



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Artículo Científico

Tema:

Diseño de la cafetería “HOMIES COFFEE”, para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Jalapa, Departamento Nueva Segovia, II semestre del año 2022.

Autores:

Cuadra Tinoco Itzayana Yadiel (18500621)

Ramos Espinales Ana Cecilia (18500962)

Tutora:

MSc. Mariela Gutiérrez.

Estelí, febrero 2023.

Diseño de la cafetería “HOMIES COFFEE”, para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Jalapa, Departamento Nueva Segovia, en el II semestre del año 2022.

Autores¹:

Cuadra Tinoco Itzayana Cuadra.

Ramos Espinales Ana Cecilia.

Resumen

Las cafeterías temáticas como nueva tendencia en el sector pueden potenciar el turismo en la ciudad de Jalapa, no se trata más de un lugar donde ir a tomar café y pasar el rato, sino ser capaz de ir más allá conectando con los clientes, que sienta que ese espacio esta creado para ellos, es por tal razón, que el objetivo principal de esta investigación es el formular el diseño de la cafetería temática “HOMIES COFFEE”, para la diversificación de la oferta turística de la ciudad de Jalapa. El turismo es de gran relevancia para el desarrollo socio-económico de un destino ya que no influye solo en el negocio en sí, sino también a la comunidad en general debido a que brinda la posibilidad de trabajar con la población local; La actividad turística es un circuito donde cada elemento es fundamental para su desarrollo. El enfoque está basado en investigación mixta de corte transversal; Los métodos de recolección de datos se aplicaron mediante: entrevistas, encuestas y guía de observación; a través de un muestreo no probabilístico y por conveniencia, seleccionando como muestra 3 cafeterías en la ciudad de Jalapa; los resultados obtenidos indican que la oferta existente en la ciudad no satisface las necesidades de sus clientes en cuando a la calidad y atención en el servicio , por lo cual la creación de la cafetería temática “HOMIES COFFEE”, vendría cubrir las necesidades que demanda la población a través de un servicio exclusivo el cual cumple con el objetivo planteado.

Palabras Claves: Turismo, Diversificación, Oferta Turística, Diseño, cafeterías.

¹ Egresadas de la carrera de Administración Turística y Hotelera, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Mangua / FAREM-Estelí. Gmail: yadielcuadral7@gmail.com ORCID: 0000-0002-0323-7084, aramosespinales@gmail.com ORCID: 0000-0003-2217-8873.

Abstract

Themed coffee shops as new trend in the sector can boost tourism in the city of Jalapa, it is no longer a place to go to have coffee and hang out, but be able to go further connecting with customers, who feel that space is created for them, is for such a reason, that the main objective of this research is to formulate the design of the themed cafe "HOMIES COFFEE", to diversify the tourist offer of the city of Jalapa. Tourism is of great relevance to the socio-economic development of a destination as it not only influences the business itself, but also the community in general because it provides the possibility of working with the local population; The tourist activity is a circuit where each element is fundamental for its development. The approach is based on mixed cross-sectional research; Data collection methods were applied through: interviews, surveys and observation guides; Through a non-probabilistic sampling and for convenience, selecting as a sample 3 coffee shops in the city of Jalapa; The results obtained indicate that the existing offer in the city does not meet the needs of its customers in terms of quality and attention in service, so the creation of the thematic cafe "homies coffee", would cover the needs of the population through an exclusive service which meets the objective.

Keywords: Tourism, Diversification, Tourist Offer, Design, Coffee Shops.

Introducción

El presente trabajo de investigación desarrollado bajo el p nsu m de la carrera Administración Turística y Hotelera, tiene por objetivo proponer el diseño de la cafetería temática “HOMIES COFFEE”, para la diversificación de oferta turística de la ciudad de Jalapa, departamento Nueva Segovia.

Se identificaron cuatro tesis la cuales tenían temáticas similares a esta investigación; dos internacionales las cuales son: Ing. Elías Fernando Cañizares Azuero (2022), como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Tiene como tema **Diseño de productos turísticos para diversificar la oferta en la Provincia de Morona Santiago** y Lic. Nidia Karito Plasencia (2018), tiene como tema: **Restaurante con temática de amor: una alternativa de negocio innovador para diversificar la oferta turística en el destino Trujillo**, y dos nacionales: Merari Raquel Castellón Vindell, Esdras Josué Dávila Padilla y Francis Vanessa Hudiel Hernández (2021) con el tema: **Creación de una cafetería temática alusiva al Geoparque Rio Coco en la ciudad de Somoto, durante el segundo semestre de 2020** y Francis Yubelka Martínez Torrez, Rosa Virginia Romero Diaz y Christian Valeria Sánchez Romero (2020). proponen como tema investigativo el **Diseño de un producto turístico como aporte al municipio de Achuapa, departamento de León**, se debe mencionar que la ciudad de Jalapa, no cuenta con investigaciones previas por lo cual se pretende que esta sea un antecedente para futuras investigaciones.

La ciudad de Jalapa es de gran importancia para el desarrollo económico, social y cultura de la zona norte del país, ya que es una de las localidades fronterizas con el país vecino Honduras, siendo este un generador de divisas a través de las actividades agropecuarias y el comercio, pero aun así no hay mucho desarrollo en la actividad turística del sitio, es por esta razón que se considera de gran relevancia la formulación de esta cafetería temática, que se pretende sea capaz de ampliar la visión de la población con respecto la diversificación en las empresas prestadoras de servicios turísticos, y motivarlos a que sean capaces de crear destinos caracterizados hacia diversos tipos de turistas.

Se plantea que la ciudad de Jalapa, no cuenta con una oferta turística diversificada en el área de alimentos y bebidas, provocando así la falta de desarrollo en esta misma, por lo cual se

prende proponer el diseño de la cafetería temática “HOMIES COFFEE”, para ayudar con el desarrollo turístico de la zona.

Se aplicaron diversos métodos de recolección de información tales como: guía de observación: el cual fue el primer método implementado por los investigadores para poder obtener una visión general de los destinos turísticos de la ciudad d Jalapa, también se realizaron entrevistas, la cuales fueron dirigidas a INTUR Nueva Segovia, y la Alcaldía de Jalapa, los cuales son considerados informantes claves, ya que ellos con la información necesaria con respecto al desarrollo turístico de la localidad de Jalapa, de igual forma se realizaron encuestas, dirigidas a la población de la zona, los cuales son considerados de gran relevancia porque establecen como el mercado meta para la formulación de la cafetería temática, ya que a partir de estas se tomó la información que se iba a aplicar en el diseño.

Materiales y métodos.

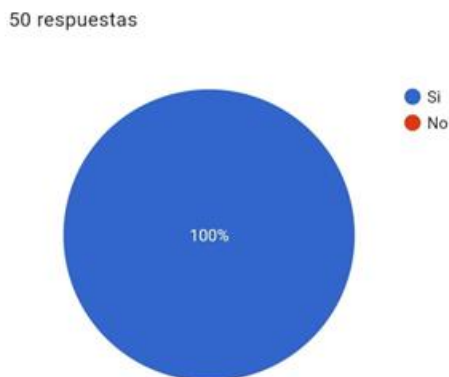
La encuesta en total fueron cincuenta dirigidos a diversos pobladores de la ciudad de Jalapa, compuesta por trece ítems de preguntas cerradas. Se elaboro una guía de entrevista con ocho ítems de preguntas abiertas aplicada al Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) Nueva Segovia y la alcaldía de Jalapa; El tipo de investigación fue mixto, ya que incluye elementos cualitativos y cuantitativos; El tipo de estudio que se desarrollo es de carácter descriptivo, ya que se describen las características de un grupo, en este caso permite analizar desde la recopilación y presentación sistemática de datos ya que estos servirán para la caracterización de la oferta turística; El universo de esta investigación lo constituye las empresas prestadoras de servicios de cafeterías de la ciudad de Jalapa; El tipo de muestreo es no probabilístico casual o incidental ya que se hizo una selección directa a conveniencia del grupo investigador.

Resultados y discusión.

A través de todo el proceso investigativo, se obtuvieron los siguientes resultados, donde en primer lugar mediante de una guía de observación aplicada en la ciudad de Jalapa, se logró identificar la existencia de tres cafeterías, por otro lado a través de un estudio de mercado se pudo desarrollar técnicas de relevancia que ayudaron al propósito de esta investigación, tales

como: la delimitación del mercado, análisis de la oferta, demanda, precios y estrategias de marketing y comercialización, una vez recopilada la información requerida por el grupo investigativo, se procedió al desarrollo de la propuesta del diseño de la cafetería temática “HOMIES COFFEE”, en la cual se presentan: generalidades de la cafetería, diseño de la planta, planos y el menú.

Gráfico 1: Aceptación de una cafetería temática en la ciudad de Jalapa.



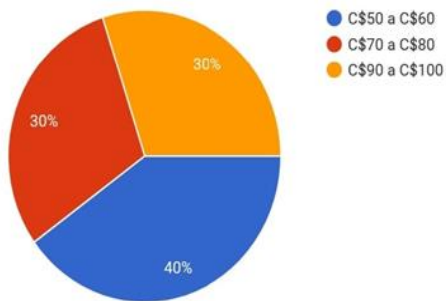
Fuente: Propia.

Mediante un trabajo investigativo, realizado con anterioridad en otra asignatura, se planteó la pregunta: ¿Con que temática le gustaría la apertura de una cafetería temática en la ciudad de Jalapa?, donde se propusieron: Rustica, vintage, clásica, teniendo más demanda la rustica es por esta razón, que el grupo investigativo decidió retomar la temática.

El instrumento aplicado el 100% de la población encuestada demanda a una nueva oferta en el servicio como es una cafetería temática. Esto indica que el nuevo servicio ofertado tendría una buena aceptación por parte de la demanda actual.

Gráfico 2: Precio dispuesto a pagar por una taza de café.

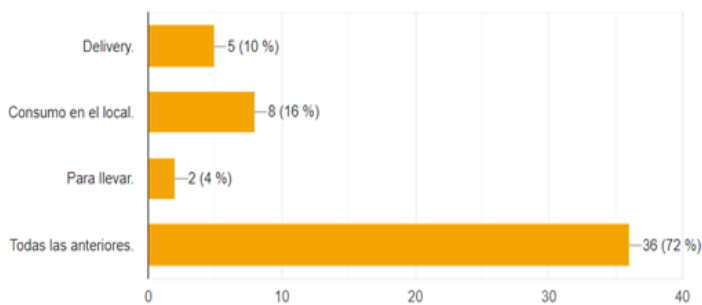
50 respuestas



Fuente: Propia.

Mediante la interpretación del gráfico anterior, el 40% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por un café de C\$ 50.00 a C\$60.00 por un café y de igual forma un 30% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de C\$70.00 a C\$ 80.00 por un café. Mientras que el otro un 30% puede pagar de C\$ 90.00 a C\$100.00.

Gráfico 3: Tipos de servicios que se adaptan a su necesidad.



Fuente: Propia.

Mediante este análisis identificamos cuáles son los medios más factibles para que la cafetería pueda llegar de una manera directa a los clientes potenciales, ya que sabremos cuáles son los medios indicados para informarnos e informar en cuanto a nuestras promociones, tipo de publicidad y cuáles son los gustos del cliente.

Conclusiones

1. Se logrado identificar la existencia de tres cafeterías en el casco urbano de la ciudad de Jalapa, las cuales su infraestructura se encuentra en buen estado, reúnen las características de cafeterías clásicas y solo una de ellas se encuentra ligada al concepto de cafetería temática.
2. Se confirma que el supuesto de investigación es acertado, ya que la creación de una cafetería temática en la ciudad de Jalapa, ayudará a diversificar la oferta turística de la localidad. Ya que esta se encuentra un gran movimiento económico por lo que la creación de nuevos espacios de esparcimiento potenciaría más el turismo del municipio y será un punto focal de atracción para inversionistas.
3. Respecto a la formulación de diseño de la cafetería temática “HOMIES COFFEE”, se establece que estará bajo una temática rustica, contando con diversos espacios diseñados para la comodidad de los clientes; De igual manera la creación de un menú variado tomando como referencia los resultados arrojados por los diversos instrumentos aplicados durante la investigación, siendo este único en la ciudad.

Bibliografía

Abreu, J. L. (12 de 2014). *Daena: Intenational Journal Of Good Conscience*. Obtenido de Daena: Intenational Journal Of Good Conscience.

Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, Origen Y Evolución Del Turismo*. México: Trillas.

Aldaz Yaulema, M. J. (2012). *Escuela superior politecnica de Chimborazo* . Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/9519>

Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación. Guía para su elaboración*. Caracas: ORIAL.

Asamblea Nacional. (1 de Julio de 1998). *Ley Creadora del Instituto Nicaraguense de Turismo (INTUR)*. Obtenido de La Gaceta, Diario Oficial: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/4E1332F489E16A5E06257103005618E3](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/4E1332F489E16A5E06257103005618E3)

Asamblea Nacional. (25 de Julio de 2019). *Normas Juridicas de Nicaragua*. Obtenido de Reglamento de las empresas prestadoras de Alimentos y Bebidas: <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/164ec92a1dcdebd30625846300661c23?OpenDocument>

azuero, E. F. (23 de 02 de 2022). *Diseño de productos turísticos para diversificar la oferta en la provincia de Morona Santiago*. Guayaquil , Ecuador : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos 6ta edición*. México, D.F.: Mc. GRAW HILL.

Benseny, G. (2021). *Espacios Turisticos Americanos "Turismo Experencial"*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Mar de Plata.

By MJV Team. (14 de septiembre de 2022). *MJV*. Obtenido de MJV: <https://www.mjvinnovation.com/es/blog/estrategia-de-posicionamiento-orientar-las-propuestas-de-valor-perfectas/>

Castellón Vindell, M. R., & Dávila padilla, E. J. (30 de 06 de 2021). Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/15555/>

Chantal India. (24 de febrero de 2022). *ONLINE MARKETING & DIGITAL MARKETING*. Obtenido de Cyberclik: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-segmentacion-de-mercado-que-es-tipos-y-ejemplos#:~:text=Una%20estrategia%20de%20segmentaci%C3%B3n%20de,elementos%20en%20com%C3%BAn%20entre%20s%C3%AD.>

Cisneros, B., & Talavera , J. (Enero de 2017). *Mercadeo de Servicio*. Managua, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM. (1 de septiembre de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/>

Fernández, R. M. (17 de Enero de 2021). *Cafés Mama Same*. Obtenido de <https://cafesmamasame.com/es/blog/cafeterias-un-poco-de-historia#:~:text=Las%20cafeter%C3%ADas%20comenzaron%20en%20el,entrar%20y%20pedir%20un%20caf%C3%A9.>

Grupo WM CMF. (s.f.). *webdelmaestrocmf.com*. Obtenido de [webdelmaestrocmf.com](https://webdelmaestrocmf.com/portal/tipos-de-metodos-investigacion-y-diseno-de-investigacion/): <https://webdelmaestrocmf.com/portal/tipos-de-metodos-investigacion-y-diseno-de-investigacion/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 613). México : McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. VI). México: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R., Hernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación*. México D.F: MC. Graw Hill Education.

INTUR. (2022). *Mapa de Nicaragua*. Obtenido de mapanicaragua: <https://www.mapanicaragua.com/municipio-de-jalapa/>

Inzunza, J. J. (2020). *Segmentacion de mercado*. Obtenido de Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3432>

Jesus Madrugada Lopez . (30 de agosto de 2022). *Semrush Blog*. Obtenido de Semrush Blog: <https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>

Kotler, P., & T. Bower, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson Educación, S.A.

Laurosse, c. (2022). *Laurosse Cocina*. Obtenido de <https://laroussecocina.mx/palabra/cafeteria/>

Martínez Torrez., F. Y., Romero Díaz, R. V., & Sánchez Romero. , C. V. (Mayo de 2020). *Repositorio UNAN-León* . Obtenido de riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/7806/1/245004.pdf

Multiacademia Internacional,LLC. (02 de 03 de 2020). *online-tesis.com* . Obtenido de online-tesis.com : <https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigacion/>

OK Diario . (27 de 21 de 2019). *okdiario.com*. Obtenido de okdiario.com: <https://okdiario.com/curiosidades/conoce-metodo-observacion-directa-3628568>

OMT. (2008). *International recommendations for tourism statistic*. New York: United Nations.

OMT. (23 de Noviembre de 2022). *Barómetro OMT*. Obtenido de Barómetro OMT: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Pantoja, C. T. (2017). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revfacmed/article/view/60235>

Perona, E., & Molina, E. (2016). Impacto Economico Y Social Del Turismo En La Provincia De Una Comparación En Córdoba. Con el Caso De La Rioja. *OIKONOMOS*, 59-78.

Pindyck, R. y. (2009). *Microeconomía (Séptima ed.)*. Madrid: E. Rabasco, & L. Toharia, Trad.

Placencia, N. K. (23 de 02 de 2022). *Universidad Nacional de Trujillo*. Obtenido de dspace.unitru.edu.pe: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10193>

Plasencia, N. K. (2018). *Universidad Nacional de Trujillo*. Obtenido de Universidad Nacional de Trujillo: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10193>

Raeburn, A. (1 de julio de 2021). *asana.com*. Obtenido de asana.com: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Reali, C. (Diciembre de 2020). *Hotel Mize*. Obtenido de hello@hotelmize.com: <https://www.hotelmize.com/es/blog/todos-los-tipos-de-turismo-que-existen-segun-cohen-omt-motivacion-y-tipo/>

Reyes, M. P. (2015). *La Encuesta*. Obtenido de La Encuesta: <http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01>

Salcedo López, I. (21 de 01 de 2016). *Análisis de factibilidad para la creación de una cafetería típica "EQUACAFE" que contribuya a la promoción de la gastronomía en el cantón Guayaquil provincia del Guayas*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/9068>

Sapag Chain, N., & Sapag Puelma, J. M. (2014). *Preparación y Evaluación de proyectos*. México, D.F.: McGRAW-HILL.

T. Ulrich, K., & D. Eppirger, S. (2012). *Diseño y desarrollo de productos*. . Mexico: MC. Graw Hill Education.

Vindell, M. R., Dávila Padilla , E. J., & Hudiel Hernández , F. V. (10 de 02 de 2021). *Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí /FAREM Estelí*. Obtenido de repositorio.unan.edu.ni: <https://repositorio.unan.edu.ni/15555/1/20201.pdf>

Westreicher, G. (14 de Abril de 2022). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/muestreo-por-conveniencia.html>