

Impacto de la Pandemia de la COVID-19 en el Sector Gastronómico del Paraguay Durante marzo y abril 2020

Impact of the COVID-19 Pandemic in the Gastronomic Sector of Paraguay
During March and April 2020

Sabrina Bazán Benítez
Universidad Americana, Paraguay
sabriibenitez3004@gmail.com

Ángelo Sebastián Morel Giménez
Universidad Americana, Paraguay
angelomorel21@gmail.com

Sara Ruth Solís Cañete
Universidad Americana, Paraguay
rutisoliscfo@gmail.com

Ileana Gabriela Méndez
Universidad Americana, Paraguay
ileanagmendez@gmail.com

Gabriela Azucena Sánchez Noguera
Universidad Americana, Paraguay
gaazusan13@gmail.com

Chap Kau Kwan Chung
Universidad Americana, Paraguay
Wendy505@hotmail.com

<https://doi.org/10.56216/radee012021jun.a05>



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons
Autor para correspondencia: Chap Kau Kwan Chung, e-mail: Wendy505@hotmail.com

Citación recomendada: Bazán, S. et. al (2021) Impacto de la Pandemia de la COVID-19 en el Sector Gastronómico del Paraguay Durante marzo y abril 2020. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 1 (1): 55-61, <https://doi.org/10.56216/radee012021jun.a05>

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo principal determinar el impacto de la pandemia de la COVID-19 en el sector gastronómico del Paraguay. El trabajo se basó en un enfoque cualitativo, no experimental, de corte transeccional y descriptivo. Se realizó seis entrevistas a personas pertenecientes al mundo gastronómico en abril, 2020. El tipo de muestro fue no probabilístico, por juicio, a través de una encuesta de seis preguntas. Se ha realizado la entrevista vía email por los siguientes motivos: activación de la cuarentena total, el desconocimiento del uso de aplicaciones de videoconferencias y falta de tiempo de la mayoría de los entrevistados. Los criterios de inclusión fueron: trabajar en el sector gastronómico dentro del territorio nacional. Los resultados más notables fueron: 1. Disminución de la facturación entre el 50% al 70% de las ventas; 2. Implementación de nuevos mecanismos de ventas: delivery y pick up; 3. Implementación de estrategias administrativas poco utilizada: suspensión laboral, reacomodación de funciones y reducción de horas de trabajo. Se concluye la existencia de una reducción de pagos de impuestos y la conciencia de los empresarios en evitar el despido de personales durante la crisis sanitaria como parte de la responsabilidad social empresarial.

Palabras clave: Pandemia, sector gastronómico, Paraguay, COVID-19

ABSTRACT

The main objective of the investigation is to determine the impact of the COVID- 19 pandemic in the gastronomic sector of Paraguay. The work was based on a qualitative, non-experimental, transectional and descriptive approach. Six interviews were conducted with people belonging to the gastronomic world in April 2020. The type of sample was non- probabilistic, by judgment, through a survey of six questions. The interview was conducted via email for the following reasons: activation of total quarantine, ignorance of the use of videoconferencing applications, and lack of time for most of the interviewees. The inclusion criteria were: work in the gastronomic sector within the national territory. The most notable results were: 1. Decrease in billing between 50% to 70% of sales; 2. Implementation of new sales mechanisms: delivery and pick up; 3. Implementation of little-used administrative strategies: suspension of work, rearrangement of functions and reduction of working hours. The existence of a reduction in tax payments and the awareness of employers in avoiding the dismissal of personnel during the health crisis as part of corporate social responsibility is concluded.

Keywords: Pandemic, gastronomic sector, Paraguay, COVID-19

El COVID-19 golpeó fuertemente a las bolsas del mundo e incluso amenaza con provocar una crisis financiera global (Diario La Nación, 2020), donde la economía mundial se reducirá en un 5.2% en el 2020, considerada como la peor recesión económica desde la Segunda Guerra Mundial, según previsiones del Banco Mundial (Banco Mundial, 2020) y definitivamente, la pandemia de la COVID-19 pone en jaque a la economía mundial (Garro, 2020). El COVID-19 pone en riesgo un bien público global esencial, impactará la economía mundial y afectará la oferta y demanda a través de la interrupción de las cadenas de producción (CEPAL, 2020a).

Las medidas sanitarias adoptadas en los diferentes países como respuesta al coronavirus, cierre de fronteras, restricciones al movimiento de personas y mercancías, medidas de aislamiento, han impactado a las cadenas de producción, transformación y comercialización (CEPAL, 2020b). En la actualidad la pandemia ha afectado a todos los

sectores de la economía, y en especial, al rubro gastronómico en Paraguay. El sector de alimentos y bebidas es considerado como una de las principales actividades de servicio (Salazar y Burbano, 2017) generando así a la contribución de los ingresos económicos para la empresa (Quito Turismo, 2015). Locales de comidas como bares, cafeterías y restaurantes han sumado a la medida de cuarentena (ABC Color, 2020). Así mismo, muchos establecimientos gastronómicos han optado cerrar sus puertas completamente al público (60%), mientras otros 40% implementaron el servicio de delivery, con y sin costo, para el cliente (Peralbo, 2020; La Nación, 2020).

En Paraguay, la Asociación de Restaurantes del Paraguay (ARPY) solicita al Estado Paraguayo a tener en cuenta varios aspectos como: 1. Baja del IVA en restaurantes al 5% durante 1 o 2 años; 2. Flexibilización en el contrato del personal durante 2 años; 3. Exoneración del 50% aporte obrero patronal por 12 meses, manteniendo cobertura médica del empleador y familia; 4. Exoneración del pago del 50% del pago de todos los servicios públicos por 12 meses; 5. Reintegro del IVA (VAT) a clientes extranjeros en las cuentas en restaurantes en montos superiores a Gs.100.000.- (cien mil guaraníes); 6. Otorgamiento de garantías (FOGAPY) para Préstamos a Grandes Empresas, con el fin de poder refinanciar deudas viejas con 1 o 2 años de gracia; 7. Legislar sobre máximos a cobrar como comisión de Tarjetas para que las mismas sean del 3% en Tarjetas de Crédito y 1 % en Tarjetas de Débito para el rubro Gastronómico; 8. IPS pagará a los empleados suspendidos el subsidio en forma mensual mientras dure la cuarentena (ARPY, 2020).

Según CDC (2020) las siguientes son las formas en las que aumenta el riesgo de propagación del COVID-19 en entornos de restaurantes o bares son: 1. Más bajo: el servicio de comida se limita a atención por ventanilla, entrega, comida para llevar y retiro en la acera; 2. Más riesgo: el servicio de comida en el lugar se limita a brindar atención al aire libre. La capacidad en las áreas para sentarse debe reducirse de modo tal que las mesas estén separadas al menos 6 pies unas de otras; 3. Aún más riesgo: se ofrece el servicio de comida en interiores y exteriores; 4. Más alto: se ofrece el servicio de comida en interiores y exteriores. La capacidad en las áreas para sentarse no está reducida y las mesas no están separadas al menos 6 pies unas de otras.

Actualmente, no existen muchos artículos científicos de la pandemia que estén relacionado directamente con la gastronomía como tal, pero desde una perspectiva holística se han identificado varias investigaciones y /o publicaciones varias sobre el COVID-19 con el sector turístico en general (Feijoó, 2020; González, 2020; Varela y Udangarin, 2020; Viñoles, 2020), y en particular con el turismo gastronómico (Montecinos, 2020), mientras que en artículos periodísticos se encuentran reflexiones sobre la economía nacional en sus diversos sectores y, una mínima parte sobre el análisis del sector gastronómico local. Finalmente, la problemática que se plantea en esta investigación se desprende de la determinación del impacto de la pandemia de la COVID-19 en el sector gastronómico del Paraguay durante marzo y abril 2020.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este trabajo de investigación se basó en un enfoque cualitativo, no experimental, de corte transeccional y descriptivo. Se realizó seis entrevistas a personas del sector gastronómico durante el mes de abril, 2020. El tipo de muestro fue no

probabilístico, por juicio, a través de una guía de seis preguntas abiertas. Los criterios de inclusión fueron personas que se encuentran dentro del rubro gastronómico y con cargo de jefatura o gerencial. Se ha realizado las entrevistas vía email por los siguientes motivos: activación de la cuarentena total, el desconocimiento del uso de aplicaciones de videoconferencias y falta de tiempo de la mayoría de los entrevistados. Los criterios de inclusión fueron: trabajar en el sector gastronómico dentro del territorio nacional.

Cuadro 1. Guía de preguntas

#	PREGUNTAS
P1	¿El nivel de ventas aumentó o disminuyó debido a la situación sanitaria actual? Fundamenta.
P2	En caso que nivel de ventas haya disminuido durante la crisis sanitaria ¿Qué estrategias han implementado para enfrentar dicha situación?
P3	¿Han tenido dificultades en cuanto a la adquisición de materias primas e insumos para continuar con sus actividades comerciales?
P4	¿Cree que es sostenible un porcentaje mínimo de facturación para cubrir todos los costos de producción, mantenimiento del local y pago de salarios?
P5	¿Han implementado reducciones o despidos de personales?
P6	¿Cómo fue adaptarse enteramente a una sola organización de ventas de forma repentina?

Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, seis entrevistados del mundo de la gastronomía fueron tomados para la investigación, con el fin de analizar la situación actual del sector gastronómico en el Paraguay.

RESULTADOS

Después de haber recogido los datos de las seis entrevistas, los resultados más importantes de la presente investigación se presentan a continuación:

En cuanto a la pregunta 1 (P1) sobre el nivel de ventas durante la pandemia. Uno de ellos ha manifestado que ha clausurado el acceso al público desde la crisis sanitaria - cuarentena- por tratarse de un bar, por lo que la facturación fue de 0% para dichos establecimientos. Otros han cerrado las puertas a sus clientes por más de 30 días, y algunos han sufrido una disminución entre el 50% al 70% de sus ventas.

Con respecto a la pregunta 2 (P2) enfocada a la implementación de estrategias para enfrentar la situación de la pandemia. Uno de los establecimientos mencionó haberse

asociado con Pedidos.ya (apps para realizar delivery), otros utilizaron las redes sociales para sus promociones como también creación de páginas de Instagram con sorteos diarios, creación de líneas de congelados, bajas de precios y el resto desarrollaron el servicio del delivery (entrega a domicilio) o el pick up (retiros desde el local).

Con relación a la pregunta 3 (P3) sobre la dificultad en la adquisición de materias primas e insumos para continuar con las actividades comerciales. La mayoría de los entrevistados opinaron no haber tenido ningún inconveniente con sus proveedores, por lo tanto, no hubo dificultad en la gestión de producción. Sin embargo, uno de ellos ha tropezado con desabastecimiento de productos como huevo, harina y algunos tipos de cortes de carne.

Así mismo, la pregunta 4 (P4) enfocada a un porcentaje mínimo de facturación para cubrir costos de producción, mantenimiento del local y pago de salarios. Algunos han manifestado que con un mínimo de ingreso cubriría únicamente los costos de producción, mientras que otros lo ven como insostenible, imposible y sobre todo un gran desafío llegar a fin de mes donde los costos fijos deben ser cubiertos en su totalidad.

La pregunta 5 (P5) hizo hincapié en las reducciones o despidos de personales. En este punto, algunos han implementado las reducciones de horas (un aproximado de 50%), reducciones de salarios, suspensiones sin goce de sueldo y reacomodación de funciones. Más bien, algunos locales han tenido renunciadas y solo un local con despido. Y lo más interesante, un local ha contratado a nuevos personales para el servicio de delivery.

Finalmente, la pregunta 6 (P6) sobre la adopción a una sola organización de ventas de forma repentina. Los entrevistados sostuvieron que hubo miedos, dudas y complicaciones a la hora de aplicar el nuevo modelo de ventas en los locales. No obstante, el nuevo servicio de delivery y la implementación de las tecnologías, han demostrado ser efectivos en estos tipos de negocios, logrando de este modo rapidez y atención personalizada.

CONCLUSIONES

La industria gastronómica en el país brinda servicios de hospitalidad, sosteniendo a más de 60.000 empleos en forma directa (mozos, cocineros, ayudantes, chefs, sommeliers, maitres, gerentes, administrativos, coordinadores de eventos, transportistas, choferes, tecnólogos, químicos, técnicos, comerciales, escuelas gastronómicas, entre otros) e indirecta (proveedores y servicios conexos) (Bai, 2020). Además, se visualizó un fuerte sentido de responsabilidad social empresarial enfocado a los propios personales de dichas localidades. El despido fue la última opción en aplicarse, y en muchos casos no se había llegado hasta ese punto.

Las facturaciones de ventas mensuales, de los locales gastronómicos, han reducido del 50% al 70% durante el periodo de la cuarentena, por lo que fue necesario aplicar netamente el servicio de Delivery y el pick up como una nueva estrategia de ventas. El ser humano es creativo por naturaleza, siempre encuentra la manera de organizarse en situaciones determinadas. Hoy se aplica perfectamente el delivery y el pick up como emergencias, pero el día de mañana se podrá aprovechar la tecnología con otros métodos de envíos, por ejemplo: uso de los drones para las entregas.

En cuanto al temor sobre el contagio del COVID-19 a través de los alimentos, aún no existe dato que apoye a dicha creencia (Cortijo, 2020). Si en toda la cadena de producción y logística se realiza según las normativas sanitarias propuestas, el nivel de contagio sería

menor. Las localidades gastronómicas deben de realizar controles estrictos en todo momento, desde el inicio de la producción hasta la logística, puesto que las medidas sanitarias deben de aplicarse al pie de la letra.

Según estudio realizado por Nauta y la Asociación de Emprendedores del Paraguay (Asepy) sobre la situación que ha vivido el sector gastronómico entre el 12 al 18 de marzo de 2020, existieron locales que decidieron cerrar de forma definitiva (54%) y otros que cambiaron su modelo de negocio a delivery (43%), donde también habrá 98% pérdida de ventas, 75% dificultad de pago a proveedores, 67% dificultad de pago de préstamos y 65% dificultad de pago de impuestos (Infonegocios, 2020). Por lo tanto la recaudación del fisco, en cuanto a los impuestos, también se ve afectada bajo esta situación. Mientras menos ventas haya menos pagos de impuestos se recaudaría. Por lo tanto, las solicitudes planteadas por la Asociación de Restaurantes del Paraguay (ARPY) al Estado Paraguayo (ARPY, 2020) puede ser una alternativa eficiente de sobrellevar la crisis y al mismo tiempo apuntar lentamente hacia la estabilidad económica del país.

Mediante la investigación se logró evidenciar lo difícil que resulta para los establecimientos gastronómicos absorber los costos fijos y variables durante el tiempo de la cuarentena. En cuanto a recursos humanos, varios de los entrevistados habían tomado la decisión de aplicar las suspensiones de contratos, negociar los salarios en pagos fraccionados, reacomodación de funciones y en el peor de los casos el despido. En términos logísticos, los locales gastronómicos han tenido que aplicar el delivery o el pick up como una estrategia de ventas. Así mismo, la creación de nuevas líneas de productos también ha aparecido en las localidades gastronómicas.

REFERENCIAS:

- ABC Color. (16 de 3 de 2020). Anunciarán nuevas medidas de contención para negocios afectados. Recuperado el 3 de 4 de 2020, de <https://www.abc.com.py/nacionales/2020/03/16/anunciaran-nuevas-medidas-de-contencion-para-negocios-afectados-por-cuarentena/>
- ARPY. (10 de 6 de 2020). Solicitud de ARPY al Estado Paraguayo. Recuperado el 15 de 6 de 2020, de Asociación de Restaurantes del Paraguay: <http://www.arpv.com.py/solicitud-de-arpv-al-estado-paraguay/>
- Bai, J. (16 de 3 de 2020). Propuesta ARPY al MIC. Recuperado el 15 de 6 de 2020, de Asociación de Restaurantes del Paraguay: <https://www.arpv.com.py/propuesta-arpv-al-mic/>
- Banco Mundial. (8 de 6 de 2020). La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/COVID-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii#>
- CDC. (27 de 5 de 2020). Consideraciones para restaurantes y bares. Recuperado el 15 de 6 de 2020, de Centro para el Control y Prevención de Enfermedades: <https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/organizations/business-employers/bars-restaurants.html>
- CEPAL. (2020a). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. COVID-19 tendrá graves efectos sobre la economía mundial e impactará a los países de América Latina y el Caribe. Recuperado el 15 de 6 de 2020, de <https://www.cepal.org/es/comunicados/COVID-19-tendra-graves-efectos-la-economia-mundial-impactara-paises-america-latina>
- CEPAL. (2020b). Análisis y respuestas de América Latina y el Caribe ante los efectos del COVID-19 en los sistemas alimentarios. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

- Cortijo, L. (23 de 3 de 2020). “¿Se transmite el coronavirus a través de los alimentos?”. Obtenido de La Vanguardia.com: <https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20200320/474260610993/virus-trasmision-alimentos-comida-covid19-coronavirus-aitor-sanchez.html>
- Diario La Nación. (4 de 3 de 2020). Coronavirus: ¿Cómo afecta a Paraguay y a la economía global? Recuperado el 6 de 5 de 2020, de <https://www.lanacion.com.py/mitad-de-semana/2020/03/04/coronavirus-como-afecta-a-paraguay-y-a-la-economia-global/>
- Feijoó, J. (5 de 2020). Tendencias y reflexiones. Sur, pandemia y despues. Cómo se recuperará el turismo después de la pandemia. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de Escuela de Hotelería, Gastronomía y Turismo. Universidad de Belgrano: <http://190.221.29.250/handle/123456789/8951>
- Garro, L. (31 de 3 de 2020). La Cuarentena más grande del mundo. Geirsa - Grupo de Estudios sobre India y el Sudeste Asiático de Rosario. Recuperado el 18 de 6 de 2020, de http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/18300/LA%20CUARENTENA%20MA%cc%81S%20GRANDE%20DEL%20MUNDO%20_%20GEIRSA.htm?sequence=3&isAllowed=y
- González, S. (5 de 2020). Tendencias y reflexiones. Sur, pandemia y despues. La hotelería en la actualidad. Escuela de Hotelería, Gastronomía y Turismo. Universidad del Belgrano. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de <http://190.221.29.250/handle/123456789/8951>
- Infonegocios. (25 de 3 de 2020). Cómo es el impacto del coronavirus en el sector gastronómico del país. Recuperado el 18 de 6 de 2020, de <https://infonegocios.com.py/infogourmet/como-es-el-impacto-del-coronavirus-en-el-sector-gastronomico-del-pais>
- La Nación. (14 de 4 de 2020). Más del 60% del sector gastronómico dejó de operar. Diario La Nación. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de <https://www.lanacion.com.py/pais/2020/04/14/mas-del-60-del-sector-gastronomico-dejo-de-operar/>
- Montecinos, A. (2020). Turismo Gastronómico vs. COVID-19. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de Excelenciasgourmet.com: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/017864.pdf>
- MSPBS. (10 de 3 de 2020). Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Por la cual se establecen medidas para mitigar la propagación del coronavirus (COVRD.LG). Recuperado el 5 de 6 de 2020, de <https://www.mtess.gov.py/documentos/resolucion-mspbs-sg-n-902020>
- Peralbo, D. (14 de 3 de 2020). Lista de locales con medidas especiales, cerrados por cuarentena y de los que ofrecen delivery sin costo. ABC Color. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de <https://www.abc.com.py/nacionales/2020/03/14/lista-de-locales-con-medidas-especiales-cerrados-por-cuarentena-y-de-los-que-ofrecen-delivery-sin-costo/>
- Quito Turismo. (20 de 4 de 2015). Quiénes somos. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec>
- Salazar, D., & Burbano, C. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(1), 2-14.
- Varela, E., & Udangarin, V. (5 de 2020). Tendencias y reflexiones. Sur, pandemia y despues. El turismo: una actividad resiliente. Escuela de Hotelería, Gastronomía y Turismo. Universidad del Belgrano. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de <http://190.221.29.250/handle/123456789/8951>
- Viñoles, M. (5 de 2020). Tendencias y reflexiones. Sur, pandemia y despues. La pandemia y el turismo tienen una relación jamás pensada. Escuela de Hotelería, Gastronomía y Turismo. Universidad del Belgrano. Recuperado el 17 de 6 de 2020, de <http://190.221.29.250/handle/123456789/8951>