



EFFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONÓ LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

Modalidad: Proyecto de investigación

Karol Nicolle Guerrero Jaimes
C.C 1094047466
Valentina Muñoz Carreño
C.C 1098790583
Claudia Yarelys Segovia Pico
C.C 1116182273

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Mercadeo y Gestión Comercial
Bucaramanga (14/06/2026)



EFFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONÓ LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

Modalidad: Proyecto de investigación

Karol Nicolle Guerrero Jaimes
C.C 1094047466
Valentina Muñoz Carreño
C.C 1098790583
Claudia Yarelys Segovia Pico
C.C 1116182273

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en mercadeo y gestión comercial

DIRECTOR

Mag. Silvia Paola Gallardo

Grupo de investigación en Marketing – GIMA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER

Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología En Mercadeo Y Gestión Comercial
Bucaramanga (14/06/2026)

Nota de Aceptación

Aprobado en cumplimiento de los requisitos exigidos por las Unidades Tecnológicas de Santander, para optar al título de Tecnólogo en mercadeo y gestión comercial, según acta del comité de grado número 20 del 3 de julio de 2026



Firma del Evaluador
Luis Alfonso Robles



Firma del Director
Silvia Paola Gallardo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, a mis amigos y a mi pareja, por su amor, apoyo incondicional y por ser mi mayor motivación en cada paso de este proceso. Este logro también es de ustedes, quienes siempre creyeron en mí.

Karol Nicolle Guerrero Jaimes

Dedico este proyecto a mi familia y a mi pareja, quienes con su esfuerzo, sacrificio y ejemplo han sido el pilar fundamental en mi formación personal y académica. A ellos les debo cada uno de mis logros y les agradezco por nunca dejar de impulsarme a seguir adelante.

Valentina Muñoz Carreño

Dedico este trabajo a todas aquellas personas que hicieron parte de este proceso, especialmente a mi familia y amigos, por su apoyo constante, sus palabras de ánimo y su compañía en los momentos más difíciles. Este logro representa el resultado de la perseverancia y el compromiso.

Claudia Yarelys Segovia Pico

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos profundamente a Dios por brindarnos la fortaleza y la sabiduría necesarias para culminar este proyecto. De igual manera, expresamos nuestra gratitud a nuestras familias por su apoyo incondicional, motivación y confianza durante todo este proceso académico.

Asimismo, expresamos nuestro más sincero reconocimiento a la docente Silvia Paola Gallardo, por su valiosa orientación académica, acompañamiento constante y aportes metodológicos que fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo de grado. Agradecemos también a las Unidades Tecnológicas de Santander, por brindarnos el espacio académico, los recursos necesarios y el respaldo formativo que hicieron posible la realización de esta investigación. Finalmente, agradecemos a los docentes que nos guiaron con sus conocimientos y orientación, así como a todas las personas y establecimientos que hicieron posible la recolección de información para esta investigación. Este trabajo es el resultado del esfuerzo, la dedicación y el acompañamiento de cada uno de ellos.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN	11
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	13
1.3. OBJETIVOS.....	13
1.3.1. Objetivo General.....	13
1.3.2. Objetivos Específicos	13
1.4. ESTADO DEL ARTE	14
2. MARCO REFERENCIAL.....	16
2.1. Marco Teórico	16
2.2. Marco Conceptual	18
2.3. Marco Legal	19
2.4. Marco Ambiental	21
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....	24
5. RESULTADOS.....	26
5.1. OBJETIVO UNO: Identificar los retos que afrontó en el sector durante la cuarentena ocasionadas por el COVID-19.....	26
5.2. OBJETIVO DOS: Comprender las acciones tomadas por lo empresarios para mantenerse en el sector gastronómico Bucaramanga.....	30
5.3. OBJETIVO TRES: Comparar las estrategias que implementaron los empresarios del sector de Bucaramanga durante la pandemia del COVID-19 con respecto a los demás empresarios de nivel nacional.....	35

6.	CONCLUSIONES.....	38
7.	RECOMENDACIONES	39
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
9.	APÉNDICES.....	45
14.	ANEXOS	49

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Respuestas pregunta 4 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	26
<i>Figura 2. Respuestas pregunta 5 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	27
<i>Figura 3. Respuestas pregunta 6 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	27
<i>Figura 4. Respuestas pregunta 7 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	31
<i>Figura 5. Respuestas pregunta 8 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	32
<i>Figura 6. Respuestas pregunta 11 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	34
<i>Figura 7. Respuestas pregunta 12 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico.....</i>	36

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Descripciones de ley, artículos y resoluciones..... 19

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación analiza los cambios estructurales y efectos derivados de la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico de Bucaramanga. El objetivo principal es comprender cómo esta crisis sanitaria transformó la operatividad y visión estratégica de los restaurantes locales. La metodología empleada es de enfoque cualitativo con un diseño exploratorio-descriptivo, basada en la revisión documental y el análisis de acciones empresariales.

Los resultados parciales identifican que el sector enfrentó retos críticos como la disminución drástica de ventas, cierres definitivos y despidos masivos debido a las restricciones de movilidad y aforos. No obstante, se evidencia una notable capacidad de resiliencia mediante la adopción de innovaciones tecnológicas y estratégicas, destacando el fortalecimiento del servicio a domicilio y la implementación de nuevos modelos de negocio como las dark kitchens. Se concluye que la digitalización y la gestión de procesos se convirtieron en factores determinantes para la supervivencia y sostenibilidad del sector en la etapa de reactivación económica postpandemia.

PALABRAS CLAVE. Sector gastronómico, COVID-19, Estrategias empresariales, Reactivación económica

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID-19, declarada en marzo de 2020 por la Organización Mundial de la Salud, representó una crisis sin precedentes que impactó de manera profunda los sectores productivos globales. En Colombia, y específicamente en Bucaramanga, el sector gastronómico fue uno de los más vulnerados debido a las estrictas medidas sanitarias, restricciones de movilidad y la reducción de aforos. Estos factores no solo provocaron caídas en las ventas, sino que forzaron una transformación radical en los hábitos de consumo y en la dinámica operativa de los establecimientos.

El presente informe busca documentar estos cambios, aportando a las líneas de investigación de las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) en materia de desarrollo empresarial y gestión de operaciones. A través de un análisis detallado, se exponen las estrategias de resiliencia organizacional y los métodos de gestión de procesos que permitieron a los empresarios locales adaptarse a un mercado incierto. El estudio se fundamenta en marcos teóricos de innovación y contingencia empresarial, utilizando un método cualitativo para evaluar el impacto real y la capacidad de respuesta del sector frente a la adversidad.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo afectó la pandemia del COVID-19 al sector gastronómico en la ciudad de Bucaramanga?

La pandemia del COVID-19 declarada por la Organización Mundial de la Salud en marzo de 2020, generó una crisis sanitaria, social y económica sin precedentes que afectó profundamente a todos los sectores productivos. Entre los más impactados se encuentra el sector gastronómico, los principales factores fueron las medidas sanitarias estrictas, las restricciones de movilidad y la reducción de aforos en los establecimientos, Estas condiciones provocaron caídas significativas en las ventas, aumento en costos operativos y una reducción en la demanda, lo que llevó al cierre definitivo de varios restaurantes, generando despidos masivos y pérdida de empleo en el sector

Adicionalmente, el incremento de precios derivado de la inflación redujo aún más el consumo, mientras que el aumento de la informalidad generó competencia desleal para los negocios formales. A esto se sumó la transformación en los hábitos de consumo, donde los clientes comenzaron a priorizar el servicio a domicilio y las plataformas digitales, dejando en desventaja a los restaurantes con baja capacidad de adaptación tecnológica. En conjunto, estos factores provocaron cambios estructurales en el funcionamiento del sector gastronómico, obligando a los restaurantes a adaptarse a nuevas dinámicas de mercado para poder sobrevivir.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Es necesario estudiar esta problemática para comprender los factores que debilitaron al sector gastronómico y las oportunidades de mejora que tuvieron en cuenta los empresarios frente a esta crisis. Esta propuesta es relevante para las Unidades Tecnológicas de Santander porque aporta a líneas de investigación relacionadas con el desarrollo empresarial, la gestión de operaciones y la reactivación económica regional. Además, tiene aplicabilidad directa en la vida del estudiante al fortalecer competencias en análisis organizacional, operacional y formulación de soluciones. Finalmente, contribuye al campo del conocimiento y a la sociedad al generar recursos para la toma de decisiones, la innovación empresarial y la construcción de un sector gastronómico más resiliente y sostenible.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Analizar los efectos respecto al cambio en el sector gastronómico postpandemia en la ciudad de Bucaramanga.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Identificar los retos que afrontó en el sector durante la cuarentena ocasionadas por el COVID-19.
2. Comprender las acciones tomadas por lo empresarios para mantenerse en el sector gastronómico Bucaramanga.
3. Comparar las estrategias que implementaron los empresarios del sector de Bucaramanga durante la pandemia del COVID-19 con respecto a los demás empresarios de nivel nacional.

1.4. ESTADO DEL ARTE

Nacional

Tema: Análisis del impacto económico en el sector turístico tras la pandemia del COVID-19 en Colombia.

Autores:

- Orianna Alejandra Díaz Díaz
- Salma Valeria Bonero Castiblanco

Universidad El Bosque, Bogotá

Objetivo:

El objetivo de esta investigación es analizar el comportamiento, consecuencias e implicaciones económicas ocasionadas en el sector turístico y hotelero producto pandemia COVID-19 en Colombia.

Metodología:

Tipo de investigación implementado será cualitativo. Se implementarán técnicas de recolección de la información con lectura de documentos.

Resultados:

Se evidenció el comportamiento y representación del sector turístico y sus aportes al crecimiento del PIB a nivel nacional; por otro lado, se estudió el declive del sector tras la pandemia, factor que se observó en la ocupación de hoteles y la afectación en el transporte.

Internacional – Ecuador

Tema:

E-logística: Análisis en el sector gastronómico de Ambato en época de COVID-19.

Autores:

- Lady Alexandra Guato Lza
- María Paola Aguatanga Bonilla

Objetivo:

Analizar la E-logística en el sector gastronómico.

Metodología:

Presente trabajo está dirigido en un diseño investigativo de enfoque cualitativo y de tipo exploratorio y descriptivo. Se implementan varios métodos, técnicas e instrumentos (encuestas).

Resultados:

Se generó informes gráficos de los datos recolectados en los cuales se evidencian los porcentajes respectivos a cada uno de los instrumentos aplicados. Se realizaron cambios en la infraestructura en el cronológico.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

- **Resiliencia Empresarial:**

La resiliencia empresarial se define como la capacidad de una organización para resistir, adaptarse y recuperarse ante situaciones adversas o de crisis que ponen en riesgo su funcionamiento y sostenibilidad (Duchek, 2020). En el contexto de la pandemia del COVID-19, esta cualidad se volvió fundamental para la supervivencia del sector gastronómico, ya que las restricciones sanitarias, la reducción del consumo presencial y los cambios en los hábitos del cliente exigieron una rápida capacidad de respuesta.

- **Estrategias de Resiliencia Organizacional:**

Las estrategias de resiliencia organizacional son las acciones planificadas que permiten a las empresas mantener su operación durante situaciones imprevistas y recuperar su estabilidad en el menor tiempo posible (Lengnick-Hall et al., 2011). Estas estrategias combinan aspectos de liderazgo, gestión del cambio, comunicación efectiva y aprendizaje organizacional.

- **Gestión de procesos:**

La gestión de procesos es el enfoque que busca mejorar la eficiencia y calidad de las actividades internas de una organización, garantizando la coherencia entre los objetivos estratégicos y las operaciones diarias (Davenport, 1993). En tiempos de crisis, una adecuada gestión de

procesos se convierte en un elemento esencial para la recuperación y fortalecimiento de la empresa. Este enfoque permite organizar, analizar y mejorar las actividades internas con el fin de optimizar recursos, garantizar la calidad del servicio y adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

- **Innovación:**

La innovación se convirtió en un pilar esencial para la recuperación del sector gastronómico durante y después de la pandemia. Según Joseph Alois Schumpeter (1934), innovar implica crear nuevas combinaciones de recursos o métodos que aporten valor y generen ventajas competitivas. En el contexto del COVID-19, los restaurantes de Bucaramanga adoptaron innovaciones tanto tecnológicas, como estratégicas. La innovación no solo permitió mantener el vínculo con los consumidores, sino que también abrió la puerta a nuevos modelos de negocio, como las cocinas ocultas o dark kitchens, que operan sin atención presencial y reducen costos fijos.

- **Contingencia Empresarial:**

La gestión de contingencia se refiere a la preparación, planificación y ejecución de acciones que permitan a una empresa responder eficazmente ante situaciones imprevistas, reduciendo el impacto negativo sobre sus operaciones (Mitroff, 2005). Un plan de contingencia bien estructurado permite mantener la estabilidad y proyectar una imagen de responsabilidad ante clientes y proveedores. En el caso de Bucaramanga, la preparación ante contingencias se convirtió en una herramienta de supervivencia empresarial frente a la incertidumbre generada por las sucesivas olas de la pandemia.

2.2. Marco Conceptual

- **Sector gastronómico:**

Se refiere al conjunto de actividades económicas relacionadas con la preparación, comercialización y venta de alimentos y bebidas, incluyendo restaurantes, cafeterías, servicios de comida rápida y delivery. Este sector es fundamental en la economía local por su aporte al empleo, el turismo y la dinámica comercial.

- **Impacto económico:**

Hace referencia a las consecuencias que un evento o situación genera sobre la economía de un sector o territorio, como cambios en los ingresos, empleo, inversión, costos y nivel de actividad empresarial. En este estudio, se analiza cómo la pandemia afectó la estabilidad financiera de los restaurantes.

- **COVID-19:**

Es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2, identificada en 2019. Su rápida propagación llevó a la implementación de medidas sanitarias a nivel mundial que afectaron significativamente las actividades económicas, incluyendo el sector gastronómico.

- **Pandemia:**

Se entiende como la propagación mundial de una enfermedad que afecta a un gran número de personas en diferentes países e implica restricciones como confinamientos, cierre de establecimientos y limitaciones en la movilidad.

- **Postpandemia:**

Es el periodo posterior a la crisis sanitaria, caracterizado por procesos de reactivación económica, adaptación de los modelos de negocio y cambios en los hábitos de consumo.

- **Economía:**

Es la ciencia social que estudia la producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

- **Estrategias empresariales:**

Son el conjunto de acciones planificadas que implementan las empresas para alcanzar sus objetivos, mejorar su competitividad y adaptarse a los cambios del entorno.

2.3. Marco Legal

El desarrollo de esta investigación se fundamenta en el conjunto de normas que regulan el funcionamiento de los establecimientos gastronómicos en Colombia, especialmente en aspectos sanitarios, comerciales y de protección al consumidor.

Tabla 1. Descripciones de ley, artículos y resoluciones

LEY, ARTÍCULO, RESOLUCIÓN	CONTENIDO
Ley 9 de 1979 (Código Sanitario Nacional)	Establece las condiciones básicas de higiene y sanidad que deben cumplir los

	establecimientos donde se manipulan alimentos, garantizando la salud pública.
Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud	Reglamenta las condiciones sanitarias que deben cumplir las personas que manipulan alimentos, así como los requisitos de infraestructura, almacenamiento y transporte en los establecimientos gastronómicos.
Ley 232 de 1995 Código de Comercio Colombiano	Establece los requisitos para el funcionamiento de los establecimientos de comercio, como el cumplimiento de normas de uso del suelo, seguridad y sanidad.
Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor)	Protege los derechos de los clientes, garantizando la calidad de los productos, la información veraz y la seguridad en el consumo de alimentos.
Resolución 666 de 2020	En el contexto de la pandemia, el Gobierno Nacional implementó diversas medidas a través de decretos y resoluciones que regularon el cierre temporal de establecimientos, los aforos y los protocolos de bioseguridad, que estableció el protocolo general de bioseguridad para mitigar el COVID-19.

2.4. Marco Ambiental

Este proyecto de investigación está orientado a realizarse de forma virtual, evitando así el uso de papel o medios impresos debido a que se llevará a cabo a través de cuestionarios y herramientas vía internet con el uso del correo institucional. De esta manera, se fomenta el uso de instrumentos tecnológicos, con el fin también de desarrollar una conciencia ecológica activa, eliminando el uso de papeles o herramientas de material sólido no reutilizable que a grandes rasgos generan contaminación en el medio ambiente.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.5. Tipo de la Investigación

La investigación tendrá un alcance descriptivo y exploratorio. El componente descriptivo permitirá reconocer las principales afectaciones económicas, comerciales y operativas que impactaron a los establecimientos gastronómicos durante y después de la pandemia. Por otro lado, el carácter exploratorio facilitará el análisis de una problemática reciente que produjo cambios importantes en la dinámica del sector gastronómico.

2.6. Enfoque y Método de la Investigación

El presente proyecto se desarrollará bajo un enfoque cualitativo con apoyo de elementos cuantitativos descriptivos, ya que se pretende estudiar las transformaciones y efectos que dejó la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico de Bucaramanga. Asimismo, se busca conocer las experiencias, medidas y estrategias utilizadas por los empresarios para enfrentar las dificultades ocasionadas por la emergencia sanitaria.

Para el desarrollo del estudio se empleará un método inductivo y analítico. A través del método inductivo se estudiarán situaciones específicas presentadas en diferentes establecimientos gastronómicos de Bucaramanga con el propósito de comprender de manera general los cambios generados en el sector. Del mismo modo, el método analítico permitirá interpretar la información recopilada y examinar las estrategias implementadas por los empresarios frente a las consecuencias de la pandemia.

3.3. Técnicas de Recolección

En cuanto a las técnicas de recolección de información, se utilizará la revisión bibliográfica y documental mediante la consulta de artículos científicos, tesis, investigaciones académicas, informes económicos y documentos oficiales relacionados con el impacto del COVID-19 en el sector gastronómico. Además, se aplicarán encuestas semiestructuradas dirigidas a propietarios o administradores de establecimientos gastronómicos de Bucaramanga, con el fin de obtener información relacionada con las experiencias vividas durante la crisis sanitaria y las acciones desarrolladas para mantenerse en funcionamiento.

La población objeto de estudio estará conformada por establecimientos gastronómicos ubicados en la ciudad de Bucaramanga. La selección de la muestra se realizará mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, tomando aquellos negocios que acepten participar de manera voluntaria y que aporten información relevante para el cumplimiento de los objetivos planteados.

El proceso metodológico se desarrollará por etapas. Inicialmente se llevará a cabo la búsqueda y análisis de información teórica relacionada con la pandemia y el sector gastronómico. Posteriormente, se identificarán las principales problemáticas y retos enfrentados por los establecimientos durante la emergencia sanitaria. En una siguiente fase se analizarán las estrategias utilizadas por los empresarios para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado y continuar operando. Finalmente, se realizará una comparación entre las medidas aplicadas en Bucaramanga y las estrategias implementadas a nivel nacional, permitiendo obtener conclusiones sobre los cambios y procesos de adaptación del sector gastronómico frente a la pandemia del COVID-19.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

El desarrollo del presente trabajo de grado se realizará mediante distintas fases orientadas al cumplimiento de los objetivos establecidos en la investigación, permitiendo analizar los efectos y transformaciones ocasionadas por la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico de Bucaramanga.

2.7. Desarrollo de las Fases

2.7.1. Primera Fase

En una primera fase se efectuará una revisión bibliográfica y documental relacionada con las consecuencias económicas, sociales y empresariales que dejó la pandemia en el sector gastronómico a nivel local, nacional e internacional. Para ello se consultarán artículos científicos, investigaciones académicas, informes económicos y diferentes fuentes confiables que permitan fortalecer el marco teórico y el estado del arte del proyecto.

2.7.2. Segunda Fase

Posteriormente, se identificarán las principales afectaciones y dificultades que enfrentaron los establecimientos gastronómicos durante la pandemia. Dentro de estos aspectos se analizarán la disminución de ventas, las restricciones sanitarias, la reducción de personal, los cambios en los hábitos de consumo y el aumento de costos operativos que afectaron el funcionamiento de los negocios.

2.7.3. Tercera Fase

En la siguiente fase se estudiarán las acciones y estrategias adoptadas por los empresarios gastronómicos para mantenerse activos durante la crisis sanitaria.

Entre las principales medidas se encuentran la implementación del servicio a domicilio, el uso de plataformas digitales, las promociones comerciales por redes sociales, la aplicación de protocolos de bioseguridad y la innovación en productos y servicios.

2.7.4. Cuarta Fase

En la última fase se compararán las estrategias desarrolladas e implementadas en otras ciudades del país, permitiendo reconocer buenas prácticas, oportunidades de mejora y factores que contribuyeron a la recuperación del sector. Con base en ello, se elaborarán las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación, resaltando los cambios estructurales generados por la pandemia y las posibilidades de fortalecimiento del sector gastronómico frente a futuras situaciones de contingencia.

5. RESULTADOS

5.1. OBJETIVO UNO: Identificar los retos que afrontó en el sector durante la cuarentena ocasionadas por el COVID-19.

Durante la cuarentena ocasionada por la pandemia del COVID-19, el sector gastronómico experimentó una crisis estructural que afectó de manera simultánea sus dimensiones económicas, operativas y comerciales. A partir del análisis bibliográfico, documental y de las encuestas aplicadas a empresarios del sector gastronómico de Bucaramanga, se identificaron los siguientes retos a nivel nacional e internacional, los cuales no solo impactaron el funcionamiento inmediato de los establecimientos, sino también su sostenibilidad a mediano y largo plazo.

Figura 1. Respuestas pregunta 4 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

4. ¿Cómo afectó la pandemia las operaciones de su restaurante?

● Muy negativamente	2
● Negativamente	3
● Poco negativamente	0
● No afectó	0
● Positivamente	0

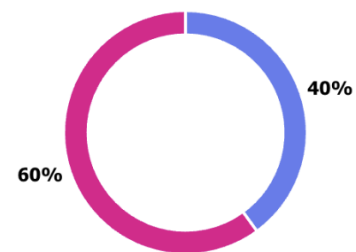


Figura 2. Respuestas pregunta 5 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

5. ¿Cuáles fueron los principales retos durante la cuarentena? (Puede seleccionar varias opciones)

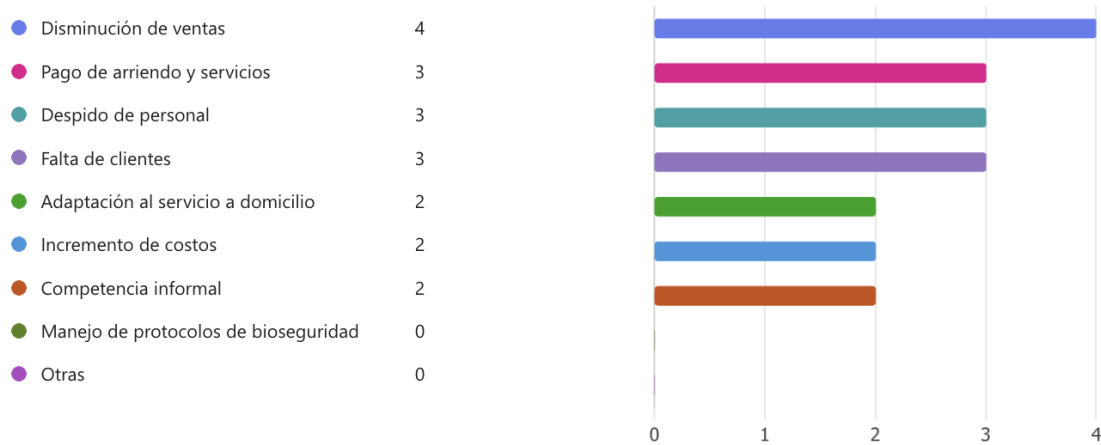


Figura 3. Respuestas pregunta 6 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

6. ¿Cuál considera que fue el mayor impacto económico generado por la pandemia?

4 Respuestas

ID ↑	Nombre	Respuestas
1	anonymous	La disminución de ingresos y ventas debido a las restricciones sanitarias y la reducción de clientes durante la pandemia
2	anonymous	El cierre de establecimientos y la ausencia de clientes
3	anonymous	Disminución de ventas por que los clientes tenían miedo de salir y comer con cubiertos del común
4	anonymous	El mayor impacto fue la disminución significativa de las ventas por las restricciones de movilidad y la reducción de clientes, especialmente en horario nocturno, ya que la cafetería funcionaba las 24 horas.

Los resultados obtenidos evidencian que el principal reto enfrentado por los empresarios fue la disminución de las ventas, señalada por el 80% de los encuestados (4 de 5 empresarios) como una de las mayores dificultades durante la cuarentena. Este resultado coincide con las respuestas abiertas proporcionadas por los participantes, quienes manifestaron que las restricciones sanitarias y la reducción del flujo de clientes afectaron significativamente sus ingresos. Algunos empresarios indicaron que “la disminución de ingresos y ventas debido a las restricciones sanitarias y la reducción de clientes” fue el principal impacto económico, mientras otros señalaron que “el cierre de establecimientos y la ausencia de clientes” limitó gravemente la operación de los negocios.

La caída en las ventas estuvo directamente relacionada con las medidas de confinamiento y las restricciones de movilidad implementadas por el Gobierno Nacional, las cuales redujeron el consumo presencial y afectaron especialmente a negocios cuya operación dependía de horarios extendidos o atención continua. Un caso evidenciado en las encuestas fue el de una cafetería con funcionamiento las 24 horas, cuyo propietario manifestó que el horario nocturno fue uno de los más afectados, generando pérdidas económicas considerables debido a la reducción de clientes y limitaciones en la circulación de personas.

Otro de los retos más relevantes identificados fue el pago de arriendos y servicios públicos, mencionado por el 60% de los empresarios encuestados (3 de 5). Aunque las ventas disminuyeron drásticamente, muchos gastos operativos permanecieron constantes, generando dificultades de liquidez y sostenibilidad financiera. Los empresarios reportaron problemas para cumplir con obligaciones económicas como el pago de arriendo, energía, agua, internet y proveedores, lo que aumentó el riesgo de cierre definitivo de algunos establecimientos.

Asimismo, el despido o reducción de personal fue otro de los retos importantes, identificado por el 60% de los participantes (3 de 5). La disminución de ingresos obligó a varios empresarios a reorganizar sus equipos de trabajo, reducir jornadas laborales o prescindir de empleados para disminuir costos operativos. Esta situación no solo afectó el funcionamiento interno de los restaurantes, sino también la estabilidad laboral de muchos trabajadores vinculados al sector gastronómico.

La falta de clientes, igualmente señalada por el 60% de los encuestados (3 de 5), representó una de las principales consecuencias de las restricciones sanitarias y del temor generado por el virus. Algunos empresarios expresaron que muchos consumidores evitaban salir o consumir alimentos preparados fuera de casa por miedo al contagio o por desconfianza frente al manejo de utensilios compartidos. Esto generó cambios importantes en los hábitos de consumo y redujo considerablemente la demanda.

Por otro lado, el incremento de costos operativos, identificado por el 40% de los empresarios (2 de 5), constituyó un reto adicional durante la cuarentena. Aunque los ingresos disminuyeron, muchos establecimientos tuvieron que asumir costos relacionados con la implementación de medidas sanitarias, compra de insumos de bioseguridad y ajustes operativos para cumplir con las disposiciones exigidas durante la emergencia sanitaria.

De igual forma, el proceso de adaptación al servicio a domicilio fue señalado por el 40% de los encuestados (2 de 5) como un desafío importante. Antes de la pandemia, algunos restaurantes no contaban con esta modalidad de atención; sin embargo, las restricciones obligaron a los empresarios a implementar domicilios como alternativa para continuar operando. Aunque inicialmente representó un reto logístico y tecnológico, posteriormente se convirtió en una de las estrategias más importantes para mantener las ventas y la relación con los clientes.

Otro aspecto identificado fue el aumento de la competencia informal, mencionado por el 40% de los participantes (2 de 5). Durante la pandemia surgieron emprendimientos gastronómicos informales que operaban desde hogares o sin cumplir con requisitos legales y sanitarios, generando una competencia desleal frente a los establecimientos formalmente constituidos, los cuales debían asumir costos adicionales y cumplir normativas establecidas.

Es importante destacar que ninguno de los encuestados (0%) señaló el manejo de protocolos de bioseguridad como uno de los principales retos durante la cuarentena, lo que podría indicar que los empresarios lograron adaptarse progresivamente a estas medidas o las consideraron necesarias para garantizar la continuidad de sus operaciones.

En términos generales, los resultados evidencian que la pandemia del COVID-19 afectó profundamente al sector gastronómico de Bucaramanga, principalmente por la disminución de ventas, la ausencia de clientes y las dificultades financieras derivadas de gastos fijos que continuaban pese a la baja en los ingresos. Sin embargo, también se evidenció la capacidad de adaptación de algunos empresarios, quienes implementaron nuevas estrategias operativas para mantenerse en el mercado.

5.2. OBJETIVO DOS: Comprender las acciones tomadas por lo empresarios para mantenerse en el sector gastronómico Bucaramanga.

La pandemia del COVID-19 obligó a los empresarios del sector gastronómico de Bucaramanga a implementar diferentes estrategias para garantizar la continuidad

de sus negocios y disminuir el impacto económico generado por la crisis sanitaria. A partir de las encuestas aplicadas a propietarios y administradores de restaurantes, junto con el análisis documental realizado, se identificó que la capacidad de adaptación, innovación y transformación digital fueron factores fundamentales para la permanencia de los establecimientos en el mercado.

Figura 4. Respuestas pregunta 7 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

7. ¿Qué acciones implementó para mantenerse en funcionamiento durante la pandemia?

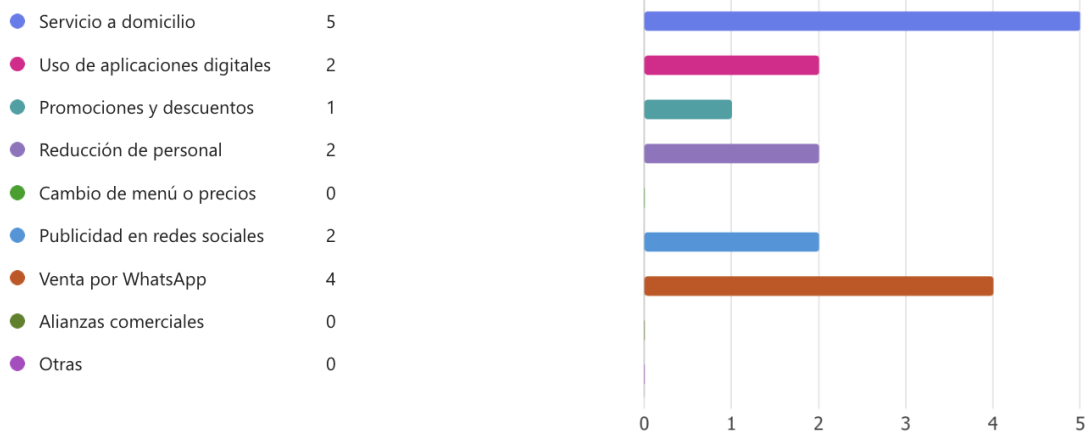


Figura 5. Respuestas pregunta 8 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

8. ¿Cuál de las estrategias implementadas considera que fue más efectiva?

5 Respuestas

ID ↑	Nombre	Respuestas
1	anonymous	El servicio a domicilio y las ventas por WhatsApp fueron las estrategias más efectivas, ya que permitieron mantener el contacto con los clientes y continuar generando ventas durante la pandemia
2	anonymous	El servicio a domicilio permitió mantener las ventas activas y brindar mayor comodidad y seguridad a los consumidores
3	anonymous	El servicio a domicilio
4	anonymous	Implementación de Domicilios
5	anonymous	Antes de la pandemia no teníamos servicio a domicilio, pero debido a la situación tuvimos que implementarlo para poder seguir funcionando. Con el tiempo se convirtió en una de las estrategias más efectivas, ya que nos permitió mantener las ventas y actualmente todavía se mantiene porque muchos de nuestros clientes prefieren esta opción

Los resultados obtenidos evidencian que la principal acción implementada por los empresarios fue el servicio a domicilio, estrategia utilizada por el 100% de los encuestados (5 de 5 empresarios). La implementación de domicilios permitió mantener las ventas activas durante las restricciones de movilidad y garantizar la continuidad del servicio pese al cierre de la atención presencial. Las respuestas abiertas de los empresarios reflejan la importancia de esta estrategia dentro del proceso de adaptación del sector. Algunos participantes afirmaron que “el servicio a domicilio y las ventas por WhatsApp fueron las estrategias más efectivas, ya que permitieron mantener el contacto con los clientes y continuar generando ventas durante la pandemia”. Asimismo, otro empresario expresó que “antes de la pandemia no teníamos servicio a domicilio, pero debido a la situación tuvimos que implementarlo para poder seguir funcionando; con el tiempo se convirtió en una de las estrategias más efectivas”. Estas respuestas evidencian que el servicio a

domicilio no solo fue una solución temporal, sino un cambio estructural que continúa vigente actualmente.

Otra de las estrategias más utilizadas fue la venta por WhatsApp, implementada por el 80% de los empresarios encuestados (4 de 5). Esta herramienta facilitó la comunicación directa con los clientes, la recepción de pedidos y la promoción de productos de manera rápida y económica. El uso de WhatsApp se consolidó como uno de los principales canales comerciales durante la pandemia debido a su facilidad de acceso y uso.

De igual manera, el uso de aplicaciones digitales y la publicidad en redes sociales fueron estrategias adoptadas por el 40% de los encuestados (2 de 5). Plataformas como Facebook, Instagram y aplicaciones de domicilios permitieron ampliar el alcance comercial de los restaurantes y fortalecer el contacto con los consumidores en un contexto donde la presencialidad era limitada. Esto demuestra que la pandemia aceleró el proceso de digitalización dentro del sector gastronómico.

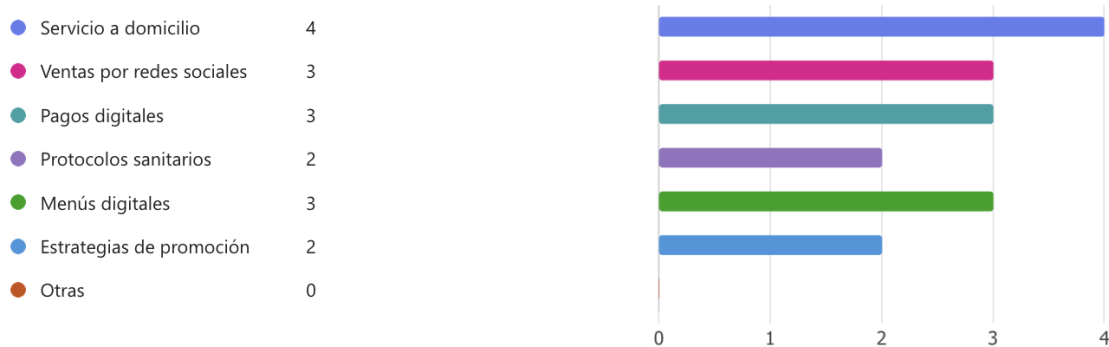
Por otro lado, el 40% de los empresarios (2 de 5) manifestó haber implementado medidas relacionadas con la reducción de personal, como estrategia para disminuir gastos operativos y mantener la sostenibilidad financiera del negocio. Aunque esta decisión afectó la estructura laboral de algunos establecimientos, fue considerada necesaria para evitar cierres definitivos.

Asimismo, el 20% de los encuestados (1 de 5) utilizó promociones y descuentos como estrategia comercial para incentivar el consumo y atraer clientes en medio de la disminución de ventas. Aunque esta acción tuvo menor participación frente a otras estrategias, representó una alternativa para mantener competitividad en el mercado.

Es importante destacar que ninguno de los empresarios encuestados implementó alianzas comerciales o cambios significativos en menús y precios como principal estrategia durante la pandemia, lo cual indica que la prioridad estuvo enfocada principalmente en mantener canales de venta y atención al cliente mediante herramientas digitales y domicilios.

Figura 6. Respuestas pregunta 11 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

11. ¿Qué cambios permanecen actualmente en su restaurante después de la pandemia?



Los resultados también permitieron identificar cuáles de estas estrategias continúan vigentes después de la pandemia. El 80% de los empresarios (4 de 5) afirmó que el servicio a domicilio permanece actualmente dentro de sus establecimientos, convirtiéndose en una práctica permanente del sector gastronómico. Asimismo, el 60% de los participantes (3 de 5) indicó que continúan utilizando ventas por redes sociales, pagos y menús digitales, evidenciando una transformación tecnológica en la manera de operar de los restaurantes. De igual forma, el 40% de los empresarios (2 de 5) señaló que mantienen estrategias de promoción y algunos protocolos sanitarios implementados durante la pandemia, especialmente aquellos relacionados con higiene y seguridad alimentaria.

En síntesis, la pandemia transformó significativamente el funcionamiento del sector gastronómico, impulsando procesos de innovación y digitalización que actualmente continúan siendo parte fundamental de la operación de los restaurantes. La implementación del servicio a domicilio, las ventas digitales y el uso de redes sociales se consolidaron como herramientas clave para la sostenibilidad y recuperación del sector gastronómico en el escenario post pandemia.

5.3. OBJETIVO TRES: Comparar las estrategias que implementaron los empresarios del sector de Bucaramanga durante la pandemia del COVID-19 con respecto a los demás empresarios de nivel nacional.

Durante la pandemia del COVID-19, el sector gastronómico fue uno de los más afectados en Colombia debido a las restricciones sanitarias, el cierre temporal de establecimientos y la disminución de clientes. Frente a esta situación, muchos empresarios tuvieron que buscar diferentes alternativas para continuar operando y evitar el cierre definitivo de sus negocios. A partir de las encuestas realizadas a propietarios y administradores de restaurantes de Bucaramanga, junto con la revisión de investigaciones y artículos relacionados con el sector gastronómico en Colombia, se pudo identificar que muchas de las estrategias implementadas en Bucaramanga fueron similares a las utilizadas en otras ciudades del país.

Figura 7. Respuestas pregunta 12 encuesta efectos y cambios que ocasiono la pandemia del COVID-19 en el sector gastronómico

12. ¿Considera que las estrategias implementadas en Bucaramanga fueron similares a las utilizadas por restaurantes en otras ciudades del país?



La estrategia más utilizada tanto en Bucaramanga como en otras ciudades del país fue el servicio a domicilio. Según las encuestas realizadas, todos los empresarios participantes implementaron esta modalidad durante la pandemia para poder seguir vendiendo sus productos. Algunos empresarios mencionaron que antes de la pandemia no ofrecían este servicio, pero debido a la situación tuvieron que empezar a utilizarlos para continuar funcionando. Con el tiempo, esta estrategia se volvió una parte importante del negocio y actualmente muchos restaurantes todavía la mantienen. Esta situación también ocurrió en otras ciudades del país, muchos restaurantes colombianos recurrieron al fortalecimiento de domicilios y nuevos canales de venta para enfrentar las pérdidas económicas ocasionadas por la pandemia.

Otra estrategia muy utilizada fue el uso de redes sociales y plataformas digitales, en Bucaramanga varios empresarios manifestaron que comenzaron a utilizar WhatsApp, Facebook e Instagram para promocionar productos, informar horarios y facilitar las ventas. Esto también se evidenció a nivel nacional, de acuerdo con una

investigación de la Universidad Piloto de Colombia, el marketing digital se convirtió en una herramienta importante para el sector gastronómico.

Otra estrategia implementada tanto en Bucaramanga como en otras ciudades del país fue la aplicación de protocolos de bioseguridad. Los restaurantes tuvieron que adecuar espacios, reforzar medidas de limpieza y controlar el número de personas dentro de los establecimientos.

Aunque muchas estrategias fueron similares, también hubo algunas diferencias entre Bucaramanga y ciudades principales del país. En ciudades como Bogotá y Medellín, muchos restaurantes contaban con mayores recursos tecnológicos y lograron adaptarse más rápido mediante plataformas propias, sistemas digitales y alianzas con aplicaciones especializadas de domicilios. Por otro lado, algunos pequeños establecimientos gastronómicos de Bucaramanga tuvieron más dificultades para implementar herramientas tecnológicas debido a limitaciones económicas o falta de experiencia en procesos digitales.

En conclusión, las estrategias implementadas por los empresarios gastronómicos de Bucaramanga fueron muy similares a las utilizadas en otras ciudades de Colombia. El servicio a domicilio, las ventas digitales y el uso de redes sociales fueron algunas de las principales herramientas utilizadas para enfrentar la crisis sanitaria. Sin embargo, también se evidenció que algunos negocios tuvieron mayores dificultades para adaptarse tecnológicamente, especialmente aquellos con menos recursos económicos.

6. CONCLUSIONES

El estudio realizado permitió determinar que la pandemia del COVID-19 generó una crisis estructural en el sector gastronómico de Bucaramanga, afectando de manera simultánea sus dimensiones económicas, operativas y comerciales debido a la drástica disminución de ventas y el cierre temporal de establecimientos. Esta vulnerabilidad se vio acentuada por la dependencia de la atención presencial y la carga que representaban los costos fijos, como arriendos y servicios públicos, frente a la ausencia de ingresos constantes. No obstante, la investigación demuestra que la resiliencia empresarial fue el factor determinante para la supervivencia de los negocios; la implementación forzada del servicio a domicilio y el uso de canales de comunicación directa como WhatsApp permitieron a los empresarios mantener el vínculo con sus clientes y adaptar su operatividad a las restricciones de movilidad impuestas.

Asimismo, se concluye que la crisis actuó como un catalizador para la transformación digital del sector en la ciudad, convirtiendo herramientas tecnológicas antes opcionales en pilares fundamentales de la operación actual. Estrategias como los menús digitales, los pagos electrónicos y la publicidad en redes sociales no solo sirvieron como medidas de contingencia, sino que se han integrado permanentemente en el modelo de negocio postpandemia. Finalmente, el análisis comparativo reveló que, aunque las tácticas de adaptación en Bucaramanga fueron muy similares a las tendencias nacionales, la limitación de recursos económicos y la falta de experiencia previa en procesos digitales representaron los mayores obstáculos para los pequeños establecimientos, resaltando la importancia de fortalecer la planificación financiera y la capacitación tecnológica para enfrentar futuras contingencias.

7. RECOMENDACIONES

Con base en los resultados obtenidos en la investigación, se plantean las siguientes recomendaciones orientadas a fortalecer el sector gastronómico y mejorar su capacidad de respuesta ante situaciones similares en el futuro:

En primer lugar, se recomienda que los restaurantes fortalezcan sus procesos de transformación digital, implementando herramientas tecnológicas como plataformas de pedidos en línea, redes sociales y aplicaciones de delivery, con el fin de ampliar sus canales de venta y mejorar su competitividad. Asimismo, es importante fomentar la diversificación de los modelos de negocio, incluyendo estrategias como menús adaptables, servicios para llevar y promociones que respondan a los cambios en los hábitos de consumo. Se sugiere también fortalecer la planificación financiera, mediante la creación de fondos de contingencia que permitan a los establecimientos enfrentar situaciones de crisis sin afectar significativamente su operación. Por otro lado, se recomienda a las entidades gubernamentales y académicas promover programas de capacitación y acompañamiento empresarial, enfocados en innovación, gestión administrativa y uso de tecnologías, con el fin de apoyar la sostenibilidad del sector. Igualmente, es necesario impulsar estrategias que reduzcan la informalidad, mediante incentivos a la formalización y el cumplimiento de la normativa vigente, garantizando condiciones de competencia más equitativas.

Finalmente, se sugiere que futuras investigaciones profundicen en el análisis del comportamiento del consumidor y en la evaluación de nuevas tendencias del sector gastronómico en el contexto post pandemia, con el fin de generar soluciones más innovadoras y adaptadas a la realidad del mercado.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Díaz Díaz, O. A., & Guerrero Castiblanco, S. V. (2021).

Análisis del impacto económico en el sector turístico tras la pandemia del Covid-19 en Colombia. Edu.co.

<https://repositorio.unbosque.edu.co/items/ac14c562-fec3-4bb6-8882-edab4b436a98>

León-González, J. E., Vargas-Martínez, E. E., & Delgado-Cruz, A. (2023).

Capacidad de innovación y resiliencia empresarial en restaurantes.

Percepciones de los trabajadores ante la pandemia de Covid-19.

Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional. <https://doi.org/10.24836/es.v33i61.1296>

De, F., & Administrativas, C. (s/f).

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL. Edu.ec. Recuperado el 21 de noviembre de 2025, de

<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/24871/1/CD%2013553.pdf>

Sergio, P. G., Sergio, P. G., [EuD8ODcAAAAJ, P. G. S.,

[0000-0003-2537-903x, P. G. S., & [Sergio-Penaranda-Garcia, P. G. S.

(2021). *Análisis del sector turismo en Santander ante la pandemia por*

Covid-19. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/15412>

Arevalo, D. C., & Guatibonza, C. M. (2021c). *Marketing de destinos turísticos: un análisis de las tendencias mundiales post-COVID-19 en el departamento de Santander, Colombia:*

*Marketing of tourist destinations: Analysis of post-COVID-19 global
trending in Santander, Colombia.* Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10210521>

Bot detection. (s. f.).

<https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/77698e92-dcad-4f18-810b-58fd9ac7aabb>

Ley 1581 de 2012. (2012, 18 octubre). Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Ley 9 de 1979 Congreso de la República de Colombia. (s. f.). Alcaldía de Bogotá.

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>

FOMAN S.A.S. (2022, 9 abril). *RESOLUCIÓN 2674 DE 2013: Requisitos Sanitarios Alimentos FOMAN.* FOMAN.

<https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/>

Ley 232 de 1995. (s. f.). Función Pública.

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=316

Ley 1480 de 2011. (s. f.). Función Pública.

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=44306

Resolución 666 de 2020 Ministerio de Salud y Protección Social. (s. f.). Alcaldía de Bogotá.

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=92565>

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

Año: XI Número: 3 Artículo no.:107 Período: 1 de mayo al 31 de agosto del 2024

TÍTULO: Análisis de la gastronomía tradicional de Ambato y su contribución al fomento del turismo local. (s/f). Scispace.com. Recuperado el 21 de noviembre de 2025, de <https://scispace.com/pdf/analisis-de-la-gastronomia-tradicional-de-ambato-y-su-1b5tkbg6e0.pdf>

Certicámara S.A. (s. f.). Un llamado a la conciencia ambiental en el uso de papel - Seguridad informática Certicámara S.A. | Certicámara. Certicámara. <https://web.certicamara.com/actualidad/noticias/un-llamado-la-conciencia-ambiental-en-el-uso-de-papel-seguridad-informatica>

Bot detection. (s. f.-b).

<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/19036037-a163-48eb-b433-16d89a98a7a0/content>

Mera, M., Petrone, L., & Echandi, J. (2022, febrero). Nuevos desafíos en el sector gastronómico: la crisis de la pandemia y la expansión de las plataformas de reparto. <https://publications.iadb.org/es/nuevos-desafios-en-el-sector-gastronomico-la-crisis-de-la-pandemia-y-la-expansion-de-las>

¿Qué es una Dark Kitchen? Beneficios del modelo de moda. (s. f.).

<https://merchants.rappi.com/es-mx/blog/qu-es-una-dark-kitchen-beneficios-del-modelo-de-moda>

Vásquez Hidalgo, I. (s. f.). *Tipos de estudio y métodos de investigación.*

<http://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

Bot detection. (s. f.-c). <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/2709687d-7382-4a26-aa76-82d49c6763f0>

Arévalo, N. M. (2021, 6 abril). Tres estrategias para mitigar la crisis de los restaurantes en medio de la pandemia. *Diario la República.*

<https://www.larepublica.co/empresas/tres-estrategias-para-reactivar-la-industria-gastronomica-en-medio-de-la-pandemia-3149423>

Peña Monroy, C. S., Cardona Gómez, G. C., & Lozano Suarez, L. D. (2022, marzo). *El uso del marketing digital como estrategia para mitigar el impacto ocasionado por la pandemia Covid-19 en el sector gastronómico en Colombia.* <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/11440>

Restrepo, M. R., & Giraldo, S. V. (2025, 5 febrero). *Estudio Diagnóstico de la crisis del sector gastronómico en Colombia, para proponer una estrategia que permita enfrentar las contingencias económicas del sector.*

<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/32338>

Ribero Salazar, F. A. (Comp.).(2026). VIII Encuentro Internacional de Investigación en Ciencias de la Comunicación: Explorando las Tendencias Emergentes en Comunicación en Latinoamérica (Eventos científicos N.º 1). Ediciones

Uni- versidad Cooperativa de Colombia y Editorial Fundación Universitaria
San Mateo. <https://doi.org/10.16925/ecam.09>

Escobar, G. C. (2022, 8 septiembre). *Estrategias de mercadeo Post- Pandemia
COVID – 19 aplicables a la reactivación económica del sector turismo en
Barranquilla.* <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/51545>

Cauas, D. (s. f.). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación.*

[https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariabl
es,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariabl
es,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf)

9. APÉNDICES

9.1. ENCUESTA EFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRONÓMICO

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información sobre las estrategias implementadas por los restaurantes del sector gastronómico de Bucaramanga durante y después de la pandemia del COVID-19. La información obtenida permitirá analizar los retos enfrentados por los empresarios, las acciones adoptadas para mantenerse en el mercado y las diferencias entre las estrategias aplicadas a nivel local. Los datos recolectados serán utilizados únicamente con fines académicos y contribuirán al desarrollo del proyecto de grado.

La investigación incluye la aplicación de encuestas y entrevistas, lo que implica el manejo de datos personales de los participantes. En cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 de Colombia (Habeas Data), se garantizará que la recolección de información cuente con el consentimiento informado previo de cada participante, asegurando la confidencialidad y el adecuado tratamiento de los datos suministrados. Asimismo, se asegurará que la participación en el estudio no genere ningún tipo de riesgo físico, psicológico, económico o laboral para los empresarios o colaboradores involucrados.

1. Cargo del encuestado:

- Propietario
- Administrador
- Socio
- Otro: _____

2. ¿Hace cuánto tiempo opera el restaurante?

- Menos de 5 años
- Entre 5 y 6 años
- Entre 7 y 8 años
- Más de 10 años

3. Tipo de restaurante:

- Comida rápida
- Restaurante tradicional
- Cafetería
- Otro: _____

4. ¿Cómo afectó la pandemia las operaciones de su restaurante?

- Muy negativamente
- Negativamente
- Poco negativamente
- No afectó
- Positivamente

5. ¿Cuáles fueron los principales retos durante la cuarentena? (Puede seleccionar varias opciones)

- Disminución de ventas
- Pago de arriendo y servicios
- Despido de personal
- Falta de clientes
- Adaptación al servicio a domicilio
- Incremento de costos
- Competencia informal

Manejo de protocolos de bioseguridad

Otro: _____

6. ¿Cuál considera que fue el mayor impacto económico generado por la pandemia?

7. ¿Qué acciones implementó para mantenerse en funcionamiento durante la pandemia?

- Servicio a domicilio
- Uso de aplicaciones digitales
- Promociones y descuentos
- Reducción de personal
- Cambio de menú o precios
- Publicidad en redes sociales
- Venta por WhatsApp
- Alianzas comerciales
- Otra: _____

8. ¿Cuál de las estrategias implementadas considera que fue más efectiva?

9. ¿Antes de la pandemia utilizaba plataformas digitales o servicio a domicilio?

- Sí
- No

10. ¿Considera que la digitalización ayudó a la permanencia del negocio?

- Sí, significativamente
- Sí, parcialmente
- Muy poco
- No ayudó

11. ¿Qué cambios permanecen actualmente en su restaurante después de la pandemia?

- Servicio a domicilio
- Ventas por redes sociales
- Pagos digitales
- Protocolos sanitarios
- Menús digitales
- Estrategias de promoción
- Otro: _____

12. ¿Considera que las estrategias implementadas en Bucaramanga fueron similares a las utilizadas por restaurantes en otras ciudades del país?

- Sí
- No
- Parcialmente

13. ¿Considera que el sector gastronómico de Bucaramanga logró recuperarse después de la pandemia?

- Sí totalmente
- Parcialmente
- Muy poco
- No

14. ANEXOS

14.1. IMÁGENES DE RESULTADOS Y ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA EFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRONÓMICO

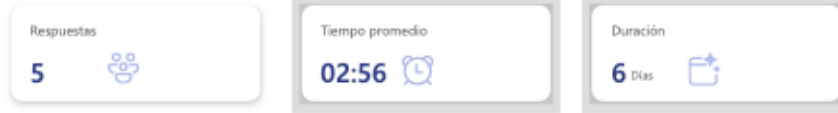
14.2. LINK HOJA DE CALCULO RESULTADOS DE LA ENCUESTA EFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRONÓMICO

[EFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRÓNOMICO.xlsx](#)

15/5/26, 11:49 a.m.

EFFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRÓNOMICO

Información general sobre respuestas **Activo**



1. Cargo del encuestado



2. ¿hace cuánto tiempo opera el restaurante?



3. Tipo de restaurant



https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NcoPortalPage&subpage=design&id=PN4ojl5sokC-7L2U7koAmPd_5AsLZlghZfNySpmuNUOFMxRjYy... 1/4

15/5/26, 11:49 a.m.

EFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRÓNOMICO

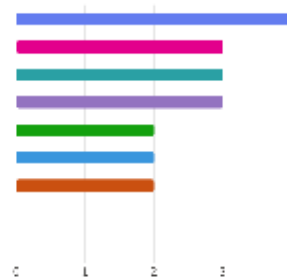
4. ¿Cómo afectó la pandemia las operaciones de su restaurante?

Muy negativamente	2
Negativamente	3
Poco negativamente	0
No afectó	0
Positivamente	0



5. ¿Cuáles fueron los principales retos durante la cuarentena? (Puede seleccionar varias opciones)

Disminución de ventas	4
Pago de arriendo y servicios	3
Despido de personal	3
Falta de clientes	3
Adaptación al servicio a domicilio	2
Incremento de costos	2
Competencia informal	2
Manejo de protocolos de bioseguridad	0
Otras	0



6. ¿Cuál considera que fue el mayor impacto económico generado por la pandemia?

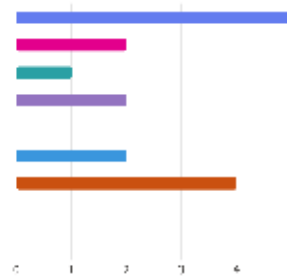
4
Respuestas

Respuestas más recientes

"El mayor impacto fue la disminución significativa de las ventas por las restricciones..."
"Disminución de ventas por que los clientes tenían miedo de salir y comer con cub..."
...

7. ¿Qué acciones implementó para mantenerse en funcionamiento durante la pandemia?

Servicio a domicilio	5
Uso de aplicaciones digitales	2
Promociones y descuentos	1
Reducción de personal	2
Cambio de menú o precios	0
Publicidad en redes sociales	2
Venta por WhatsApp	4
Alianzas comerciales	0
Otras	0



https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NcoPortalPage&subpage=design&id=PN4oJl5sokC-7L2U7koAmPd_5AsLZlghZfNySpmuNUOFMxRjYy... 2/4

15/5/26, 11:49 a.m.

EFFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRÓNOMICO

8. ¿Cuál de las estrategias implementadas considera que fue más efectiva?

5
Respuestas

Respuestas más recientes
"Antes de la pandemia no teníamos servicio a domicilio, pero debido a la situaci..."
"Implementación de Domicilios"
"El servicio a domicilio"
...

9. ¿Antes de la pandemia utilizaba plataformas digitales o servicio a domicilio?

● Sí 2
● No 3



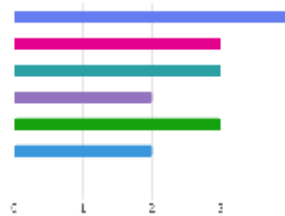
10. ¿Considera que la digitalización ayudó a la permanencia del negocio?

● Sí, significativamente 3
● Sí, parcialmente 2
● Muy poco 0
● No ayudó 0



11. ¿Qué cambios permanecen actualmente en su restaurante después de la pandemia?

● Servicio a domicilio 4
● Ventas por redes sociales 3
● Pagos digitales 3
● Protocolos sanitarios 2
● Menús digitales 3
● Estrategias de promoción 2
● Otras 0



https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NcoPortalPage&subpage=design&id=PN4ojl5sokC-7L2U7koAmPd_5AsLZlghZfNySpmuNUOFMxRjYy... 3/4

15/5/26, 11:49 a.m.

EFFECTOS Y CAMBIOS QUE OCASIONO LA PANDEMIA DEL COVID - 19 EN EL SECTOR GASTRÓNOMICO

12. ¿Considera que las estrategias implementadas en Bucaramanga fueron similares a las utilizadas por restaurantes en otras ciudades del país?

● Sí	5
● No	0
● Parcialmente	0



13. ¿Considera que el sector gastronómico de Bucaramanga logró recuperarse después de la pandemia?

● Sí totalmente	3
● Parcialmente	2
● Muy poco	0
● No	0

