

Influencia sobre la gestión de los Restaurantes Turísticos debido a la Pandemia del COVID-19 en Urubamba- Cusco

Influence on the management of Tourist Restaurants due to the COVID-19 Pandemic in Urubamba- Cusco

Recibido: 18 de Mayo del 2022 | Aceptado: 26 de Junio del 2022

Julio Asencio Castillo Mamani¹

¹*Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco – Perú*

ORCID: [000-0002-2211-8240](https://orcid.org/000-0002-2211-8240)

Correo electrónico: julio.castillo@unsaac.edu.pe

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue, establecer ¿En qué medida el marco de la pandemia del COVID-19 puede presentar alguna influencia en la gestión de restaurantes turísticos del distrito de Urubamba 2020, así mismo cómo puede presentar alguna influencia dicha crisis sanitaria en la rentabilidad, empleabilidad y cuáles han sido las nuevas estrategias que se han tomado para que dichos negocios sigan operando durante la reactivación económica? Para este propósito la investigación se fundamentó en una metodología de es descriptivo- correlativo de enfoque cuantitativo, presenta un diseño de carácter No Experimental. Este estudio tiene como objetivo evaluar la influencia que causó la Pandemia por COVID-19 en los restaurantes turísticos de Urubamba-Cusco. También pretendió evaluar el nivel del temor del contagio de los pobladores y servidores. Se llegó a la conclusión que la relación entre la pandemia del COVID-19 y la gestión de restaurantes turísticos es de carácter independiente, no existiendo relación, encontrándose en la prueba de correlación de Pearson, un valor de 3.791 con una significancia de 0.052 ($p < 0.01$), de esta manera se aprueba la hipótesis nula.

Palabras clave: Gestión de Restaurantes, Turismo, COVID-19, Crisis Sanitaria.

Abstract

Food influences health, it must contain essential nutrients, in addition to The objective of the present research was, to establish to what extent the framework of the pandemic of the COVID-19 can present some influence in the management of tourist restaurants of the district of Urubamba 2020, Likewise, how can this health crisis have any influence on profitability, employability and what new strategies have been taken to keep these businesses operating during the economic reactivation? For this purpose, the research was based on a methodology of is descriptive-correlative quantitative approach, presents a design of Non-Experimental character.

This study aims to evaluate the influence of the COVID-19 pandemic on tourist restaurants in Urubamba-Cusco. It also sought to assess the level of fear of contagion among the inhabitants and servants. It was concluded that the relationship between the COVID-19 pandemic and the management of tourist restaurants is independent, not existing relationship, being in the Pearson correlation test, a value of 3.791 with a significance of 0.052 ($p < 0.01$), thus approving the null hypothesis.

Keywords: Restaurant Management, Tourism, COVID-19, Health Crisis.

Introducción

En todo el mundo la presencia del COVID-19 ha desatado una serie de crisis de incalculables magnitudes, provocando muertes en casi todos los países del mundo. Este virus, ha detenido las actividades económicas en todo el planeta, es más los vuelos internacionales se han suspendido en todo el mundo, de la misma manera que se ha tomado medidas para evitar la propagación de este virus. (Según la OMS). En el Perú desde el 16 de marzo, se han cerrado el arribo de aviones extranjeros, limitando con ello la actividad turística, es más al declararse en estado de emergencia, los restaurantes turísticos han dejado de funcionar, viniéndose a cero los niveles de ventas y de rentabilidad. Por otro lado, cabe mencionar dentro de estas medidas drásticas que tuvieron que tomar los empresarios son los despidos de sus empleados o trabajadores, en otros casos reducir los salarios o simplemente ponerlos en suspensión perfecta de labores, también reducir la capacidad operativa o de servicio y en otros casos declararse en banca rota. (Según el ministro de Salud de Perú).

Como señalábamos el efecto de la pandemia del COVID-19 en el sector turismo va a ser perjudicial; y el rol de los restaurantes turísticos es una parte esencial de la experiencia del viajero o turista extranjero, y en el caso de destinos como el Cusco, existe un nicho de mercado fundamental que depende exclusivamente del turismo receptivo. El turismo de manera mundial, se ve afectado por la pandemia, a nivel mundial, tanto a nivel nacional; el nivel de turistas es nulo, debido a la gran situación sanitaria a la cual nos enfrentamos.

Es en este escenario que todos los actores de la industria del turismo y la restauración, sin excepción, se han visto obligados a reinventarse haciendo uso de la innovación y la transformación digital para este propósito. En medio de la crisis turística mundial, del Perú, y específicamente en el Cusco, distrito de Urubamba, afecto de manera significativa la economía en el Distrito de Urubamba, en cuanto al empleo y su redistribución de la población; por otro lado, se sabe que el Distrito de Urubamba vive de la economía que genera el Turismo a nivel Regional y Nacional. El objetivo general fue, determinar en qué medida el marco de la pandemia del COVID-19 tuvo influencia en la gestión de restaurantes turísticos del distrito de Urubamba 2020. Y los objetivos específicos fueron:

- a) Determinar en qué medida las políticas de salud pública tuvieron influencia sobre la rentabilidad de los restaurantes turísticos del distrito de Urubamba 2020.
- b) Determinar en qué medida las estrategias de planificación tuvieron influencia en la gestión de restaurantes turísticos del distrito de Urubamba 2020.

El objetivo de esta investigación fue determinar las características de comportamiento alimentario saludable en estudiantes de la Universidad Nacional de Trujillo-Filial Huamachuco (Perú). Teniendo como objetivos específicos: determinar el criterio de elección y no elección de un alimento para su consumo, así como el tipo de preparación más habitual de un alimento y la persona quien lo realiza.

Método

Tipo y nivel de investigación

El estudio presentado, es descriptivo- correlativo de enfoque cuantitativo, presenta un diseño de carácter No Experimental, por cuanto una de sus principales características es probar las hipótesis. Los momentos en los cuales se recopiló la información y se aplicaron métodos para obtener información de primera mano de manera, en el distrito de Urubamba. A través de encuestas y cuestionarios a los restaurantes Turísticos.

La unidad de análisis de este estudio está compuesta por cada uno de los restaurantes turísticos del distrito de Urubamba, cuya muestra fue de 39, se realizará una entrevista a todos los dueños y/o gerentes de las restauraciones turísticas del Distrito de Urubamba, considerándose como una población muestral.

Técnicas de recolección de datos. Se utilizó la encuesta ya que está compuesta por preguntas relacionadas a la pandemia del COVID-19, seguidamente a la planificación, ventas y rentabilidad en las restauraciones turísticas del Distrito de Urubamba. Como instrumento se utilizará el cuestionario con preguntas cerradas tipo dicotómica. Para el presente estudio se realizó un cuestionario que contiene 19 preguntas, que corresponden a cada una de las dimensiones de las variables; de tal forma que 9 de las preguntas se enfocan a la variable de la pandemia por COVID-19 y las otras 10 preguntas se enfocan en la gestión de los restaurantes turísticos de dicha población.

El análisis y la interpretación de la información fueron procesados y analizados con ayuda del programa SPSS.

Finalmente cabe aclarar que la prueba de normalidad ya no es necesaria en esta investigación, puesto que la prueba Chi-cuadrado de Pearson de asociación es no paramétrica y no necesita supuestos para su aplicación.

Fiabilidad del instrumento

Kuder-Richarson 21 es una prueba estadística que nos va permitir obtener la confiabilidad a partir de los datos obtenidos en una sola aplicación del cuestionario. La suposición básica es considerar que todos los ítems presentan igual varianza o igual información.

Procedimiento

El primer paso para el desarrollo del estudio fue realizar las entrevistas a 25 restaurantes operativos y 14 de ellos se realizaron a través del WhatsApp (debido a que no querían atender por el tema de la pandemia) y así poder recoger información de primer orden y así poder medir las variables expuestas. Se hizo las entrevistas con el instrumento de manera directa a los dueños y/o propietarios de los restaurantes de Turismo, al entrevistarlos, tuvimos que hacernos el control temperatura y el lavado de manos, así como también utilizar nuestras mascarillas. Esto para estar en un ambiente seguro libre del COVID-19, el tal caso solo el 64% de los restaurantes nos atendieron así, y el 36% fue a distancia, donde accedieron a que se les envié el instrumento vía Virtual, en este caso por el aplicativo WhatsApp para que se pueda llenar de manera adecuada.

Unidad De Análisis: El presente estudio estuvo conformado por cada uno de los propietarios y/o dueños de los restaurantes turísticos ubicados en el Distrito de Urubamba – Cusco.

Población de Estudio: La población estuvo conformada por el total de restaurantes turísticos del distrito de Urubamba de la Provincia del Cusco.

La muestra con la que se realizó dicho estudio fue de 39 restaurantes turísticos, es decir se realizó una entrevista a todos los propietarios y/o dueños de las restauraciones turísticos del Distrito de Urubamba. Por ello, la muestra fue no probabilística censal porque entran a conformar la totalidad de ellos.

Técnicas de recolección de datos

La técnica que se utilizó fue la de un cuestionario, ya que está compuesta por preguntas relacionadas a la como afecto la pandemia del COVID-19, seguido de preguntas relacionas a la venta, la planificación y la rentabilidad que tuvieron los restaurantes turísticos del Distrito de Urubamba. Como instrumento se usó el cuestionario con preguntas cerradas tipo dicotómica. Para el presente estudio se creó un cuestionario de 19 preguntas (Ver Anexo N°1) correspondientes a las dos dimensiones de cada variable, siendo las primeras 9 para la variable de pandemia COVID-19 y las últimas 10 para la variable de gestión de restaurantes turísticos.

Técnicas de análisis e interpretación de la información

La data de primera mano recogida a lo largo de la actividad en campo, fueron procesados y analizados con ayuda del programa SPSS Versión 25 el mismo que es un software especializado en estadística que ofrece una veloz configuración visual desde lo más sencillo hasta lo más complicado para originar tipos de formas interactiva y efectuar cambios usando métodos analíticos comprobadas y garantizadas (Quezada, 2012).

La información recabada a lo largo de la actividad de campo, fue trabajado sistemáticamente y analizados con ayuda del programa SPSS y Excel respectivamente. Finalmente cabe aclarar que la prueba utilizada ya no es necesaria en esta investigación, puesto que no necesita supuestos para su aplicación.

Fiabilidad del instrumento

En cuanto a la confiabilidad del instrumento, se usó la prueba estadística Kuder-Richarson 21, donde dicho instrumento permite obtener la confiabilidad a partir de los datos obtenidos en una sola aplicación del test, cuestionario, etc. La suposición básica es considerar que todos los ítems presentan igual varianza o igual información y se representa con la siguiente formula: Procedimiento

El primer paso para el desarrollo del estudio fue realizar las entrevistas a 25 restaurantes operativos y 14 de ellos se realizaron a través del WhatsApp (debido a que no querían atender por el tema de la pandemia) y así poder recoger información de primer orden y así poder medir las variables expuestas. Las entrevistas que se realizaron fueron de ambas maneras: indirectamente mediante el uso del aplicativo WhatsApp y directamente, con la debida protección del caso para estar en un ambiente seguro libre del Covid-19, el tal caso solo el 64% de los restaurantes nos atendieron así, y el 36% fue a distancia, donde accedieron a que se les pueda enviar el cuestionario de manera virtual; y de esta manera poder facilitar la recolección de Datos. Se procedió a crear el cuestionario tipo preguntas cerradas de tipo Dicotómicas; ya que nos dará una respuesta entre SI o No. Este fue aplicado en los 5 días de entrevista a los propietarios y administradores, ya que ellos son los que saben el manejo y pormenores de sus negocios turísticos, una vez finalizado con todas las encuestas se actuó a vaciadas a un compendio de datos de Microsoft Excel-2016.

Esta base de datos fue enviada a un estadista quien elaboró las pruebas de correlación de Pearson, para poder obtener los porcentajes de niveles y medir la correlación existente en cada tipo de variable independiente (gestión de restaurantes turísticos) con las dimensiones de la otra variable dependiente (pandemia del COVID-19). Asimismo, se midió ampliamente la relación que existe de la gestión de restaurantes turísticos en el marco de la pandemia del Covid-19. En este estudio no participó en la revisión ningún comité de ética.

Resultados y discusión

El siguiente proceso fue el de procesar, analizar, recolectar, analizar, interpretar y discutir los resultados.

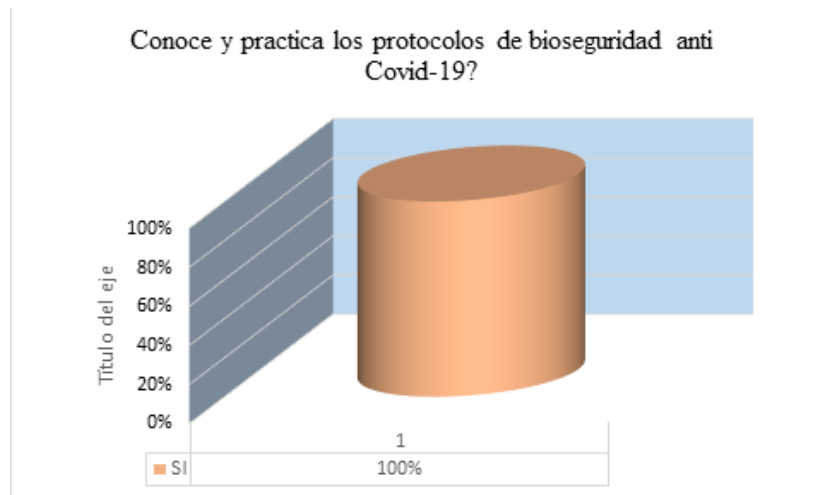
Posteriormente de obtener los datos recolectados, se realizó el respectivo análisis y discusión se realizó en función de los 39 restaurantes turísticos del distrito de Urubamba, esas preguntas respondieron a los objetivos y dimensiones planteadas, de la misma manera las variables cuantitativas se representaron en porcentajes; para de esta forma poder medirlas y describirlas, luego se interpretará cada pregunta de nuestro cuestionario, para de esta manera llegar a las conclusiones.

Pregunta N°2 ¿Conoce y practica los protocolos de bioseguridad anti COVID-19?

Tabla 1

¿Conoce y practica los protocolos de bioseguridad anti COVID-19?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	29	100,0	100,0	100,0



Fuente: Base de datos SPSS

Interpretación:

Como podemos observar en la tabla 01 el 100% de los restaurantes turísticos tienen conocimiento de los protocolos de bioseguridad, ya ellos también están con el temor de no ser contagiados por algún comensal.

Tabla 2

Relación de la pregunta 07: ¿Considera que su empresa o su restaurante turístico ya no es rentable en el corto y mediano plazo? Con pregunta 10 ¿Su empresa o restaurante turístico cuenta con un Plan de Negocios que le permita hacer los cambios necesarios y estratégicos que le permita ofrecer nuevos productos o servicios?

		Prueba de chi-cuadrado				
		Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	de	,072a	1	,789		
Corrección de continuidad	de	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud		,073	1	,787		

Prueba exacta de Fisher			1,000	,581
Asociación lineal por lineal	,070	1	,792	
N de casos válidos	39			

a. 1 casillas (25,0%) se ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,31.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Fuente: Base de datos SPSS

Nota. De la tabla, a un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que existe independencia estadística entre el programa Reactiva Perú que propicia la reactivación económica del país ante el COVID-19, con la tenencia de un plan de negocios que le permita hacer cambios necesarios y estratégicos, debido a que el p-value de la prueba chi-cuadrado es mayor al nivel de significancia($p > 0.05$).

Tabla 3

Relación de la pregunta 07 con la pregunta 19 ¿Considera que su empresa o su restaurante turístico ya no es rentable en el corto y mediano plazo? & ¿Durante esta pandemia como estrategia para su restaurante turístico llegó a utilizar como medio de venta el “Delivery”?

	Prueba de chi-cuadrado				
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,003a	1	,953		
Corrección de continuidad	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	,003	1	,953		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,623
Asociación lineal por lineal	,003	1	,954		
N de casos válidos	39				

a. 01 casillas (25,0%) se ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,92.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Fuente: Base de datos SPSS

Nota. De la tabla, a un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que existe independencia estadística entre la rentabilidad a corto y mediano plazo, con la utilización de estrategia de venta a Delivery, debido a que el p-value de la prueba es

menor al nivel de significancia($p < 0.05$). Por lo cual se considera que el restaurante puede ser aun rentable mediante la venta de Delivery a corto y mediano plazo.

Conclusiones

La relación entre la pandemia del COVID-19 y la gestión de restaurantes turísticos es de carácter independiente, no existiendo relación, encontrándose en la prueba de correlación de Pearson, un valor de 3.791 con una significancia de 0.052 ($p < 0.01$), de esta manera se aprueba la hipótesis nula.

Concerniente a la relación con la dimensión políticas de salubridad y la dimensión de la rentabilidad de los restaurantes turísticos, a un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que existe independencia estadística entre la rentabilidad a corto y mediano plazo, con la capacitación con los protocolos de bioseguridad anti COVID-19 para atender a los turistas nacionales o extranjeros, debido a que el p-value de la prueba chi-cuadrado es mayor al nivel de significancia($p > 0.05$). (ver tabla 60).

Existe una relación significativa moderada entre la dimensión estrategias de planeación y la variable gestión de restaurante turístico, encontrándose en la prueba de correlación de Pearson un valor de 0.000 con una significancia de 0.000 ($p < 0.05$). a un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que existe una relación significativa, debido a que el p-value de la prueba chi-cuadrado es menor al nivel de significancia($p < 0.05$). (ver tabla 80). El presente trabajo de investigación tuvo considerables limitaciones en cuanto a los antecedentes de investigación relacionados al rubro de restaurantes turísticos tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, existe diversas investigaciones relacionadas a las variables expuestas en dicho trabajo, en particular las relacionadas con una pandemia como es el caso del COVID-19 por la que estamos atravesando, y donde había un temor por parte de los propietarios en recibirnos para darnos información, de tal modo, la información que se logró recaudar fue poca por lo que el trabajo de discusión fue bastante escueto.

Declaración de conflicto de intereses

El autor declara no tener conflicto de intereses financieros ni personales que puedan influir inapropiadamente en el desarrollo de este artículo.

Referencias

- Aceituno, C., Silva, R., & Cruz, R. (2020). *Mitos y realidades de la investigación científica*. Cusco: Alpha Servicios Gráficos S.R.L.
- Álvarez, N., & Díaz, O. (2017). *Plan de marketing mix ampliado para incrementar las ventas del restaurante Doña Fefita de Trujillo en el año 2017*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Ballesta, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>.
- Benítez, V. (2017). *Turismo gastronómico, los alimentos tradicionales como producto cultural: el caso de Aculco de Espinoza, México* - Universidad Autónoma del Estado de México
- Bauza, F., & Melgosa, F. (2020). *El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Asociación española de expertos científicos en Turismo
- Ccaccya, D. (2015). Ccahuantico, W. (2018). *Costos de servicio y rentabilidad financiera de la empresa restaurante parador turístico Feliphon S.R.L.* en el Distrito de San Pedro Provincia de Canchis Cusco periodo - 2017. Cusco: Universidad Andina del Cusco Análisis de rentabilidad de una empresa. Lima: Actualidad Empresarial.
- Díaz, C. (2016). *Características de capacitación y rentabilidad de las Mype rubro restaurantes de la Urb. Angamos de la Ciudad de Piura, año 2016*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: León, L. (2014). Análisis financiero. Obtenido de <https://prezi.com/kburzwz26y0y/analisis-financiero/McGraw-Hill>.
- Madrid, F., & Díaz, J. (2020). *Coronavirus y Turismo*. México: Centro de investigación y competitividad Turística Anahuac.
- Mendoza, Z. (2019). *El control de costos y gastos en los restaurantes y su incidencia en la rentabilidad de la empresa anticuchos del Peru S.A.C.-"Panchita" Lima metropolitana año 2018*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Peralta, D. (2016). *Aplicación de un sistema de costos para mejorar la rentabilidad del restaurant J&L S.A.C., Bagua 2015*. Pimentel: Universidad Señor de Sipan.
- Quezada, N. (2012). *Estadística con SPSS 20*. Lima: Empresa Editora Macro EIRL.

Soto, L. (2018).“Informalidad del Servicio de Restaurantes y su Influencia en la Actividad Turística en el Distrito de Machupicchu” - Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.