

Revista MICA.
Volumen 8 No. 15.
ISSN: 2594-1933
Periodo: Enero - Junio de 2025
Tepic, Nayarit. México
Pp. 56 - 66
Recibido: junio 02 de 2025
Aprobado: junio 30 de 2025

Análisis de las estrategias de adaptabilidad de los emprendimientos de alimentos y bebidas de los pueblos mágicos de Nayarit (Jala, Sayulita y Compostela) durante la crisis económica provocada por la pandemia de COVID-19, 2020.

Analysis of the adaptability strategies of food and beverage ventures in the magical towns of Nayarit (Jala, Sayulita y Compostela) during the economic crisis caused by the pandemic COVID-19, 2020.

Acosta Castañeda Victor Nayar
Victor.acosta@uan.edu.mx

Análisis de las estrategias de adaptabilidad de los emprendimientos de alimentos y bebidas de los pueblos mágicos de Nayarit (Jala, Sayulita y Compostela) durante la crisis económica provocada por la pandemia de COVID-19, 2020.

Analysis of the adaptability strategies of food and beverage ventures in the magical towns of Nayarit (Jala, Sayulita y Compostela) during the economic crisis caused by the pandemic COVID-19, 2020.

Resumen

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en microempresas en todo el mundo. Es por ello, que el presente trabajo realiza un análisis de las estrategias de adaptabilidad que los restaurantes de Jala, Sayulita y Compostela, Nayarit realizaron durante la contingencia sanitaria en el año 2020. Para la recopilación de datos se realizaron cuestionarios, los cuales tuvieron la finalidad de caracterizar a los restaurantes y conocer las estrategias que utilizaron para sobrevivir a la contingencia sanitaria. Como resultados relevantes se encontró que las empresas para adaptarse y sobrevivir tuvieron que transformarse digitalmente, cuidar su base de clientes y proveedores.

Palabras clave: Mipymes, adaptabilidad, contingencia sanitaria

Abstract

The COVID-19 pandemic has had a significant impact on microenterprises around the world. For this reason, the present study analyzes the adaptability strategies implemented by restaurants in Jala, Sayulita, and Compostela, Nayarit during the health contingency in 2020. To collect data, questionnaires were conducted with the aim of characterizing the restaurants and understanding the strategies they used to survive the health crisis. Notable findings indicate that in order to adapt and survive, businesses had to undergo digital transformation and focus on maintaining their customer and supplier base.

Keywords: *Mipymes, adaptability, health contingency*

Introducción

La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020) define al COVID-19 como “una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2”. El Banco Mundial (BM), en su estudio de 2021, encontró que este virus tuvo un profundo impacto económico en empresas de más de 60 países. En el periodo comprendido entre octubre de 2020 y enero de 2021, aproximadamente una cuarta parte de estas empresas vieron caer sus ventas en 50% y, en promedio, se redujeron 27 por ciento.

Existen estudios como los de Beglaryan, Bartik, Alcover, Becerra, Gutierrez y McCann realizados en diferentes países, los cuales reportan no sólo caídas en las ventas de los negocios, sino también en ingresos, empleo, horas trabajadas, inversión, expectativas de crecimiento económico, así como desorganización, caída de suministros, problemas de liquidez, al igual que el cierre temporal y definitivo de las mipymes.

Es por esto, que el objetivo general de esta investigación es analizar las estrategias de adaptabilidad que los emprendimientos de Jala, Sayulita y Compostela en Nayarit pusieron en práctica durante la crisis económica por la pandemia de COVID-19 para poder sobrevivir y no llegar a cerrar sus negocios.

Revisión bibliográfica (marco teórico)

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2020), la pandemia del COVID-19 impactó la economía y la sociedad de América Latina y el Caribe, pues estimó que antes de que finalizara el año 2020 podrían cerrar 2.7 millones de empresas, lo que equivale al 19% de todas las existentes en la región. Así mismo puntualizó que en el caso de las microempresas el porcentaje podría llegar al 21%. En términos de empleo, estimó la desaparición de más de 8.5 millones de puestos laborales. De los cuales el 8.1% del total serían empleos formales del sector empresarial y más del 20% de los puestos de trabajo que generaban las microempresas. El fuerte impacto registrado por las microempresas se debe, entre otras cosas, a su pronunciada especialización dentro del sector comercial. Para el 2016, aproximadamente el 42% de las microempresas de América

Latina y Caribe realizaban sus operaciones dentro de este rubro que ha sido uno de los más afectados por la pandemia.

Bejarano, et al.(2021) en su estudio realizado en Aguascalientes menciona que varias empresas para esquivar la situación de cierres temporales o definitivos debieron mantener su nivel de gastos y adoptar medidas para mantener a sus clientes sin que se desplomaran las ventas, lo cual claramente no sucedió. La caída de las ventas se explica más por las medidas de aislamiento o encierro adoptadas por los propios consumidores que por la situación económica preexistente del establecimiento. así como también sus datos revelan que, debido a medidas impuestas por el gobierno, muchos de los negocios cerraron temporalmente, y eso repercutió fuertemente en sus ventas.

Además de los cierres temporales, otras dos medidas adoptadas por los negocios que sobresalen son: la restricción de acceso a los clientes y la implementación/aumento de las ventas en línea. De nuevo, estas medidas no fueron suficientes para mantener el nivel de ventas, por lo que muchos negocios optaron principalmente por reducir su producción, con todas las implicaciones laborales que esto conlleva, reducir rápidamente algunos gastos como los de mercadeo, o renegociar algunos pagos para posponerlos a futuro.

Mesabia et al. (2022) encontraron que la pandemia tuvo efectos adversos y beneficiosos. Los impactos negativos incluyeron aspectos financieros y humanos, como disminución de ganancias, problemas de financiamiento, impactos sociales y psicológicos. Además, los empresarios enfrentaron desafíos, como falta de recursos, pérdida de empleos e ingresos, y restricciones gubernamentales. Su investigación también reveló que muchos emprendedores desarrollaron habilidades de resiliencia e innovación, gestionando estratégicamente sus negocios y adaptándose rápidamente al cambio. La crisis del COVID-19 también permitió a los dueños de restaurantes diversificar servicios, fidelizar clientes y ganar nuevos segmentos de mercado.

Así mismo Lozano y Chiatchoua (2021) en un estudio realizado en la Ciudad de México, se logró demostrar que el impacto del COVID-19 no solo fue en el ámbito de

salud, sino que también llegó afectar seriamente el sector económico. En dicho estudio se analizó también el tiempo de operación de las empresas en el mercado mexicano y se encontró que la mayoría de ellas tienen al menos 10 años en el mercado y fueron las que más manifestaron las grandes pérdidas en sus ingresos, especialmente aquellas con menos de un año de operación. De igual forma quedó de manifiesto que los meses de mayor caída fueron abril, mayo y junio del 2020.

Los resultados de su estudio muestran que la pandemia ha afectado de manera significativa los negocios en México desde el cierre, los despidos, la pérdida de ingresos, la falta de acceso a la información, así como la capacitación de los empleados. Además, la cancelación de eventos, la ausencia de vínculos entre empresas y la poca disponibilidad a desarrollar actividades de innovación. Finalmente, en una acción combinada entre gobierno, empresa y sociedad civil, se requiere desarrollar estrategias en apoyo a la MYPE desde el acceso a financiamiento, la capacitación constante y actualizada y promoción de las actividades de innovación.

Navarro (2020), en la nota del 20 de junio del 2020 en el periódico La Jornada, se afirma que a consecuencia de la pandemia de Covid-19, poco más de 38 mil empleos se perdieron en Nayarit, Tamaulipas y Morelos, de acuerdo con datos de las secretarías del Trabajo estatales y organismos empresariales locales.

En Nayarit, el secretario del Trabajo, Ernesto Navarro González, precisó que se perdieron 17 mil 565 puestos, de los más de 24 mil generados durante la administración de Antonio Echeverría. Detalló que “en marzo –primer mes de la pandemia–, se perdieron 8 mil 24 empleos; en abril 9 mil 157; en mayo se detuvo la caída y sólo fueron 384, por lo que solamente quedan 6 mil trabajos. Además, el gobierno entregó recursos económicos por poco más de 13 millones de pesos a empresarios locales, para impulsar la economía y la recuperación laboral por la pandemia en la entidad.

Sánchez y Mendoza (2021), mencionan que en la ciudad de Tepic, Nayarit el 23% de los micro negocios restauranteros dejaron de funcionar durante los meses de abril a junio

del 2020 debido a la pandemia COVID-19, ya que tuvieron una gran disminución en las ventas que les imposibilitaron seguir funcionando.

A consecuencia del COVID-19, la economía de las mipymes, particularmente las del sector restaurantero, enfrentan un problema de falta de ventas que genera un impacto social negativo tanto para los concesionarios de alimentos como para la gente que vive alrededor de estas empresas. Existen efectos que se pueden notar a simple vista, en su mayoría negativos, por lo que es importante identificar el nivel de afectación que presentan.

Metodología

El enfoque del trabajo fue mixto, puesto que en el análisis se tomaron en cuenta tanto variables cuantitativas como cualitativas. El alcance de la investigación es descriptivo ya que en este tipo de alcance se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos, etc (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El diseño que se eligió fue el diseño no experimental, definido como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Fue un diseño de investigación transeccional o transversal puesto que se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir los negocios y el impacto que tuvo el COVID-19 en ellos.

La técnica con la cual se obtuvo la información fue a través de una encuesta. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario avalado por el Centro de Estudios e Investigaciones en Gastronomía (CIENGASTRO), consta de 18 preguntas, tanto abiertas como cerradas; estuvo dividido en 3 secciones. La primera fue sobre la información general del establecimiento, la segunda sección sobre las estrategias que se realizaron durante la

pandemia, la tercera y última es sobre las recomendaciones que dan los dueños de negocios a nuevos emprendedores.

En cuanto al método de selección de los participantes se definieron dos métodos: por conveniencia y bola de nieve; se realizaron 20 cuestionarios a restaurantes de Sayulita, Jala y Compostela respectivamente. El análisis de los datos se realizó con estadística descriptiva.

Resultados y Conclusiones

Información general

Como se muestra en la figura 1. El 50% de los restaurantes encuestados son de Sayulita, el 25% de Jala y el otro 25% de Compostela. El 60% de estos restaurantes los dueños son hombres y el restante es dirigido por mujeres.

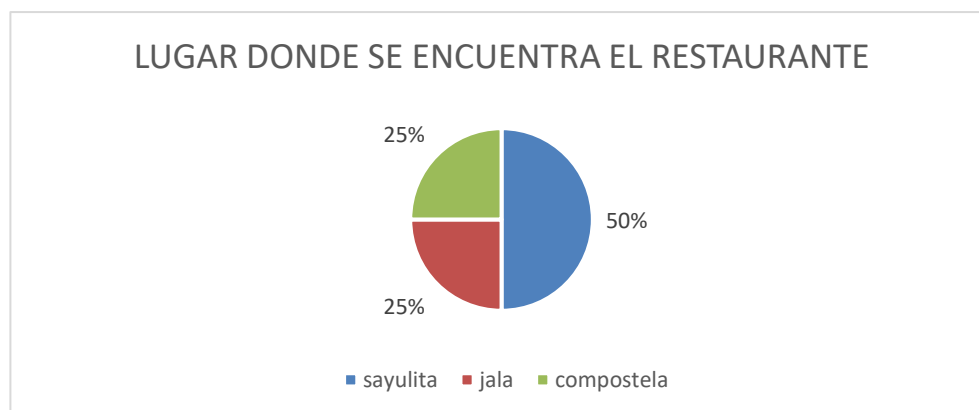


Figura 1. Lugar del restaurante. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la Figura 2. Podemos identificar que el 65% de estos son del giro de servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida, el 10% restante son restaurantes con servicio de preparación de antojitos y el 25% restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos.

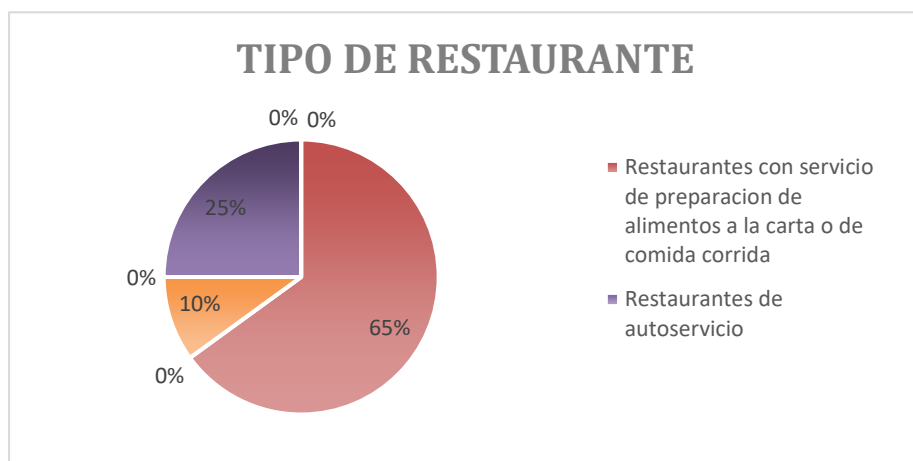


Figura 2. Tipo de restaurante. Fuente: Elaboración propia.

El 45% de los restaurantes tiene de 0 a 5 empleados, lo cual nos muestra que son microempresas las que se encuentran en estos municipios, de los cuales el 65% de los empleados son mujeres; el 30% de los restaurantes tiene de 11 a 30 empleados y el 20% de 6 a 10 empleados lo cual nos reitera que estamos trabajando con una muestra de micro y pequeña empresa.

Los años que llevan abiertos los restaurantes encuestados van desde los 2 hasta los 61 años de servicio lo cual nos indica que son emprendimientos ya reconocidos y bien posicionados por la población de los municipios, así como también contestaron que los proveedores que tienen son locales, lo cual hace que entre ellos mismos se consuman.

Aspectos sobre la pandemia

Todos los establecimientos encuestados implementaron medidas sanitarias en sus establecimientos durante la pandemia, las cuales fueron:

Brindar gel antibacterial, contar con filtros sanitarios (toma de temperatura, tapetes sanitizantes), limitar el aforo del establecimiento, incrementar frecuencia de limpieza y desinfección de áreas y dotar de cubrebocas a colaboradores.

El 95% de los restaurantes no se vio en la necesidad de despedir a su personal. Las estrategias que utilizaron los emprendimientos para sobrevivir durante la pandemia fueron los siguientes:

1. Tuvieron que transformarse digitalmente utilizando una herramienta digital la cual constaba, que el cliente les pidiera la comida por WhatsApp y de ahí el restaurante lo mandaba a sus casas o el cliente pasaba por la comida.

2. Cuidaron su base de clientes al seguir con la misma calidad que caracteriza a cada restaurante.

3. Cuidar proveedores cercanos, ya que como se mencionó anteriormente los proveedores son locales por lo tanto no se afectó tanto el comercio local, esto porque los restaurantes seguían comprando con sus proveedores habituales, sin necesidad de afectar las ventas al proveedor.

4. Ser innovadores, en cuanto a la forma recibir pedidos y mandarlos directamente a la casa del cliente; así como realizar promociones por día en sus páginas de Facebook para que la venta no bajara y sus empleados siguieran obteniendo sus quincenas.

Recomendaciones a futuros emprendedores

Las recomendaciones que dieron a futuros emprendedores son las siguientes: Acatar las medidas por parte del gobierno, no desesperarse, mantener la calma y no olvidar la comunicación con sus colaboradores; Estar actualizándose con nuevas ideas como implementar la entrega a domicilio y mejoras del establecimiento como contar con higiene y disciplina, esto para cuidar la esencia del negocio y un buen manejo de redes sociales con estrategias de publicidad para lograr que las ventas no bajen y los precios de los platillos no se vean alterados y seguir cuidado a los clientes.

Conclusiones

La presente investigación permitió analizar las estrategias de adaptabilidad implementadas por los emprendimientos de alimentos y bebidas en los pueblos mágicos de Nayarit (Jala, Sayulita, Compostela) durante la crisis económica provocada por la pandemia de COVID-19 en 2020. A través del estudio de caso de 20 restaurantes ubicados en Jala, Sayulita y Compostela, se identificó que, a pesar de las limitaciones estructurales y

económicas propias de las MIPyMES, estas lograron hacer frente a una situación sin precedentes mediante acciones concretas orientadas a la resiliencia, la innovación y la colaboración local.

Entre los principales hallazgos destaca la transformación digital como una respuesta clave para mantener las operaciones comerciales, la fidelización de la clientela mediante la calidad del servicio, el fortalecimiento de las redes con proveedores locales, y el uso de herramientas de bajo costo como las redes sociales para promover el consumo. Estas estrategias no solo fueron fundamentales para la supervivencia inmediata, sino que también han sentado las bases para una posible consolidación a mediano y largo plazo.

Este trabajo también reafirma la importancia de considerar el contexto local y cultural al momento de diseñar respuestas ante crisis económicas, ya que los factores comunitarios y el conocimiento del entorno juegan un papel esencial en la capacidad de adaptación de los emprendimientos. Además, se evidencia que la experiencia adquirida por estos empresarios puede servir como referente para otros sectores o regiones en situaciones similares.

Referencias

Bejarano, H., Hancevic, P., & Núñez, H. M. (2021). *Impacto económico del COVID-19 en negocios pequeños y medianos bajo restricciones voluntarias e impuestas*. *EconoQuantum*, 18(2), 23–56. <https://doi.org/10.18381/eq.v18i2.7229>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2 de julio de 2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación* (Informe Especial COVID-19 No. 4). Santiago, Chile.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2 de diciembre de 2020). *ECOVIED-IE (segunda edición) y Estudio sobre la demografía de los negocios 2020* [Comunicado de prensa]. INEGI. https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVIED-IE_DEMOGNEG.pdf

Lozano, C. & Chiatchoua, C. (2021). El impacto del COVID-19 en las micro y pequeñas empresas de la Ciudad de México. *Boletín Científico Sapiens Research*, 11(2), 3-11. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8249089>

Mesabia, N., Fomi, P. R. y Koolib, C. (2022). Managing restaurants during the COVID-19 crisis: Innovating to survive and prosper. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100234>

Navarro, M. (2020). *La Jornada: Por la pandemia se perdieron 38 mil empleos en tres entidades*. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/2020/06/20/estados/027n1est>

Sánchez, S. y Mendoza, J. (2021). COVID-19 Y MiPymes restauraneras de la ciudad de Tepic, 2020. *Brazilian Journals of Business*, 3(2), 1942-1955. <https://brazilianjournals.com/ojs/index.php/BJB/article/view/31641>

World Bank. (17 de febrero de 2021). *Tracking an unprecedented year for businesses, everywhere*. Recuperado de <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2021/02/17/tracking-an-unprecedented-year-for-businesses-everywhere>

World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19)* [Hoja informativa]. Recuperado de [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/coronavirus-disease-\(covid-19\)](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/coronavirus-disease-(covid-19))