

Consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes: una mirada desde Colombia.

Luis Hernando Serna Cardona¹

lhernac@ufpso.edu.co

<https://orcid.org/0000-0001-7616-021X>

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña (UFPSO)
Colombia, Ocaña, NS.

Uberty Escalante Manosalva

jjaimep@ufpso.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-8070-6630>

Universidad Popular del Cesar, Seccional
Aguachica (UPCSA)
Colombia, Aguachica, Cesar.

Juvenal Flórez Vergara

juvenalflorez@unicesar.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-1470-7053>

Universidad Popular del Cesar, Seccional
Aguachica (UPCSA)
Colombia, Aguachica – Cesar

Oscar Orlando Hormaza fajardo

oohormazaf@ufpso.edu.co

<https://orcid.org/0000-0001-7056-5603>

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña (UFPSO)
Colombia, Ocaña, NS.

Fabián Leonardo Mendoza Rangel

fabianmendoza@unicesar.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-1325-9364>

Universidad Popular del Cesar, Seccional
Aguachica (UPCSA)
Colombia, Aguachica, Cesar.

RESUMEN

El objetivo general de la investigación estuvo relacionado como encontrar las consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes: una mirada desde Colombia; se encaminó bajo las) y la segunda con Diez (10) preguntas. En los resultados se develaron las diferentes consecuencias de la rentabilidad de los restaurantes frente a la pandemia del Covid 19. En la conclusión se identificaron las consecuencias cualitativas y cuantitativas del tema de investigación, permitiendo hallar las proyecciones y el camino de oportunidades para creatividad, emprendimiento e innovación, hacia las condiciones mínima de supervivencia de la humanidad.

Palabras clave: Carencia, rentabilidad, innovación, creatividad, Covid - 19.

¹ Autor Principal

Consequences of Covid - 19, in the profitability of restaurants a look from Colombia.

Abstract:

The general objective of the research was related to how to find the consequences of Covid - 19 in the profitability of restaurants: a look from Colombia; It was directed under the mixed qualitative and quantitative perspectives, with a descriptive and explanatory design, through the collection, prediction and identification of live data organized in the different descriptors, categories, subcategories and units of analysis, we worked with 138 managers and representatives legal regulations of public establishments such as restaurants in the municipality under study; the information collection tools used were the interview and survey, the first with eleven (11) and the second with ten (10) questions. The results revealed the different consequences of the profitability of restaurants in the face of the Covid 19 pandemic. In the conclusion, the qualitative and quantitative consequences of the research topic were identified, allowing to find the projections and the path of opportunities for creativity, entrepreneurship and innovation, towards the minimum conditions of survival of humanity.

Keywords: *Development, Economy, Impact, MSMES; Service.*

Artículo recibido 10 mayo 2023

Aceptado para publicación: 10 junio 2023

INTRODUCCIÓN

La enfermedad infecciosa del Covid – 19, es la causante recientemente de nuevo retos con cambios operativos y administrativos en muchos establecimientos de negocios (Quizhpi, Idrovo & Abril, 2021). Esta pandemia desconocida antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019, afecto a los restaurantes de todos lo tipo de comidas, gracias a este virus, todos los negocios tenían la obligación de cerrar, colocando al Colombia y el mundo en una forma de cuarentena, evitando aglomeraciones y circulación de personas por las calles, sitios de comidas y centros comerciales (Santafé y Tuta, 2019), por ello, muchas personas no estaban permitida salir como de costumbre, tampoco podrían visitar familiares y amigos, y en todos los casos no deberían haber reuniones personas, porque, era una forma de transmitir el virus más rápido, por esto, todos los lugares en casi el mundo entero, debieron cerrar las puertas, entre ellos, los restaurantes y lugares de comida rápida, esto, para no ser gen de contaminación del virus SARS (Serna, 2021). Todos los establecimientos públicos como restaurantes, se vieron en la obligación de cerrar, llevándolos a reinventarse en todos los procesos, además de la espera de que el gobierno diera vía libre para su funcionamiento, debido a que había un proceso de protocolo de bioseguridad para seguir funcionando (Serna, 2021). Aunque posteriormente hubo la necesidad de volver a su retorno de funcionalidad, estos, no podían hacerlo de la misma manera, por lo que, hubo aspectos y elementos positivos y negativos, que causaron en algunos tipos de trauma en estos de negocio, por ellos, es necesario conocer cada una las visiones y compendio reales que sucedieron en tiempos de pandemia llevándolos casi al fracaso total o la quiebra como negocios formales, que aunque pagaban impuestos, nunca el gobierno estableció políticas que los favorecieran en un nivel mínimo de ayuda en el momento (Quizhpi, Idrovo & Abril, 2021).

Junto con el cierre de funcionamiento de los establecimientos de comercio de restaurantes del municipio de Aguachica, el país y el mundo entero, también los procesos administrativos internos y externos dejaron de funcionar convirtiéndose en un caos peor, que llevaría a la economía al debilitamiento de las organizaciones empresariales y sociales (Santafé & Tuta, 2019), además, del incremento del desempleo, todo esto y lo menos importante fue afectado por la pandemia del Coronavirus, dejando de lado todo el proceso de administrativo empresarial que llevaba a una

planeación, organización, dirección y control de estas actividades tanto internas como externas de las compañías, para poder garantizar su continuidad y mejoramiento de los procesos aquí mencionados (Serna, 2021).

En conclusión, la pandemia del Covid – 19 o el famoso Coronavirus o el virus SARS llevo a la reflexión de los sistemas empresariales y de su forma de continuidad, además, de su reinención o reingeniería en cualquier momento (David, 2013). Todos estos son argumentos válidos vistos de la enseñanza aprendizaje o sea desde la experiencia propia o desde los momentos vividos, siendo la realidad generalmente consecuente de los procesos administrativos (Pineda y Navarro, 2019), y operativos con medidas sociales y gubernamentales para poder seguir viviendo o manteniéndose en el mercado como se puede comprobar hasta el momento en estos espacios críticos (Serna, 2021).

De lo anterior, las políticas empresariales con respecto al marketing y publicidad como Estrategias de Marketing (EM), incorporando actividades de Responsabilidad Social (RS) dentro sus negocios, sin ser un factor exógeno de poca importancia (Montoya & Martínez, 2012). Por esto, la necesidad de analizar las problemáticas y acciones, que se deben realizar, centrándose en los índices de desarrollo de las regiones y municipios de Colombia, por otro lado, son los quehaceres, los que evidencian la reducción del impacto que, la actividad económica empresarial representa (David, 2013). Estas empresas están llamadas a asumir voluntariamente compromisos más allá de las obligaciones reglamentarias, intentando elevar los niveles de desarrollo social, participando activamente en su protección en cumplimiento de la parte económica de Colombia y el mundo (Valenzuela, Jara & Villegas, 2015). De esta manera, buscando la forma de nuevas teorías, líneas de investigación, participación real de sociedad y las organizaciones empresariales como forma de soluciones a los procesos científicos de las cuales esta revista merece publicar (Serna, 2021).

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La investigación desarrollada, se enfocó bajo las perspectivas mixtas cualitativa y cuantitativa, con un diseño descriptivo y explicativo, mediante la recolección, predicción e identificación de los datos en vivos organizados en los diferentes descriptores, categorías, subcategorías y unidades de análisis, se trabajó con 138 gerentes y/o representantes legales de los restaurantes del municipio

de Aguachica (Hernández, Fernández y Baptista, 2018); las herramientas de recolección de información utilizadas, la entrevista y encuesta la primera con 13 y la segunda con 15 preguntas facilitando la comprensión de aspectos subjetivos, emergiendo de la naturaleza profunda de las realidades, comprendiendo los significados e interpretaciones que los participantes dieron a sus acciones y actividades (Galeano, 2020).

Esta perspectiva, orienta su forma y desarrollo al análisis de los datos, favoreciendo el diseño de una investigación abierta y flexible a las circunstancias del objeto de estudio, vislumbrando significados de las interpretaciones, que los participantes dan a sus pensamientos y acciones, además, considerado un proceso interactivo atravesado por su historia, biografías, género, clase social, raza y etnia, empresarial, económicas y problemáticas que se desean estudiar (Alzás, Brandão & Carvalho, 2021). La investigación cualitativa, trata de un proceso correspondiente donde los investigadores llevan en la forma como observa y funciona, convirtiéndose en herramientas de enfoque para la recolección y el análisis de los datos (Galeano, 2020).

Por otro lado, el enfoque cuantitativo, es el conjunto de procesos secuenciales y probatorios, donde, cada uno depende de la siguiente fase, siendo este sistemático, no pudiéndose eludir algunos de ellos, porque el ordenamiento, es rigurosa para redefinir los procedimientos establecidos en la investigación, de esta forma, parte de la idea que se va delimitando por los objetivos propuestos y la pregunta problemática, seguidamente, la revisión de la literatura construyéndose un marco lleno de perspectivas teórica basado en los datos recolectados, este enfoque, contiene preguntas para referirse a las hipótesis, también determinante de variables con referencia al tema que se está investigando, todas ellas, plantean un plan para comprobarlas durante el desarrollo, de igual manera, mide un determinado contexto mediante el análisis de mediciones estadísticas para llegar a las conclusiones finalizando con el proceso (Hernández, Fernández y Baptista, 2018).

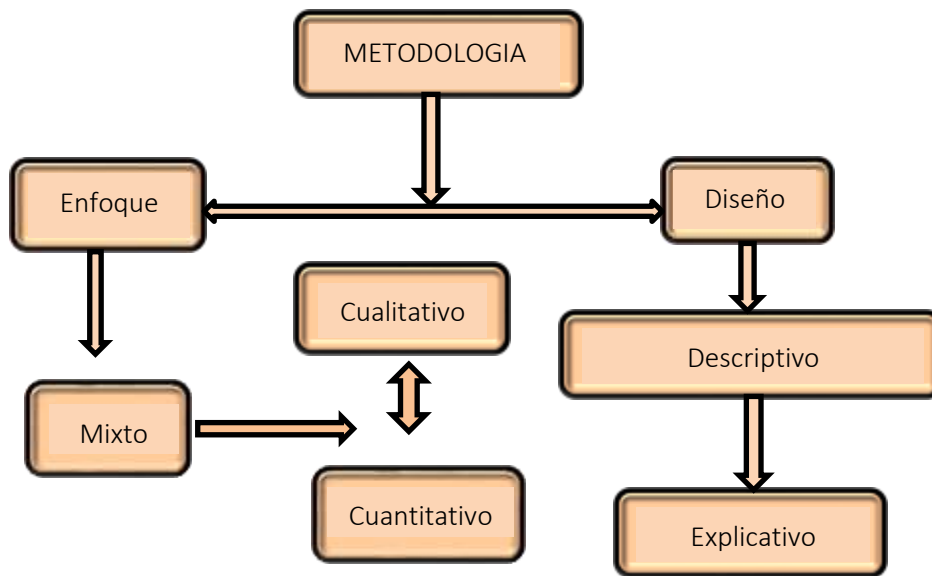
Finalmente, en los dos casos, se busca en primera, las dimensiones cuantitativas permitiendo establecer indicadores, proyecciones, caracterizar variables que son básicas para el diagnóstico y la sustentación de políticas sociales y empresariales (Sandoval, 2020); y la segunda como las dimensiones cualitativas aportan a la comprensión de razones, lógicas, racionalidades, visiones,

modo de ser y de comportarse, que llenan el dato de contenido y permiten, desde, los múltiples actores sociales y empresariales (Galeano, 2020). En todos los aportes y argumentos se abren caminos a la relación de convergencia, entre ambos enfoques (cualitativos y cuantitativos), los cuales, no son perspectivas ocupando el mismo espacio, sino, diferentes dimensiones de la realidad, que se complementan y hacen parte dentro del mismo conjunto como proceso general (Hernández, Fernández y Baptista, 2018).

El diseño descriptivo y explicativo, permite ir más allá de la descripción de conceptos con relaciones mediante la explicación (Sandoval, 2002); Es decir, está dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales y empresariales (Galeano, 2020). Su interés en la explicación de ocurrencia de la problemática estudiada y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan varias variables, (Hernández, Fernández & Baptistas, 2018). Por ello, se considera el análisis de situaciones con hechos económicos para medir las “*consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes, una mirada desde Colombia*”.

En conclusión, Estos tipos de diseños de investigación, consiste en llegar a conocer situaciones, costumbre y actitudes predominantes a través de la descripción y explicación exacta de las actividades, objetos, procesos y de personas (Galeano, 2020). Además, no se limitan a la recolección de datos, si no a la predicción e identificación de las relaciones en varias variables convirtiendo a los investigadores en analista y comprobación de hipótesis o teorías como resultados, exponiéndose la información de forma cuidadosa y minuciosamente para extraer significativamente las contribuciones generadas por la recolección llegando a su análisis como resultado del proceso final (Sandoval, 2002) (Ver ilustración 1).

Ilustración 1. Descripción del método.



Fuente: autores, 2022

Los representantes legales de los restaurantes del municipio de Aguachica departamento del Cesar, según la cámara de comercio, fueron los participantes en la investigación con un total de 138, representados por los diferentes niveles, de forma simplificada, régimen común, entre otros (Pineda y Navarro, 2019), pertenecientes a los diferente sectores de la economía con referencia a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) con revisión número cuatro (4), adaptada para Colombia desde el 1 de diciembre de 2012 del cual se rigen la Dirección de Impuestos Aduanero Nacionales (DIAN con resoluciones 136 y 154 de 2012), en el código de *Alojamiento y servicios de comida como: Alojamiento, y Actividades de servicios de comidas y bebidas.*

La recolección de datos, se configuró mediante la técnica de la entrevista y la encuesta, las cuales permitieron la identificación y análisis de las interpretaciones abstractas para la construcción de los conceptos teóricos y numéricos implícitos de manera sistemática con enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo (Hernández, Fernández & Baptista, 2020); Las herramientas desarrolladas de forma presencial con los respectivos participantes dispuestos a colaborar en el cumplimiento del trabajo investigativo correspondieron a 13 preguntas en la entrevista y 15 en la encuesta, que sirvieron para formar las unidades de análisis, categorización, códigos y convenciones en cumplimiento de la investigación (Ver tablas 1, 2, 3 y 4) (Galeano, 2020); Se

respetaron los principios éticos de confidencialidad, validez y respeto por las personas participantes con sus respectivos nombre de establecimientos, a quienes se les solicitó el consentimiento informado garantizándoles el derecho de admisión frente a las respuestas dada en los instrumentos (Alzás, Brandão & Carvalho, 2021).

El proceso de análisis de los datos se realizó de forma cíclica en la parte cualitativa, lo cual implicó la cualificación de los datos, permitiendo la elaboración de matrices para volver a la información recolectada, reconociendo procedimientos no lineales y resultados sumamente iterativo de ir y venir, de donde emergió la información para la interpretación de las categorías, los cuales significaron, que los hallazgos van buscando la combinación de varias acciones como: identificar unidades de significado, categorizarlas, códigos o convenciones para llegar al producto final (Tabla 1, 2, 3 y 4) (Sandoval, 2002).

En el proceso cuantitativo, el análisis, es porcentual propio de la investigación mediante la aplicación de las técnicas de la encuesta como instrumento (Hernández, Fernández y Baptista, 2020). En ambas partes de los enfoques, hubo la necesidad de profundizar para encontrar datos, que inicialmente no fueron develados, es de aclarar, que las mismas técnicas son nuevamente aplicadas, pero con preguntas que no estaban relacionadas y los investigadores verificaran su ahondamiento, sí, en el caso de no haber, se explicará en el documento, pero si lo hay, de igual forma debe tener el mismo trato inicial con sus respectivos análisis (Galeano, 2011).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados:

De acuerdo a las unidades de análisis, categorías, subcategorías, códigos y convenciones, develados por la investigación en la forma mixta (cualitativas y cuantitativa) con un diseño descriptivo y explicativo con procedimientos sistemáticos, tal como lo exponen los metodólogos Hernández, Fernández & Baptista, 2020; Galeano, 2020; Alzás, Brandão & Carvalho, 2021; Urbina & Ovalle, 2016, bajo las respuestas de los datos en vivos de los participantes frente a las 13 y 15 preguntas identificadas en la entrevista y encuesta resolviendo el cumplimiento del objetivo general, del cual emergió el este artículo científico.

Dentro de las consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes, emergieron las categorías y descriptores, punto cero relacionando el cierre instantáneo o inmediato inesperado, ocasionando ofertas cero, donde nadie vendía, debido al cierre por órdenes del gobierno nacional y control del local, igualmente, una demanda cero, donde nadie compraba por la misma situación, quedando estos establecimientos de comidas sin apoyo estatal, llegando a un punto cero en todos los sentidos, no permitiendo mejoras continua en los procesos, porque, la calificación del servicio prestado era nulo, esto a que inicialmente no hubo, porque a nadie se les presto el servicio, pero, después de tres meses fueron dejando trabajar con restricciones y en todos los casos el servicio fue a domicilio (Ver tabla 1).

Para llenar más las tasas, se remata con la discordia que, finalmente en esta categoría develó con el apoyo nulo de los empleados, que reclamaban el salario por órdenes del gobierno estatal, debido a la forma de supervivencia, manifestaciones por los representantes legales al momento de las reclamaciones (Pineda y Navarro, 2019). Esta categoría deja el análisis de la verdadera crisis interna y externa que la pandemia de Covid – 19 en este siglo XXI, que ha dejado con la gran relevancia, que se manifiesta con hijos, como actualmente se ha vivido la variante delta y la Omicrón, situación que en estos momentos coloca a los gobernantes a pensar sobre la decisión que deben tomar y las consecuencias que deben afrontar para no volver al cierre nuevamente de la sociedad y todo lo que en ella se encuentra, como las industrias y establecimientos públicos, como sucedió en el año 2020 y principalmente, los restaurantes que generan la alimentación para la supervivencia de la vida en algunos familias y personas o de la humanidad (Serna, 2021), tal como se observa en las tabla 1 a continuación.

Tabla 1. Categorías y descriptores punto cero

CATEGORIAS	DESCRIPTORIOS O CODIGOS
Cierre instantáneo	E.P7: <i>“Cierre inesperado de los establecimientos de comida como restaurante”</i>
Oferta cero	E.P7: <i>“Nadie vendía debido al cierre por órdenes del gobierno nacional y control del municipal”</i>
Demanda cero	E.P7: <i>“Nadie compraba por órdenes del gobierno nacional y seguimiento del municipal”</i>
Apoyo estatal nacional, regional y local cero	E.P8: <i>“No apoyaron en nada durante la pandemia porque debíamos estar en acuartelamiento”</i>
Calificación del servicio prestado cero	E.P10: <i>“Inicialmente no hubo, porque a nadie se les presto el servicio, pero, después de tres meses fueron dejando trabajar con restricciones y en todos los casos el servicio fue a domicilio”</i>
Apoyo de los empleados cero	E.P6: <i>“No hubo, porque reclamaban el salario por órdenes del gobierno estatal, era su forma de supervivencia”</i>
Fuente: autores, 2022.	

Las categorías de integración y participación identifican, la cero participación para la toma de decisiones llegando al desconocimiento del sector de los restaurantes, en donde las familias y personas sustentan la posibilidad de adquirir productos de comidas ya elaborados; Esto, deja mucho que decir al Gobierno Nacional para tomar decisiones sin cuerdos entre las partes, manifestando ser autoritario en tomar medidas que beneficien ambas partes, esto deja claro que no hubo una comunicación entre ellas; De esta manera el Gobierno muestra una transigencia para aplicar modelos administrativos, dando a entender que toma medidas sin participación de este sector, siendo de primera necesidad para la sociedad principalmente para las familias y personas, que no realizan cocinan sus alimentos en sus viviendas, situación que repercutió en las ofertas y demandas, además de las mejoras continuas (ACODRES, 2020).

El Apoyo estatal, es uno de los grandes obstáculo que los restaurantes han tenidos para realizar sus actividades comerciales, pues a pesar de los decretos, donde los obligan a cerrar definitivamente, no generaron incentivos que valieran la pena, siempre fue aplazamiento uno y otra vez; En la actualidad generaron un incentivos de pago de nómina y seguridad social, pero no cubre a todos, solo a una pequeña cantidad incluyendo a todos los sectores; Todo esto, generó un pensamiento negativo del mal manejo de la pandemia por parte del gobierno, debido a que no

hubo una coherencia con la realidad del país, situación que deja mucho que decir entre los colombianos y los comerciantes e industrias (Lock, 2021).

Otras consecuencias, es la afectación de la población colombiana, es estar sin servicio público, situación que hace más vulnerables a las familias, de los cuales no tenían vía de comunicación con los restaurantes, troncando la forma directa de interactuar entre las partes, entre estos servicios, que los habitantes no tenían, se encuentra la conexión a internet, que también afecta los proceso de interacción con toda la población, sin haber acceso a todas las ventajas de encontrar las necesidades básicas de supervivencia, causando desesperación en los miembro de los hogares por adquirirlos, porque dan la continuidad de la vida, por el hambre y la necesidad de alimentarse, son prioridades fundamentales para seguir afrontando el camino y con ella una mejor calidad de vida (Pacheco & Conde, 2018). Lo anterior en la tabla 2.

Tabla 2. Categoría y descriptores o códigos de integración y participación.

CATEGORIAS	DESCRIPTORES O CODIGOS
Cero participación	E.P1: <i>“Desconocimiento del sector de restaurante”</i>
Cero acuerdo	E.P2: <i>“no hubo una comunicación entre las partes”</i>
Transigencia del gobierno	E.P3: <i>“Medidas sin participación del sector de restaurante”</i>
Apoyo estatal	E.P9: <i>“No generaron incentivos que valieran la pena, siempre fue aplazamiento”</i>
Mal manejo de la pandemia	E.P11: <i>“No hubo coherencia con la realidad”</i>
Población sin servicio público	E.P9 - 11: <i>“las familias no tenían vía de comunicación con los restaurantes”</i>
Habitante sin conexión a internet	E.P9: <i>“No hubo servicio de internet para toda la población”</i>
Desesperación de la población	E.P11: <i>“el hambre y la necesidad de alimentarse”</i>
Fuente: autores, 2022.	

La crisis administrativas y operativa como categoría emergente de los datos en vivos de los participantes de la investigación, deja una serie de elementos fundamentales que el gobierno de Colombia no dejo avanzar; el sistema administrativo interno no puedo realizar sus actividades comerciales, porque, el gobierno no permitió la oferta y demanda (Serna, 2023), pero, sí dejaron

claro que el pagos de nómina e impuestos se debía hacer, siendo incoherente y atroz con dicha medida, pues la diferentes estrategias operativas, que no fueron puesta en marcha no dejaron incrustar algunos elementos administrativos como la creatividad e innovación, para poder permanecer con supervivencia y con el manejo de personal, entre otras (Serna, 2023), que llevan a la sostenibilidad de las empresas como en el caso de los restaurantes, además de incluir los canales de distribución, que llevan los productos hasta donde los clientes los necesiten como domicilio, entrega directa, mensajería propia del cliente, entre otras (Romero, 2013).

La estrategia de publicidad, es otro elemento importante en los procesos administrativos llevando al incremento de la oferta y la demanda, los cuales hay diferentes formas catalogadas en redes sociales de Facebook, twitter, instagram, mensaje de textos, correo electrónicos, mensaje por What's app, Messenger, badoo, ecommerce, entre otros (Serna, 2023), pero, es de conocimiento, que estas, no funcionan sino están agarradas con una buena estrategia de motivación e incentivos hacia los clientes mediante el bajos precios, descuentos por varias compras, promociones, servicio a domicilio gratis, buen sabor, calidad del producto, calidad en la entrega, entre otros... como sistemas de administración están sujetas las Actividades operativas, los cuales en los restaurantes consta de desayunos, almuerzos, comidas, comidas rápida y lo que desee el cliente con entrega a domicilio, tarea fundamental para la supervivencia de los negocios, las personas, familias y el funcionamiento normal (Quizhpi; Idrovo & Abril, 2021).

Todo lo anterior, llevo a la falta de creatividad, debido a la pandemia del Covid – 19 y de la reglamentación del gobierno, que aunque muchas veces se quisiera vender más, no se encuentra la manera de llegar a todo las parte, porque, el estrés, inmadurez, desespero, entre otras, llevan a cerrarse en pensamiento administrativo coherente con la realidad (Huarcaya, 2020); otros, de las consecuencias en la rentabilidad de los negocios, se encuentran los problemas movilidad en las entregas y ventas a domicilios, debido a los muchos permisos para movilizarse, ya que, la administración local no permitió la fluidez de la movilidad (Serna, 2023), existiendo limitaciones para la circulación de personas y vehículos, todo esto, según la administración municipal para evitar ser gen de contaminación, por ello, el cumplimiento de las medidas sanitarias, utilización de alcohol antibacterial, no al acercamiento entre personas, constante lavado de manos,

impermeabilización con de los objetos con alcohol, entre otros, y existían muchas personas a las que no les gustaba todo estos procesos (Rodríguez & Cañisa, 2020).

Las consecuencias socioeconómicas hacen parte importante como parte del problema, siendo una forma de no omitirse, porque la economía del país depende de la economía familiar para la oferta y demanda en los restaurantes, por ello, algunos representantes legales afirmaron que no todas las familias compraban, dejando un pensamiento de libre albedrío, llegando a pensar que no tienen dinero para comprar, dejando ver un estado emocional de las familia como en zozobra (Serna, 2023), aunque, esa actitud la notaban los mensajeros que manifestaban que las personas salían como asustados y desconfiados al entregar los pedidos, esto también afectó el sentido de compra de las familias, debido a que las compras no eran tan grande, más bien pedían las económicas, promociones y rebajas, y por otro lado al miedo de no querer infectarse, porque cualquier evento era gen de contagio de la pandemia del Covid – 19 (Serna, 2021).

El sentido motivacional de las familias en los tiempo de Covid – 19, es fundamental, porque, los estudios arrojado por Serna (2021), han demostrado los distintos cambios de estado por causas del encerramiento llegando sufrir de claustrofobia, pero, en este estudio se observó que, solo pedían promociones, rebajas, descuentos, entre otras, al momento de solicitar algunas de sus compras, aunque, se debe tener en cuenta, que el nivel de estratificación de las diferentes zonas del municipio, es de aclarar que los hogares que más compraban tienen estratificación de tipo 2 en adelante, muy rara vez el 1, además existen algunas con nivel socioeconómico alto, que viven en estos sectores, estas y muchas otras consecuencias fueron importante para develar en estos estudios científicos, los cuales dan la posibilidad de crear nuevas líneas de investigación (Bixio, 2020) (Ver tabla 3).

Tabla 3. Categoría y descriptores o códigos socioeconómico.

CATEGORIAS	DESCRIPTORES O CODIGOS
Economía familiar	E.P4: <i>“No todas las familias compraban mis productos”</i>
Estado emocional de las familia	E.P3: <i>“los mensajeros manifestaban que las personas salían como asustados y desconfiados”</i>
Sentido de compra de las familias	E.P7: <i>“No eran tan grande, más bien pedían las más económicas, promociones y rebajas”</i>
Sentido motivacional de las familias	E.P3: <i>“Promociones,, rebajas, descuentos, entre otras”</i>
Nivel de estratificación	E.P4: <i>“las familias que más compraban eran aquellas con estratificación del 2 en adelante, muy rara vez el 1” “se debe tener en cuenta que existen familias que viven en estos sectores para pagar los servicios públicos más baratos”</i>

Fuente: autores, 2022.

Finalmente las consecuencias del Covid – 19 en la rentabilidad de los restaurantes realizado en Colombia en el municipio de Aguachica, se dieron gracias al punto cero catalogados como su cierre, dejando una Oferta y demanda nula, no permitiendo tener ingresos, situación que se tuvo que vivir durante tres meses y sin respaldo del gobierno, para que estas empresas no quebraran, además, de no permitir un mejoramiento continuo, debido a que no hubo un nivel de satisfacción en calificación del servicio prestado, dejando a la deriva todos los parámetros administrativos, profundizando más cuando los empleados por culpa del gobierno reclamaban su salario, por ser un elemento de supervivencia y que servía para la compra de los elementos de primera necesidad como, es la alimentación (Ver tabla 4).

La integración y participación del estado colombiano para la toma de decisiones en el sector de los restaurantes fue cero, aunque estaban a la espera, no hubo la oportunidad de manifestar condiciones para su funcionamiento en tiempo pandémico, permitiendo ver una transigencia del gobierno, no llevando a estos empresarios a la creatividad e innovación en la prestación de los servicios, ya que no hubo un apoyo estatal, que brindará las garantías, destacándose como un mal manejo de la pandemia, de igual manera, también con los colombianos, porque, población no

contaba con servicio público acordes a las necesidades del momento, entre ellos, en que los habitante no tenía conexión a internet para adaptarse a los requeridos por algunas empresas para adquirir sus productos, y de los requerimientos del gobierno, finalizando en una desesperación de la población, llevando algunas ciudades del país a protesta y en muchas ocasiones apropiarse de lo ajeno (Ver tabla 4).

La Crisis administrativas y operativa como consecuencia del coovid – 19, es otra de las formas, que han tenido los restaurantes en colombia, situación que hace que el Sistema administrativo de un negocio no avance en los mejoramientos y las utilidades que debe generar, es por ello, que como administradores deben ser creativos e innovadores en las estrategias operativas, para usar los canales de distribución cumpliendo con los clientes, por ello, las estrategia de publicidad permite ser claro y conciso en que los clientes quieren y desean conseguir, además, de los servicios que presta, de las estrategias de motivación e incentivos coherentes, para evitar fracasos o problemática inesperada, sin afectar las actividades, quienes son las que le dan éxitos y confirmación de lo que se viene realizando.

La falta de creatividad y vocación, son problemas que han tenidos los administradores de los restaurantes, porque no fueron capaz de innovar y crear escenarios, por la mala movilidad en los municipios de Colombia, causados por los alcaldes locales, que no dejaban circular a los mensajeros para entregar los pedidos, esto, debido a que según ellos podrían ser gen de contaminación, ya que las vacunas todavía no habían llegado y existía la posibilidad de contagiar a los demás, esto y otras más, se le debe sumar la irresponsabilidad del mal manejo de la pandemia, que viene desde el gobierno nacional y locales, que solo dedicaron a cumplir órdenes que afectaron más estas empresas (Ver tabla 4).

Tabla 4. Unidades de análisis, categorías y códigos como las consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes.

UNIDADES DE ANÁLISIS	CATEGORÍAS	CONVENCIONES
<i>Punto cero</i>	Cierre instantáneo	CI
	Oferta cero	OC
	Demanda cero	DC
	Apoyo estatal Nacional, Regional y Local cero	AENRL
	Calificación del servicio prestado cero	EM
	Apoyo de los empleados cero	D
<i>Integración y participación</i>	Cero participación	CP
	Cero acuerdo	CA
	Transigencia del gobierno	TG
	Apoyo estatal	AE
	Mal manejo de la pandemia	MMP
	Población sin servicio público	PSP
	Habitante sin conexión a internet	HSCI
	Desesperación de la población	DP
<i>Crisis administrativas y operativa</i>	Sistema administrativo	SA
	Estrategias operativas	EO
	Canales de distribución	CD
	Estrategia de publicidad	EP
	Estrategia de motivación e incentivos	EMI
	Actividades operativas	AO
	Falta de creatividad	AE
	Falta de Vocación	FV
	Problemas movilidad	PM
	Gen de contaminación	GC
<i>Sociedad</i>	Economía familiar	EF
	Estado emocional de las familia	EEF
	Sentido de compra de las familias	SCF
	Sentido motivacional de las familias	SMF
	Nivel de estratificación	NE

Fuente: autor, 2021

Finalmente, las unidades de análisis identificaron las *consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes, una mirada desde Colombia*, como se evidencia en la tabla 4, son elementos causantes de la utilidad para el ejercicio de esta actividad comercial. De aquí, las razones expuestas durante el desarrollo de los resultados de la investigación y representados en el

presente artículo científico como generación de nuevos conocimientos y de base la creación de nuevas líneas de investigación.

Ilustración 2. Consecuencias del Covid – 19, en la rentabilidad de los restaurantes.

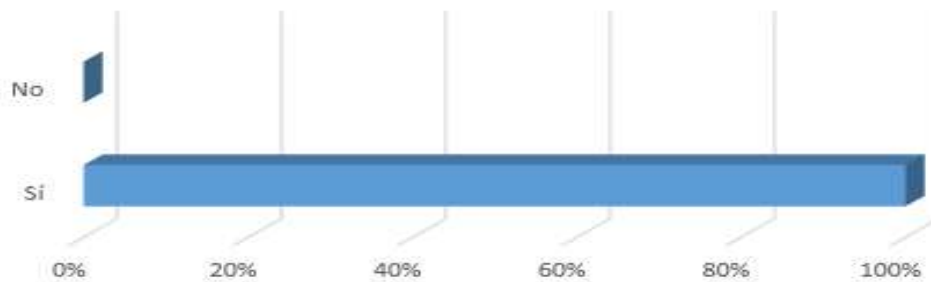


Fuente: autor, 2021

En el enfoque cuantitativo, se develaron los datos numéricos, que permitieron determinar de forma porcentual todas aquellas preguntas precisas, que profundizan aún más lo que se dese saber, por ello, frente a la pregunta si usted como representante legal o gerente del restaurante “realizó los servicios de oferta y demanda en los tiempos de pandemia del Covid – 19”, el 100% de los encuestados manifestaron que no, según los investigadores el cierre de los establecimientos fue garrafal para estos sectores de la economía, siendo una fuente que permite la supervivencia humana para aquellos hogares donde, solo, es una persona y que muy poco o no cocina en su lugar de residencia, como se observa en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Pregunta de la encuesta del estudio Realizó los servicios de oferta y demanda en los tiempos de pandemia del Covid – 19.

Realizó los servicios de oferta y demanda en los tiempos de pandemia del Covid – 19

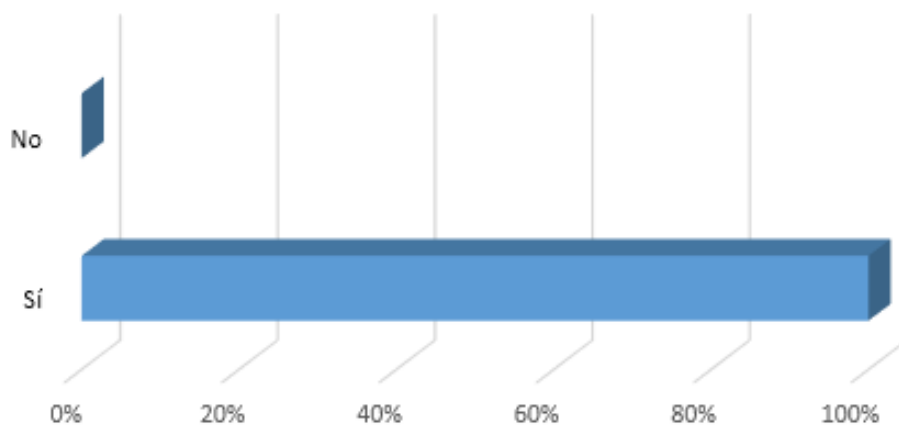


Fuente: autores, 2022.

De igual forma frente a la pregunta “Genera usted empleos directos e indirectos en el municipio en la realización de sus actividades empresariales”, los participantes de la investigación respondieron unánimemente que sí, tal como se observa en la gráfica 2, que ellos son, la fuente más generadora de empleo directos e indirectos, porque a diario se necesita personal para hacer cierta actividad,

Gráfica 2. Pregunta de la encuesta Genera usted empleos directos e indirectos en el municipio en la realización de sus actividades empresariales

GENERA USTED EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS EN EL MUNICIPIO EN LA REALIZACIÓN DE SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES

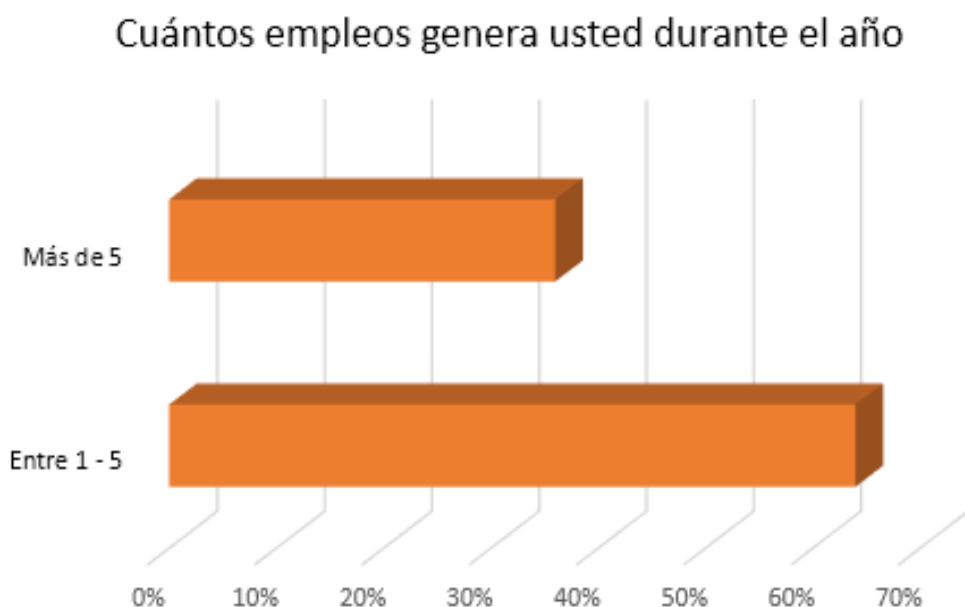


Fuente: autores, 2022.

En la pregunta, cuántos empleos genera usted durante el año, 89 de los participantes manifestaron entre 1 y 5, arrojando un valor porcentual de 64% y el restante con un número de 49 informaron

que su generación de empleos estaba por encima de 5 puesto de trabajo llegando a un porcentaje de 36%, siendo esto el crecimiento con el que han proyectado su negocio de servicio de alimentación, tal como se observa siguiente gráfica:

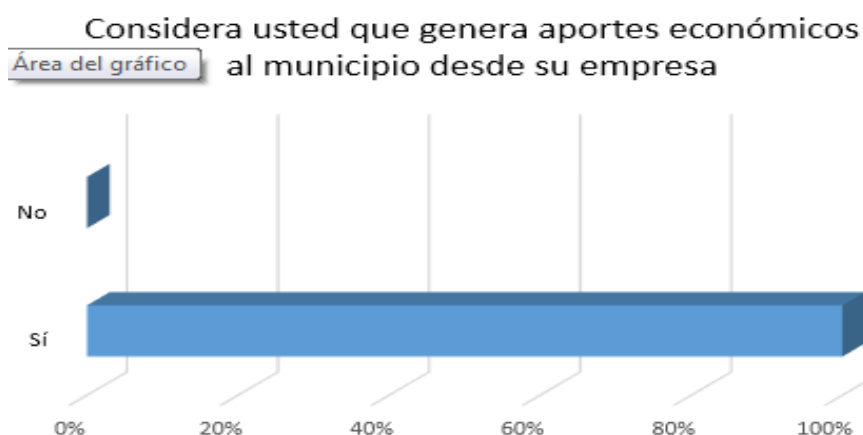
Gráfica 3. Pregunta en la encuesta “Cuántos empleos genera usted durante el año”



Fuente: autores, 2022.

En la pregunta “considera usted que genera aportes económicos al municipio desde su empresa”, los gerentes de los restaurantes respondieron, el 100%, que sí, desde la creación de empleos y pagos de impuestos tanto nacionales como locales; de esta manera se analiza que los empresarios de este sector de la economía aciertan con la totalidad de las preguntas.

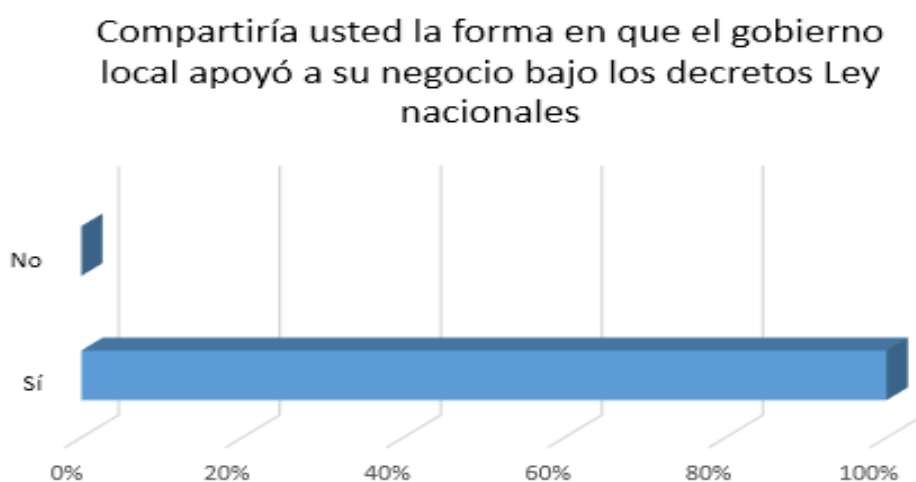
Gráfica 4. Pregunta en la encuesta, considera usted que genera aportes económicos al municipio desde su empresa



Fuente: autores, 2022.

Otra de las preguntas como, “compartiría usted la forma en que el gobierno local apoyó a su negocio bajo los decretos Ley nacionales”, los representantes legales contestaron en su totalidad que sí con un 100%, esto para que el pueblo se diera cuenta de la verdadera política pública que existe en favor de las empresas del sector servicio de alimentación, tanto a nivel nacional como local, los resultados se pueden evidenciar la siguiente tabla:

Gráfica 5. Pregunta de la enucesta, compartiría usted la forma en que el gobierno local apoyó a su negocio bajo los decretos Ley nacionales

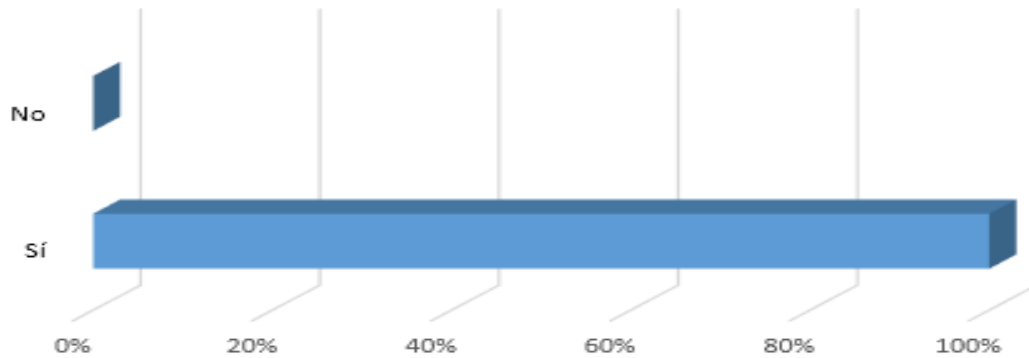


Fuente: autores, 2022.

En la pregunta “su empresa genera empleos indirectos en el municipio”, los participantes manifiestan en su totalidad que sí, ya que tanto ellos como los clientes llega cualquier vendedor les compra y algunas personas, que trabajan en la mensajería llegan para hacerles mandados, de igual forma para nosotros como empresarios, en la tabla siguiente se observa dicho resultado:

Gráfica 6. Pregunta de la encuesta, su empresa genera empleos indirectos en el municipio

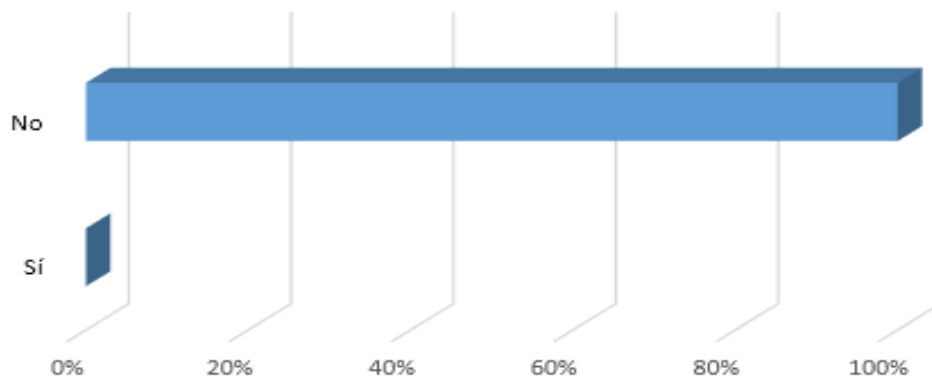
Su empresa genera empleos indirectos en el municipio



Fuente: autores, 2022. En otra pregunta cómo, “cree usted que la pandemia del Covid – 19, fue bien manejada por el gobierno local”, sucede casi igual en las preguntas anteriores, los cuales los encargados de administrar estos sitios unánimemente contestaron que no, lo que se puede analizar en su totalidad que los gobiernos nacionales y locales en Colombia no tuvieron un buen manejo en los tiempos de pandemia del SARS.

Gráfica 7. Pregunta de la encuesta, cree usted que la pandemia del Covid – 19, fue bien manejada por el gobierno local.

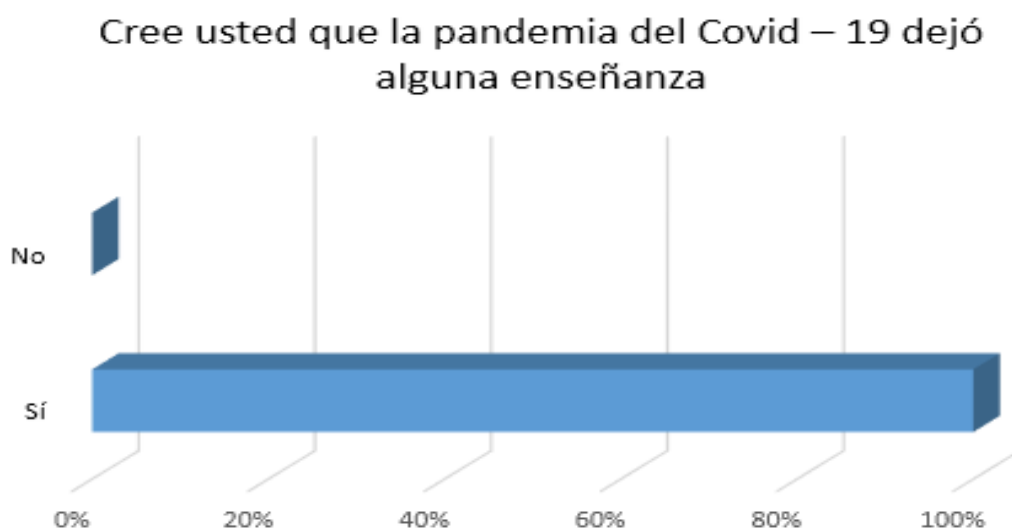
Cree usted que la pandemia del Covid – 19, fue bien manejada por el gobierno local



Fuente: autores, 2022.

Finalmente, en la pregunta “Creé usted que la pandemia del Covid – 19 dejó alguna enseñanza”, los participantes manifestaron que sí en su totalidad, es claro que todo proceso deja su enseñanza y es de acuerdo a como ciudadano uno la vea, nos deja el aprendizaje de apoyo institucional dentro del gremio empresarial y social en todos los sentidos:

Gráfica 8. Pregunta de la encuesta, cree usted que la pandemia del Covid – 19 dejó alguna enseñanza.



Fuente: autores, 2022.

DISCUSIÓN

Con base en los resultados del presente estudio, se deja claro la comprobación de los elementos subjetivos de los participantes para develar las diferentes concepciones e ideas empresariales con un mal manejo, esto deja mucho que decir frente al conocimientos de los procesos administrativos de los cuales, el gobierno nacional y local desconoce para su mejoramientos, en todos los sentidos, no es decir, sino conocer de ante mano, todos los elementos constitutivos para poder establecer políticas gubernamentales en la ejecución de programas que permitan a este sector de la economía salir adelante, claro también manifestar en esta sección, que las variantes o hijos del Covid – 19, son respuestas a la diferentes vacunas existente y que no solo va a parar en esta década, sino más bien, sigue fortaleciendo sus constitución para seguir afectando todos los sentidos y lugares del mundo (Prieto & Theran, 2021).

Los restaurantes en el mundo, son lugares de supervivencias de familias y personas en los hogares que no realizan este quehacer y de personas que tienen un empleo lejos de su familia, situación que cada día hace más vulnerable los encuentros humanos a nivel mundial (Prieto & Theran, 2021), no es, solo Colombia como país garante en esta investigación, más bien, como el sitio establecidos por los investigadores aquí presente, quienes en busca de las razones mínimas para

determinar situaciones, que no son conocidas por la comunidad científica y de la ciencias empresariales para establecer los pro y los contra frente a las decisiones del estado colombiano que se cataloga como capitalista, pero que en verdad no lo es (Lemus & Carrascal, 2020).

CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

CONCLUSIONES

Ambos enfoques permitieron conocer las consecuencias de diferentes formas en las eventualidades del Covid – 19, en los servicios de restaurantes, en donde uno fue develar la parte conceptual de los participantes desde una mirada cualitativa y con ello, explicar los diferentes concepciones en este tipo de negocios (Prieto & Theran, 2021) y por otra lado, todo los datos porcentuales para identificar de forma numérica el grado de efectos causados en la pandemia en este tipo de empresas, los cuales fueron los más perjudicados según datos de los participantes y resultados de la investigación (Lemus & Carrascal, 2020).

Finalmente, los datos consignados en este documento son análisis sintéticos de la investigación desarrollada para develar nuevo conocimientos, que permitan la elaboración de nuevas teorías y datos históricos, que sirvan como enseñanza aprendizaje en la educación a nivel mundial; la consecuencias del Covid – 19 en la rentabilidad de los restaurantes refleja una serie de elementos, que llevan a la veracidad de los momentos vividos y más en momentos de crisis, como lo produjo la pandemia del siglo XXI, ocasionando aspectos que sirven de consecuencias y destapa una forma de ver y vivir la vida con mucho más cuidado y perseverancia a un mundo mejor.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores manifiestan no tener ningún conflicto de intereses para la publicación del presente artículo científico resultado de investigación.

LISTA DE REFERENCIAS

- Altamirano-Plúas, L. E. (2021). Reingeniería de procesos en la empresa familiar de insumos Fronteagri S.A de la ciudad de Huaquillas, *trabajo de grado*. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17680>.
- Arroyo-Zambrano, G. F. (2021). Niveles de rentabilidad en los procesos de comercialización y exportación de cacao en la empresa Boncao SA, propuesta de reingeniería, 2020. *Quevedo UTEQ*. Recuperado de: <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6368>.
- Aragón-Guillen, E. M. y Rivero-Huacac, C. X. (2021). Reingeniería organizacional y rentabilidad en la cadena de hoteles Royal Inka de la ciudad del Cusco, 2020. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66041>.
- Alzás- García, T., Brandão, C. & Carvalho, J. L. (2021). Los enfoques metodológicos en el diseño de la investigación cualitativa. Recuperado de: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/132256/2/443119.pdf>.
- Baldeos-Ardían, L. A.; Lioo-Jordán, F. M. & Vellón-Flores, V. I. (2021). Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú, *Revista San Gregorio*, 43, 78 – 91. Recuperado de: <https://190.15.133.15/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1235>
- Bixio A. L. (2020). *Cultura, identidad y política: El nacionalismo y los nuevos cambios sociales*. Segunda edición. Editorial Gediza SA, Barcelona, España.
- Calle-Flores, R. C. & Ojeda-Jiménez, T. del J. (2021). Comunicación interna y desarrollo organizacional de la Municipalidad Distrital Veintiséis de Octubre, Piura 2021, *trabajo de grado*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/70828>.
- Céspedes, P. A. (2021). Influencia del uso de las tecnologías de la información en el desarrollo organizacional del área de cobranzas de la empresa Grupo Fe, 2021, *Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11537/28132>.
- David-Fred, R. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. Decimocuarta edición. México. Editorial: Pearson Educación.

- Espitia González, S. M. (2021). Emprendimiento juvenil social en el sector textil MIPYMES AMB 2020 en tiempos de COVID 19. *Revista Eficiencia*, 3(3), 137-164. Recuperado de: <https://www.ediciones.ascolfa.edu.co/index.php/eficiencia/article/view/79>.
- Hernández-Sampieri, R. F., Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. McGraw - Hill/Interamericana Editores, S.A. de C. V. México.
- Horna-Botiquín, P. C. (2021). Propuesta de reingeniería de la Red Lan de la Red de Salud Pacifico Sur - Nuevo Chimbote; 2021. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21771>.
- Hospinal, J. (2020). Employee experience: gestión clave para una empresa. *Diario Gestión. Negocios*.
- Huilcapi Masacón, N. Úrsula, Troya Terranova, K. T., & Ocampo Ulloa, W. L. (2020). Impacto del COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *RECIMUNDO*, 4(3), 76 - 85. Recuperado de: <https://recimundo.com/~recimund/index.php/es/article/view/851>
- Iparraguirre, D. M., & Medina, A. (2020). Reingeniería de proceso de atención al cliente en los últimos 10 años. Una revisión sistemática (Trabajo de investigación). *Repositorio de la Universidad Privada del Norte*. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/27212>
- García-Peñalvo, F. J. & Corell, A. (2020). La CoVId-19: ¿enzima de la transformación digital de la docencia o reflejo de una crisis metodológica y competencial en la educación superior?, *Campus Virtuales*, 9(2), 83-98. Recuperado de: <https://gredos.usal.es/handle/10366/144140>
- Galeano-Morín, E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo editorial Universidad EAFIT.
- García-Bonilla, D.; Rodríguez-Guevara, E. & Pineda-Ospina, D. (2020). Cambios en el recurso humano para las actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación en el sector industrial Colombiano, *desarrollo gerencial* 12(2), 1 - 22. DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.12.2.3966>.

- Huarcaya, V. J. (2020). *Consideraciones sobre la salud mental en la pandemia de COVID-19*, 37(2): 327 - 34. DOI: <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.372.5419>.
- Lemus-Quintero, J. A. & Carrascal-Delgado, F. A. (2020). Las acciones de responsabilidad social empresarial en Colombia. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 9(9), 16–24. <https://doi.org/10.22463/24221783.2525>.
- Menéndez-Sánchez, C. M.; Ruiz-Cedeño, A. B. & Macías-Zambrano, N. M. A. (2021). Diagnóstico de la gestión de talento humano como estrategia para el desarrollo organizacional, *Revista Científico-Académica Multidisciplinaria, Polo del Conocimiento*. Recuperado de: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3233>
- Méndez-Wong, A.; Villarreal-Cavazos, J. A. & Aguilar-Garcés, E. A. (2021). Alteración en los Hábitos del Consumidor Saltillense a Consecuencia del COVID - 19, *European Scientific Journal*, ESJ, 17(4), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p1>.
- Montero-Sevilla, K. R. & Quino-Agurto, T. M. (2021). Propuesta de reingeniería organizacional para optimizar la gestión de procesos en MAC Seguridad & Control, Piura, 2021, *trabajo de grado*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66229>
- Montoya-Arévalo, B. E. & Martínez-Ramos, P. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales, catedra de economía social de mercado*, Primera edición. México. Editorial: Rood consultoría, comunicación & RP.
- Ministerio Nacional de Salud de Colombia. (2020). *Conozca toda la información relacionada con el CORONAVIRUS (COVID-19)*. Recuperado de: https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19_copia.aspx.
- Narváez-Valet, J. H. & Cano-Morales, A. M. (2020). Tributos: Análisis de los determinantes económicos y sociales de la recaudación del impuesto de industria y comercio en Aguachica Cesar, durante el período 2014-2018. *Revista espacios*, Vol. 41(22), 228–238. Recuperado de: <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n22/a20v41n22p15.pdf>.
- Oblitas-Núñez, B. (2018). Plan Estratégico Institucional y Gestión de Recursos Humanos de la Municipalidad de Lajas, Chota, *tesis de maestría*, Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/29052>

- Padilla-Buñay, A.; Lluglla-Luna, L. A.; Álvarez-Arboleda, W. R. & Ramírez-Rodríguez, B. E. (2021). Crisis y reactivación turística en tiempos de covid-19. Cámara de turismo provincia de Pastaza. *Revista Universidad y Sociedad*, Vol. 13(3), 30 – 58. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000300426
- Pajuelo-Iglesias, R. (2018). *Habilidades Gerenciales y Desarrollo Organizacional desde la perspectiva de los trabajadores de la empresa Megamix Nijau S.A.C., San Juan de Lurigancho – 2018*, tesis de pregrado, Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33117>.
- Pardo-Beneyto, G. (2021). *La modernización de la Administración Local Municipal: la innovación y la reingeniería de procesos en los Ayuntamientos de Alicante y Valencia (2001-2016)*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10045/117566>
- Pineda- López, C. P. & Navarro- Claro, G. T. (2019). Análisis de la dinámica económica, laboral y social en el municipio de Ocaña. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 10(10), 24–30. <https://doi.org/10.22463/24221783.2518>
- Prieto-Cuentas, N. C. & Theran-Barajas. (2021). Comportamiento de consumo a raíz de la pandemia en Bucaramanga y AMB. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 15(15), 2–15. <https://doi.org/10.22463/24221783.3246>
- Rodríguez-Huertas, J. J. & Tineo-Reyes, J. (2021). Reingeniería de los procesos administrativos en la empresa importaciones Chiclayo Motos SAC – 2020, *trabajo de grado*. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Frepositorio.uss.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2F20.500.12802%2F8491%2FRodriguez%2520Huertas%252c%2520Jimmy%2520%2526%2520Tineo%2520Reyes%252c%2520Jamer.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&clen=3419066>.
- Salinas-Gamboa, J. G., Paz-Muñoz, R., Macedo-Mendoza, M. T. & Chávez-Barbaran, M. (2021). *Gestión estratégica de los recursos humanos y su relación con el desarrollo organizacional*

- en la estación de servicios Unión en Trujillo, Perú. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 8(2), 1 – 14. DOI: <https://doi.org/10.22579/23463910.296>.
- Sandoval-Casilimas, C. A. (2020). Teoría, métodos y técnicas de Investigación Social. Investigación Cualitativa. (3ª Ed.) ARFOS editores Ltda.
- Santafé-Rojas, A. K. & Tuta-Ramírez, L. T. (2019). Escenarios prospectivos para el emprendimiento femenino en la base de la pirámide. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 11(11), 2–11. <https://doi.org/10.22463/24221783.2515>
- Serna-Cardona, L. H. (2021). El Covid – 19 (Pandemia) y sus cambios de hábitos sociales en las habilidades empresariales. *UDA AKADEM*, 7(1), 96 - 129. DOI: <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi7.371>.
- Serna-Cardona, L. H. (2014). El quehacer y el pensar sobre la investigación: Una mirada desde estudiantes y profesores universitarios, *Revista Docencia Universitaria*, Vol. 15(1), 17 – 30. Recuperado de: <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/5055/5398>.
- Serna-Cardona, L. H., Flórez-Vergara, J., López-Ortiz, Y., & Escalante-Manosalva, U. (2021). Contribución de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental, como desarrollo en Colombia. *UDA AKADEM*, (8), 236 - 267. DOI: <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi8.443>.
- Serna Cardona, L. H., Páez, J. J., López Ortiz, Y., Sánchez Vargas, G., & Sanjuán Muñoz, W. (2023). Impacto de la participación de las MIPYMES del sector servicios en el desarrollo económico en Colombia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 8506-8528. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5971
- Slavoj, Z. (2020). *Pandemia: Covid–19 el virus que estremece el mundo*. España: Anagrama.
- Toledo-Chambilla, A. (2021). Influencia del marketing digital en las empresas de servicio gastronómico durante el Covid 19. *Investigación & Negocios*, Vol. 14(24), 20 - 29, DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i24.144>.

- Torres Salinas, D. (2020). Ritmo de crecimiento diario de la producción científica sobre Covid-19. Análisis en bases de datos y repositorios en acceso abierto. *El profesional de la información*. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.15>.
- Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Administración de Empresa*, Vol. 55, n.3, 329-344. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020150308>.
- Valenzuela-Salazar, N. L.; Martínez, C. P. B.; Sánchez, V. L. V. & Briones, C. T. R. (2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 7(1), 129 - 141. DOI: <https://doi.org/10.22579/23463910.206>
- Veliz-Huacon, K. & Llanos-Encalada, M. (2021). La capacitación, activo para alcanzar el desarrollo organizacional y del capital humano en las instituciones públicas: Coordinación Zonal 5 – Salud – Ecuador: Training, active to achieve organizational development and human capital in public institutions: Zonal Coordination 5 - Health - Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8(5), 19 – 39. DOI: <https://doi.org/10.21855/ecociencia.85.542>
- Vinueza-Calderón, J. C.; Oviedo-Esparza, J. I.; Maldonado-Chávez, D. F. & Ramírez-Salas, A. E. (2021). Plan Estratégico que Adoptan las Empresas Ecuatorianas en Tiempos de Pandemia. *Revista Científica FIPCAEC*, 6(1), 696 - 710. Recuperado de: <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/367>.