
ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL DESEMPEÑO COMERCIAL DE RESTAURANTES EN GUAYARAMERÍN, 2022

ANALYSIS OF THE PANDEMIC'S IMPACT ON THE COMMERCIAL PERFORMANCE OF RESTAURANTS IN GUAYARAMERÍN, 2022

Alvis Salazar Yuliana

yulianaalvis.17@gmail.com

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN –
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

RESUMEN

La presente investigación examinó el impacto de la pandemia del COVID-19 en los restaurantes gastronómicos de Guayaramerín, enfocándose en aspectos clave como la calidad del servicio, la satisfacción del usuario y las estrategias de adaptación empresarial. Se recopiló y analizó información a través de encuestas realizadas a propietarios de restaurantes. Los resultados revelaron que la pandemia tuvo un efecto significativo en la disminución de ingresos y la reducción de la plantilla laboral, lo que obligó a los negocios a implementar nuevas estrategias de promoción, distribución y pago. La digitalización emergió como un factor crucial para la supervivencia, con un aumento en el uso de redes sociales y la entrega a domicilio. Sin embargo, la escasez de insumos y las restricciones de movilidad representaron desafíos adicionales en la producción y distribución de productos gastronómicos. La gestión del personal y los salarios también se vieron afectados, con una reducción en los sueldos y salarios de los empleados en muchos casos. En resumen, la investigación destaca la necesidad de adaptabilidad y resiliencia empresarial en tiempos de crisis, subrayando la importancia de la digitalización, la diversificación de estrategias comerciales y la gestión eficiente de recursos humanos y financieros para mitigar los impactos negativos de situaciones de emergencia en el sector gastronómico.

Palabras claves: COVID-19, impacto, negocio gastronómico, medidas organizacionales.

ABSTRACT

The present research examined the impact of the COVID-19 pandemic on gastronomic restaurants in Guayaramerín, focusing on key aspects such as service quality, user satisfaction, and business adaptation strategies. Information was collected and analyzed through surveys conducted with restaurant owners. The findings revealed that the pandemic had a significant effect on income reduction and workforce downsizing, leading businesses to implement new promotion, distribution, and payment strategies. Digitalization emerged as a crucial factor for survival, with an increase in the use of social networks and home delivery. However, shortages of inputs and mobility restrictions represented additional challenges in the production and distribution of gastronomic products. Personnel management and salaries were also affected, with reductions in employee wages in many cases. In summary, the research highlights the need for adaptability and business resilience in times of crisis, emphasizing the importance of digitalization, diversification of commercial strategies, and efficient management of human and financial resources to mitigate the negative impacts of emergency situations in the gastronomic sector.

Keywords: COVID-19, impact, gastronomic business, organizational measures.

1. INTRODUCCION

Con la propagación del virus COVID-19 a nivel mundial y la consiguiente implementación de medidas de distanciamiento social en los países durante la pandemia, numerosos negocios se vieron afectados y restringidos tanto en su producción como en su distribución. Además, experimentaron una disminución en la demanda de sus bienes y servicios, lo que los obligó a adaptar sus operaciones de manera significativa, con repercusiones económicas y organizativas sustanciales. A lo largo de la historia, diversas crisis económicas han impactado al mundo, caracterizadas por el estancamiento del crecimiento económico en los países afectados, algunas de las cuales han estado relacionadas con epidemias o pandemias, como la peste negra en el siglo XIV.

Estudios previos, como el realizado por Smallbone, Deakins, Battisti & Kitching en 2012, han concluido que, durante crisis económicas, las empresas tienden a implementar medidas organizativas internas para preservar su rentabilidad y asegurar su supervivencia a largo plazo.

En un artículo publicado por el BID en 2020, Kantis y Angelelli destacan la grave repercusión que la pandemia del COVID-19 tuvo en los emprendimientos de la región latinoamericana, donde el 53% de los emprendimientos que ya estaban en funcionamiento dejaron de operar.

Según la investigación realizada por Nicolás Martínez & Rubio Bañón en España, a pesar de los esfuerzos institucionales, la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19 desencadenará una intensa crisis económica. En Bolivia, la cuarentena por el COVID-19 fue decretada el 22 de marzo de 2020, impactando significativamente al sector gastronómico, que se vio obligado a adaptarse a las medidas impuestas por las autoridades locales y nacionales. Las restricciones de distanciamiento social dejaron a muchos establecimientos gastronómicos de la ciudad de La Paz operando de manera parcial o, en algunos casos, cerrados por completo.

Guayaramerín enfrentó en 2020 una de las peores situaciones económicas de su historia, con los negocios de restaurantes gastronómicos implementando nuevas estrategias, como el servicio de entrega a domicilio, en respuesta a la creciente tendencia de cocinar en casa tras el inicio de la pandemia. La situación se tornó crítica con el cierre obligatorio de los restaurantes al público, lo que llevó a muchos de ellos a depender exclusivamente del servicio de entrega a domicilio para mantenerse a flote, en medio de despidos masivos y el cierre de negocios como consecuencia de la pandemia de COVID-19.

La presente investigación surge de la necesidad de comprender el impacto de la pandemia del COVID-19 en los restaurantes gastronómicos de Guayaramerín, tanto en términos de las decisiones organizativas tomadas, como los desafíos enfrentados durante este período, incluyendo la situación de sus ventas. El problema científico planteado es: ¿Cuál es el impacto de la pandemia del COVID-19 en las ventas de los restaurantes gastronómicos en Guayaramerín? Como objetivo general, se propone analizar dicho impacto en profundidad.

2. METODOLOGIA

La presente investigación se enmarca en el paradigma positivista, adoptando un diseño descriptivo de corte transversal no experimental con un enfoque mixto, que combina aspectos cualitativos y cuantitativos en el análisis de los datos (Hernández, R., C. Fernández, y P. Baptista., 2014).

La población objeto de estudio comprendió a todos los propietarios de los restaurantes formales del sector gastronómico de la ciudad de Guayaramerín, con un total de 14 establecimientos. Para la recopilación de datos se empleó la encuesta como técnica, dirigida específicamente a los propietarios de los restaurantes, utilizando un cuestionario con preguntas cerradas. El cuestionario constó de 14 preguntas distribuidas en cinco secciones: la primera sección abordó el perfil de los propietarios, la segunda se enfocó en las características de los negocios, la tercera analizó las medidas organizacionales adoptadas por los negocios debido a la pandemia, la cuarta exploró los desafíos enfrentados por los negocios durante este periodo, y la última evaluó la situación de las ventas de los restaurantes.

Para el análisis e interpretación de los datos recolectados se empleó el programa Microsoft Excel 2013. El proceso de recolección de información se llevó a cabo desde el miércoles 15 de noviembre de 2022 hasta el viernes 25 de noviembre de 2022.

3. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación arrojan una visión detallada sobre el impacto de la pandemia del COVID-19 en los restaurantes formales del sector gastronómico de Guayaramerín. A través del análisis de datos cualitativos y cuantitativos recopilados mediante encuestas a propietarios de establecimientos, se revelan las decisiones organizacionales tomadas, los desafíos enfrentados y la situación de las ventas durante este periodo. Estos hallazgos ofrecen una comprensión profunda de las estrategias adoptadas por los negocios para adaptarse a las restricciones impuestas por la crisis sanitaria, así como de su impacto en la actividad comercial de la región.

Titularidad

Los resultados revelan que el 100% de los restaurantes en estudio son negocios unipersonales, lo que indica una preferencia por la propiedad única entre los propietarios. Esta elección se fundamenta en la percepción de mayor rentabilidad y utilidades por parte de los propietarios al gestionar el negocio de manera individual. Este hallazgo sugiere una tendencia hacia la autonomía y el control directo de las operaciones comerciales, lo cual podría influir en las estrategias y decisiones organizacionales adoptadas durante la pandemia del COVID-19.

Tabla 1
¿Qué tipo de negocio tiene?

Respuesta	N°	%
Asociación (amigos o terceras personas)	0	0
Negocio Unipersonal	14	100
Negocio Familiar	0	0
Total	14	100

Fuente: Elaboración propia

Propiedad

Los resultados indican que el 64.29% de los restaurantes operan en locales propios, mientras que el 35,71% lo hace en locales alquilados. Esto sugiere que la mayoría de los propietarios optan por tener su propio establecimiento, lo que puede reflejar una mayor estabilidad y control sobre su espacio comercial. Por otro lado, aquellos que operan en locales alquilados enfrentan una presión económica adicional, especialmente durante períodos de cuarentena, donde los costos de alquiler pueden representar un desafío significativo para la viabilidad económica del negocio.

Tabla 2
¿Dónde desarrolla su actividad comercial?

Respuesta	N°	%
Local en Anticrético	0	0
Local en Alquiler	5	35,71
Local propio	9	64,29
Total	14	100,00

Fuente: Elaboración propia

Antigüedad en la actividad

Los datos muestran que el 85.71% de los restaurantes encuestados tienen más de 5 años de operación en el mercado, lo que sugiere una presencia establecida y posiblemente una base de clientes consolidada. Por otro lado, el 14.29% de los establecimientos tienen una antigüedad de entre 3 y 5 años, lo que indica que aún son relativamente jóvenes en comparación con los demás.

Esta distribución en la antigüedad de los negocios puede influir en la capacidad de adaptación y en las estrategias implementadas durante la pandemia del COVID-19.

Tabla 3
¿Cuánto tiempo tiene su negocio?

Respuesta	N°	%
Más de 5 años	12	85,71
3 a 5 años	2	14,29
1 a 2 años	0	0
Total	14	100,00

Fuente: Elaboración propia

Número de empleados

Los resultados muestran que la mayoría de los restaurantes (64.29%) necesitan entre 5 y 8 empleados para operar, lo que sugiere un volumen de negocio considerable que requiere mano de obra adicional para satisfacer la demanda. Por otro lado, un porcentaje menor (21.42%) tiene entre 2 y 4 empleados, mientras que un pequeño grupo (14.29%) cuenta con 9 o más empleados. Este hallazgo refleja una diversidad en el tamaño del personal, con algunos negocios que dependen en gran medida de la contribución de los propietarios o de sus familiares en las operaciones diarias.

Tabla 4
¿Con cuántos empleados cuenta su negocio?

Respuesta	N°	%
9 a más	2	14,29
5 a 8	9	64,29
2 a 4	3	21,42
Total	14	100

Fuente: Elaboración propia

Personal despedido

Los datos revelan que, como resultado de la estricta cuarentena durante la pandemia en Guayaramerín, el 42.86% de los propietarios de restaurantes no despidieron a ningún trabajador.

Sin embargo, el 35.71% tuvo que despedir a al menos un empleado, mientras que un 14.29% despidió a más de tres trabajadores. Este fenómeno refleja la difícil situación económica a la que se enfrentaron muchos establecimientos gastronómicos, obligados a tomar medidas drásticas debido a la escasez de recursos para mantener su personal durante el período de cuarentena.

Tabla 5

¿Despidió a algún trabajador como consecuencia de la cuarentena del covid-19?

Respuesta	N°	%
Ninguno	6	42.86
Más de 3	2	14.29
2 empleados	1	7.14
1 empleado	5	35.71
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Medidas adoptadas

Los datos muestran que el 42.86% de los restaurantes encuestados no adoptaron ninguna medida laboral durante la cuarentena, lo que sugiere una urgencia por mantener las operaciones comerciales en funcionamiento para garantizar la subsistencia del negocio. Por otro lado, el 35.71% optó por reducir las horas trabajadas, mientras que el 21.43% implementó flexibilidad de horarios. Estas decisiones reflejan los desafíos enfrentados por los propietarios para adaptarse a las restricciones impuestas durante la cuarentena, buscando equilibrar la continuidad operativa con la seguridad de sus empleados.

Tabla 6

¿Su negocio adoptó alguna de las siguientes medidas laborales en cuarentena?

Respuesta	N°	%
No adoptó ninguna	6	42.86
Suspensión total de las actividades	0	0
Reducción de horas trabajadas	5	35.71
Flexibilidad de horarios	3	21.43
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Modalidades adoptadas

Los resultados muestran que el 71.42% de los restaurantes incorporaron una nueva modalidad de promoción de sus productos utilizando las redes sociales. Esto se debió a las restricciones impuestas durante la cuarentena, que dificultaron que las personas salieran de sus hogares para adquirir alimentos. Por lo tanto, los propietarios se vieron obligados a utilizar plataformas como WhatsApp y Facebook para ofrecer sus productos y llegar a sus clientes potenciales. Es evidente que las redes sociales jugaron un papel crucial en la adaptación de los negocios gastronómicos a las nuevas condiciones impuestas por la pandemia del COVID-19.

Tabla 7

¿Su negocio incorporó alguna nueva modalidad de promocionar su producto?

Respuesta	N°	%
Otro	0	0
No, ninguna	2	14.29
Si, imágenes en el mismo local	2	14.29
Si, por redes sociales	10	71.42
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Modalidad de pago

Los resultados muestran que la mayoría de los negocios gastronómicos encuestados (64.29%) no incorporaron ninguna nueva modalidad de pago durante la pandemia y las medidas de distanciamiento social. Sin embargo, un 21.43% optó por utilizar pagos por transferencia bancaria como una respuesta para cooperar con el distanciamiento social en el contexto de la pandemia. Esto sugiere una adaptación limitada en términos de modalidades de pago, con una preferencia por métodos tradicionales a pesar de las circunstancias excepcionales impuestas por la crisis sanitaria.

Tabla 8

¿Se incorporó alguna nueva modalidad de pago?

Respuesta	N°	%
Otro	1	7.14
No, ninguna	9	64.29
Si, Tigo Money	1	7.14
Si, transferencia bancaria	3	21.43
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Forma de distribución

Los datos revelan que la forma más común de distribución de productos durante la cuarentena para los propietarios de restaurantes gastronómicos fue en sus propios locales, con un 64.29%. Sin embargo, un segmento significativo optó por innovar y combinar la distribución en sus locales con el servicio de delivery, con un 14.29% utilizando delivery propio, ya sea a través de sus propios medios de transporte o entregas a pie, mientras que un 21.42% optó por contratar un servicio de delivery privado. Estas decisiones reflejan una adaptación estratégica a las condiciones impuestas por la cuarentena, permitiendo a los negocios alcanzar a sus clientes de manera efectiva y mantener operaciones durante este período desafiante

Tabla 9

¿Cuál es la forma de distribución de sus productos que optó en cuarentena?

Respuesta	N°	%
Contratar delivery privado	3	21,42
Delivery propio	2	14,29
En el mismo local	9	64.29
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Afectación al negocio

Los datos muestran que la mayoría de los propietarios de restaurantes (64.29%) reportaron haber sido afectados bastante o mucho por la pandemia del COVID-19. Este porcentaje refleja la falta de preparación de muchos negocios para afrontar una situación de crisis como la que representó esta pandemia. Solo un 21.43% mencionó haber sido afectado de manera regular, lo que sugiere que algunos establecimientos pudieron gestionar de manera más eficaz los impactos de la pandemia en su producción. Estos hallazgos subrayan la magnitud del desafío al que se enfrentaron los negocios gastronómicos durante este período de crisis sanitaria.

Tabla 10

¿Cómo ha sido afectada la producción de su negocio por la pandemia del covid-19?

Respuesta	N°	%
Mucho	3	21.43
Bastante	6	42.86
Regular	3	21.43
Poco	2	14.29
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Disminución en las ventas

Los datos revelan que el 57.14% de los propietarios de restaurantes experimentaron una disminución en las ventas de entre un 26% y un 50%. Este porcentaje refleja los impactos significativos que tuvo la pandemia del COVID-19 en la demanda de productos gastronómicos y en la disponibilidad de materia prima. Por otro lado, el 21.43% reportó una reducción de ventas de entre un 0% y un 25%, mientras que otro 21.43% experimentó una disminución de entre un

51% y un 75%. Estos hallazgos destacan los desafíos económicos enfrentados por los negocios gastronómicos durante la pandemia.

Tabla 11

¿Cuál es el porcentaje de disminución de las ventas de su negocio?

Respuesta	N°	%
0% a 25%	3	21.43
26% a 50%	8	57.14
51% a 75%	3	21.43
76% a 100%	0	0
TOTAL	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Variación en el precio de venta

Los resultados muestran que el 71.43% de los propietarios de restaurantes optaron por mantener los precios de sus productos sin realizar variaciones durante la cuarentena. Esto sugiere una estrategia para mantener la demanda estable y garantizar la accesibilidad de los clientes a pesar de las condiciones económicas adversas. Por otro lado, el 28.57% de los propietarios aumentaron los precios de sus productos, posiblemente como medida para compensar las pérdidas económicas sufridas durante este período de crisis. Estas decisiones reflejan los desafíos económicos y las estrategias adoptadas por los negocios gastronómicos para sobrellevar la cuarentena.

Tabla 12

¿Hizo alguna variación en el precio de sus productos para sobrellevar la cuarentena?

Respuesta	N°	%
No, los mantuve	10	71,43
Sí, reduje el precio	0	0
Sí, aumente el precio	4	28,57
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Reducción del salario

Los datos muestran que el 71.43% de los restaurantes encuestados realizaron alguna reducción en los salarios de sus empleados como consecuencia de la pandemia del COVID-19. Esto refleja las dificultades económicas enfrentadas por los negocios gastronómicos durante este período de crisis, donde la reducción de costos fue una medida necesaria para mantener la viabilidad del negocio. Por otro lado, el 28.57% de los establecimientos optaron por no efectuar ninguna reducción salarial, posiblemente buscando preservar la estabilidad financiera de sus empleados en medio de la incertidumbre económica causada por la pandemia.

Tabla 13

¿Realizó alguna reducción al salario de usted o de alguno de sus empleados?

Respuesta	N°	%
No	10	71.43
Si	4	28.57
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Problemas suscitados

Los datos muestran que los principales problemas enfrentados por los negocios del sector gastronómico como consecuencia del COVID-19 fueron el flujo de efectivo insuficiente para mantener sus operaciones, con un 35.71% de los propietarios mencionando este desafío. Además, el 28.57% señaló que la menor demanda de productos debido a la situación de los clientes fue un problema significativo. Otros problemas incluyeron la falta de suministro de materias primas o su aumento de costos (21.43%) y la ausencia de trabajadores debido a enfermedades o órdenes gubernamentales (14.29%). Estos hallazgos destacan los impactos multifacéticos y desafiantes que la pandemia del COVID-19 ha tenido en el sector gastronómico.

Tabla 14

¿Cuáles son los principales problemas que enfrentó su negocio como consecuencia del COVID-19?

Respuesta	N°	%
Insuficiente flujo para mantener al personal y operaciones comerciales.	5	35.71
Trabajadores no trabajaron por enfermedad o por órdenes del gobierno.	2	14.29
No hubo suministro de materias primas o se volvieron muy costosas.	3	21.43
Clientes se vieron afectados y la demanda fueron menor que lo habitual.	4	28.57
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Dificultades de bioseguridad

Los datos revelan que el 64.29% de los negocios gastronómicos encontraron dificultades para adecuar las medidas de bioseguridad dadas por la Alcaldía municipal de Guayaramerín. Específicamente, el 50% de los propietarios calificaron esta tarea como bastante difícil, mientras que el 14.29% la consideró muy difícil. Sin embargo, hubo algunos negocios (21.43%) que la calificaron como poco o nada difícil, lo que sugiere una variabilidad en la percepción de la dificultad de implementación de estas medidas. Estos hallazgos resaltan los desafíos que enfrentaron los negocios gastronómicos en la adaptación a las medidas de seguridad impuestas por las autoridades locales para prevenir la propagación del COVID-19.

Tabla 15

¿Qué tan difícil le pareció adecuar las medidas de bioseguridad dadas por la alcaldía en contra del covid-19?

Respuesta	N°	%
Muy difícil	2	14.29
Bastante difícil	7	50.00
Regular	2	14.29
Poco difícil	2	14.29
Nada difícil	1	7.14
Total	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

Afectación a los ingresos

Los datos revelan que la pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en los ingresos de los negocios gastronómicos en Guayaramerín. En particular, el 78.57% de los propietarios reportaron una disminución considerable en sus ingresos, con un 42.86% indicando que la reducción fue bastante significativa y un 35.71% mencionando que fue muy considerable. Además, el 21.43% consideró que la reducción de ingresos fue de manera regular. Estos hallazgos reflejan los desafíos económicos significativos enfrentados por el sector gastronómico como resultado de la pandemia y las medidas de cuarentena implementadas para contener su propagación.

Tabla 16

¿Cómo afectó la pandemia del COVID-19 al nivel de ingresos que percibía antes de la cuarentena?

<i>Respuesta</i>	<i>N°</i>	<i>%</i>
<i>Mucho</i>	5	35.71
<i>Bastante</i>	6	42.86
<i>Regular</i>	3	21.43
<i>TOTAL</i>	14	100.00

Fuente: Elaboración propia

4. DISCUSIONES

Los hallazgos presentados en los estudios de Félix y García (2020), Smallbone et al. (2012), y Martínez y Rubio (2020) proporcionan una visión integral de cómo diferentes sectores y empresas han respondido y se han adaptado a las crisis económicas, especialmente a la pandemia del COVID-19. A continuación, se discuten algunas similitudes y contrastes entre estos estudios y la investigación sobre restaurantes en Guayaramerín.

Todos los estudios destacan el impacto económico negativo de la crisis en los sectores analizados. Se observa una reducción en los ingresos, pérdida de empleos, y presión financiera en las empresas debido a la pandemia.

En todos los casos, se resalta la importancia de que las empresas se adapten a las nuevas circunstancias impuestas por la crisis. Esto incluye la implementación de nuevas estrategias comerciales, digitalización de procesos, y búsqueda de oportunidades de negocio emergentes.

En el estudio de Martínez y Rubio (2020), se destaca el papel crucial de los emprendedores en la recuperación económica durante la crisis. Esta idea se relaciona con la necesidad de innovación y adaptación en todos los sectores estudiados.

Cada estudio se centra en un sector económico diferente (turismo, pequeñas empresas, restaurantes), lo que influye en las estrategias y desafíos específicos que enfrentan las empresas en cada contexto.

Mientras que en el estudio de Smallbone et al. (2012) se menciona una dependencia en la autofinanciación por parte de las pequeñas empresas en Nueva Zelanda y el Reino Unido, en el sector turístico en Manta y en los restaurantes de Guayaramerín se observa una presión financiera significativa debido a la falta de facturación y liquidez.

Si bien en todos los estudios se identifican estrategias de recuperación, estas pueden variar según el contexto y las necesidades específicas de cada sector. Por ejemplo, en el sector turístico se destaca la necesidad de implementar incentivos específicos para la reactivación, mientras que en los restaurantes se enfatiza la importancia de adaptar las estrategias de promoción y distribución de acuerdo con las nuevas demandas del mercado.

En resumen, aunque existen similitudes en los desafíos y respuestas empresariales a la crisis económica, los contextos sectoriales y geográficos juegan un papel crucial en la forma en que las empresas enfrentan y se adaptan a estas situaciones adversas.

5. CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación muestran que las empresas gastronómicas de Guayaramerín se vieron obligadas a diversificar sus estrategias comerciales durante la pandemia del COVID-19. La implementación de modalidades de entrega a domicilio, la promoción en redes sociales y la adopción de nuevas formas de pago fueron esenciales para adaptarse a las restricciones impuestas por la crisis.

La digitalización emergió como un factor clave para la supervivencia de los restaurantes durante la pandemia. Aquellos que pudieron adaptarse rápidamente a la venta en línea, la promoción en redes sociales y la implementación de sistemas de pago electrónicos experimentaron una menor disminución en sus ventas y una mayor capacidad para mantenerse operativos.

La investigación reveló que la pandemia tuvo un impacto significativo en la producción y distribución de productos gastronómicos en Guayaramerín. La escasez de insumos, la reducción del flujo de efectivo y las restricciones de movilidad afectaron la capacidad de los restaurantes para mantener sus operaciones de manera eficiente y rentable.

Los resultados indican que la gestión del personal y los salarios fue uno de los mayores desafíos para los restaurantes durante la pandemia. La reducción de ingresos obligó a muchos propietarios a tomar medidas difíciles, como la reducción de salarios y la disminución de la plantilla laboral, lo que afectó tanto a los empleados como a la capacidad operativa de los negocios.

La investigación sobre el impacto de la pandemia del COVID-19 en los restaurantes gastronómicos de Guayaramerín resalta la importancia de la adaptabilidad y la resiliencia empresarial en tiempos de crisis. Los hallazgos subrayan la necesidad de que las empresas sean ágiles en la implementación de nuevas estrategias comerciales, la digitalización de procesos y la gestión eficiente de recursos humanos y financieros para enfrentar los desafíos económicos y operativos que surgen durante situaciones de emergencia.

6. REFERENCIAS

Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *SBIR*, 1-14. <https://sbir.upct.es/index.php/sbir/article/view/279>

Pablo Angelelli, Michael Hennessey, Pauline Henriquez, José Miguel Benavente, Vanderleia Radaelli, Simone Sasso Rafael Anta, Gustavo Crespi, Juan Carlos Navarro, Fernando Vargas. (2020). Respuestas al COVID-19 desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo. 5/09/2020, de División de Competitividad, Tecnología e Innovación (IFD/CTI) del BID Sitio web: <https://publications.iadb.org/es/respuestas-alcovid-19-desde-la-ciencia-la-innovacion-y-el-desarrollo-productivo>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Smallbone, D., Deakins, D., Battisti, M., & Kitching, J. (2012). Respuestas de las pequeñas empresas a una importante recesión económica: perspectivas empíricas de Nueva Zelanda y el Reino Unido. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 30(7), 754-777.
https://www.researchgate.net/publication/255960579_Small_business_responses_to_a_major_economic_downturn_empirical_perspectives_from_New_Zealand_and_the_United_Kingdom#pf11
- Bahis, A. (2019). Comprensión de los conceptos de culinaria y gastronomía, Una revisión y propuesta conceptual. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 312-330.
- Felix, A. g., & Garcia, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 79-103.
- Henao-Kaffure, L. (2010). El concepto de pandemia: debate e implicaciones a propósito de la pandemia de influenza de 2009. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 53-68.
- Pacheco, C. L., & Conde, I. A. (2020). Retos y oportunidades para el sector gastronómico: un llamado para reinventar su modelo de negocio.
- Pinzón, É. R. (30 de abril de 2020). Colombia impacto económico, social y político de la covid-19. Obtenido de <https://www.fundacioncarolina.es/colombia-impactoeconomico-social-y-politico-de-la-covid-19/>
- Portal empresarial.org. (s.f). Obtenido de Protocolos de Bioseguridad Para Restaurantes Durante la Contingencia: <https://portalempresarial.org/salud/sg-sst/protocolos-debioseguridad-para-restaurantes-durante-la-contingencia>

Ortegon, D. G. (13 de junio de 2015). La República. Obtenido de El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes: <https://www.larepublica.co/ocio/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-anocon-90000-restaurantes-226620>