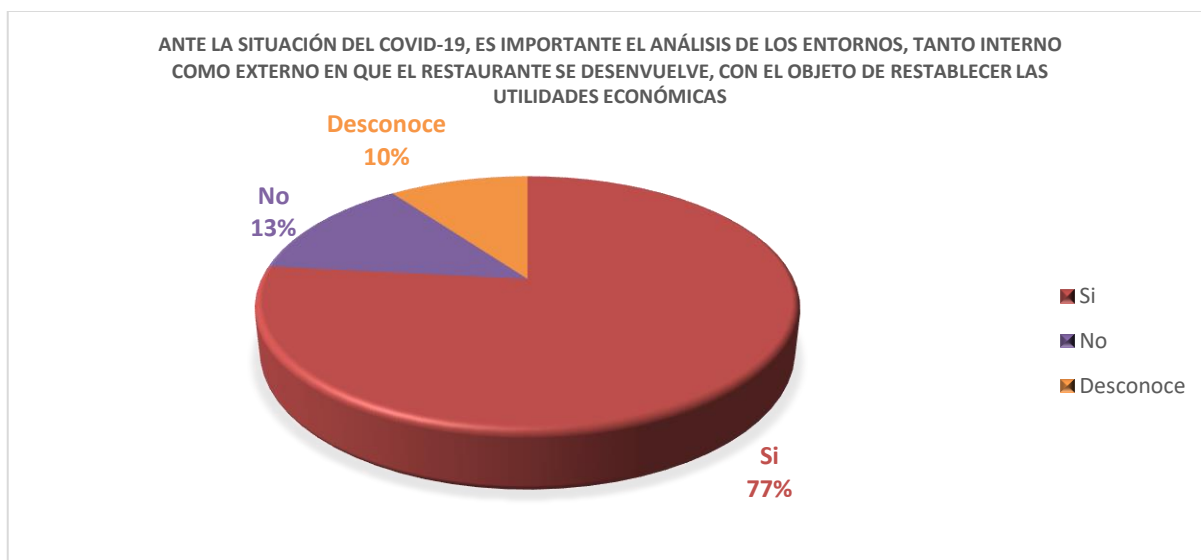
Como se observa en el gráfico anterior el 86% de los entrevistados consideran que, si un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19, el 10% indica que no y un 4% desconoce.

Tabla 25. ¿Ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de restablecer las utilidades económicas?

¿Ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de reestablecer las utilidades económicas?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	77%
No	4	13%
Desconoce	3	10%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris de Caldera, abril 2020.

Gráfico 25. ¿Ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de restablecer las utilidades económicas?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

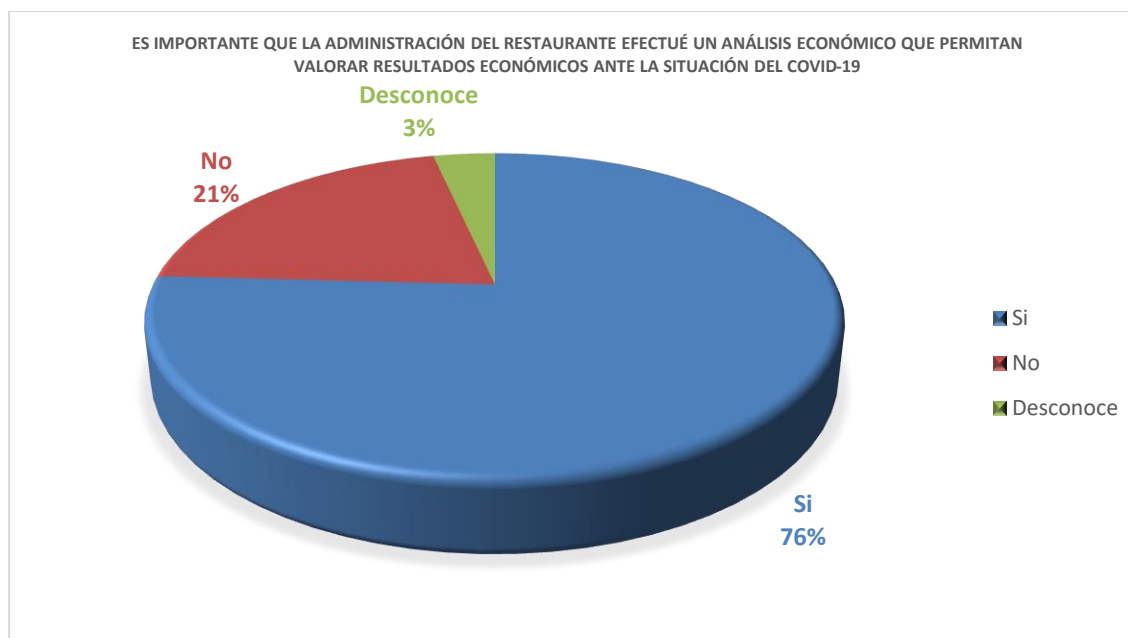
En el gráfico #25 se observa que el 77% de los funcionarios entrevistados consideran que ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de reestablecer las utilidades económicas y el otro 13% responde que no y un 10% admiten desconocimiento.

Tabla 26. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante efectuó un análisis económico que permitan valorar resultados económicos antes la situación del Covid-19?

¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante efectuó un análisis económico que permitan valorar resultados económicos ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	76%
No	6	21%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 26. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante efectuó un análisis económico que permitan valorar resultados económicos ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

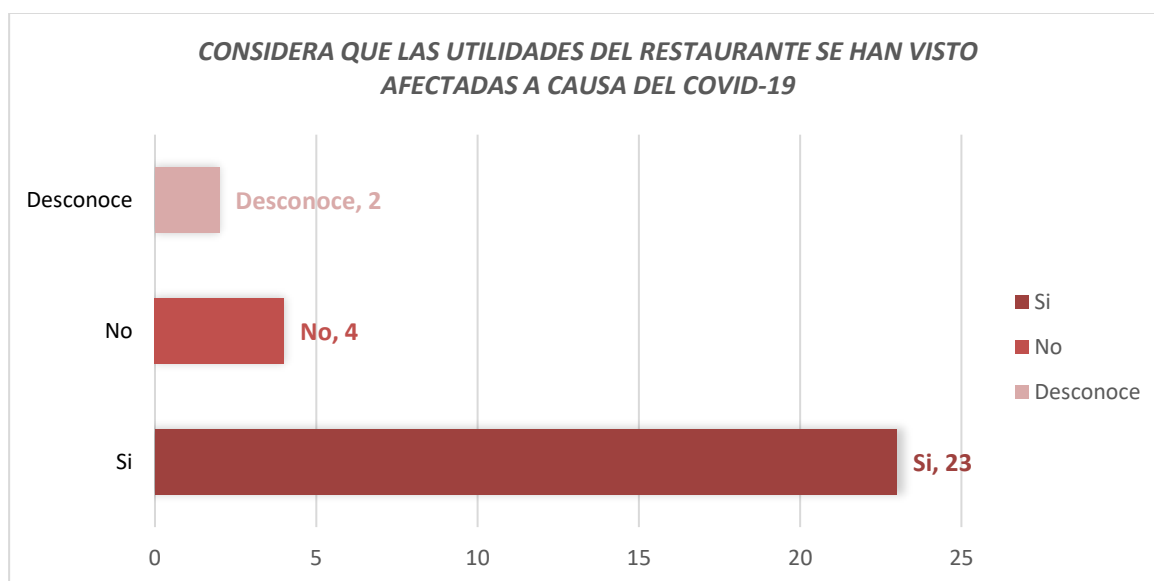
Como se indica en el gráfico anterior el 76% de los funcionarios entrevistados consideran que es importante que administración del restaurante efectuó un análisis económico que permitan valorar resultados económicos ante la situación del Covid-19 y un 21% menciona que no, mientras que un 3% responden desconocer.

Tabla 27. ¿Considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19?

¿Considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	
No	4	
Desconoce	2	
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 27. ¿Considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Como se muestra en el gráfico anterior el 79% de los funcionarios considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19, mientras que el 14% exteriorizan que no. Y un 7% desconoce.

Tabla 28. ¿Cree usted que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?

¿Cree usted que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	
No	2	
Desconoce	3	
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 28. ¿Cree usted que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

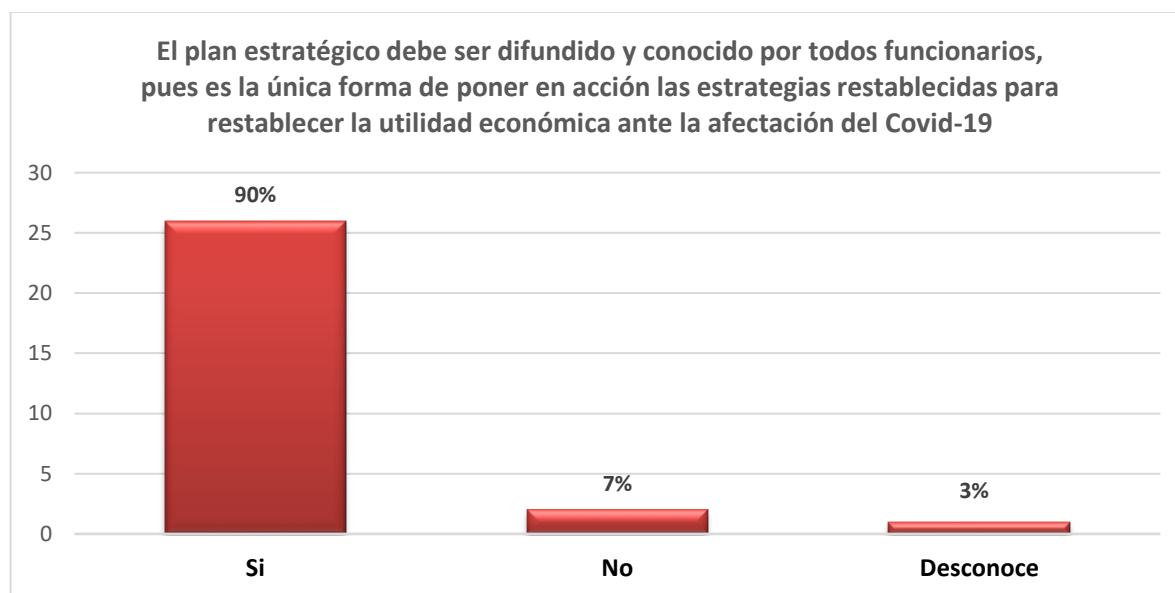
Como se indica en el gráfico anterior un 83% expresa que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?, el 7% indica que no y el 10% menciona desconocer.

Tabla 29. ¿Considera que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19?

¿Considera que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 29. ¿Considera que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

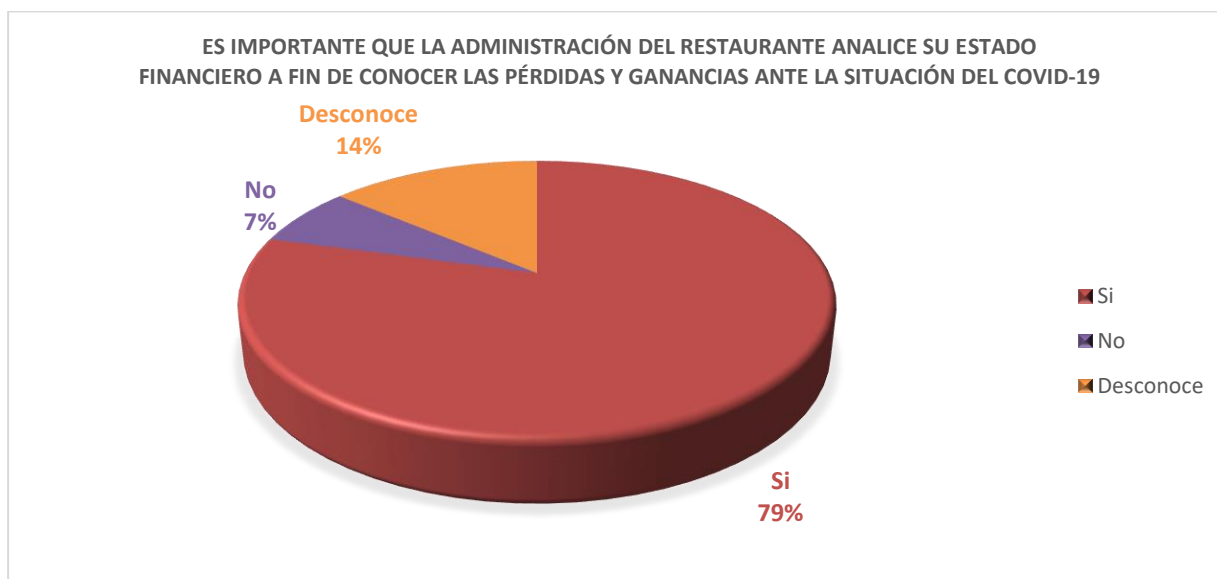
Como se observa en el gráfico anterior el 90% de los funcionarios consideran que sí, el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias reestablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19 y un 7% responde que no. Mientras que un 3% admite desconocer.

Tabla 30. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19?

¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	79%
No	2	7%
Desconoce	4	14%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 30. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

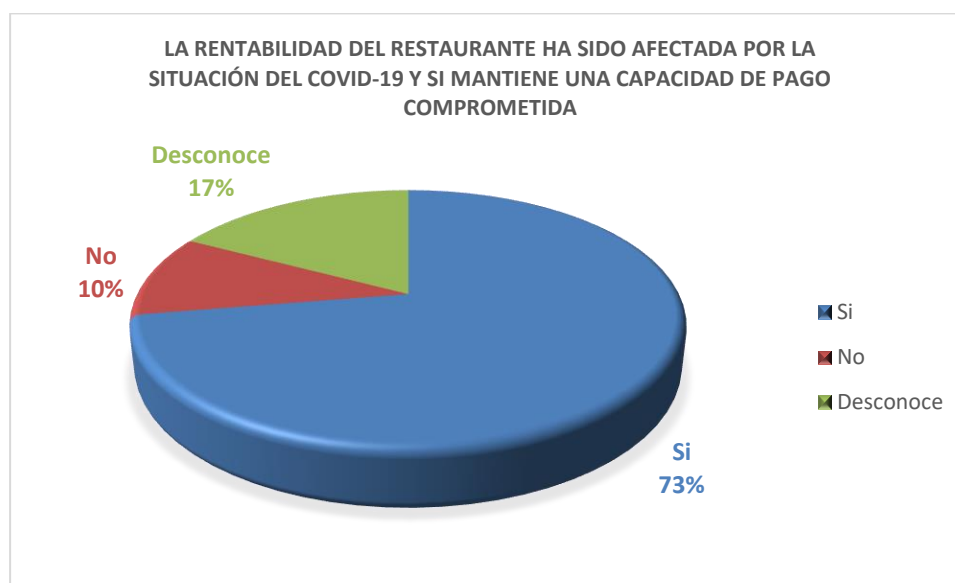
Para la pregunta #30 el 79% de los funcionarios consideran que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19, mientras que el 7% responde que no y un 14% desconoce.

Tabla 31. ¿Conoce si la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida?

¿Conoce si la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	73%
No	3	10%
Desconoce	5	17%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 31. ¿Conoce si la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

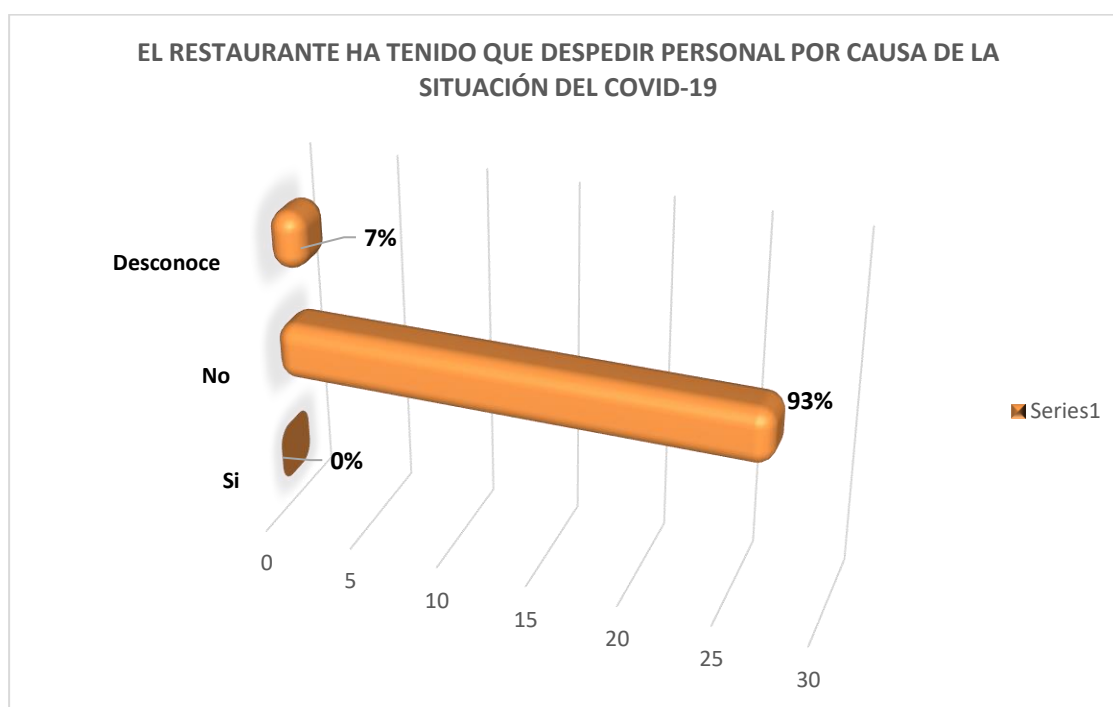
Como se observa en el gráfico anterior el 73% de los funcionarios entrevistados consideran que la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida, mientras que solo el 10% responde que no y un 17% de los funcionarios indica desconocer.

Tabla 32. ¿Conoce usted si el restaurante ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19?

¿Conoce usted si el restaurante ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	27	93%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 32. ¿Conoce usted si el restaurante ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

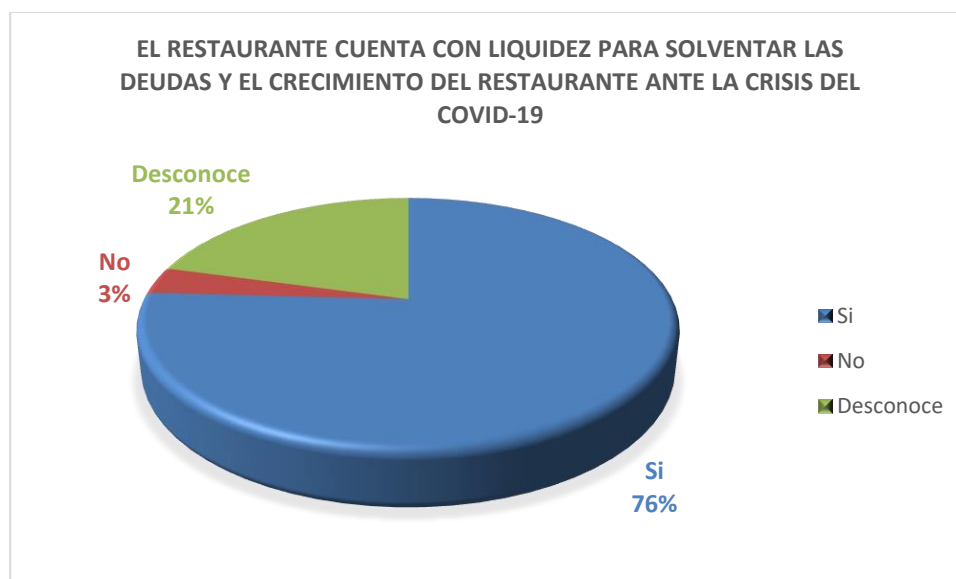
En el gráfico #32 se observa que el 93% del personal entrevistado indica que el restaurante no ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19 y el 7% manifiesta que desconoce.

Tabla 33. ¿El restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19?

¿El restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19?		
Distribución	Porcentaje	Frecuencia
Si	22	76%
No	1	3%
Desconoce	6	21%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 33. ¿El restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

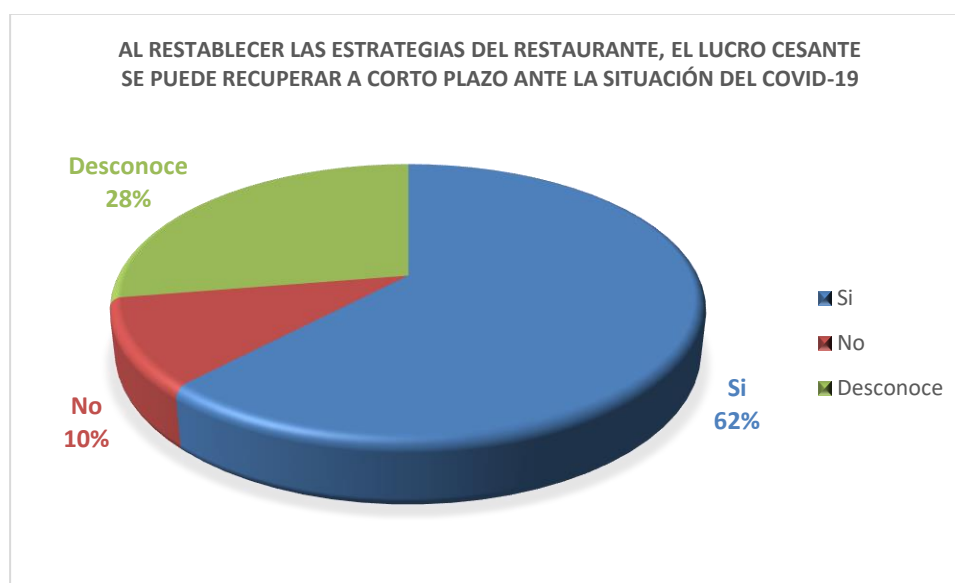
La pregunta #33 hace referencia en que sí, el restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19: un 76% indica que sí y un 3% considera lo contrario, mientras que un 21% desconoce.

Tabla 34. ¿Cree usted que, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19?

¿Cree usted que, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	62%
No	3	10%
Desconoce	8	28%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 34. ¿Cree usted que, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

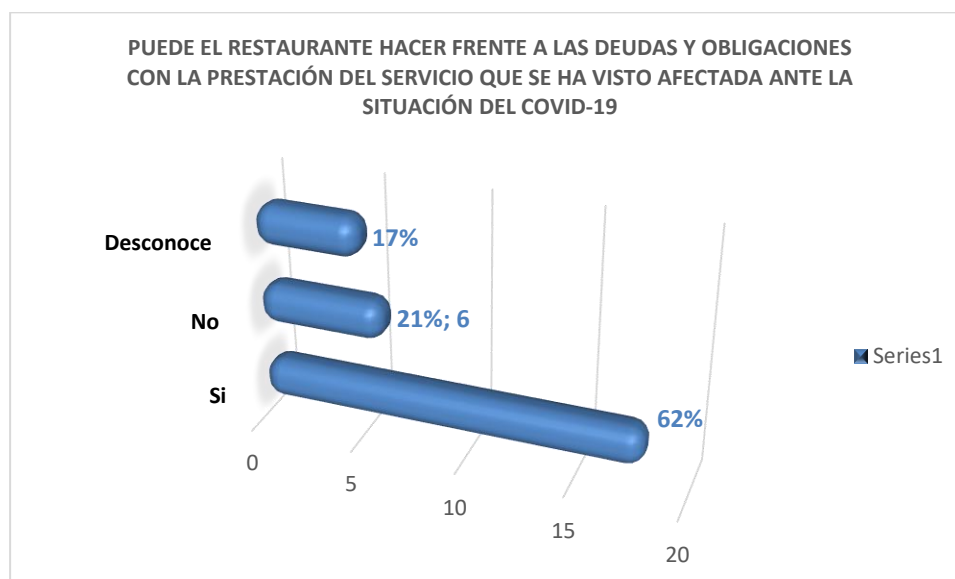
Como se observa en el gráfico anterior el 62% de los funcionarios entrevistados consideran que sí, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19 y el 10% responde que no. Mientras que un 28% desconoce.

Tabla 35. ¿Puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19?

¿Puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	62%
No	6	21%
Desconoce	5	17%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 35. ¿Puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

La pregunta #35 hace referencia que sí puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19, obteniendo como resultados que el 62% menciona que sí y el 21% responde que no. Mientras que un 17% indica desconocer.

Tabla 36. ¿Cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19?

¿Cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	65%
No	4	14%
Desconoce	6	21%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 36. ¿Cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

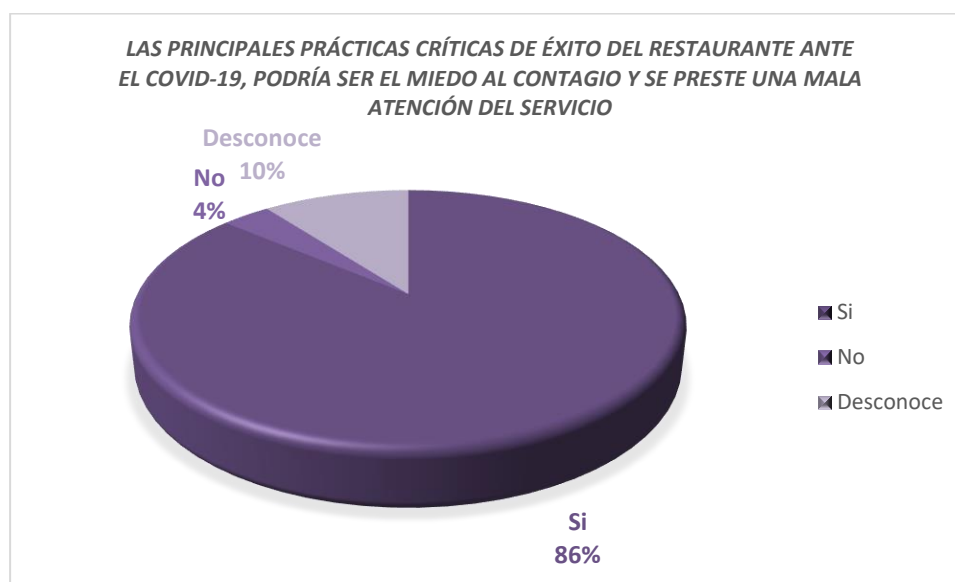
Como se observa en el gráfico anterior el 65% el personal expresa que sí cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19, el 14% externa que no y un 21% desconoce.

Tabla 37. ¿Considera usted que las principales prácticas críticas de éxito del restaurante ante el Covid-19, podría ser el miedo al contagio y se preste una mala atención del servicio?

¿Considera usted que las principales prácticas críticas de éxito del restaurante ante el Covid-19, podría ser el miedo al contagio y se preste una mala atención del servicio?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	86%
No	1	4%
Desconoce	3	10%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 37. ¿Considera usted que las principales prácticas críticas de éxito del restaurante ante el Covid-19, podría ser el miedo al contagio y se preste una mala atención del servicio?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

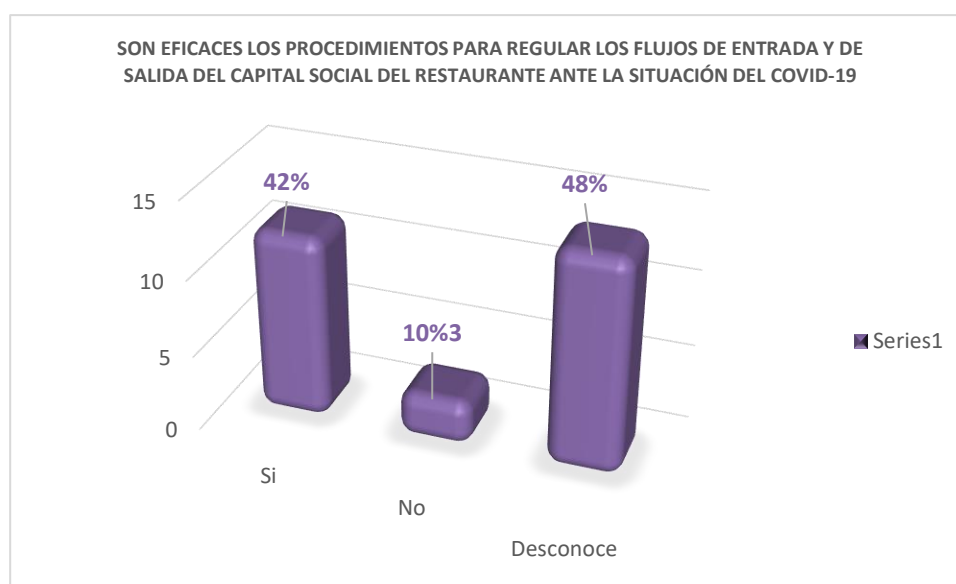
La pregunta #37 hace referencia Considera usted que las principales prácticas críticas de éxito del restaurante ante el Covid-19, podría ser el miedo al contagio y se preste una mala atención del servicio, obteniendo los siguientes resultados: 86% indica que sí y el 4% menciona que no y un 10% desconoce.

Tabla 38. ¿Son eficaces los procedimientos para regular los flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19?

¿Son eficaces los procedimientos para regularlos flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	42%
No	3	10%
Desconoce	14	48%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 38. ¿Son eficaces los procedimientos para regularlos flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

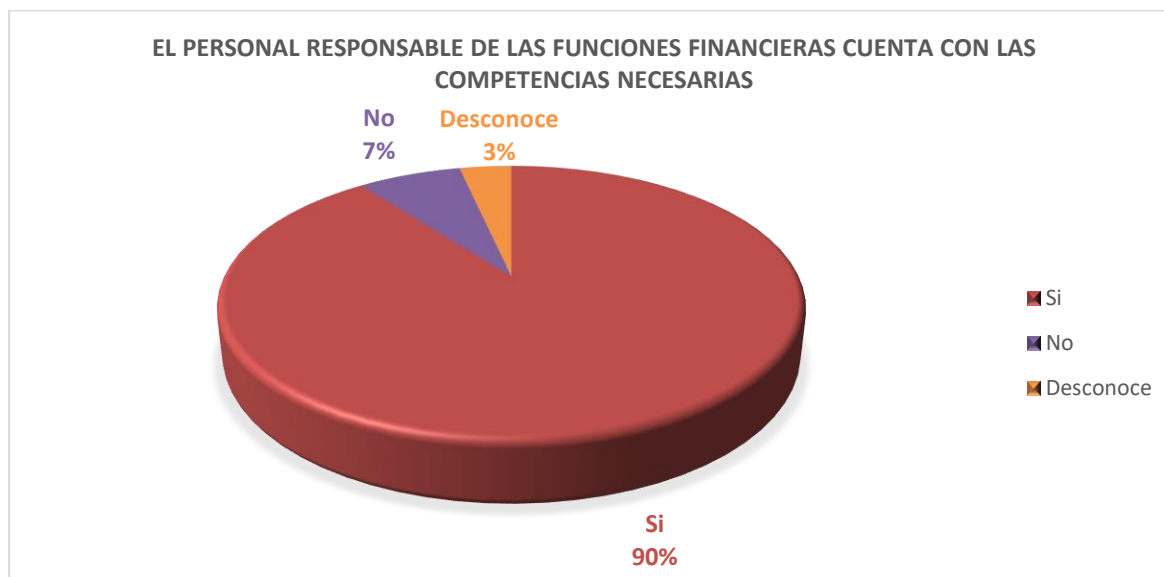
Como se observa en el gráfico anterior el 48% de los colaboradores externan desconocer si son eficaces los procedimientos para regularlos flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19 y el 42% respondió que sí, mientras que el 10% responde que no.

Tabla 39. ¿El personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias?

¿El personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 39. ¿El personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

El gráfico anterior hace referencia si el personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias, obteniendo los siguientes resultados: 90% indica que si, 7% menciona que no y 3% indica desconocer.

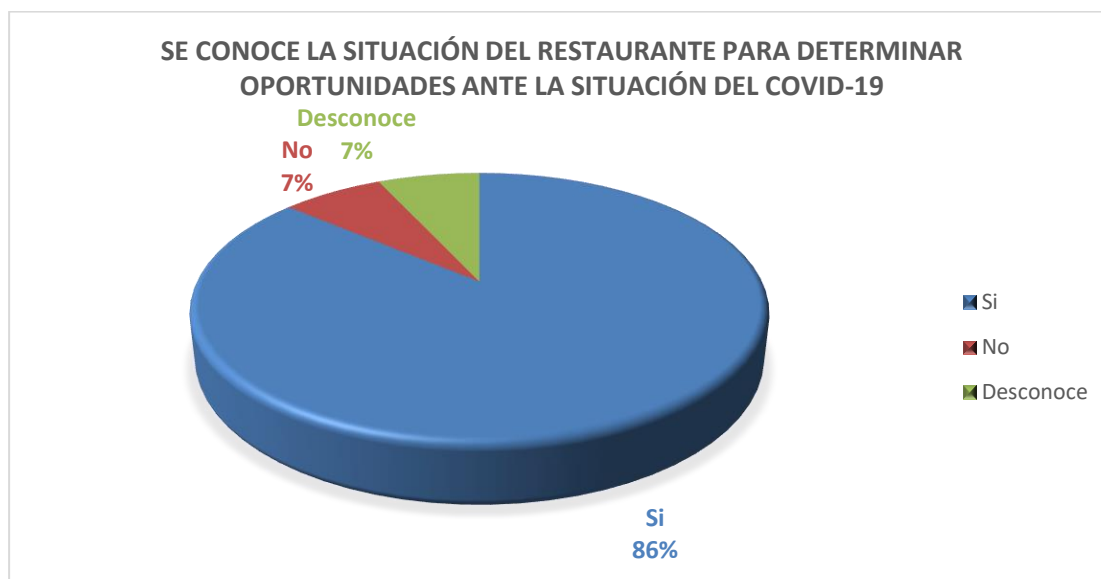
OBJETIVO No. 3- VARIABLES: OPORTUNIDADES/ UTILIDAD ECONOMICA

Tabla 40. ¿Usted considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19?

¿Usted considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	86%
No	2	7%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 40. ¿Usted considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

La pregunta #40 hace referencia que si se considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19: un 86% indica que sí y el 7% menciona que no y porcentaje igual indica que desconoce.

Tabla 41. ¿Conoce usted si se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno?

¿Conoce usted si se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	79%
No	4	14%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 41. ¿Conoce usted si se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

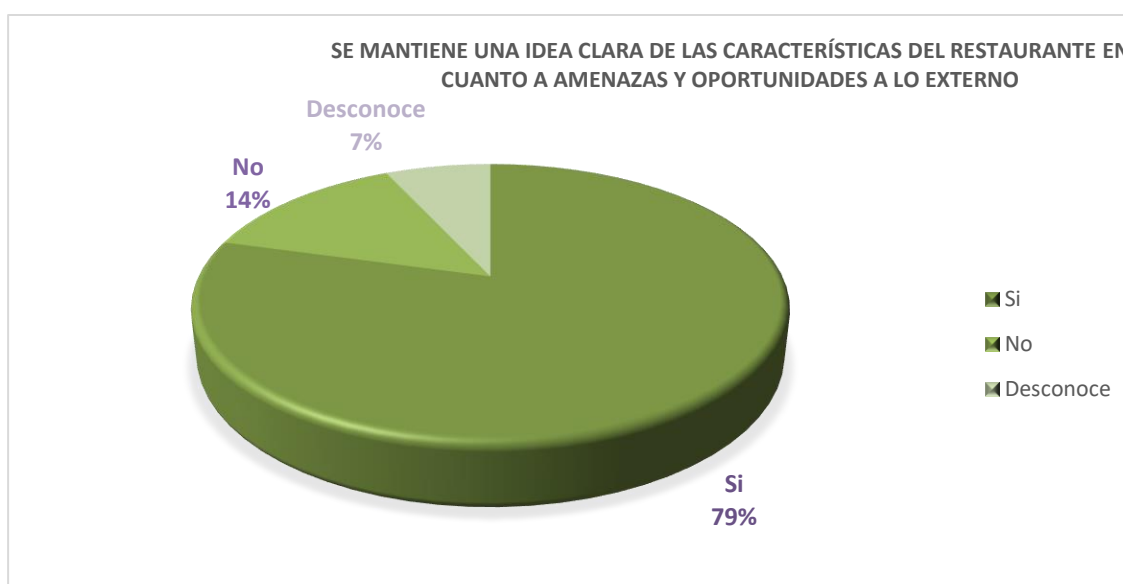
En el gráfico anterior se observa que el 79% de los funcionarios consideran conocer que, sí se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno, mientras que el 14% consideran que no, mientras que un 7% desconoce.

Tabla 42. ¿Conoce usted si se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo?

¿Conoce usted si se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	79%
No	4	14%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 42. ¿Conoce usted si se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

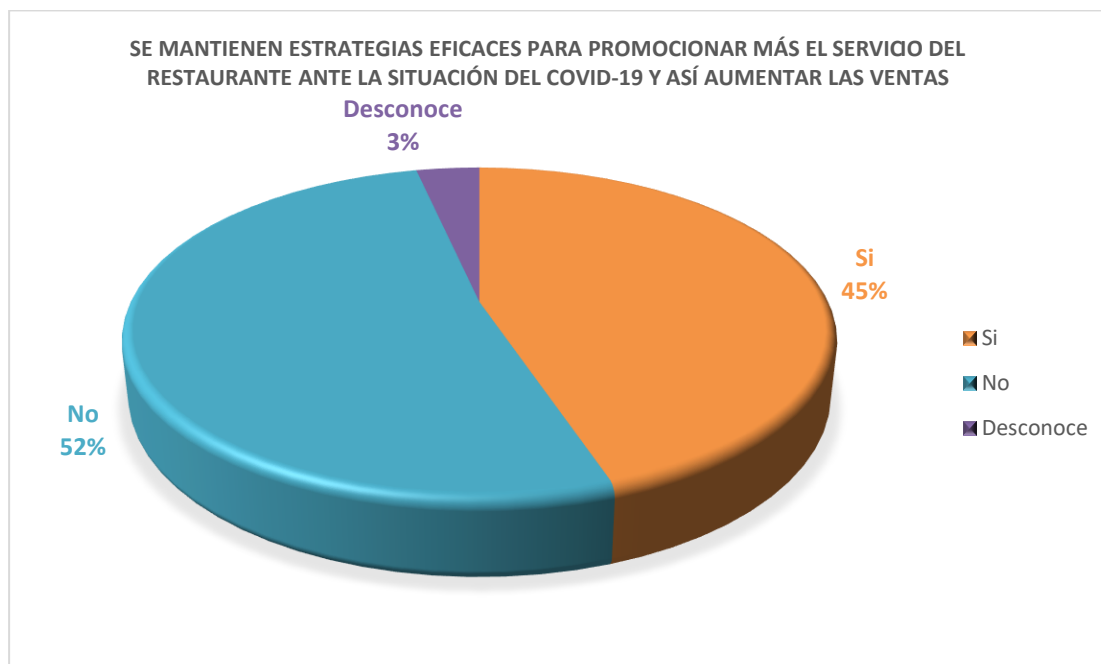
Como se observa en el gráfico anterior el 79% de los funcionarios respondieron que, sí se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo, el 14% piensa lo contrario y 7% indica desconocer.

Tabla 43. ¿Considera usted que se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas?

¿Considera usted que se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	45%
No	15	52%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 43. ¿Considera usted que se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

El gráfico #43 indica que el 52% del personal expresa que no se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas, mientras que el 45% manifiesta que no, mientras que un 3% indica desconocer.

Tabla 44. ¿Se realizan investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19?

¿Se realizan investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	52%
NO	13	45%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 44. ¿Se realizan investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

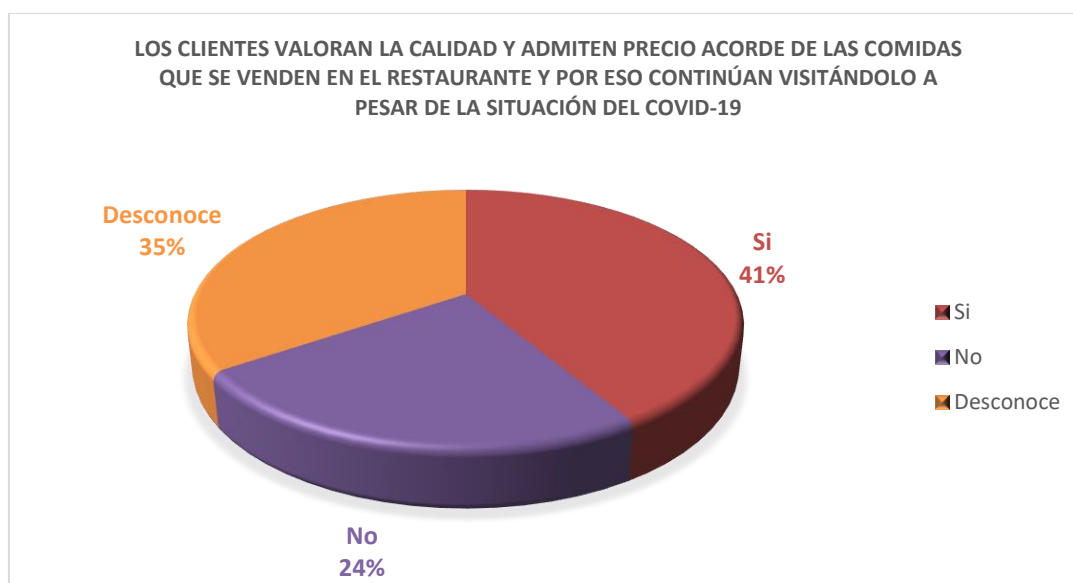
Como se observa en el gráfico anterior, un 52% considera que sí se realizan investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19, el 45% opina que no y el 3% desconoce.

Tabla 45. ¿Considera usted que los clientes valoran la calidad y admiten precio de las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19?

¿Considera usted que los clientes valoran la calidad y admiten precio acorde de las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	41%
No	7	24%
Desconoce	10	35%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 45. ¿Considera usted que los clientes valoran la calidad y admiten precio acorde de las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

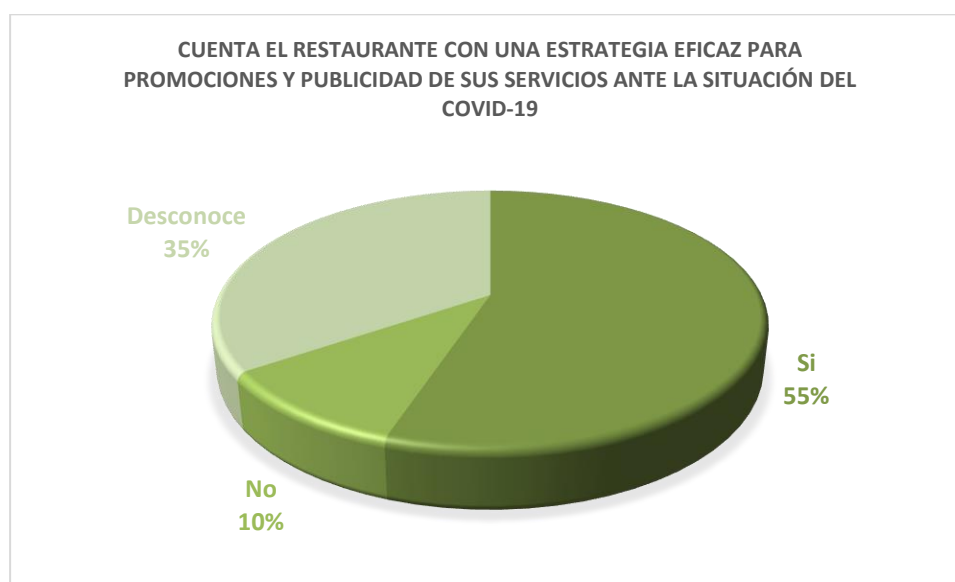
El gráfico anterior hace referencia a que el 41% opina que sí, los clientes valoran la calidad y admiten precio acorde a las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19, un 24% indica lo contrario y un 35% desconoce.

Tabla 46. ¿Cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad de sus servicios ante la situación del Covid-19?

¿Cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad de sus servicios ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	55%
No	3	10%
Desconoce	10	35%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 46. ¿Cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad de sus servicios ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

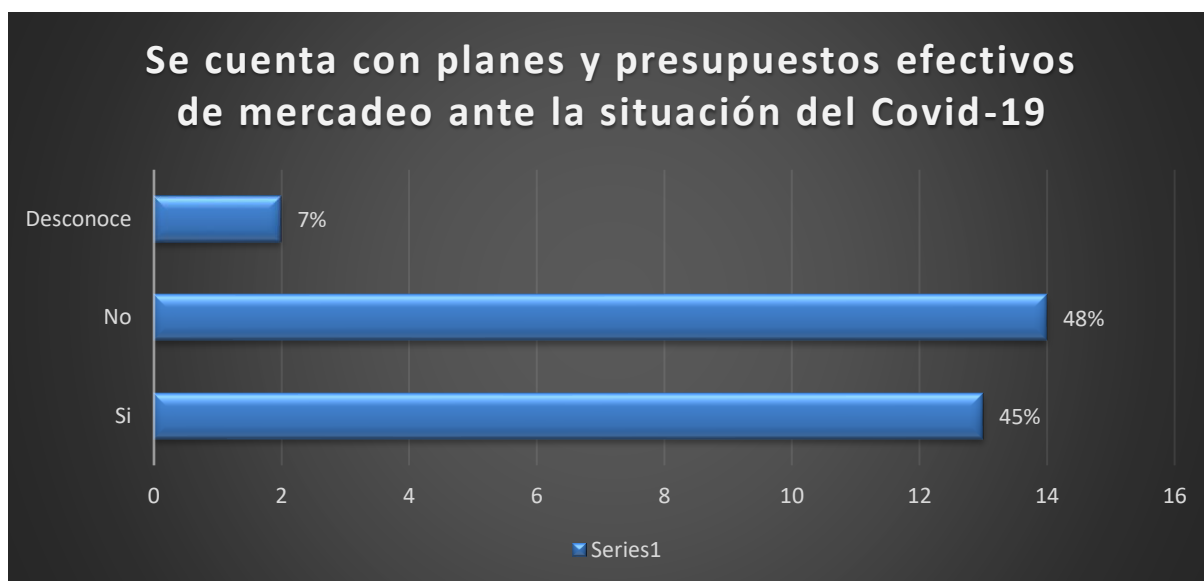
En el gráfico anterior el 55% de los funcionarios entrevistados indican que sí cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad de sus servicios ante la situación del Covid-19, un 10% responde que no y un 35% indica desconocer.

Tabla 47. ¿Se cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19?

¿Se cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	45%
No	14	48%
Desconoce	2	7%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 47. ¿Se cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

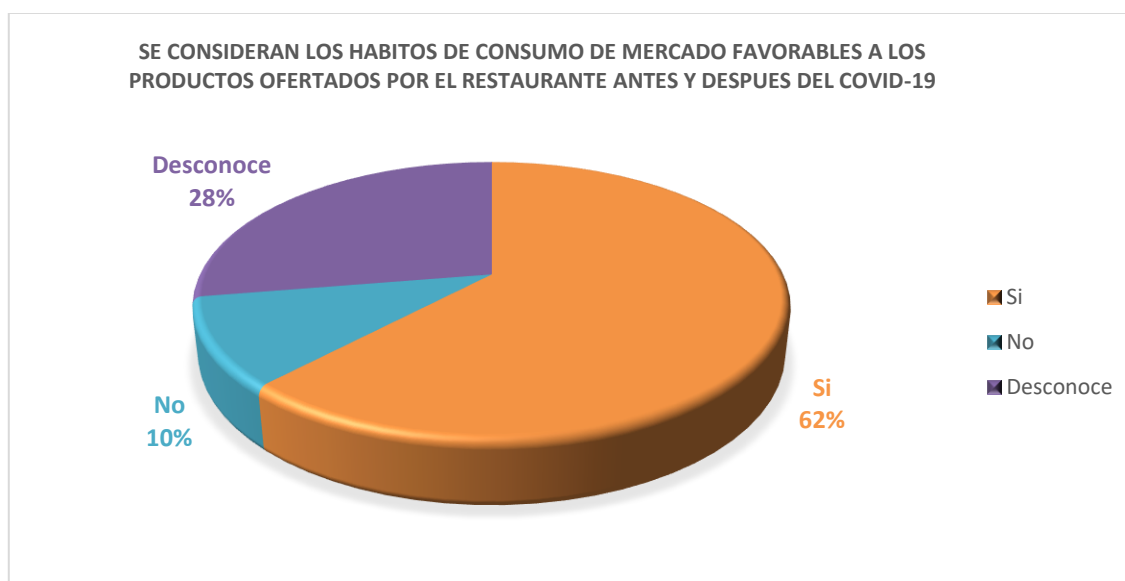
Como se observa en el gráfico anterior el 48% de los funcionarios indica que no cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19 y el 45% detalla que sí, mientras que el 7% desconoce.

Tabla 48. ¿Se consideran los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19?

¿Se consideran los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	62%
No	3	10%
Desconoce	8	28%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 48. ¿Se consideran los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

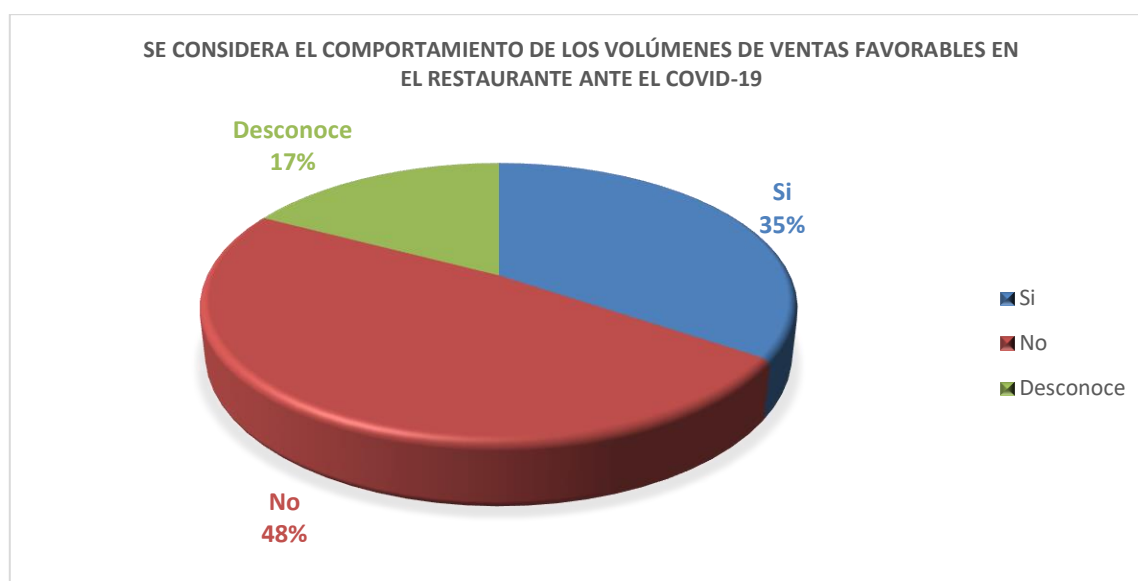
Como se observa en el gráfico #48, que el 62% de los funcionarios indican que sí se consideran los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19, el 10% indica que no y el 28% manifiesta desconocer.

Tabla 49. ¿Se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19?

¿Se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	35%
No	14	48%
Desconoce	5	17%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 49. ¿Se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

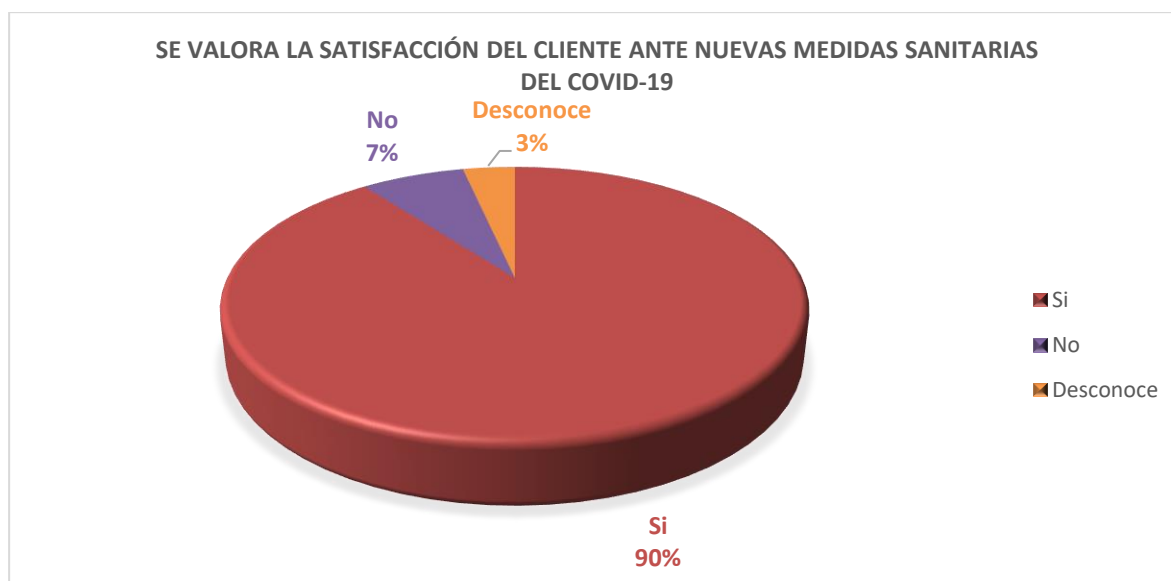
En el gráfico anterior se observa que el 48% de los funcionarios entrevistados argumenta que no se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19, el 35% indican que sí, mientras que el 17% desconoce.

Tabla 50. ¿Se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19?

¿Se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19?		
Distribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	90%
No	2	7%
Desconoce	1	3%
TOTAL	29	100%

Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Gráfico 50. ¿Se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19?



Fuente: Cuestionario aplicado funcionarios Restaurante Tabaris Caldera, abril 2020.

Como se indica en el gráfico #50 el 90% de los entrevistados manifiestan que sí se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19, mientras que el 7% señala que no y un 3% indica desconocer.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones y recomendaciones

Este apartado detalla las conclusiones y recomendaciones con respecto a los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de investigación a los funcionarios del restaurante Tabaris Caldera.

Datos generales según cuestionario aplicado:

- La mayoría de los trabajadores que prestan sus servicios en el restaurante es de género masculino, mientras que el resto corresponde al género femenino.
- Los funcionarios que prestan sus servicios en las diversas áreas del restaurante se mantiene un rango de edad comprendido de los 25-45 años y otra parte significativa comprende entre los 46-65 años.
- La mayoría de los funcionarios tiene un grado académico de primaria completa, y otra parte significativa no tiene ningún tipo de estudio.
- La mayoría de los funcionarios tiene de 6-10 años de laborar en el restaurante y de 11-15 años y el restante se divide en los otros rangos.
- El restaurante, según su estructura organizacional se dividen en 11 áreas y la mayor parte del personal brinda sus servicios como saloneros y cocina, seguida de limpieza y otros rangos.

Objetivo Específico 1: Identificar cuáles son los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19

Conclusión	Recomendación
<p style="text-align: center;">Referente: COVID-19 Variable: Factores Covid-19</p> <p style="text-align: center;">Indicadores: Riesgos y Medidas Sanitarias</p> <p>De los datos procesados se determinó que la mayoría de los funcionarios no se han limitado a brindar el servicio en su área de trabajo, a pesar de que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19, o por tener padecencia que los hace más susceptibles al contagio.</p> <p>No obstante, la mayoría de los entrevistados argumenta que si se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios en sus áreas.</p> <p>Además, la mayoría de los funcionarios entrevistados, afirman de manera positiva que reciben motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19.</p> <p>Así mismo enfatiza la mayoría de los funcionarios entrevistados que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes y a ellos.</p>	<p style="text-align: center;">Referente: COVID-19 Variable: Factores Covid-19</p> <p style="text-align: center;">Indicadores: Riesgos y Medidas Sanitarias</p> <p>Se recomienda a la administración del Restaurante realizar valoración de las personas que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19, con la finalidad de cuidar la salud de estos y la de sus clientes. Deben tomar medias a fin de no exponer a estos funcionarios directamente con los clientes, debiéndoles rotar a otras áreas las cuales esté más resguarda su salud ante esta situación, sin afectar el servicio que se brinda en el restaurante.</p> <p>Se recomienda a la administración del restaurante seguir manteniendo las medidas sanitarias ante el Covid-19 en la prestación de sus servicios para la integridad de la salud de sus clientes internos y externos.</p> <p>Se recomienda seguir promocionando la motivación a los funcionarios del restaurante, para que sigan brindando el servicio ante los factores de riesgo del Covid-19.</p> <p>Se recomienda seguir accionando las medidas sanitarias maniobradas por el restaurante ante el Covid-19, para propiciar mayor seguridad y confianza a los clientes internos y externos.</p>
<p style="text-align: center;">Referente: COVID-19 Variable: Impacto Covid-19</p> <p style="text-align: center;">Indicadores: Crisis Financiera/Crisis económica.</p> <p>Una mayoría de la muestra estima que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante.</p>	<p style="text-align: center;">Referente: COVID-19 Variable: Impacto Covid-19</p> <p style="text-align: center;">Indicadores: Crisis Financiera/crisis económica.</p> <p>Se recomienda a la administración del restaurante valorar su rentabilidad ante la pérdida de ingresos por la reducción del volumen de ventas a fin de establecer y accionar estrategias que permitan un aumento significativo ante la situación del Covid-19</p>

<p>Las restricciones por medidas sanitarias han ocasionado el cierre del restaurante por períodos en los meses de marzo a junio 2020.</p> <p>Existe disminución de visitas de clientes al restaurante por el impacto económico y financiero que ha propiciado el Covid-19.</p>	<p>Se recomienda establecer estrategias que permitan proseguir con las ventas, por medio de comidas express y para llevar, siempre considerando las medidas sanitarias que den seguridad y confianza a los clientes internos y externos.</p> <p>Es inevitable la disminución de visitas al restaurante por la afectación de la pandemia Covid-19 que ha producido un impacto en la economía de las y los costarricenses y de la crisis financiera del país. Sin embargo, se recomienda a la administración del restaurante continuar con estrategias de servicios que permita mantener costos accesibles en las diversas comidas que ofrece el servicio.</p>
--	--

Objetivo Especifico 2: Evaluar el plan estratégico del servicio del Restaurante TABARIS CALDERA en el periodo marzo a junio 2020

Conclusión	Recomendación
<p align="center">Referente: PLAN ESTRATEGICO Variable: Planificación Económica y Financiera Indicadores: Análisis Económico y Análisis Financiero.</p> <p>Los funcionarios en su mayoría externan que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico.</p> <p>Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias más rigurosas que permita mayor seguridad y confianza en el servicio brindado en el restaurante.</p> <p>una proporción considerable de la muestra, creen que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio y a una nueva planificación económica y financiera, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante la situación del Covid-19.</p>	<p align="center">Referente: PLAN ESTRATEGICO Variable: Planificación Económica y Financiera Indicadores: Análisis Económico y Análisis Financiero.</p> <p>Se recomienda a la administración del restaurante revisar y direccionar las estrategias establecidas en su plan anual a fin de restablecerlas de acuerdo a las tendencias que direcciona las condiciones económicas por causa del Covid-19.</p> <p>Se recomienda accionar estrategias que permitan la articulación de medidas sanitarias más rigurosas que consienta mayor seguridad y confianza en el servicio brindado en el restaurante.</p> <p>Se recomienda realizar replanteamiento en las estrategias establecidas por la administración del restaurante con el objeto de restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19</p>

Referente: PLAN ESTRATEGICO Variable: Planificación estratégica organizativa Indicadores: Planes de acción y metas previstas	Referente: PLAN ESTRATEGICO Variable: Planificación estratégica organizativa Indicadores: Planes de acción y metas previstas
<p>Se considera que ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de restablecer las utilidades económicas.</p> <p>Externa la mayoría que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias replanteadas ante la situación de la pandemia del Covid-19.</p> <p>Considera un grupo mayor de la muestra que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19.</p>	<p>Se recomienda a la administración del restaurante ejecutar análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se despliega, con el objeto de restablecer las utilidades económicas del servicio.</p> <p>Es sumamente importante recomendar a la administración del restaurante el de revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias replanteadas ante la situación de la pandemia del Covid-19, a fin de mantener un panorama mejor que permita accionar de forma efectiva y con eficacia.</p> <p>Se recomienda propiciar canales de comunicación transversales para que los funcionarios conozcan el plan estratégico, debido a que es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica del servicio ante la afectación del Covid-19.</p>

Objetivo Específico 3: Establecer estrategias de servicio para restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.

Conclusión	Recomendación
<p style="text-align: center;">Referente: ESTRATEGIAS Variable: Oportunidad Indicadores: Evaluación de riesgos y Acciones</p> <p>Un grupo mayor de la muestra considera que se conoce la situación del restaurante para determinar las oportunidades ante la situación del Covid-19, debido a que se tiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno y una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo.</p> <p>Más de la mitad de la muestra considera que se mantiene estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas.</p>	<p style="text-align: center;">Referente: ESTRATEGIAS Variable: Oportunidad Indicadores: Evaluación de riesgos y Acciones</p> <p>Se recomienda a la administración del restaurante realizar revisión del FODA actual, a fin de valorar las oportunidades que mantiene ante la situación del Covid-19 y así accionarlas con estrategias efectivas.</p> <p>Se recomienda a la administración del restaurante revisar las estrategias eficaces con la finalidad de valorar si estas aseguran ser efectivas ante la situación actual o si por el contrario deben restablecerse para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas.</p>
<p style="text-align: center;">Referente: ESTRATEGIAS Variable: Utilidad Económica Indicadores: Servicio y Satisfacción del Cliente</p> <p>La mayoría de los funcionarios admiten que los clientes consideran la calidad y el precio justo a los servicios del restaurante. Además, los hábitos de consumo de mercado son favorables para los servicios de comida ofrecidos por el restaurante.</p> <p>Se considera que el comportamiento de los volúmenes de ventas no ha sido favorable en el restaurante ante la situación del Covid-19, debido a que el servicio no ha estado activo a un 100% en su jornada establecida por causa de restricciones sanitarias.</p> <p>Los funcionarios en su mayoría consideran que se conoce que productos que prefieren los clientes y cuáles no y se conoce el grupo de clientes al que le interesan los productos ofrecidos en el servicio que presta el restaurante.</p> <p>La administración del restaurante considera pertinente la valoración de la satisfacción del cliente con las medidas sanitarias propiciadas en el servicio brindado,</p>	<p style="text-align: center;">Referente: ESTRATEGIAS Variable: Utilidad Económica Indicadores: Servicio y Satisfacción del Cliente</p> <p>Se le recomienda a la administración continuar con el reconocimiento de los clientes ante los servicios brindados por el restaurante, pues permite obtener un panorama de los servicios brindados y de cómo estos son catalogados por los consumidores a fin de gestar acciones de mejora en los mismos y que permitan el crecimiento de nuevos clientes a fin de mejorar las utilidades económicas del restaurante.</p> <p>Se le recomienda a la administración del restaurante articular estrategias que le permita medir el comportamiento de volúmenes de ventas ante la situación del Covid-19 y de propiciar actividades que les permita mayor utilidad económica de acuerdo a las restricciones sanitarias establecidas.</p> <p>Es de suma importancia el reconocimiento de los clientes en cuanto a la preferencia de productos y cuales no les interesa, esto permite articular estrategias en cuanto a productos a ofrecer ante la situación del Covid-19.</p> <p>Se recomienda a la administración el de seguir midiendo mediante estrategias efectivas la satisfacción del cliente del servicio brindado en el contexto que conlleva la situación actual del Covid-19.</p>

<p>es por ello que es el eje central de las estrategias establecidas en el plan estratégico articulado.</p>	
---	--

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 INTRODUCCION

Dada la finalización de la revisión del análisis de los resultados obtenidos en la presente investigación, se logra precisar la existencia de elementos referentes al plan estratégico articulado por la administración del Restaurante Tabaris Caldera y de la necesidad de establecer estrategias de servicios que permitan restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.

Siendo viable la propuesta restablecer estrategias de servicios que permitan restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19 en el Restaurante Tabaris Caldera.

Según resultados obtenidos, se presenta la propuesta, misma que establece acciones, con el objetivo de ofrecer un plan estratégico replanteado para el Restaurante Tabaris Caldera.

Siendo que esta propuesta sustenta las expectativas futuras analizadas en los ambientes actuales y futuros, la definición del rumbo estratégico que habrá de ejecutarse utilizando los recursos disponibles, procurando el logro de sus objetivos y al mismo tiempo establece los mecanismos de control para la medición de dichos logros del Restaurante Tabaris Caldera ante la situación del Covid-19.

Por ende, la propuesta consiste en orientar las acciones del Restaurante Tabaris Caldera hacia el futuro, partiendo del presente ante la situación del Covid-19 y considerando sus características como una empresa productora.

6.2 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

La necesidad que mantienen las empresas productoras en establecer un plan estratégico donde se detalle los datos generales derivados del análisis estratégico que se ha realizado del entorno de la empresa, que permite expresar los aspectos particulares que inciden de forma directa en el rumbo estratégico de esta, de la necesidad de establecer la definición de la filosofía organizacional en cuanto a su misión, visión y valores bajo los que se rige. Así como la importancia de trazar los objetivos estratégicos, las estrategias y las acciones que permiten a la empresa proyectarse a un futuro deseado mediante la aplicación de indicadores que les permite medir los resultados alcanzados con los deseados, son herramientas de las cuales las empresas deben propiciar para el accionar del negocio y de alcanzar las utilidades trazadas.

Es por ello que es justificante la propuesta de un plan estratégico replanteado para el Restaurante Tabaris Caldera.

6.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.3.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta que permita un plan estratégico replanteado para el Restaurante Tabaris Caldera donde se restablezcan las estrategias de servicios que permitan restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.

6.3.2 Objetivos específicos

Establecer datos generales, derivados el análisis estratégico del entorno del Restaurante Tabaris Caldera, que expresa los aspectos particulares que inciden de forma directa en el rumbo estratégico de esta.

Definición de la filosofía organizacional donde se describe la misión, visión y valores que se rige el restaurante, mismos que fueron considerados del plan estratégico actual.

Desarrollo de los objetivos estratégicos, las estrategias y las acciones que proyectan el futuro deseado, estos se replantean de acuerdo al Plan estratégico actual, con la intención de restablecer la utilidad económica del servicio ante la situación del COVID-19.

Descripción de indicadores para medir los resultados alcanzados con los deseados, de los cuales se replantearon del Plan estratégico actual del restaurante Tabaris Caldera.

6.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

6.4.1 Alcances

La propuesta pretende brindar al restaurante Tabaris Caldera, una herramienta replanteada que le permita el éxito como empresa productora y de restablecer estrategias de servicios que permitan restablecer la utilidad económica ante la situación del COVID-19.

6.4.2 Limitaciones

Falta de canales de comunicación transversales que le permita a la administración hacer de conocimiento el plan estratégico a los funcionarios de forma efectiva para su conocimiento y accionar de estrategias establecidas en el servicio.

6.4 DEBILIDADES DEL RESTAURANTE

De acuerdo con la revisión y análisis de los resultados se logra identificar debilidades administrativas que deben ser consideradas para articular las estrategias de servicios que permitan restablecer la utilidad económica ante la situación del COVID-19, las cuales se detallan: La mayoría de los funcionarios mantienen conocimiento que existe un plan estratégico, pero desconocen el fondo que conlleva ese plan por la falta de divulgación.

6.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL RESTAURANTE TABARIS CALDERA DE PUNTARENAS, COSTA RICA (2020-2025)

Introducción.

El presente Plan estratégico presenta la información mediante un proceso lógico que permita orientar al restaurante Tabaris Caldera sus acciones hacia el futuro, partiendo del presente y considerando sus características de empresa productora. El mismo detalla las expectativas futuras analizadas en los ambientes actuales y futuros, la definición del rumbo estratégico que habrá de ejecutarse utilizando los recursos disponibles, procurando el logro de sus objetivos y al mismo tiempo establece los mecanismos de control para la medición de dichos logros.

Este plan estratégico describe datos generales, procedentes de un análisis estratégico del entorno del restaurante, en que describe aspectos particulares que inciden directamente en el direccionar estratégico, posteriormente puntualiza la definición de la filosofía como lo es la misión, visión y valores, así mismo se trazan los objetivos estratégicos, las estrategias y las acciones que permiten la proyección de lo deseado a futuro y, concluye con indicadores que permiten medir los resultados alcanzados con los deseados para su evaluación y control.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



La estructura organizacional presentada anteriormente corresponde a

Este organigrama funcional fue realizado de acuerdo con las características que definen al restaurante de sus áreas, de sus funcionarios y adecuado a las necesidades de esta. Lo que permite mantener el control de puestos, garantizando el respeto a las líneas de autoridad y responsabilidad, así como a los canales de comunicación.

FILOSOFÍA DEL RESTAURANTE

Misión

Brindar servicio de comidas de alta calidad para los clientes a través de una cuidadosa selección de insumos, manifestando una actitud de servicio mediante la ética profesional.

Visión

Ser la mejor opción en la preferencia de los clientes de todo el litoral pacifico, logrando mayor participación en el mercado y éxito financiero, en un plazo no mayor a 5 años.

Valores

Promover y motivar a un personal con desarrollo integral, con actitud de servicio, ética profesional, honestidad y convivencia.

OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y ACCIONES

OBJETIVO GENERAL: Gestión con eficiencia y eficacia para sustentar el éxito a corto plazo valorando la situación de la pandemia del Covid-19.

OBJETIVO ESTRATÉGICO #1	FORTALECER EL POSICIONAMIENTO COMO RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN MARISCOS Y CARNES.
Estrategia #1	Mantener la calidad de los servicios, con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado al cliente.
Acciones de la Estrategia #1	Fortalecer los procesos para la elaboración de los productos y servicios que se prestan.
	Promover capacitaciones de motivación al personal
	Centrar capacitaciones en el personal involucrado en los procesos claves y que mantiene factores de riesgo de contagio del Covid-19
Estrategia #2	Crear cultura de planeación a todos los niveles para el desarrollo del restaurante de forma concientizada.
Acciones de la Estrategia #2	Determinar objetivos y metas.
	Dar seguimiento a los objetivos y metas.
	Documentar los procesos y funciones de la operación del restaurante.
Estrategia #3	Fortalecer la imagen del restaurante.
Acciones de la Estrategia #3	Rediseño de rotulación.
	Propiciar y mantener una cultura de espíritu de servicio al cliente.
	Mejoramiento de la marca.
Estrategia #4	Impactar con campañas de publicidad en tiempos de Covid-19.
Acciones de la Estrategia #4	Medios electrónicos (redes sociales, página web entre otros).
	Seguimiento de clientes.

OBJETIVO ESTRATÉGICO #2	MANTENER E INCREMENTAR EL NIVEL DE LAS VENTAS 5% MÁS A PARTIR DEL 2021
Estrategia #1	Aprovechamiento al máximo de la infraestructura.
Acciones de la Estrategia #1	Fortalecer las ventas de servicios por eventos.
	Ofrecer servicios con actividades recreativas donde se implementen medidas sanitarias preventivas ante el Covid-19.
	Fortalecimiento de las relaciones públicas.
Estrategia #2	Oferta de servicios de recreación relacionados con actividades acuáticas.
Acciones de la Estrategia #2	Prestar el servicio de renta de equipo ecoturístico para actividades acuáticas (Kayak, motos acuáticas, tablas de surf entre otros).
Estrategia #3	Posicionamiento del restaurante.
Acciones de la Estrategia #3	Elaborar planes estratégicos de marketing.

OBJETIVO ESTRATÉGICO #3	AUMENTAR LOS BENEFICIOS OBTENIDOS COMO RESULTADO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE FORMA PROPORCIONAL AL RESULTADO DE LAS VENTAS
Estrategia #1	Incrementar las ventas.
Acciones de la Estrategia #1	Mantener los costos fijos.
	Fortalecer las políticas con proveedores.
	Articulación de financiamiento a bajo costo mediante programas turísticos que resguarden las medidas sanitarias ante el Covid-19 y ante cualquier otra pandemia.

INDICADORES

Los indicadores propician mecanismos de control, durante y al final de las operaciones, por tanto, los indicadores siguientes, tienen la finalidad de ayudar al restaurante a

mantener un mayor control y mejorar la gestión relacionada con aspectos económicos, de eficiencia, eficacia y calidad.

INDICADOR	FORMULA	PERIODICIDAD	CONTROL
Ventas per cápita	Ventas totales / # clientes	Semanal	Permite conocer el promedio de consumo. La tendencia a la baja está relacionada con precios en descuentos.
Satisfacción del cliente	(# clientes satisfechos / # encuestas aplicadas) X 100	Trimestral	Aplicación de encuestas que permitan medir la calidad del servicio y la percepción del cliente respecto al servicio que se ofrece.
Costos laborales	Costos laborales / No. de trabajadores	Período	Monitoreo de costos laborales.
Publicidad	# volantes* / # clientes con volantes* Ventas / Costo de publicidad *Aplica para cualquier medio de publicidad que se emplee.	Acción	Seguimiento de gastos de publicidad en relación con el retorno de la inversión monitorea el impacto que tiene la publicidad en la venta efectiva.
Participación de clientes	(Clientes atendidos / Clientes esperados) X 100	Anual	Medición de participación en el mercado anualmente.

Los indicadores facilitarán el alcance de las metas, bajo esta perspectiva se integran las principales actividades de la empresa, vinculando estados financieros, comerciales y operativos que harán del resultado el éxito y permanencia de la misma en un mercado competitivo.

PRESUPUESTO

Cuadro Presupuestario

Estrategia	RESPONSABLE	PARTICIPANTES	COSTOS	COSTO TOTAL
FORTALECER EL POSICIONAMIENTO COMO RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN MARISCOS Y CARNES.	Administración Restaurante Tabaris Caldera (INA)	29 colaboradores	Capacitaciones convenio con el INA (60 HORAS X 1500 X 29 PAR)	¢2,610.000.00
MANTENER E INCREMENTAR EL NIVEL DE LAS VENTAS 5% MÁS A PARTIR DEL 2021	Administrador del Restaurante y colaboradores en General	Colaboradores del Restaurante en General y Clientes	Publicidad y compra de equipo	¢8.000.000.00
AUMENTAR LOS BENEFICIOS OBTENIDOS COMO RESULTADO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE FORMA PROPORCIONAL AL RESULTADO DE LAS VENTAS	Administrador del Restaurante y colaboradores en General	Colaboradores del Restaurante en General y Clientes		No requiere presupuesto
COSTO TOTAL FINAL				¢10,610.000.00

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Cubero R., (2020). Economía de Costa Rica decrecerá un 3,6% en el 2020 debido al COVID-19, según Banco Central, Semanario Universidad, <https://semanariouniversidad.com/ultima-hora/economia-de-costa-rica-decrecera-un-36-en-el-2020-debido-al-covid-19-segun-banco-central/>

Navarro A., (2020), Más de 109 mil personas del sector de restaurantes fueron despedidas por impacto económico del COVID-19, <https://www.monumental.co.cr/2020/03/26/mas-de-109-mil-personas-del-sector-de-restaurantes-fueron-despedidas-por-impacto-economico-del-covid-19/>

Figuerero (2020), Una de cada 5 personas cuenta con factores de riesgo ante la COVID-19, <https://www.gndiario.com/factores-riesgo-COVID-19>

Alessio D., (2008), El proceso estratégico, un enfoque de gerencia. Primera edición, Ed. Prentice Hall. México. Pearson Educación de México, S.A de C.V.

Azuero, Á. (12 de 11 de 2018). *Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación*. Recuperado el 04 de 07 de 2020, de <file:///C:/Users/Jaque/Downloads/Dialnet-SignificatividadDelMarcoMetodologicoEnElDesarrollo-7062667.pdf>

Barreiro Noa G. (2007). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. Recuperado de: <http://www.docudesk.com>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (12 de 05 de 2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 04 de 07 de 2020, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2020), Tasa de Desempleo en Costa Rica marzo 2020. Recuperado de: <https://delfino.cr/2020/05/tasa-de-desempleo-en-costa-rica-antes-de-impacto-de-la-pandemia-llego-a-125>

Moreno, E. (27 de 11 de 2013). *Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis*. Recuperado el 04 de 07 de 2020, de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html#:~:>

Organización Mundial de la Salud (2020). Preguntas y respuesta sobre la enfermedad por coronavirus (Covid-19). Página web. Recuperado de: <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

Pérez Porto, Julián y Gardey, Ana (2018). Definición de impacto económico. Recuperado de: <https://definicion.de/impacto-economico/#:~:text=La%20idea%20de%20impacto%20econ%C3%B3mico,un%20pa%C3%ADs%20o%20el%20mundo.>

Sinnaps. (14 de 03 de 2017). *MÉTODO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA*.

Recuperado el 04 de 07 de 2020, de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

Trejos, Juan Diego (2004). *El sector informal en Costa Rica a inicios del siglo XXI*. San José: Fundación Acceso

(21 de 04 de 2013). *Tipos y diseño de la investigación*. Recuperado el 04 de 07 de 2020, de <http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/>

Baena Paz, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Larousse - Grupo Editorial Patria.

González Vallejo, L, et al. (2018). *Guía cuantitativa para trabajos finales de graduación, tesis y tesis en ciencias sociales*. (no publicado).

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014) *Metodología de la Investigación*. 6 ed. México: Mc Graw Hill.

Münch, L. (2014). *Administración, gestión organizacional, enfoque y proceso administrativo*. 2° ed. México: Pearson.

ANEXOS



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN
ECONOMÍA Y FINANZAS

Cuestionario para analizar los factores que han producido impacto económico a causa de la pandemia COVID-19, en los periodos marzo a junio 2020 en el Restaurante TABARIS CALDERA y establecer estrategias para restablecer la utilidad económica del servicio. Por lo que se hace de conocimiento que la información obtenida es de carácter confidencial. Los datos no serán presentados, ni serán utilizados para otros propósitos. Se agradece su la colaboración en la aplicación de este instrumento.

Indicaciones: Marcar con una “X” en el espacio que usted considere, o bien, agregue un comentario adicional en la opción “Otros” en caso de que la pregunta lo requiera.

A. ASPECTOS GENERALES:

1. ¿Cuál es su género?

- Femenino
- Masculino
- Intersex

2. ¿Qué edad tiene?

- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 45 años
- Entre 46 y 65 años
- Mayor de 65 años

3. ¿Cuál es el nivel académico que ostenta?

- Primaria completa
- Primaria incompleta
- Secundaria Completa
- Secundaria Incompleta
- Ningún estudio académico
- Otro, especifique _____

4. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para el restaurante?

- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- Más de 15 años

5. ¿En cuál área labora?

- Administrativo.
- Saloner(a)
- Cocinero(a)
- Misceláneo (a)
- Bodegas/Proveeduría
- Barman (bar)
- Cajero (a)

6. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en el área?

- De 1 a 5 años
- De 5 a 10 años
- De 10 a 15 años
- Más de 15 años

7. ¿Ha ocupado otros puestos en la empresa?

- Si
- No

B. OBJETIVO No.1- VARIABLES: FACTORES/IMPACTOS DEL COVID-19

8. ¿Sabe que es Covid-19?

- Conoce completamente
- Conoce parcialmente
- Desconoce

9. ¿Considera usted que el impacto del Covid-19 ha reducido el volumen de ventas del restaurante?

Si su respuesta es Sí, diga ¿por qué?

- Si
- No
- Desconoce

¿Por qué? _____

10. *¿Uno de los factores de riesgos de Covid-19, es la exposición de grupos en lugares públicos?*

- Si
- No
- Desconoce

11. *¿Considera usted que los factores de riesgos del Covid-19, limita al restaurante brindar el servicio a un 100%?*

- Si
- No
- Desconoce

12. *¿Se ha limitado usted a brindar el servicio en su área de trabajo, debido a que mantiene factores de riesgo ante el Covid-19?*

- Si
- No
- Desconoce

13. *¿sabía usted si el personal del restaurante sigue manteniendo un servicio amable con los clientes a pesar de que se ve expuesto a riesgo de contagio por el covid-19?*

- Si
- No
- Desconoce

14. *¿Se consideran medidas sanitarias ante el Covid-19 en el Restaurante para prestar los servicios?*

- Si
- No
- Desconoce

15. *¿Recibe usted motivación por parte de la administración del restaurante, para seguir brindando el servicio a pesar de los factores de riesgo del Covid-19?*
- Si
 - No
16. *¿Considera que las medidas sanitarias accionadas por el restaurante ante el Covid-19, les da seguridad y confianza a los clientes?*
- Si
 - No
 - Desconoce
17. *¿Durante la pandemia del Covid-19, ha recibido usted alguna capacitación en medidas sanitarias para prestar su servicio en su área de trabajo?*
- Si
 - No
 - Desconoce
18. *¿Conoce usted como funcionario, si la disminución de visitas de clientes al restaurante se debe al impacto del Covid-19?*
- Si
 - No
 - Desconoce
19. *¿Durante el mes de marzo a junio 2020, que tan frecuentes han sido los procesos de capacitación realizados por la administración del restaurante en cuanto a medidas sanitarias ante el Covid-19?*
- Muy frecuentes
 - Frecuentes
 - Poco frecuentes

**C. OBJETIVO No. 2, VARIABLES: PLANIFICACION
FINANCIERA/PLANIFICACION ESTRATEGICA ORGANIZATIVA**

20. *¿Conoce usted si el restaurante mantiene alguna planificación estratégica Organizativa?*
- Si
 - No
 - Desconoce
21. *¿Considera usted que las condiciones económicas de la localidad a causa del Covid-19, muestran una tendencia desfavorable por lo que el restaurante debe tomar decisiones para fortalecer su plan estratégico?*
- Si
 - No
 - Desconoce
22. *¿Considera usted que la administración del restaurante debe restablecer sus estrategias ante la situación del Covid-19?*
- Si
 - No
 - Desconoce
23. *¿Una estrategia a restablecer por la administración sería la atención al cliente con medidas sanitarias que permita seguridad y confianza en el servicio brindado?*
- Si
 - No
 - Desconoce
24. *¿Se podría considerar que un replanteamiento del plan estratégico enfoca al restaurante a un modelo nuevo del servicio, haciendo que se traslade de un actuar incierto a uno que la dirige al mejor resultado de ganancias ante el Covid-19?*
- Si
 - No
 - Desconoce

25. ¿Ante la situación del Covid-19, es importante el análisis de los entornos, tanto interno como externo en que el restaurante se desenvuelve, con el objeto de reestablecer las utilidades económicas?
- Si
 - No
 - Desconoce
26. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante efectúe un análisis económico que permitan valorar resultados económicos antes la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
27. *¿Considera que las utilidades del restaurante se han visto afectadas a causa del Covid-19?*
- Si
 - No
 - Desconoce
28. ¿Cree usted que es importante revisar y atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas ante la pandemia del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
29. ¿Considera que el plan estratégico debe ser difundido y conocido por todos funcionarios, pues es la única forma de poner en acción las estrategias restablecidas para restablecer la utilidad económica ante la afectación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce

30. ¿Considera usted que es importante que la administración del restaurante analice su estado financiero a fin de conocer las pérdidas y ganancias ante la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
31. ¿Conoce si la rentabilidad del restaurante ha sido afectada por la situación del Covid-19 y si mantiene una capacidad de pago comprometida?
- Si
 - No
 - Desconoce
32. ¿Conoce usted si el restaurante ha tenido que despedir personal por causa de la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
33. ¿El restaurante cuenta con liquidez para solventar las deudas y el crecimiento del restaurante ante la crisis del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
34. ¿Cree usted que, al restablecer las estrategias del restaurante, el lucro cesante se puede recuperar a corto plazo ante la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
35. ¿Puede el restaurante hacer frente a las deudas y obligaciones con la prestación del servicio que se ha visto afectada ante la situación del Covid-19?

- Si
- No
- Desconoce

36. ¿Cuenta la administración del restaurante con capital de trabajo suficiente ante la situación del Covid-19?

- Si
- No
- Desconoce

37. ¿Considera usted que las principales practicas críticas de éxito del restaurante ante el covid-19, podría ser: el miedo al contagio y se preste para una mala atención del servicio?

- Si
- No
- Desconoce

38. ¿Son eficaces los procedimientos para regular los flujos de entrada y de salida del capital social del restaurante ante la situación del Covid-19?

- Si
- No
- Desconoce

39. ¿El personal responsable de las funciones financieras cuenta con las competencias necesarias?

- Si
- No
- Desconoce

D. OBJETIVO No. 3- VARIABLES: OPORTUNIDADES/ UTILIDAD ECONOMICA

40. ¿Usted considera que se conoce la situación del restaurante para determinar oportunidades ante la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
41. ¿Conoce usted si se mantiene una perspectiva clara de las características del restaurante en cuanto a debilidades y fortalezas a lo interno?
- Si
 - No
 - Desconoce
42. ¿Conoce usted si se mantiene una idea clara de las características del restaurante en cuanto a amenazas y oportunidades a lo externo?
- Si
 - No
 - Desconoce
43. ¿Considera usted que se mantienen estrategias eficaces para promocionar más el servicio del restaurante ante la situación del Covid-19 y así aumentar las ventas?
- Si
 - No
 - Desconoce
44. ¿Se realiza investigaciones del entorno del mercado donde se posiciona la actividad del restaurante para valorar las oportunidades ante la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce

45. ¿Considera usted que los clientes valoran la calidad y admiten precio acorde de las comidas que se venden en el restaurante y por eso continúan visitándolo a pesar de la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
46. ¿Cuenta el restaurante con una estrategia eficaz para promociones y publicidad?
- Si
 - No
 - Desconoce
47. ¿Se cuenta con planes y presupuestos efectivos de mercadeo ante la situación del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
48. ¿Se considera los hábitos de consumo de mercado favorables a los productos ofertados por el restaurante antes y después del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
49. ¿Se considera el comportamiento de los volúmenes de ventas favorables en el restaurante ante el Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce
50. ¿Se valora la satisfacción del cliente ante nuevas medidas sanitarias del Covid-19?
- Si
 - No
 - Desconoce

¡Se agradece de su tiempo!