



Proyecto Final

Recopilación de las medidas de adaptación ante el covid de la industria de restaurantes a nivel mundial, local y sus cambios en los estándares del servicio

Hamlet Cleto

18-0705

Gloria Valdés

Dirección y Gestión de empresas Turísticas e Hoteleras

Universidad Iberoamericana, Santo Domingo

23 noviembre 2020

Resumen en español e inglés

La pandemia causada por el coronavirus es algo que nos afecta a todos tanto de manera directa e indirecta, los principales afectados es las la industria del turismo que se base del convivir con los demás e consumir productos o servicios de manera física muy regularmente cosa que ya no se permite hacer por las limitaciones que trajo el virus y los protocolos de protección de él, por esto en este trabajo proyectaremos la situación por la cual están pasando los restaurantes durante todo este proceso, alternativas que han utilizado para salir a flote siempre respetando las medidas de salubridad y comparativa con los destinos vecinos sobre su ejecución ante el manejo de la crisis, que restricciones como país han tenido que implementar, estrategias de reiteración turística optaron por presentar, además de comparar medidas de prevención hacia la ciudadanía, gráficos de comportamiento que muestran las caídas de las ventas e disminución del personal en el transcurso del año, algunos métodos utilizados por las empresas y gobiernos para subsistir en medio de la pandemia, también se evidencia como los países tienen ideas distintas de que sectores serían los más importantes de ofrecerle ayuda del parte del gobierno y sobre que adaptaciones han realizado los restaurantes locales para poder seguir incrementando las ventas.

The pandemic caused by the coronavirus is something that affects us all both directly and indirectly, the main affected are the tourism industry that is based on living with others and consuming products or services in a physical way very regularly, which already It is not allowed to do it due to the limitations brought by the virus and the protection protocols of it, for this reason in this work we will project the situation that restaurants are going through throughout this process, alternatives that have been used to float, always respecting the health and comparative measures with neighboring destinations on their implementation in the face of crisis management, what restrictions as a country have had to implement, tourist reiteration strategies they chose to present, in addition to comparing prevention measures towards citizens, behavior graphs that show declines in sales and decrease in staff over the course of the year, some methods used lazed by companies and governments to survive in the midst of the pandemic, it is also evident that countries have different ideas of which sectors would be the most important to offer help from the government and about what adaptations local restaurants have made to continue increasing sales.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a las directivas de la Universidad y al comité de Ética por permitirme presentar mi tesis, a mi asesora y maestra Gloria Valdés la cual a sido una pieza fundamental para la realización de este proyecto el cual llevo tiempo trabajando, gracias por su apoyo, dedicación y esfuerzo para lograr que esto salga a flote.

Tabla de contenido

Propósito 7

Revisión de la literatura 8

Limitaciones del covid en el servicio 36

Métodos utilizados ante esta problemática. 39

Metodología 40

Análisis de datos 41

- Hoja comparativa
- Gráfica de comportamiento
- Check list de los protocolos de sanidad

Propuesta de oferta 45

Conclusión 46

Fuentes bibliográfica 47

Introducción

La industria de los restaurantes está pasando por un mal momento debido a la pandemia causada por el Covid 19 haciendo que la mayoría de los negocios tengan que cerrar sus puertas, abaratar costos, realizar despido de personal; sin embargo, los dueños de las empresas junto a sus equipos de trabajo se mantienen adelante con las ventas buscando alternativas viables que permitan cumplir con las normas de salubridad impuestas por los gobiernos.

Propósito

El objetivo de esta tesis es conocer el estado de los restaurantes en medio de esta pandemia y mediante la investigación centrarse en el tema de cómo el servicio ha evolucionado, la manera en que el consumidor lo ha acatado. De esta manera pretende documentar las medidas implementadas hasta el momento mediante el proceso de los datos investigados, ofreciendo alternativas y adaptaciones para hacer una gestión estable durante la pandemia y luego de ella.

.

Revisión de la literatura.

Marco Teórico

Según EDGAR VÁSQUEZ Ministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú de REINVENTANDO EL TURISMO en tiempos del COVID-19

Medidas actuales y futuras

“El proceso de reactivación tiene que tomar en consideración una nueva normalidad, el Gobierno ha estructurado una estrategia de reinicio de actividades, incluyendo todas las actividades del sector Turismo en cuatro fases: en la primera se está incorporando a los restaurantes, permitiéndose la entrega a domicilio y el recojo en el lugar”

Estrategias del reinicio de actividades

“La reactivación tiene que ser muy responsable. Por tanto, se viene trabajando en conjunto con el sector privado y con todos los gremios, preparando los protocolos sanitarios que permitan generar confianza y, también, estar a la vanguardia a nivel internacional”

Un paquete de medidas especializado

Durante el principio de la pandemia muchos empresarios principalmente los de la industria de restaurantes se vieron ante un momento de incertidumbre en el cual no sabían cómo iban a mantener a flote sus negocios por lo que el gobierno peruano optó por tomar ciertas medidas entre ella se encuentra el programa Turismo Emprende del cual existes componentes básicos como son:

“El componente crediticio financiero y de fondos de inversión, cuyo objetivo es apoyar a las unidades empresariales permitiéndoles la liquidez necesaria para que puedan sobrellevar las

circunstancias; y también están los fondos de inversión, que saldrán en apoyo de los gobiernos regionales y los municipios, para que las obras de puesta en valor de los recursos turísticos se reinicien, pero a una escala más amplia, y así se pueda estar preparados para recibir más turistas en el muy corto plazo.”

“Una de las medidas que acaba de establecer el ministerio es la depreciación acelerada, con unas condiciones especiales para el sector Turismo, para los restaurantes, las agencias de viajes y los hoteles, las cuales van a ser muy beneficiosas porque no solo consideran la inversión de aquí a futuro, sino todo lo que se ha invertido y que está por depreciarse hasta la fecha, de tal manera que pueda hacerse con tasas de hasta el 20%. Ello permitirá que exista la posibilidad de establecer medidas de reactivación para los siguientes años”.

Según el MANUAL-MEDIDAS-FRENTE-AL-COVID-RESTAURANTES del Instituto para la Calidad Turística Española tienen como Medidas informativas

COVID-19

El COVID-19 es una enfermedad producida por el coronavirus SARS-CoV-2, un virus detectado por primera vez en diciembre de 2019. Los síntomas más comunes que provoca dicha enfermedad son: fiebre, tos y sensación de falta de aire.

Riesgo

Efecto de la incertidumbre sobre los objetivos.

Gestión del riesgo

Actividades coordinadas para dirigir y controlar la organización en relación con el riesgo.

“El plan de contingencia debe ser comunicado a los empleados para su adecuada puesta en marcha y mantenimiento. Igualmente, los clientes deben ser informados de aquellas medidas del plan que les afecten directamente y deban aplicar (uso de mascarilla, lavado de manos, distancias de seguridad). Las medidas informativas deben contemplar: a) Cartelería con medidas higiénicas b) Marcado en el suelo del local, terrazas, barra y dónde se precise mantener la distancia de seguridad de acuerdo con esta norma”

Medidas tomadas para los tipos de Servicio

Reparto a domicilio:

Tanto en la preparación del pedido como en su reparto se debe mantener las medidas higiénicas correspondientes de acuerdo con los riesgos identificados y las medidas descritas en el plan de contingencia.

- En particular, en el transporte y entrega a domicilio se deben cumplir los siguientes requisitos:

- El establecimiento debe contar con un espacio habilitado para la entrega del pedido al repartidor (barra, mesa...).
- El personal encargado del reparto de pedidos debe usar los equipos de protección individual determinados en el plan de contingencia.
- Se debe evitar el contacto entre el personal de entrega de pedido y el repartidor en la transacción (muestra de hoja de pedido, etc.). Una vez entregado el pedido al repartidor, en la zona habilitada para ello, el personal que entrega el pedido debe lavarse las manos.
- Debe establecerse un sistema para evitar las aglomeraciones de personal de reparto.

- Se debe fomentar el uso de pago por medios electrónicos, que eviten establecer contacto entre cliente y personal de reparto.
 - Durante la entrega al cliente se debe mantener una distancia segura de, al menos, 1 metro.
 - El repartidor debe higienizarse las manos correctamente con gel desinfectante durante todo el proceso de entrega.
- En el caso de que el transporte y entrega a domicilio lo realice personal externo a la organización (plataformas de delivery o similares) además de lo anterior se solicitará al proveedor del servicio su plan de contingencia con respecto al COVID 19.

Comida para llevar:

El establecimiento debe contar con un espacio habilitado y señalizado para la recogida de los pedidos (ej. mesa, mostrador, etc.) donde se realizará el intercambio y pago en su caso. Se debe garantizar la distancia de seguridad (se recomienda que esta operación se realice mediante marcas visibles en el suelo o similares).

Servicio en barra:

En cuanto al servicio en barra, se deberá respetar la distancia de seguridad entre cliente y personal, utilizándose, si esto no fuera posible, otras medidas de protección (mascarillas, pantallas faciales...).

Deberán establecerse las posiciones a ocupar por el cliente o grupos de clientes en barra de forma que se evitan aglomeraciones y se garantice la distancia de seguridad.

Los productos expuestos, en su caso, en barra, deberán estar convenientemente protegidos hacia el cliente y hacia el empleado. No se admite el autoservicio en barra por parte del cliente.

Servicio en sala

Servicio en mesa: Los camareros que realicen el servicio deben garantizar la distancia de seguridad o aplicar procedimientos estrictos que eviten el riesgo de contagio (desinfectar de forma continua las manos, separarse de los clientes para mantener conversaciones). En caso de no poder llevar a cabo estas cuestiones deberá disponer otras medidas de protección (pantallas faciales, mascarillas...)

Recogida de pedido en mostrador: Se debe organizar la espera evitando la aglomeración y cruces de clientes.

Se recomienda que se señalice la distancia de seguridad en el suelo o de forma similar y que existan paneles / carteles explicativos del procedimiento de recogida.

En el caso de que el cliente utilice un dispositivo digital común (tablets, quioscos...) para realizar el pedido este debe ser desinfectado frecuentemente. Se recomienda colocar dispensadores de solución hidroalcohólica en estas zonas.

En la zona de los Quioscos se debe mantener la distancia de seguridad evitando las aglomeraciones de clientes.

Servicio en terraza

La empresa debe establecer la forma de controlar que el cliente no haga uso arbitrario del equipamiento en terraza (mesas y sillas), con el fin de que este pueda ser desinfectado entre un cliente y otro.

Se mostrará cartelería informando al cliente de estas pautas de higiene y desinfección para que sea conocedor de las mismas y las respete. Esta información debe dejar claramente indicado que el cliente no puede ocupar una mesa sin que el personal del establecimiento lo acomode.

Acotar las terrazas (cordones, cintas, marcado en el suelo u otros elementos cuando las autoridades competentes lo permitan) también puede ayudar al cumplimiento de este objetivo.

Servicio buffet

Para realizar el servicio de buffet se deben tener en cuenta las consideraciones realizadas para el resto de las tipologías de servicio anteriormente descritas.

Eventos

Cuando la autoridad competente permita la celebración de eventos se seguirán las especificaciones presentes en esta guía que sean de aplicación (distancias de seguridad descritas en anexo II, procedimientos de servicio...).

5.2.5 Aseos

Los aseos, tanto los de uso de clientes como, si los hubiera, de uso del personal, deben contar, al menos, con dispensadores de jabón desinfectante, papel de secado, y/o gel desinfectante.

Las papeleras deben presentar apertura de accionamiento no manual y disponer de bolsa interior.

La organización debe asegurar la reposición de consumibles (jabón desinfectante, toallas de papel)

Partes integrantes de un sistema de calidad

“La base de un Sistema de Calidad se compone de dos documentos, denominados Manuales de Aseguramiento de la Calidad” (Manual de Calidad), y el (Manual de Procedimientos).

Manual de Calidad

“Especifica la política de calidad de la empresa y la organización necesaria para conseguir los objetivos de aseguramiento de la calidad de una forma similar en toda la empresa. En la cual se describen: la política de calidad de la empresa, la estructura organizacional, la misión de todo elemento involucrado en el logro de la Calidad. El fin de este se puede resumir en varios puntos:

- Única referencia oficial.

- Unifica comportamientos decisionales y operativos.

- Clasifica la estructura de responsabilidades.

- Independiza el resultado de las actividades de la habilidad.

Manual de Procedimientos

El Manual de Procedimientos sintetiza de forma clara, precisa y sin ambigüedades los Procedimientos Operativos, donde se refleja de modo detallado la forma de actuación y de responsabilidad de todo miembro de la organización dentro del marco del Sistema de Calidad de la empresa y dependiendo del grado de involucración en la consecución de la Calidad del producto final.”

Experiencia de cultura internacional a partir de la importación de insumos, transferencia tecnológica y de conocimiento en restaurantes de comida internacional en Pereira en el año 2020

Definiciones Pag25

El insumo o producto es el resultado de toda la acción del sistema, es decir, la implementación de un mejor servicio al cliente donde éste se sienta como en casa, su país de origen y satisfecho con el tipo de comida gourmet. Aún en ese estado, se incluyen los aspectos de servicios posteriores al consumo mismo, sobre todo en productos con vida útil y prolongada. (Hernández, 2006)

La transferencia tecnológica es un proceso por el cual la transmisión de conocimientos científicos y tecnológicos puede ser llevada a cabo para así desarrollar nuevas maneras de producir materiales, productos o incluso servicios; este concepto está ligado al proceso de innovación y a la competitividad. (Norte)

“En este sentido vemos una correspondencia con la estructura teórica del documento que nos afirma que los restaurantes en la actualidad buscan innovar y utilizan medios de información para hacerlo”

Retos Empresariales Tras el Coronavirus COVID 19

“Según intervención del doctor Catalino Núñez, en su conferencia Administración estratégica en tiempos de crisis, menciono que, “Se tiene que pensar cómo va hacer el futuro, cuáles serán los nuevos desafíos, pensar en productos y servicios que van a tener que ver con la salud y el

cuidado de las familias, en las empresas, porque es claro si seguimos haciendo más de lo mismo, vamos a ir por el camino del fracaso”.

“Según Núñez, en su conferencia administración estratégica en tiempo de crisis “Las empresas tienen que arriesgarse y hacer cosas totalmente distintas, no quedarse con lo que venían haciendo, tienen que acercar a la gente en la distancia, cuidar del mercado objetivo”, es decir ahora va hacer más valorado que cuando entres a un restaurante además de la comida y el ambiente, existan las condiciones de desinfección y protección por parte de los empleados y que existan el distanciamiento social requerido”.

“Se debe tener visión de construir algo distinto, viene la transformación digital, muchas oficinas tal vez no van a ser necesarias, podemos trabajar desde casa de manera colaborativa, varias empresas podrán construir un futuro distinto a partir de la tecnología Por otro lado, también es posible que las empresas se encuentren con un nuevo consumidor, que tendrá nuevas prioridades, quizás con una mayor conciencia sobre su bienestar y probablemente menos recursos. Por ello es importante identificar nuevas oportunidades de negocio, las empresas deben pensar en otras oportunidades con nuevos productos y servicios, de acuerdo como se ve el futuro próximo donde mantener la distancia física se vuelve importante, es importante construir proximidad social a través de la tecnología.”

“La estrategia de las empresas también tiene que estar relacionada con mejorar la calidad de bienes y servicios, ofrecer soluciones a las nuevas problemáticas que se están presentando, tendrán que mejorar continuamente sus programas y procedimientos, con el fin de ofrecer un valor agregado a sus clientes. Aquellos servicios como la cultura, la educación la recreación tiene que cambiar replantear su modelo, ya que por lo pronto no se van a concebir lugares

donde se conglomeren un gran número de personas, por lo tanto, estos sectores tienen que pensar otras estrategias para acceder a sus clientes y utilizar la tecnología que está a su alcance para transformarse. Así mismo, los sectores que se han visto bastante golpeados han sido la actividad de los bares, los restaurantes y el turismo, estas actividades fueron los primeros en cerrar y probablemente sean los últimos en abrir, aun así, hay varios restaurantes que están prestando sus servicios a domicilios y ya están pensando como sería la estrategia cuando abran sus negocios, para cumplir con los protocolos de distanciamiento y salubridad.”

Según el instituto de Belisario Domínguez del senado de la república Mexicana la Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales

“Las pérdidas de los beneficios turísticos por la contingencia derivadas por la covid-19 también fueron calculadas por otras organizaciones especializadas del sector. La Asociación de Secretarios de Turismo de México (ASETUR) en voz de su presidente, Luis Humberto Araiza, informó que “el PIB turístico mexicano podría contraerse un 10 % este año, lo que significa pérdidas superiores a los 10.000 millones de dólares” (Efe, 2020). Este pronóstico señala daños más severos al sector en comparación con anteriores mediciones, por lo que una de las preocupaciones del titular de ASETUR es “la importancia de apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), que representan cerca del 90 % de las compañías del sector turístico” (Efe, 2020).”

“En lo que respecta a los restaurantes, la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) externó que “la Industria Restaurantera representa 2.14 millones de empleos (8% del total de personas empleadas en México) de los cuales el 58% son mujeres y muchas de ellas jefas de familia y por cada uno de estos empleos se generan de

2-3 empleos indirectos a nivel nacional” (Canirac, 2020). El cierre total o parcial de estos establecimientos generan mermas en los ingresos de las familias dependientes de dicha labor, por lo que dicho organismo ha solicitado apoyos que permitan seguir operando y mantener los empleos.”

“En ese sentido, parte de un nuevo crecimiento en el sector dependerá en gran medida de la capacidad de adaptación a las circunstancias de mitigación de riesgo por la covid-19; además de que los destinos turísticos de México sean más atractivos que otros países. Al respecto, algunas voces refieren que “los responsables de la reactivación no son solo las autoridades de instituciones, comunidades u organizaciones sino también pueden ser los beneficiarios, los cuales deciden proponer alternativas de solución a través de proyectos, en los que se desglosen los responsables, actividades, recursos disponibles, forma de financiamiento, metas de cumplimiento, resultados esperados y cronograma” (Entorno Turístico, 2020). En suma, serán los esfuerzos 6 Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales DIRECCIÓN GENERAL DE ANÁLISIS LEGISLATIVO-conjuntos de la sociedad y el gobierno los que puedan generar acciones encaminadas a rescatar este rubro, a fin de posicionarla como una actividad económica vital para el desarrollo nacional.”

Debido a que el turismo es una actividad económica muy importante a escala internacional, para este estudio se incluyen las propuestas de reactivación en los cinco países con mayor número de visitantes recibidos; y que compiten con México como principales destinos receptores.

FRANCIA

El gobierno galo señaló durante la emergencia sanitaria que “en el contexto de la aplicación del estado de emergencia sanitaria en Francia, se han establecido restricciones de acceso a la Francia continental y a territorios franceses de ultramar” (Francia Diplomacia, 2020). Para la reapertura turística de este país –primera potencia turística mundial- se exigen certificados médicos de entrada y salida, además de ciertas condiciones para el ingreso como: “tener su residencia principal en Francia, así como sus cónyuges e hijos, o estar en tránsito para reunirse con su familia; ser profesionales de la salud con el objetivo de combatir el Covid-19; ser transportistas de mercancías o miembros de la tripulación de vuelos de pasajeros y de carga que lleguen a su base de partida; ser miembro de una misión diplomática o internacional, o un funcionario de las fronteras terrestres interiores” (RFI, 2020). A partir de estas medidas, se infiere que el regreso a la actividad turística llevará tiempo y aplicación de medidas de prevención.

ITALIA

Este país fue uno de los más golpeados por la epidemia de la covid-19 al tiempo de ser una potencia turística. La reapertura de algunas de sus zonas más emblemáticas se plantea a partir del 15 de junio, en las que se permitirán actividades turísticas “en teatros, salas de conciertos, cines y otros espacios incluso al aire libre. Los espectáculos tendrán lugar con asientos preasignados y espaciados y a condición de que se respete la distancia interpersonal de al menos un metro tanto para el personal como para los espectadores, con un número máximo de 1.000 espectadores para los espectáculos al aire libre y 200 personas para los espectáculos en espacios cerrados, para cada una de las salas” (ANT, 2020). Algunas provincias ofrecerán promociones a fin de incentivar el turismo en sus demarcaciones, lo cual fue acompañado por la reapertura de vuelos internacionales, movilidad entre y entradas a sitios de interés, con

medidas sanitarias y respeto a la distancia entre personas. 9 MIRADA LEGISLATIVA 186

Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales

ESTADOS UNIDOS

Las estrategias para impulsar nuevamente el turismo hacia Estados Unidos tienen como medio de publicidad la marca “Brand USA”, la cual fue utilizada con anterioridad para promocionar este país como destino para millones de visitantes del exterior. Así, el organismo refiere que “el enfoque actual de Brand USA es informar y apoyar a nuestros socios y mantener a EE. UU. entre los consumidores. El vicepresidente de Investigación y Análisis de Brand USA, Carroll Rheem, está organizando un seminario web de investigación para proporcionar una actualización sobre las condiciones del mercado internacional: el estado de la pandemia, las perspectivas económicas y el sentimiento del consumidor” (Brand USA, 2020). Como se puede apreciar, la apuesta de la Unión Americana será en dos sentidos: mercado interno y externo.

CHINA

El país asiático fue uno de los primeros en abrir sus destinos turísticos debido al control de los brotes de la covid-19, por lo cual tiene la observación de diferentes analistas y operadores de todo el orbe para analizar las estrategias utilizadas para reactivar el rubro. No obstante, “los viajes dentro de China también se complican por las restricciones de movimiento que se mantienen en algunas regiones, como la capital, Pekín, para impedir una segunda oleada de infecciones desde el exterior” (Reuters, 2020). De esta manera, hay una precaución en la movilidad pese a ciertas posibilidades de salidas cortas.

ESPAÑA

Esta nación comenzó la reapertura parcial de sitios públicos a finales del mes de mayo, mientras que el Gobierno Nacional dio a conocer que los viajeros internacionales no estaban

obligados a guardar la cuarentena al llegar al país a partir del 1 de julio, con lo que esperaban atraer al turismo extranjero, una de las principales fuentes de ingresos para aquella nación. Sin embargo, algunos países de procedencia de turistas asiduos a España han generado alertas de viaje, lo que puede mermar las expectativas en la vuelta de las actividades para el recreo de los visitantes. En ese sentido, el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de aquel país manifestó que “podrá haber restricciones a la movilidad sobrevenidas como resultado de medidas de urgencia para controlar focos de contagio. Se recuerda que diversos servicios (transportes, hoteles, restaurantes, museos...) están operando solo parcialmente y con limitaciones horarias” (Gobierno de España, 2020). Por lo que será un desafío importante la reactivación del sector en dicha nación.

Ideas para el trabajo

“Por su parte, en la LXIV Legislatura de la Cámara de Diputados y el Senado de la República (2018-2021) se han presentado 15 proposiciones con punto de acuerdo para solicitar a diferentes secretarías del gobierno federal la puesta en marcha de varias medidas a fin de proteger la actividad turística frente a los riesgos de la covid-19.” Entre las propuestas abordadas por el Poder Legislativo destacan las siguientes:

- Apoyar a las micro y pequeñas empresas turísticas en respuesta a la crisis económica.
- Evitar la pérdida de empleos en el sector causadas por la pandemia del Covid-19.
- Promover créditos destinados al turismo y al fomento y modernización del transporte aéreo y urbano de pasajeros.
- Implantar mayores y más rigurosos controles sanitarios en las fronteras y los sitios de acceso como puertos, aduanas y centrales aéreas para mitigar los efectos de la pandemia de la covid-19.

- Instalar un esquema de promoción turística nacional acompañado de incentivos fiscales y económicos, con la intención de reactivar el mercado turístico interno para reactivar la economía tras los efectos de la covid-19.
- Crear medidas orientadas a promover el turismo en el país esto en cuanto sea posible debido a la emergencia sanitaria por el SARS-Cov2.
- Desarrollar un programa de reactivación económica del turismo nacional que contribuya a fortalecer las capacidades de las empresas turísticas y aminore las consecuencias económicas adversas causadas por la epidemia de la covid-19.
- Realizar un convenio de colaboración con el sector hotelero a fin de otorgar hospedaje a los trabajadores de la salud que atienden a pacientes con la covid-19, para salvaguardar su integridad y la salud de sus familias. (SIL, 2020).

Según el informe de Cepal acerca de Cómo evitar que la crisis del COVID-19 se transforme en una crisis alimentaria

***Demanda:** la proporción de los ingresos que los hogares gastan en alimentos y las elasticidades precio e ingreso de los alimentos que afectan la capacidad adquisitiva de los hogares y la distribución del gasto entre tipos de alimentos.*

***Oferta:** la intensidad relativa de capital o de trabajo en los procesos productivos e importancia del capital fijo y los insumos intermedios.*

***Comercio internacional:** los efectos dependerán del carácter de importador o exportador neto de cada país.*

“La relación entre las importaciones de alimentos y las exportaciones totales es un indicador de seguridad alimentaria en la dimensión de estabilidad. Los valores elevados indican que la

vulnerabilidad es alta, pues una gran proporción de los ingresos de las exportaciones debe destinarse a la compra de alimentos. En la región, los países más vulnerables son los del Caribe: en 11 de ellos el valor de las importaciones es superior al 50% del valor de las exportaciones y, en 6, supera el 100%. En el extremo opuesto, la Argentina, el Brasil, México, Chile y el Estado Plurinacional de Bolivia presentan valores inferiores al 5%”

“La vulnerabilidad de los países del Caribe en lo que respecta a la dependencia de las importaciones de alimentos se incrementa debido a que sus proveedores se concentran en los Estados Unidos y la Unión Europea (véase el gráfico 13), lo que conlleva un riesgo para la seguridad alimentaria en caso de que se produzcan interrupciones en las cadenas internacionales de distribución de alimentos.”

Emergencia, gestión, vulnerabilidad y respuestas frente al impacto de la pandemia COVID-19 en el Perú

El panorama específico de un desastre o una situación de emergencia: comprende la combinación de un agente potencialmente destructivo procedente de un medio natural y no natural y una población vulnerable.

“Hemos tenido la sensación del establecimiento de una pirámide de poder frente a la emergencia y el desfase en la articulación de sus partes al momento de transferir la información adecuadamente para la toma de decisiones y el desarrollo de una planificación de emergencia, acciones específicas a cumplir sobre todo en los centros y aglomeraciones urbanas importantes, los juegos de poder al momento de hacer efectivos los lineamientos de carácter general y desarrollarlos en un nivel más regional o local sin

percibir la avalancha que viene a velocidad sobre todos, en algunas localidades ha sido palpable; somos un país con una geografía muy variada y vulnerable por nuestra conformación y asentamiento demográfico”

Cepal. 2 de Julio de 2020. Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación N° 4. Recuperado de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/S2000438_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y

“La gran mayoría de las empresas de la región han registrado importantes caídas de sus ingresos y presentan dificultades para mantener sus actividades: tienen serios problemas para cumplir con sus obligaciones salariales y financieras, y dificultades para acceder a financiamiento para capital de trabajo.” Hasta la primera semana de junio de 2020, información recopilada por las cámaras empresariales resaltaba que:

- *En Colombia, el 96% de las empresas tuvieron una caída en sus ventas (el 75% registró una disminución superior al 50%); el 82% de las empresas formales podrían subsistir solo entre uno y dos meses con sus propios recursos (CONFECAMARAS, 2020).*
- *En el Brasil, el 76% de las empresas industriales redujeron o paralizaron su producción y el 55% ha tenido dificultades para acceder a crédito para capital de trabajo (CNI, 2020).*
- *En la Argentina, el 44% de las empresas industriales no tenían liquidez para pagar el 50% de los salarios de abril (un 12,3% no pudo pagar la nómina); el 38% no pudo pagar servicios públicos; el 48% no pudo pagar a sus proveedores, y el 56% no pagó los impuestos (UIA, 2020).*

- *En Chile, el 37,5% de las empresas redujeron su personal entre abril y mayo, y el 44% de las empresas están en un estado financiero malo o crítico, cifra que aumenta al 51% entre las microempresas (CNC, 2020).*
- *En el Uruguay, el 59,4% de las empresas de comercio y servicios han enviado a sus empleados al seguro de desempleo, y destacan entre ellas las empresas de alojamiento y servicios de comida (81,5%). Entre las empresas que enviaron empleados al seguro de desempleo, el 41,2% envió a más del 75% de la planilla (CNCS, 2020).*
- *En Panamá, los sectores que registraron las mayores caídas de sus ingresos fueron los de hoteles (-99,4%), construcción (-86,4%), restaurantes (-85,0%), comercio al por menor (-83,8%) y servicios turísticos (-78,7%) (CCIAP, 2020).*
- *En Centroamérica, el 50% de las empresas necesitarían entre cuatro y nueve meses para recuperar el nivel de facturación previo a la crisis. Esta situación se agrava entre las microempresas, que necesitarían un período que va de siete meses a más de un año para lograr este objetivo (FECAMCO, 2020). Pag6*

Las medidas adoptadas importantes pero insuficientes. Pag8

“Un objetivo inmediato de los gobiernos ha sido reducir la destrucción de capacidades provocada en la fase crítica de la pandemia. Esta destrucción de capacidades (despidos y cierres de empresas) dificulta la recuperación de la actividad de las economías una vez pasada la emergencia.

El cierre de empresas destruye el saber empresarial y el capital físico localizado, así como cadenas productivas completas y circuitos de flujo de pagos. La imposibilidad de los agentes económicos de adaptarse a los cambios bruscos del entorno tiene efectos localizados y

sistémicos, y se inician procesos de histéresis en que dichos agentes mantienen su comportamiento en el tiempo más allá de la crisis, prolongando así sus efectos.

A partir de marzo de 2020, para sostener la estructura productiva y evitar la destrucción de capacidades en las empresas, los gobiernos anunciaron un conjunto amplio de medidas. La CEPAL ha identificado 351 medidas, agrupadas en seis categorías según sus objetivos. En 19 países, COVID-19 91 de estas medidas tuvieron un enfoque sectorial y se orientaron a problemas específicos de ramas productivas determinadas.”

“En casi todos los países se anunciaron líneas de crédito especiales para financiar el capital de trabajo de las MiPymes de modo que continuaran sus actividades y pagaran sus nóminas. En muchos casos, estas medidas se han dirigido a los sectores más afectados, como el del turismo, o hacia sectores estratégicos para la seguridad alimentaria, como el agropecuario.

„ Las características de los créditos varían según el país y en la gran mayoría de los casos son programas nuevos. Los plazos de pago van desde uno a cinco años y en la mitad de los casos se proponen plazos de tres años (se identificaron los plazos en un 25% de las medidas anunciadas). Las tasas de interés han sido reducidas, subsidiadas en muchos casos, llegando incluso al 0% real; los períodos de gracia observados varían entre 3 y 12 meses. Por su parte, los montos solicitados se ajustan al nivel de ventas de cada empresa, en algunos casos con máximos definidos. En algunos países, se anunciaron condiciones más favorables para inversiones productivas y se establecieron programas supeditados a que las empresas no despidan trabajadores.” Pag10

“Sin embargo, el 86% de estas medidas contemplan horizontes temporales inferiores a seis meses, lo que, si bien supone un esfuerzo financiero considerable (en el Brasil, por ejemplo, el monto asociado a medidas de liquidez representa el 3,1% del PIB), no sería suficiente para

que el sector empresarial enfrente una recuperación que, muy probablemente, será lenta y gradual” Pag11

“Además de la compra pública, entre las escasas medidas de apoyo directo existen algunos programas para capacitar a las mipymes en materia digitalización o proveerles plataformas de venta en línea. Ello les permitiría adaptarse a la marcada reducción de las ventas presenciales.

„ Solo cinco países adoptaron medidas específicas para apoyar a las empresas exportadoras. Entre ellas, destacan medidas tributarias como la aceleración del pago de reintegros o la postergación de pagos, así como la facilitación de algunas líneas de crédito para exportadores.

„ Hasta finales de mayo no se habían observado medidas dirigidas exclusivamente a grandes empresas. Sin embargo, algunas de las medidas de corto y mediano plazo mencionadas, en particular las referidas al empleo, no discriminan por tamaño de empresa, lo que permite que la ayuda se dirija también a las grandes empresas. Asimismo, en algunas de las medidas de crédito se establecen criterios diferentes para las empresas de mayor tamaño.

„ En Europa, el carácter estratégico de algunas empresas en términos de desarrollo tecnológico, militar o económico ha llevado a que algunos gobiernos adopten medidas de rescate de grandes empresas. Estas intervenciones a menudo son condicionadas a la suscripción de compromisos y su correspondiente cumplimiento. Por ejemplo, en Alemania se otorgará crédito a la empresa Adidas, condicionado a que no se repartan utilidades mientras el crédito esté vigente. En Dinamarca y Polonia, por su parte, no se otorgarán préstamos a empresas con sedes en paraísos fiscales.

„ En 23 países de la región se adoptaron 91 medidas en las que se enfatiza la pertenencia a un sector para acceder a los beneficios. La mayor cantidad de medidas se dirigieron al sector del turismo y las MiPymes agropecuarias y de alimentación, aunque hay diferencias geográficas en el tipo de medidas sectoriales implementadas o anunciadas (véase el gráfico 16). En América del Sur, se prefirió extender las facilidades para el acceso al crédito de los sectores más afectados. En Centroamérica, se adoptaron medidas de ayuda directa enfocadas en el turismo, la actividad agropecuaria y la alimentación, mientras que en México se ha optado por ampliar los presupuestos a programas ya existentes ligados a la agricultura, la cultura y las artes. En el Caribe, cuya economía depende mucho del turismo, las medidas de ayuda monetaria en forma de bonos, subsidios y suspensión de cobros se han focalizado en el sector hotelero.” Pag13

“La pandemia puso de manifiesto las debilidades de los sistemas de salud y las cadenas de suministro de insumos clave. Sin embargo, también mostró la capacidad de adaptación de algunas empresas para suplir las debilidades de los sistemas productivos. Las iniciativas individuales y colectivas, en ocasiones articuladas por cámaras empresariales, instituciones públicas y centros académicos, permitieron adaptar la producción y proveer equipos, insumos y servicios esenciales al sistema de salud para enfrentar a la crisis sanitaria” Pag15

De la emergencia a la reactivación: modificación de la estructura productiva y la inserción internacional Pag20

“El impacto de la crisis se ve amplificado por la debilidad de la estructura productiva. Antes de la pandemia, la estructura productiva de la región presentaba una gran heterogeneidad estructural que limitaba seriamente las posibilidades de desarrollo económico. La pandemia hace más evidente estas debilidades y amplifica las tensiones económicas, sociales y ambientales. En el ámbito productivo, la coyuntura plantea la urgencia de mitigar la

destrucción de las capacidades, sin olvidar la necesidad de aumentar de manera sostenida la productividad, generar encadenamientos productivos e incrementar el aprendizaje y la generación y difusión de innovaciones (la llamada eficiencia schumpeteriana).” En este contexto, la industria adquiere una importancia estratégica y un rol protagónico en el proceso de crecimiento y en el cambio de la matriz productiva. Para ello, se requieren políticas para modificar la estructura productiva, es decir, incentivos distintos de los que prevalecen en la actualidad para que las empresas privadas, junto con el Estado, realicen las inversiones necesarias para diversificar la estructura económica, garantizar un proceso continuo y estable de crecimiento y evitar retrocesos sociales y ambientales.

“El regreso a la actividad y la reactivación de la economía producirán cambios importantes en las empresas y la organización de las cadenas productivas. “En las empresas, la pandemia ha obligado a modificar las condiciones de seguridad para sus trabajadores, proveedores y clientes, así como la manera en que se relacionan entre sí. El distanciamiento social ha acelerado la transformación digital e impulsado procesos que buscan aumentos de la productividad y la eficiencia. En un entorno de cambios rápidos y marcada incertidumbre, muchas empresas se han visto obligadas a innovar, reevaluar la forma en que operan y cambiar sus modelos de negocio. Esto implica generar capacidades para identificar rápidamente los cambios en las preferencias de los consumidores y garantizar que la cadena de proveedores y los servicios ofrecidos sean consecuentes con esos cambios. Asimismo, significa incorporar la idea de que la “seguridad sanitaria” puede llegar a ser un factor importante para mejorar productos y servicios.

“Las medidas adoptadas por los países para enfrentar la emergencia sanitaria han llevado a un aumento del uso de tecnologías digitales por las empresas en su relación con los consumidores, COVID-19 21 los proveedores y los empleados, así como en la organización de

los procesos de gestión interna. Muchos de estos cambios seguirán también después de la emergencia, en particular aquellos asociados al comportamiento de los consumidores.

“Las tecnologías digitales serán clave en el nuevo modelo de funcionamiento de las empresas. Esto ocurrirá, en primer lugar, en las operaciones de promoción, venta y entrega de bienes y servicios, y en la interacción con los proveedores. En segundo lugar, las empresas tendrán que incorporar capacidades para adquirir y procesar grandes cantidades de información o macro datos (big data) para sus procesos de toma de decisiones (seguimiento y adaptación a los cambios en la demanda, pero también la redefinición de las cadenas de suministro).

Finalmente, es razonable esperar una mayor incorporación de dispositivos de interconexión digital en los procesos productivos, así como una mayor utilización de la robótica para incrementar la eficiencia, sobre todo tomando en cuenta que las necesidades de seguridad sanitaria pueden llevar a emplear una menor cantidad de trabajadores en algunas fases de producción.

“La adopción de protocolos de seguridad en las empresas supone un aumento de los costos. Las empresas tendrán que realizar inversiones para reorganizar los ambientes de trabajo, los espacios comunes (comedores y cafeterías, por ejemplo) y las instalaciones sanitarias. Además, es probable que deban mejorar y ampliar su dotación de equipos para el uso de tecnologías digitales a fin de implementar un modelo híbrido de teletrabajo y actividades presenciales. Estas inversiones llevarán a un aumento de los costos fijos. Al mismo tiempo, la mayor utilización de productos sanitarios y de limpieza implica mayores costos variables. “La caída de la demanda interna e internacional generará, por lo menos en el mediano plazo, un aumento de la capacidad no utilizada, en comparación con la etapa previa a la crisis y, por lo tanto, incrementará los costos fijos por unidad producida.” Para enfrentar esta situación, las empresas tendrán que avanzar en la búsqueda de mayor eficiencia y productividad. En ambos casos, el rol de las políticas es clave para generar los estímulos para que las empresas se

orienten a los productos de mayor valor agregado, cambien el consumo de energía, tengan una mayor interacción entre sí (eficiencia colectiva) e incorporen nuevas tecnologías.

“Las cadenas de valor han sido un eje fundamental del proceso de globalización. Sin embargo, la crisis modificará la interdependencia de la economía mundial. Es probable que en la etapa de reactivación se rediseñen las modalidades de división internacional del trabajo.

“ La crisis ha mostrado la fragilidad de la organización de la producción basada en cadenas de valor. Líneas de producción completas, en las que participa más de una economía, pueden detenerse debido a la falta de insumos, partes y componentes. Esto ha llevado al cuestionamiento de la gran dependencia de la industria de muchos países de la oferta de partes y componentes producidos en China. COVID-19.”

El aumento del proteccionismo favorecería el traslado de las operaciones de las empresas a sus países de origen (reshoring) o a destinos cercanos (nearshoring). La alta concentración de producción en algunos países, por ejemplo, de fármacos e insumos médicos en China y la India, podría generar presiones por parte de los gobiernos de las economías desarrolladas para que sus empresas transnacionales aumenten su producción en sus países de origen.

“Las decisiones estratégicas en las cadenas globales del valor no dependerán exclusivamente de indicadores de rentabilidad, sino que resultará cada vez más importante la evaluación de aspectos relacionados con la garantía de abastecimiento de los insumos críticos, mientras que para los países adquirirá más relevancia la priorización de sectores estratégicos (salud, investigación médica, farmacéutico, biotecnológico).

“Los proveedores de las empresas transnacionales son los que enfrentan una mayor presión por las posibles rupturas de las redes internacionales de suministro. En este contexto, podrán generarse nuevas oportunidades asociadas con el desarrollo de capacidades nacionales y

regionales. *“Las rupturas en las cadenas de suministro deberían llevar a valorizar a los productores locales, pero también a generar mecanismos de integración productiva regionales con el liderazgo de los países de la región con mayores capacidades industriales. Esto permitiría reforzar y expandir los mecanismos de integración productiva regional.*

“En la medida en que la reactivación en el mediano plazo seguramente se base más en el aumento de la utilización de capacidad ociosa causada por la crisis que en inversiones (marcadamente deprimidas por la incertidumbre, la propia capacidad ociosa y el reducido espacio fiscal), la forma que adopte la reactivación determinará si los países de la región repetirán el camino que los condujo a la debilidad económica y social con que enfrentan la pandemia o sentarán los fundamentos de un cambio estructural progresivo.” Por ello, es indispensable, ya en la etapa de reactivación, poner en marcha acciones para superar las debilidades estructurales de las economías de la región. En este sentido, la CEPAL ha propuesto una estrategia de gran impulso a la sostenibilidad que permitiría establecer una hoja de ruta con medidas para construir un nuevo modelo de desarrollo con igualdad y sostenibilidad. “En el plano sectorial y empresarial, esto implica poner en marcha políticas industriales para el desarrollo de sectores que permitan realizar un cambio estructural hacia una mayor productividad e innovación, una mayor generación de empleos de calidad y una mayor sostenibilidad ambiental.”

Flota, Darío .(2020). QUINTANA ROO: Caso de Éxito de Reapertura de Turismo. Opetur.

<https://www.youtube.com/watch?v=aTkWSgTkGC8>

EL Ingeniero Darío Flota, director del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, México, nos comenta que:

“El país de México con anterioridad a la pandemia tenían el turismo muy dividido en cuanto al promoción y gestión del destino como era el caso de Quintana Roo, con ayuda del departamento de turismo y el gobernador en función decidieron unificar todas las administraciones con el fin de recortar costos, ayudar con la promoción del destino uno con otro así se logra promover incluso los destinos menos conocidos y así puedan conseguir fondos suficientes para reinvertir en los destinos. Se dio a conocer la importancia del turismo para la economía del país, el gobernador vigente decidió activar un programa de reintegración del turismo en el cual se tomaba en cuenta que lo que pasaría con las personas que perderían empleos, para lo cual decidieron enviarle ayuda a la mayor parte de la población del sector. Dentro de las medidas implementadas se puede encontrar.

El programa de reactivación ya mencionado el cual tenía el nombre del paraíso puede esperar, esta propuesta ellos lograban incentivar a las personas a resguardarse en sus casas para evitar el contagio a su vez dándole a entender que las playas, los hoteles, restaurantes pueden esperar un tiempo esa campaña le resultó alrededor de dos meses. Luego de esta el destino ya se encontraba en un estado más óptimo para volver a activar algunas de las actividades como los hoteles principalmente y servicios de restaurantes en la reapertura se implementaron otras medidas las cuales servirían como guía para saber el estado de capacidad de ocupación, de personal disponible, rentabilidad todo iba a depender del área que mejor favorece al tipo de hotel, las medidas iban en forma de semáforo rojo porcentaje bajo, amarillo medio y verde un buen porcentaje permitiéndole un mejor control del contagio.

Para poder lograr todo esto el gobierno decidió recopilar todas las recomendaciones, medidas, protocolos tanto de la OMT, OMS para poder implementarlos en sus empresas. El aeropuerto de Cancún jugó un papel fundamental en la reactivación del turismo ofreciendo vuelos con el país norteamericano y manteniéndose en contacto constante con las diferentes aerolíneas e

agencias de viajes, mantenido siempre informado a los viajeros las medidas implementadas en la país y protocolos que son primordiales respetar para poder transitar sin problemas.

Como factor diferenciador dentro de los aeropuertos se encuentran en la toma de temperatura a los viajeros, en vez de utilizar una pistola termográfica decidieron optar por cámaras termográficas que tiene como función observar a cada turista y en momento que se identifique a alguien con una alta temperatura la seguridad lo detendría y tomar temperatura individualmente, se les realiza una serie de preguntas para determinar claramente su estado.

Al principio de la pandemia ellos contaban con un horario de toque de queda similar al nuestro, pero luego de que empezó a incrementar nuevamente el turismo internacional se decidido retirar para permitir la igualdad entre los residentes y los turistas en cuanto al ingreso de playas e otras actividades siempre y cuando con algunas medidas como un porcentaje de ocupación de un 60% en las playas no se permiten actividades física grupales.”

Empleos totales en la industria de restaurantes

Según la Asociación Nacional de Restaurantes en Estados Unidos

“La recuperación del empleo en la industria de la restauración se desaceleró en los últimos meses. Los niveles de empleo en restaurantes continuaron aumentando en octubre, aunque a un ritmo mucho más lento que durante el repunte inicial que surgió de los bloqueos de primavera. Los lugares para comer y beber * agregaron 192,200 empleos netos en octubre sobre una base ajustada estacionalmente, según datos preliminares de la Oficina de Estadísticas Laborales (BLS).

Esto siguió a las ganancias de 99.600 puestos de trabajo en agosto y 232.500 puestos de trabajo en septiembre. En total durante los últimos tres meses, los lugares para comer y beber agregaron 524,300 empleos netos. Eso fue idéntico al aumento de empleo neto registrado solo

en julio, y muy por debajo de los 3 millones de empleos agregados en mayo y junio combinados.

Como resultado de la reciente desaceleración, los niveles de personal de los restaurantes siguen siendo 2,1 millones de empleos por debajo de las lecturas anteriores al coronavirus. Si el ritmo actual de crecimiento continúa, no se verá una recuperación completa hasta finales de 2021 como muy pronto.”

Ventas en la misma tienda y tráfico de clientes

“La mayoría de los operadores continúan reportando ventas y tráfico más bajos. Los operadores de restaurantes en general reportaron resultados de ventas en la misma tienda algo más sólidos en septiembre, según la encuesta de seguimiento mensual de la Asociación Nacional de Restaurantes. Treinta y dos por ciento de los operadores de restaurantes informaron un aumento en las ventas en las mismas tiendas entre septiembre de 2019 y septiembre de 2020, frente al 21% en agosto y el nivel más alto hasta ahora durante la pandemia.

Al igual que en los últimos meses, las lecturas de ventas continuaron variando según el segmento. Los operadores de servicio limitado eran significativamente más propensos que sus contrapartes de servicio completo a reportar mayores ventas en la misma tienda en septiembre.”

Limitaciones del covid en el servicio

En el transcurso del año los empresarios se han enfrentado a distintos tipos de retos los cuales le han dificultado la manera tradicional de ofrecer el servicio a sus clientes, a causa de las limitaciones que trajo consigo la pandemia causada por el covid 19. Sin embargo, algunas de las adaptaciones que han resultado viables en el servicio ante la nueva modalidad entre ellas los nuevos protocolos de salubridad y niveles de contactos con el cliente:

Reparto a domicilio:

- El establecimiento debe contar con un espacio habilitado para la entrega del pedido al repartidor (barra, mesa...).
 - El personal encargado del reparto de pedidos debe usar los equipos de protección individual determinados en el plan de contingencia.
 - Se debe evitar el contacto entre el personal de entrega de pedido y el repartidor en la transacción (muestra de hoja de pedido, etc.). Una vez entregado el pedido al repartidor, en la zona habilitada para ello, el personal que entrega el pedido debe lavarse las manos.
 - Debe establecerse un sistema para evitar las aglomeraciones de personal de reparto.
 - Se debe fomentar el uso de pago por medios electrónicos, que eviten establecer contacto entre cliente y personal de reparto.
 - Durante la entrega al cliente se debe mantener una distancia segura de, al menos, 1 metro.
 - El repartidor debe higienizarse las manos correctamente con gel desinfectante durante todo el proceso de entrega.
- En el caso de que el transporte y entrega a domicilio lo realice personal externo a la organización (plataformas de delivery o similares) además de lo anterior se solicitará al proveedor del servicio su plan de contingencia con respecto al COVID 19.

Comida para llevar:

El establecimiento debe contar con un espacio habilitado y señalizado para la recogida de los pedidos (ej. mesa, mostrador, etc.) donde se realizará el intercambio y pago en su caso. Se debe garantizar la distancia de seguridad (se recomienda que esta operación se realice mediante marcas visibles en el suelo o similares).

Servicio en barra:

En cuanto al servicio en barra, se deberá respetar la distancia de seguridad entre cliente y personal, utilizándose, si esto no fuera posible, otras medidas de protección (mascarillas, pantallas faciales...).

Deberán establecerse las posiciones a ocupar por el cliente o grupos de clientes en barra de forma que se evitan aglomeraciones y se garantice la distancia de seguridad.

Los productos expuestos, en su caso, en barra, deberán estar convenientemente protegidos hacia el cliente y hacia el empleado. No se admite el autoservicio en barra por parte del cliente.

Servicio en sala

Servicio en mesa: Los camareros que realicen el servicio deben garantizar la distancia de seguridad o aplicar procedimientos estrictos que eviten el riesgo de contagio (desinfectar de forma continua las manos, separarse de los clientes para mantener conversaciones). En caso de no poder llevar a cabo estas cuestiones deberá disponer otras medidas de protección (pantallas faciales, mascarillas...)

Recogida de pedido en mostrador: Se debe organizar la espera evitando la aglomeración y cruces de clientes.

Se recomienda que se señalice la distancia de seguridad en el suelo o de forma similar y que existan paneles / carteles explicativos del procedimiento de recogida.

En el caso de que el cliente utilice un dispositivo digital común (tablets, quioscos...) para realizar el pedido este debe ser desinfectado frecuentemente. Se recomienda colocar dispensadores de solución hidroalcohólica en estas zonas.

En la zona de los Quioscos se debe mantener la distancia de seguridad evitando las aglomeraciones de clientes.

Servicio en terraza

La empresa debe establecer la forma de controlar que el cliente no haga uso arbitrario del equipamiento en terraza (mesas y sillas), con el fin de que este pueda ser desinfectado entre un cliente y otro.

Se mostrará cartelería informando al cliente de estas pautas de higiene y desinfección para que sea conocedor de las mismas y las respete. Esta información debe dejar claramente indicado que el cliente no puede ocupar una mesa sin que el personal del establecimiento lo acomode.

Aseos

Los aseos, tanto los de uso de clientes como, si los hubiera, de uso del personal, deben contar, al menos, con dispensadores de jabón desinfectante, papel de secado, y/o gel desinfectante.

Las papeleras deben presentar apertura de accionamiento no manual y disponer de bolsa interior.

La organización debe asegurar la reposición de consumibles (jabón desinfectante, toallas de papel)

Métodos utilizados ante esta problemática

Debido a la crisis ocurrida mediante la pandemia tanto los gobiernos como las empresas han recurrido a medidas drásticas que le permitan prolongar por mas tiempo el cierre total de las compañías e actividades de monetización del turismo. Por eso se presentan a cuáles fueran esas medidas a las que recurrieron:

- ↪ *Las empresas por falta de capital empezaron a despedir a la mayor parte del personal de trabajo.*

- ↪ *Se comienza el cierre de cadenas tanto hoteleras como restauranteras provocando una caída en las ventas del negocio.*

- ↪ *Como restricción de la capacidad máxima de personal en un lugar se mando al 90% del personal administrativo a sus hogares para evitar el incremento del contagio dando inicio al teletrabajo.*

- ↪ *Los gobiernos proponen a los bancos abrir líneas de créditos para aquellas personas que han sufrido de desempleo a causa de la crisis del covid 19.*

- ↪ *Se crearon programas de ayuda hacia las microempresas sobre capacitaciones en el uso de plataformas virtuales incluyendo las alternativas de ventas digitales.*

- ↪ *Apoyo a las empresas exportadoras de insumos*

- ↪ *En Europa los gobiernos han optado por no ofrecer ayuda a las grandes empresas o multicadenas.*

- ↪ *En la mayoría de los países a nivel mundial optaron por brindar su ayuda al resurgimiento del turismo y las microempresas del sector agropecuario y alimentación. A diferencia de América del Sur, que prefirió extender las facilidades para el acceso al crédito de los sectores más afectados, mientras que en México se ha optado por ampliar los presupuestos a programas ya existentes ligados a la agricultura, la cultura y las artes y en el Caribe, cuya economía depende mucho del turismo, las medidas de*

ayuda monetaria en forma de bonos, subsidios y suspensión de cobros se han focalizado en el sector hotelero.

⇒ *Principalmente en Latinoamérica y el Caribe la pandemia saco a flote las debilidades que tiene el sector de la salud ante el manejo de una crisis.*

Metodología Utilizada

Revisión de la literatura orientándose a lo ocurrido en el transcurso de la pandemia provocada por el covid 19.

Análisis de datos

- **Hoja comparativa**

Aspectos a comparar	FRANCIA	ITALIA	ESTADOS UNIDOS	CHINA	ESPAÑA
Fecha de	Mayo 2020	Junio 15 del 2020	Octubre 2020	Mayo 1 del	Julio 1 del 2020

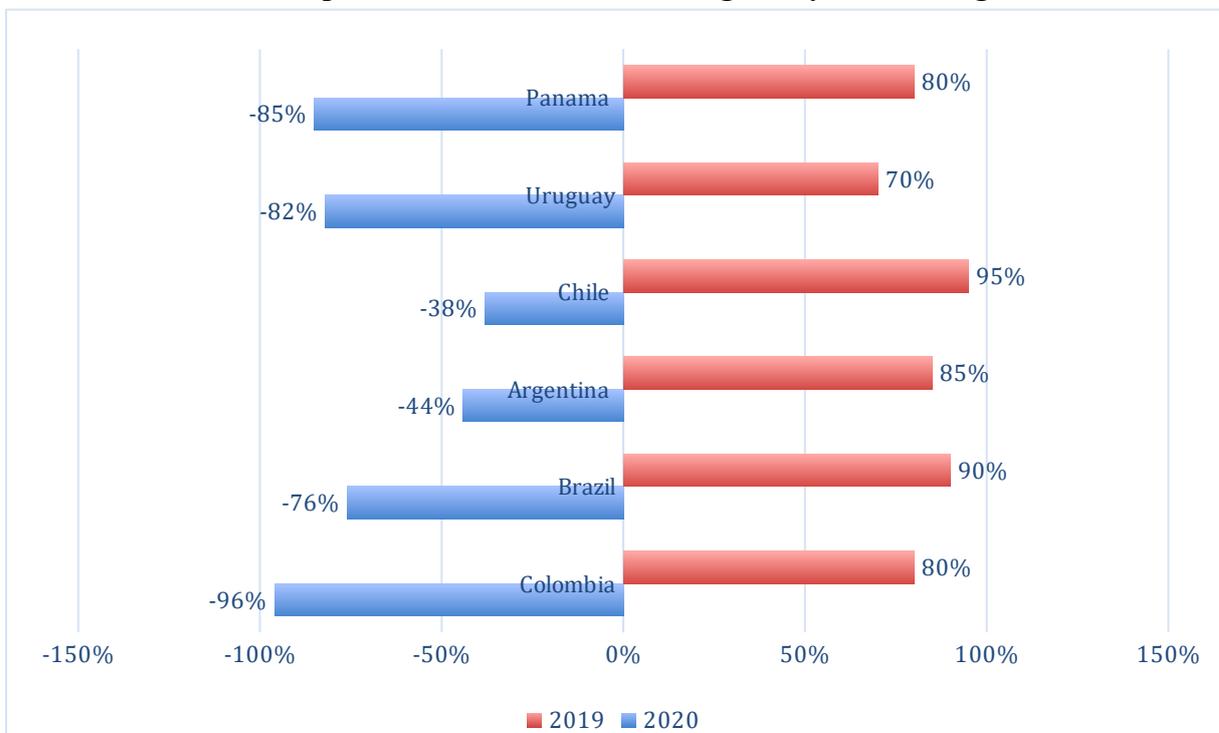
emisión				2020	
Estrategias utilizadas y restricciones	<p>Se exigen certificados médicos de entrada y salida,</p> <p>Tener su residencia principal en Francia,</p> <p>Ser profesionales de la salud con el objetivo de combatir el Covid-19</p> <p>Ser transportistas de mercancías o miembros de la tripulación de vuelos de pasajeros y de carga que lleguen a su base de partida</p> <p>Ser miembro de una misión diplomática o internacional, o un funcionario de las fronteras terrestres interiores</p>	<p>Se permitirán actividades turísticas “en teatros, salas de conciertos, cines y otros espacios incluso al aire libre.</p> <p>Los espectáculos tendrán lugar con asientos preasignados y espaciados y a condición de que se respete la distancia interpersonal de al menos un metro tanto para el personal como para los espectadores, con un número máximo de 1.000 espectadores para los espectáculos al aire libre y 200 personas para los espectáculos en espacios cerrados, para cada una de las salas.</p> <p>Reapertura de vuelos internacionales, movilidad en entradas a sitios de interés, con medidas sanitarias y respeto a la distancia entre personas.</p>	<p>Publicidad la marca “Brand USA”, la cual fue utilizada con anterioridad para promocionar el país como destino para millones de visitantes del exterior, logrando así un enfoque actual de Brand USA es informar y apoyar a nuestros socios y mantener a EE. UU. entre los consumidores</p> <p>Por eso se está organizando un seminario web de investigación para proporcionar una actualización sobre las condiciones del mercado internacional: el estado de la pandemia, las perspectivas económicas y el sentimiento del consumidor</p>	<p>Restricciones de movimiento de mercancía, transportes y personas que aún se mantienen en algunas regiones, como la capital, Pekín, para impedir una segunda oleada de infecciones desde el exterior</p> <p>De esta manera, hay una precaución en la movilidad pese a ciertas posibilidades de salidas cortas.</p>	<p>Los viajeros internacionales no estaban obligados a guardar la cuarentena al llegar al país</p> <p>Se generaron alertas de viaje, lo que puede mermar las expectativas en la vuelta de las actividades para el recreo de los visitantes.</p> <p>Habrà restricciones a la movilidad sobrevinidas como resultado de medidas de urgencia para controlar focos de contagio.</p> <p>En servicios como el transporte, hoteles, restaurantes, museos están operando solo parcialmente y con limitaciones horarias</p>
Grupo encargado	Gobierno francés Jean-Baptiste Lemoyne secretario del	Gobierno Italiano	Gobierno Estadounidense El vicepresidente	Gobierno Chino	Gobierno Español El Ministerio de Asuntos

	estado francés, encargado del turismo		de Investigación y Análisis de Brand USA, Carroll Rheem		Exteriores, Unión Europea
--	---	--	--	--	------------------------------

- **Gráfica de comportamiento**

Esta grafica de comportamiento explica como a disminuido el porcentaje de ventas del 2019 - 2020 en los restaurantes de los principales países de Latinoamérica y como se ha visto reflejado en el personal de trabajo.

- **Check list de los protocolos de sanidad a nivel global y sus estrategias**



Protocolos personales

- ✓ Lávese las manos constantemente
- ✓ Quédese en casa si está enfermo.
- ✓ Limpie y desinfecte objetos y superficies que han sido tocados
- ✓ Cúbrase la nariz y la boca al toser y estornudar con un pañuelo desechable, luego deseche inmediatamente el pañuelo.
- ✓ No tome medicamentos antivirales o antibióticos a menos que se los prescriba su médico.
- ✓ Póngase una mascarilla de protección médica.
- ✓ Si presenta síntomas relacionados a la enfermedad, contactar al número de ayuda del país.

Restricciones protocolares

- ✓ Se exigen certificados médicos de entrada y salida
- ✓ Restricciones de movimiento de mercancía, transportes y personas fuera de su región para evitar el incremento de contagios.
- ✓ En servicios como el transporte, hoteles, restaurantes están operando solo parcialmente con limitaciones horarias y de espacios.
- ✓ Al estar en un establecimiento de recreación pública deberá guardar su distanciamiento en todo momento en un rango de 1 metro de distancia.

Estrategias de reintegración turística

- ✓ Se permitirán actividades turísticas en teatros, salas de conciertos, cines y otros espacios incluso al aire libre.
- ✓ Reapertura de vuelos internacionales, movilidad en entradas a sitios de interés, con medidas sanitarias y respeto a la distancia entre personas.
- ✓ Los viajeros internacionales no estaban obligados a guardar la cuarentena al llegar al país.
- ✓ Realización de seminarios Webs con el fin de promocionar su destino en el que muestran sus estrategias de reincorporación a la sociedad y cuales medidas tienen como destino para los visitantes.

Propuesta de oferta a nivel local (posibles soluciones)

- ❖ Apoyar a las micro y pequeñas empresas turísticas en respuesta a la crisis económica.
- ❖ Evitar la pérdida de empleos en el sector causadas por la pandemia del Covid-19.
- ❖ Promover créditos destinados al turismo, a la modernización del transporte aéreo y urbano de pasajeros.
- ❖ Implantar mayores y más rigurosos controles sanitarios en las fronteras y los sitios de acceso como puertos, aduanas y centrales aéreas para mitigar los efectos de la pandemia de la covid-19.
- ❖ Instalar un esquema de promoción turística nacional acompañado de incentivos fiscales y económicos, con la intención de reactivar el mercado turístico interno para reactivar la economía tras los efectos de la covid-19.
- ❖ Crear medidas orientadas a promover el turismo en el país esto en cuanto sea posible debido a la emergencia sanitaria.
- ❖ Desarrollar un programa de reactivación económica del turismo nacional que contribuya a fortalecer las capacidades de las empresas turísticas y aminore las consecuencias económicas adversas causadas por la epidemia de la covid-19.
- ❖ Realizar un convenio de colaboración con el sector hotelero a fin de otorgar hospedaje a los trabajadores de la salud que atienden a pacientes con la covid-19, para salvaguardar su integridad y la salud de sus familias. (SIL, 2020).

Conclusión

En este trabajo se pretende afrontar ideas sobre lo ocurrido en el transcurso de la pandemia, señalando los protocolos implementados a nivel global tanto de sanidad como de restricciones en los locales, evidenciando las estrategias utilizadas para avanzar en el procesos de reintegración de la confianza del cliente en la gestión turística principalmente en los restaurantes y sus variantes del servicio, además de evaluar mediante graficas de comportamiento los efectos negativos del covid 19 a las empresas, de igual forma ofreciendo propuestas de soluciones para incentivar e reivindicar las circunstancias ocurridas a nivel local.

Fuentes bibliográficas

(2020). Retrieved 21 September 2020, from

http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf

Machado Hincapié, J. (2020). Experiencia de cultura internacional a partir de la importación de insumos, transferencia tecnológica y de conocimiento en restaurantes de comida internacional en Pereira en el año 2020. Retrieved 21 September 2020, from

<https://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/6166>

Matallana Castellanos, L. (2020). Retos empresariales tras el Coronavirus COVID-19.

Retrieved 21 September 2020, from <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/24668>

Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. (2020). Retrieved 21

September 2020, from <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45734>

*Pérez, E. (2020). La industria 4.0 y las nuevas formas de trabajar: una perspectiva desde el caso mexicano en tiempos del COVID 19. Retrieved 21 September 2020, from

https://ojs.ehu.eus/index.php/Lan_Harremanak/article/view/21737

Aguirre Quezada, J. (2020). Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales. Retrieved 21 September 2020, from

<http://www.bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/4882>

Cómo evitar que la crisis del COVID-19 se transforme en una crisis alimentaria: acciones urgentes contra el hambre en América Latina y el Caribe. (2020). Retrieved 21 September

2020, from <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45702>

Cesar Sanchez Narvaez (0000-0001-8918-4560). (2020). Retrieved 21 September 2020, from

<https://orcid.org/0000-0001-8918-4560>

*(2020). Retrieved 28 September 2020, from

https://www.ungs.edu.ar/cm/uploaded_files/publicaciones/301_pe03.pdf

(2020). Retrieved 23 September 2020, from [https://escuelamarketinggastronomico.net/wp-](https://escuelamarketinggastronomico.net/wp-content/uploads/2020/05/MANUAL-MEDIDAS-FRENTE-AL-COVID-RESTAURANTES_hosteleria.pdf)

[content/uploads/2020/05/MANUAL-MEDIDAS-FRENTE-AL-COVID-](https://escuelamarketinggastronomico.net/wp-content/uploads/2020/05/MANUAL-MEDIDAS-FRENTE-AL-COVID-RESTAURANTES_hosteleria.pdf)

[RESTAURANTES_hosteleria.pdf](https://escuelamarketinggastronomico.net/wp-content/uploads/2020/05/MANUAL-MEDIDAS-FRENTE-AL-COVID-RESTAURANTES_hosteleria.pdf)

(2020). Retrieved 23 September 2020, from

[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9891/1/2020_Diez-Canseco_Reinventando-el-](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9891/1/2020_Diez-Canseco_Reinventando-el-turismo.pdf)

[turismo.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9891/1/2020_Diez-Canseco_Reinventando-el-turismo.pdf)

García, Y., & Castro, B. (2020). MANUAL DE CALIDAD PARA LA MEJORA DEL SERVICIO APLICADO A LA EMPRESA HOTELERA. Retrieved 23 September 2020, from

http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/29/1/Castro_%20Brenda_y_Garc

[%c3%ada_Yrma.pdf](http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/29/1/Castro_%20Brenda_y_Garc)

Stronger Together | Mexico, Caribbean, Bermuda, Central & South America. (2020). Retrieved

24 September 2020, from [https://www.youtube.com/watch?](https://www.youtube.com/watch?v=HcrOkt1HJA0&feature=youtu.be)

[v=HcrOkt1HJA0&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=HcrOkt1HJA0&feature=youtu.be)

QUINTANA ROO: Caso de Éxito de Reapertura de Turismo. (2020). Retrieved 24 September

2020, from [QUINTANA ROO: Caso de Éxito de Reapertura de Turismo](#)

Competitividad en Destinos y Negocios Gastronómicos Bioseguros. (2020). Retrieved 24

September 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=HAU8HoUyO8&t=36s>

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hendel B', is centered at the bottom of the page. The signature is written in a cursive style with a large initial 'H'.

