



ESTRATEGIAS Y TRANSFORMACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE EDIFICIOS DE SALONES DE EVENTOS POR LA PANDEMIA DEL COVID-19

Ana Laura Miranda García. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez,
Instituto de Ciencias Sociales y Administración
ana.miranda19@hotmail.com

Aida Yarira Reyes Escalante. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez,
Instituto de Ciencias Sociales y Administración
aida.reyes@uacj.mx

Diego Adiel Sandoval Chávez
Tecnológico Nacional de México campus Ciudad Juárez
dsandoval@itcj.edu.mx

Carlos Jesús González Macías. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez,
Instituto de Ciencias Sociales y Administración
cgonzalez@uacj.mx

Resumen

La pandemia del Covid-19 generó un gran impacto a nivel mundial afectando al desarrollo económico y social. Las afectaciones a la económica de las localidades fueron incalculables debido a que continúan restricciones y normas de prevención para proseguir con los procesos de convivencia masiva. El marco teórico base para la explicación de las estrategias organizacionales fueron la adaptabilidad organizacional y la innovación, ambas como respuestas a las condiciones de la contingencia sanitaria. Los empresarios crearon estrategias para dar cumplimiento a requerimientos gubernamentales con la finalidad de continuar con el servicio de eventos y reuniones. El objetivo de investigación se plantea con la finalidad de conocer la transformación en la infraestructura interna y externa de los salones de eventos durante la pandemia como un efecto para que las reuniones sociales fueran aprobadas. El estudio es descriptivo y de tipo cuantitativo, la temporalidad es transversal con datos levantados durante mayo a octubre del 2021. Se tomó una muestra de 154 salones, considerándose un 95% de confiabilidad y un 5% de error mediante el cálculo de población finita. Los datos se obtuvieron *in situ*, la evaluación se realizó mediante recorridos con acompañamiento. Los resultados revelaron modificaciones a la infraestructura física desde el estacionamiento, recepción, espacios internos, cocina, baños, bar y áreas de convivencia como una forma de adaptación mediante la innovación. Se concluye que los empresarios crearon estrategias en beneficios de sus clientes y de su propio personal, se actualizaron los servicios y se presentan avances para la activación comercial del giro de reuniones.

Palabras clave: Covid-19, turismo, eventos masivos, pandemia.



STRATEGICS AND TRANSFORMATION OF THE INFRASTRUCTURE OF EVENT HALL BUILDINGS DUE THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract

The Covid-19 pandemic generated a great impact worldwide, affecting economic and social development. The effects on the local economic situation were incalculable due to the continuation of restrictions and prevention rules persist with the processes of mass coexistence. The basic theoretical framework were the organizational adaptability and innovation, both as responses to the conditions of the sanitary contingency. The businessmen created strategies to comply with governmental requirements to continue with the service of events and meetings. The objective of this research is to understand the transformation in the internal and external infrastructure of event halls during the pandemic as an effect on the approval of social gatherings. The study is descriptive, the temporality is transversal with data collected during May to October 2021. A sample of 154 business, considering a 95% reliability and a 5% error by means of the finite population calculation. The data were obtained in situ; the evaluation was carried out by means of accompanied tours. The results revealed modifications to the physical infrastructure, from the parking lot, reception, internal spaces, kitchen, bathrooms, bar, and common areas, as a form of adaptation through innovation. It is concluded that the businessmen created strategies for the benefit of their clients and their own staff, services were updated, and progress was made in the commercial activation of the meetings business.

Keywords: Covid-19, tourism, massive events, pandemic.

1. Introducción

El estudio de los efectos de las pandemias, epidemias y plagas reflejan las estrategias que los afectados realizan para sobreponerse a los hechos que se suscitan para poder controlarla. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2010) definió pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad; una pandemia es una epidemia que se extiende y afecta a gran cantidad de individuos y desde los tiempos inmemorables, la población de la tierra se ha visto amenazada por enfermedades que representan una gran amenaza, en todos los casos, la humanidad ha superado las pandemias con pérdidas humanas, económicas y sociales que han sido parte de la historia (Kreibohm, 2020). Tomasi (2020) menciona que a raíz de los descubrimientos médicos se logró saber que millones de humanos morían por causa de microbios, por la falta de higiene. Así como, el conocimiento que fue la relación con animales que se tenían más enfermedades al ser portadores de virus contagiosos. Además, concluye que el equilibrio entre los hombres y microbios se altera en gran escala y con ello surgen enfermedades que sin su control se llegan a pandemias. Se tiene registro de tres grandes pandemias: La peste negra del siglo XIV en Europa; la gripe española; Influenza AH1N1. De las pandemias, epidemias y plagas se ha aprendido a tomar reacciones sobre los medios de prevenir los contagios, las decisiones para continuar y, sobre todo, como seguir un proceso posterior de cuidado y regreso a procesos de vida normalizados.

El análisis de los efectos secundarios causados por la pandemia del Covid-19 son importantes para conocer los daños causados y como se enfrentó a la problemática para salir de ella. El registro de los efectos permite conocer aquellas áreas que sufrieron daños y los impactos, ya sea en aspectos sociales, economía, salud, política, entre tantas otras.



A finales de año 2019, el mundo recibió la noticia de un nuevo virus que pertenece a la familia del SARS-CoV-2 y fue identificado como Covid-19. La descripción del virus fue de peligrosidad, alto nivel de contagio y con consecuencias mortales para la humanidad. La OMS (2022) definió al Covid-19 como una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus, su descubrimiento no es reciente, sin embargo, su mutación y peligrosidad era desconocido hasta el brote generado en Wuhan (China) (Fernández y Tinoco, 2020). Después del registro del primer infectado en Wuhan, se identificó una gran cantidad de contagios y en poco tiempo se reconoció como una pandemia a nivel mundial. Los indicadores de la pandemia reflejan dificultad para respirar, alta temperatura y bloqueo en los pulmones, los afectados iniciaban con síntomas que los llevaban a la muerte sin la atención inmediata. El efecto del contagio alarmó a toda la humanidad, y por más esfuerzos por evitar la propagación, ésta llegó a todos los lugares del mundo. Para mediados del 2020 los indicadores de contagiados y fallecidos contándose en millones (Fernández y Tinoco, 2020).

Las evidencias de los esfuerzos por superar los efectos del Covid-19 dan a evidencia de las reacciones que se tuvieron, así como las acciones tomadas tanto por el gobierno como por toda la comunidad. La generación de acciones inmediatas para evitar el contagio del Covid-19 fueron drásticas en sus inicios, comenzando con cierres totales para prevenir los contagios. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020) recomendó estrategias para evitar los contagios, adicionalmente los países crearon sus propias estrategias, una de ellas fue el cierre de: fronteras, empresas, organizaciones, áreas gubernamentales no fundamentales, deportes, eventos de todo tipo, además se prohibió tener contacto físico fuera de su círculo familiar, en pocas palabras se paralizó el mundo en todas sus actividades. Las únicas organizaciones empresarias permitidas fueron aquellas necesarias para atender la emergencia sanitaria, como son: los hospitales y varias relacionadas con la rama médica, paramédica, seguridad pública, organizaciones fundamentales para la economía y los que aseguran la distribución y producción de los servicios como fue la comida (Valenzuela, 2021). Las caídas económicas anuales relacionadas con el Producto Interno Bruto reflejaron el problema, un ejemplo de ello fue el 3.8% en los Estados Unidos, el 9% en la zona en la Comunidad Europea y el 2.1% en el Japón (Chiatchoua et al., 2020).

En marzo del 2020, las naciones de todo el mundo vieron la afectación de los niveles de contagio, ya que el número de muertes reflejaron incrementos y las cantidades de pacientes contagiados sobre pasaban la existencia de camas y lugares de atención inmediata. Ante la gravedad de la pandemia, en muchos países se consideró que las decisiones para prevenirla fueron lentas, de hecho, algunos dirigentes se vieron obligados a retrasar tales medidas debido a las consecuencias económicas a las que no se estaba preparado (González, 2020).

Se reportaron diversidad de reacciones ante el Covid-19, por ejemplo:

- a. En lo tocante a la economía global más de 500 millones de personas de países en vías de desarrollo podrían hundirse en la pobreza. En este sentido, se iniciaron esfuerzos por parte del Grupo de Combate a la Pobreza para exhortar a los países desarrollados a intensificar sus esfuerzos de ayuda y una inminente cancelación inmediata en los pagos de las deudas de los países en vías de desarrollo para el 2020 (Gomar, 2020).
- b. Molina (2020) menciona que los sectores de actividad sanitaria, servicios sociales, administración pública y defensa, seguridad social de afiliación obligatoria y servicios públicos esenciales fueron los que menos sufrieron en esta crisis sanitaria, los sectores de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca tuvieron un impacto moderado, la construcción, actividades financieras, seguros, minería y canteras sufrieron de un impacto medio.



- c. Las que se vieron en una situación de mayor impacto fueron las ramas de entretenimiento, arte, recreación, actividades de servicio, transporte, almacenamiento y comunicación. El sector turístico se vio afectado de una manera muy significativa alrededor del mundo, los indicadores reflejan descensos preocupantes por sus resultados negativos y lo que esto representa para la economía de los países (Filgueiras, 2020).
- d. Impacto en eventos multitudinarios: La implementación de medidas de contención, individuales y colectivas fueron impuestas por los países, sobre todo al inicio de la pandemia. Se determinó que las actividades que ponen en mayor peligro son las actividades desarrolladas en los espacios aglomerados, ya que aumenta la posibilidad de contagio del virus. A nivel global se suspendieron todas aquellas actividades no esenciales, como los eventos o actividades multitudinarias, como son las reuniones en el interior o al aire libre. La suspensión de las reuniones (de todo tipo) ya sea mediante eventos o actividades multitudinarias fue con la intención de contribuir a prevención de la transmisión del virus, ya que la posibilidad de contagios es más alta, además, muchas personas no usan equipo de prevención y no se cuidan de ser contagiadas. Se consideran situaciones de riesgo debido a la cantidad de asistentes, la intensidad del contacto y la posible dificultad para mitigar los riesgos asociados. Fernández (2020) afirma que el sector de los eventos ha sido fulminado (casi extinto) por los contagios de la pandemia. Si hay un sector al que el distanciamiento social afecta directamente es el de los eventos.
- e. Los organizadores de eventos y congresos viven de crear y organizar reuniones y actividades presenciales en vivo y en directo en los que la interacción física del público es clave para el éxito de la actividad. Según el semáforo epidemiológico los salones de eventos serán suspendidos cuando la ciudad este en semáforo rojo y naranja, ya que no se considera como una actividad esencial, cuando el color del semáforo este en amarillo que indica que la situación de la pandemia está avanzando y los niveles de contagio disminuyeron, por lo tanto, los salones de eventos podrán abrir siempre y cuando su aforo sea 30%, las áreas infantiles serán canceladas o cerradas. Y cuando el semáforo este en color verde, se les permitirá su aforo de 100% siempre y cuando se cuenten con las medidas de seguridad implementadas (Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud, 2020). Para poder realizarse eventos masivos se indicó que en el contexto de la pandemia de Covid-19, es recomendable que estos eventos incluyan en su planificación medidas de prevención y control adecuadas para reducir el riesgo de transmisión (Ministerio de Sanidad, 2020).
- f. Para noviembre del 2021 se registra la llegada de la mutación del virus llamado "Ómicron" registrado en África y volvió a poner en alerta a todos los países, con ello se vieron cambios en los movimientos financieros al registrarse caídas alarmantes en la bolsa de valores (OMS, 2021).

En España los contagios registrados fueron alarmantes durante el 2020, lo que llevo a que el Ministerio de Sanidad (2020) desarrollara medidas de sanidad que se tuvieron que implementar de emergencia en las diferentes fases de un evento, de acuerdo con lo siguiente:

- a. En la fase de planificación:
 - i. Identificar y establecer vínculos entre las partes interesadas para que el evento se desarrolle según lo previsto, especialmente con las autoridades sanitarias autonómicas.



- ii. Establecer un Plan de actuación ante la aparición de casos sospechosos de Covid-19 en aquellos eventos de varios días de duración, designando los roles y acordando las actuaciones oportunas.
 - iii. Flexibilizar las políticas de reembolso de entradas, si es el caso, para promover que las personas no acudan al evento si están enfermas o presentan síntomas.
 - iv. Implementar sistemas que permitan un registro de identificación de participantes con información de contacto disponible para las autoridades sanitarias si así lo requiriesen, cumpliendo con las normas de protección de datos de carácter personal.
- b. En la fase operativa:
- i. Adaptar el lugar donde se desarrolla el evento: reforzar protocolos de limpieza y desinfección, facilitar la utilización adecuada de los baños, mejorar la ventilación, modificación de los puntos de acceso, señalización de los espacios comunes mediante marcas de espera para facilitar el mantenimiento de la distancia física interpersonal, asegurar la disponibilidad de agua y jabón para lavado de manos.
 - ii. Establecer recomendaciones adaptadas a las características de los asistentes: comunicar que no se asista al evento si se está en aislamiento o cuarentena, valorar en función del riesgo comunicar que no se asista si se pertenece a grupos vulnerables, mantener la higiene respiratoria, realizar higiene de manos, emplear mascarillas si no se puede garantizar el mantenimiento de la distancia física interpersonal de 1,5 metros, evitar el contacto físico entre no convivientes, evitar aglomeraciones, evitar el uso compartido de objetos que sean difíciles de limpiar y mantener a las personas asistentes informadas.
 - iii. Reducir la duración del evento con el objetivo de reducir la duración e intensidad del contacto entre los participantes.

Para el 2021 se registraron índices decrecientes lo que conllevó al inicio de un proceso de activación económica (este proceso fue diferente en cada país y en cada comunidad). El inicio de la activación social y económica fue la apertura de organizaciones de servicios y productos, que cumplan con los requisitos impuestos en relación con el aforo, distancia, equipo para desinfectar, uso de cubre boca, etc. Las organizaciones públicas y privadas comenzaron a modificar sus espacios para ofrecer de nuevo sus servicios a la sociedad. Sin embargo, se observaron resultados diversos de acuerdo con el contexto local, se informaban de las aperturas de negocios que ya se encontraban en condiciones de reactivar sus servicios.

2. Estudios sobre efectos del Covid-19.

La importancia que representa las condiciones mundiales sobre los efectos de la pandemia dio pie a un gran número de publicaciones relacionadas con el Covid-19 y los efectos. En la temática de los negocios de reuniones las publicaciones reflejaron la importancia del tema, en este sentido se tienen las siguientes publicaciones: Tabares (2020) con la investigación sobre el Covid-19 y el seguro de interrupción de negocios y los daños inmateriales, se realizó mediante una investigación exploratoria y cualitativa; Fernández y Tinoco (2020) desarrollaron una investigación sobre el impacto socioeconómico del coronavirus (Covid-19) en el sector turismo de la costa de Huelva, la investigación indagó los efectos que se tuvieron en la comunidad, el estudio se realizó utilizando reportajes y entrevistas para describir los



efectos existentes; Bauni y Echave (2020) investigaron la consolidación de empresas recuperadas en la encrucijada del Covid-19 utilizando la investigación de campo mediante entrevistas; Paredes et al., (2020) analizaron los efectos del virus Covid-19 en las actividades turísticas de Perú. Otros temas relacionados con los efectos del Covid-19 y las empresas fueron publicados, desde las representaciones sociales, efectos en el trabajo, eventos musicales, efectos económicos (ver tabla 1).

Tabla 1. Investigaciones sobre virus Covid-19

Autor	Año	Título	Método
Darío Páez y Juan Pérez	(2020)	Social representations of covid-19	Investigación cualitativa
Christoph Ernst y Elva Lopez	(2020)	El Covid-19 y el mundo del trabajo en Argentina	Investigación cuantitativa con tablas y gráficas estadísticas
Shih-Shuo Yeh	(2020)	Tourism recovery strategy against Covid-19 pandemic	Investigación cualitativa y cuantitativa con entrevistas
Andrea Castro Martínez, Cristina Pérez y José Luis Torres	(2020)	Eventos musicales online durante la crisis de la Covid-19 en España. Análisis de festivales en redes sociales y de sus estrategias de comunicación	Investigación estudio de casos y mixta, cualitativa y cuantitativa
José Luis Miller	(2020)	Posibles efectos del Coronavirus en la economía mundial	Investigación cualitativa y cuantitativa con graficas estadísticas
Sindy Johana Cuellar y Yuly Paola Tarazona	(2020)	Las consecuencias del Covid-19 en la economía mundial	Investigación exploratoria y descriptiva
Nuria González	(2020)	Emergencia sanitaria por Covid-19	Investigación cualitativa y exploratoria

Fuente: elaboración propia

3. Pandemia del Covid-19 en México.

México fue una de las economías latinoamericanas afectadas por la crisis causada por la pandemia del Covid-19, esto se debe a su actividad económica de producción masiva y exportación, así como a su especialización enfocada a la actividad turística. México presenta una dependencia del exterior en cuanto a la materia prima y a las exportaciones de productos terminados, además de las particularidades de sus mercados laborales (Hualde, 2020). El 28 de febrero de 2020, México acreditó el primer caso en el territorio nacional mientras que, en el estado de Chihuahua, el primer caso confirmado se presentó el 17 de marzo de 2020 en Ciudad Juárez (Gobierno de México, 2021).

México adoptó como muchos otros países las recomendaciones emitidas por la OMS, una de las estrategias más importantes para enfrentar los contagios del virus del Covid-19 fue la llamada Jornada Nacional de Sana Distancia entre el 23 de marzo y el 30 de mayo de 2020, dicho programa abarcó disposiciones de prevención interpersonales, como fue el distanciamiento social, medidas de suspensión de actividades no esenciales, el cierre de las escuelas, la limitación de actividades del sector público y el cierre o severas limitaciones de acceso a múltiples lugares, desde restaurantes hasta sitios arqueológicos (Filgueiras, 2020).

Ante la situación que atraviesa el estado de Chihuahua respecto a la pandemia de Covid-19 se han implementado una serie de estrategias de las que destacan las medidas preventivas, de reducción de aforos,



uso de mascarillas o cubre bocas, uso de sanitizante y tapetes de acceso. El semáforo verde en el estado permite el proceso de reiniciación a la reapertura ordenada y escalonada a las actividades económicas (Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud, 2020). De acuerdo con las acciones del gobierno se tienen tres etapas para la normalidad (Hernández, 2020):

- a. La primera son los municipios con menos contagios que salen de cuarentena.
- b. La etapa segunda consiste en tener los protocolos adecuados en empresas, zonas de trabajo y en espacios públicos.
- c. La etapa tercera estará el semáforo epidemiológico.

México en abril del 2021 se contaba con 2,333,126 casos confirmados: el 49.95% mujeres y el 50.05% hombres, se cuenta con 434,599 de personas sospechosas portadoras del virus, 1,856,543 de personas recuperadas y 215,547 defunciones. Las estadísticas indican que se cuenta personas contagiadas y de ellas se tienen registros de enfermedades adicionales registradas en los grupos vulnerables como son: el 17.5% con hipertensión, el 14.25% con obesidad, 13.5% diabetes y el 7.33% tabaquismo (Gobierno de México, 2021).

De los efectos registrados en México se tienen los relacionados con las actividades turísticas. Hualde (2020) mencionó que México al ser un país concentrado en el turismo y las manufacturas, presenta una gran dependencia del exterior y a las particularidades de sus mercados laborales, colocándolo en una situación de emergencia económica. Por esta razón, no es sorprendente que las primeras estimaciones acerca de los efectos de la pandemia destaquen una profunda recesión económica que ha afectado significativamente al mercado de trabajo. Fernández (2020) menciona que las estimaciones de pérdidas económicas crecen cada día, y no cesaran hasta que no se detenga la pandemia. Además, indicó que la crisis irá para largo y no acabará de manera instantánea, ya que se mantendrán restricciones de los Gobiernos sobre cómo y cuándo se podrá tener reuniones, y el regreso de actividades presenciales.

Los estudios relacionados con las afectaciones del Covid-19 se registraron en siete artículos (tabla 2), en ellos se reflejan temas de economía, turismo, trabajo, educación, salud, dando a conocer las condiciones mediante estudios exploratorios, documentales y de campo. En ellos se reflejan lo efectos graves, perspectivas inciertas, indicadores económicos en descenso, pérdidas financieras.

Tabla 2. Investigaciones en México sobre Covid-19

Autor	Año	Título	Método
Cesaire Chiatchoua, Carmen Lozano y Jesús Macías-Duran	(2020)	Análisis de los efectos del Covid-19 en la economía mexicana	Investigación exploratoria, cuantitativa y aplicada
Juan Pablo Aguirre	(2020)	Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales	Investigación exploratoria, explicativa, cuantitativa, aplicada y no experimental
José María Filgueiras	(2020)	Covid-19 y su impacto en el turismo en Oaxaca (México)	Investigación exploratoria, descriptiva y documental
Alfredo Hualde	(2020)	La pandemia y el mercado de trabajo en México: efectos graves, perspectivas inciertas	Investigación descriptiva, cualitativa con entrevistas y documental
Héctor Hernández	(2020)	Mortalidad por Covid-19 en México: notas preliminares para un perfil sociodemográfico	Investigación explotaría con tablas y graficas
Gerardo Esquivel	(2020)	Los impactos económicos de la pandemia en México	Investigación de estudio de casos y cuantitativa con tablas y graficas estadísticas

Fuente: Elaboración propia



En cuanto a las publicaciones de los estudio sobre el sector de eventos multitudinarios se encontraron tres: Fernández (2020) describe las condiciones y los efectos en el cierre del sector de eventos del Mobile mediante estudios de caso indicando como otros actores se vieron afectados como fueron los medios audiovisuales, luz y sonido, técnicos, diseñadores, montadores, programadores, decoradores e interioristas escenógrafos, carpinteros, metalistas, artesanos, dibujantes, catering, animación y espectáculos, producción audiovisual, iluminadores, sonidistas, estudios de sonido, actores de doblaje, guionistas...), producción gráfica, espacios para eventos y tantos otros. El estudio realizado por Castro-Martínez, Pérez-Ordoñez y Torres-Martin (2020) explican los efectos del Covid-19 en la organización de musicales y festividades, las estrategias que se siguieron para minimizar las perdidas por las cancelaciones. Montejano y Rojas (2020) exponen los cambios realizados mara llevar música y el uso de medios virtuales para ello. (tabla 3):

Tabla 3. Estudios de eventos multitudinarios.

Autor	Año	Título	Método
Raimond Fernández	(2020)	¿Qué ha pasado en el sector de los eventos desde la cancelación del Mobile?	Investigación de estudio de casos
Andrea Castro-Martínez, Cristina Pérez-Ordoñez y José Luis Torres-Martin	(2020)	Eventos musicales online durante la crisis de la Covid-19 en España. Análisis de festivales en redes sociales y de sus estrategias de comunicación	Investigación estudio de casos y mixta, cualitativa y cuantitativa
Yolanda Montejano Hernández y Gabriel Rojas	(2020)	Música maestra, escenarios virtuales en tiempos del Covid-19	Investigación explotaría y descriptiva

Fuente: Elaboración propia

4. Teorías de innovación y adaptabilidad a los cambios.

El ser humano presenta necesidades de diversa indoles algunas son muy evidentes y fácilmente reconocibles (alimentación, descanso, respirar, beber...), pero otras son mucho más difíciles de identificar (autoestima, realización personal...). Durante las pandemias las necesidades humanas son diversificadas, unas relacionadas a la sobrevivencia física, salud emocional y otras a las necesidades sociales y de convivencia.

Las necesidades de reuniones son parte de las características de los seres humanos, se busca reunirse ya sean con familiares, compañeros, amigos, asociaciones y colegas. Esta necesidad durante las pandemias se ven restringidas, sin embargo, las personas buscan formas de lograr ver a sus semejantes, a veces de formas no autorizadas afectando los niveles de contagios. Por un lado, se dieron cancelaciones masivas de eventos a partir de marzo del 2020, por otro lado, otros eventos fueron reprogramados para futuras fechas. Sin embargo, ante la constante demanda de apertura de salones de eventos durante la pandemia Covid-19 se generó una constante reformatión para los salones ya que la sociedad demandaba la necesidad de realizar eventos familiares, cumpleaños, bodas, quinceañeras y festejos diversos.

La explicación teórica del comportamiento de las organizaciones para sobrellevar las crisis a raíz de la pandemia tiene contestación mediante dos teorías:

- a. La Teoría de la Innovación: se basa en el modelo emblemático en esta línea es el de Richard Nelson y Sidney Winter (1982), que plantean la relación entre los patrones de cambio tecnológico y patrones de crecimiento. Mota y Moreno (2020) plantean que esta teoría permitió “la creación de modelos de crecimiento formales como aspectos esenciales y subyacentes al cambio técnico



tales como: la tecnología como un cuerpo de conocimiento y prácticas, y los procesos implícitos en el dominio y avance de la tecnología; la naturaleza de las organizaciones, presentando una concepción de la empresa y de su organización más sofisticada” (p.33). Los cambios en las instalaciones, modernización de las estructuras internas y externas, cambios de productos y servicios, cambios en los procesos son parte de la creación de modelos en el cambio técnico de la innovación.

- b. Adaptabilidad organizacional: se refiere a la agilidad con la que la organización responde a sus clientes externos y su disposición al cambio. Es una medida de la flexibilidad de la organización. El grado de adaptabilidad se refiere a la habilidad para asimilar de manera efectiva los cambios que enfrenta (Frías y Véliz, 2013 citado por Foronda, 2018). Además, se considera también al grado en que los ajustes son posibles en las prácticas, procesos o estructuras a los cambios proyectados (Boylan, y Turner, 2017 y Foronda, 2018).

5. Problema de investigación.

Los informes sobre el Covid-19 en Chihuahua para abril 2021 reflejó que se contaba con 64,060 casos confirmados, 1,861 casos sospechosos, 53,501 personas recuperadas y 6,505 defunciones acumuladas. Del total reflejado se tiene que el 60% fueron hombres y el 40% mujeres. Los datos reflejaron que las personas padecían otras enfermedades, donde: el 34% padecía hipertensión, el 26% de diabetes, 15% obesidad, el 6% tabaquismo, el 4% enfermedades cardiacas, 4% INS renal, 3% EPOC, 1% asma y 0.3% VIH/ SIDA (Gobierno del Estado de Chihuahua, 2021). Juárez fue el municipio con más contagios registrados con 30,820, y en casos de personas fallecidas era de 3,170.

La importancia del tema de la pandemia se abordó en diversos trabajos publicados, de los cuales, las principales temáticas se relacionan con la semaforización, las molestias de dueños de salones de eventos por las restricciones (informativa), informes sobre la salud de Ciudad Juárez y temas sobre Covid-19 (investigación cualitativa y exploratoria) afectaciones en corredores comerciales (ver Tabla 4).

Tabla 4. Investigaciones Covid-19 en Ciudad Juárez.

Autor	Año	Título	Método
Aarón Valenzuela	(2021)	Juárez y municipios del norte cambian al amarillo	Informativa
Carlos Núñez	(2021)	Molestos, dueños de salones de eventos por restricciones	Informativa
Plan Estratégico de Juárez, A.C	(2020)	Informe de la salud en Juárez	Investigación descriptiva
Jesús Antonio Camarillo	(2020)	Ciudad Juárez ante el COVID-19	Investigación cualitativa y explotaría
Reyes, A.-Y., Hernández, A. P. R., González, C. J., & Sandoval, D. A.	(2021)	Afectaciones de la pandemia del covid-19 en los corredores comerciales y turísticos de ciudad Juárez	Cuantitativo

Fuente: Elaboración propia

Los efectos ocasionados por el Covid-19 en Ciudad Juárez se vieron reflejados en la cantidad de negocios que cerraron, en la pérdida de trabajos reportadas, disminución de aforos y cambios de giros empresariales.



Las acciones tomadas por los empresarios se diversificó ya que algunos decidieron el cierre total y otros decidieron realizar remodelaciones para volver abrir en momentos más oportunos. Las demandas relacionadas a las cancelaciones de eventos y el aplazamiento de fechas provocaron reclamos constantes por los clientes, provocando presión para que se dieran permiso para iniciar la reapertura hacia la nueva normalidad. El objetivo de la presente investigación es conocer los efectos de la pandemia en la transformación de los edificios y las adecuaciones realizadas para reprogramar y programar eventos masivos en salones y edificios.

6. Metodología.

La presente investigación se identifica como descriptiva y cuantitativa, apoyándose en lo indicado por Castro y Godino (2011) al definir que se da prioridad a la recogida y análisis de datos cuantitativos en un único estudio en el que los datos son recogidos concurrentemente o secuencialmente, e implica la integración de los datos en una o más etapas en el proceso de investigación. Las características de la técnica cuantitativa para recopilar información de acuerdo con Paredes y Velázquez (2018) la perspectiva de la investigación indican que la para comprender la conducta de los consumidores o usuarios, permite medir y validar con mayor precisión el grado en que una variable, relación, característica o atributo está presente en el fenómeno bajo estudio. La presente investigación por su propósito es de tipo aplicada, ya que busca resolver problemas de inmediato, también, se basa sobre los descubrimientos, hallazgos y soluciones de la investigación orientada (Reyes y Sandoval 2021). Se considera investigación de campo ya que se toma como criterio el lugar y los recursos donde se obtendrá la información requerida, permite recolectar la información de manera directa, en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. Es de temporalidad transversal ya que los datos se obtendrán durante el 2021 periodo de semaforización de color verde. Las técnicas de recolección de datos seleccionada para llevar a cabo esta investigación fue el cuestionario. Las variables del estudio (ver Tabla 5) se construyen mediante cinco factores: datos generales, edificio externo, edificio interno, servicios ofrecidos, tecnología, efectos y estrategias.

Tabla 5. Variables de estudio.

Factores	VARIABLES	Dimensiones	Pregunta del cuestionario
Datos generales	Nombre Ubicación Código Postal AFORO	Nombre del salón Dirección / Colonia Código postal del salón Cantidad de personas aceptadas en el establecimiento	Pt.1 Pt.2 / 3 Pt.4 Pt.5
Edificio externo	Fachada Iluminación Señalización Estacionamiento	Pintura / Reparaciones / Techo/puertas/ ventanas Iluminación extra / Menos iluminación/ luz de emergencia Carteles /mantas/ mapas de ubicación/ extintores/ señalización de sana distancia Menos cajones de estacionamiento / Más cajones / Pintura / Señalización en diferentes puntos / Parqueros / Guardias de seguridad	Pt.7 Pt.8 Pt.10 Pt.9



Edificio Interno	Puertas de acceso	Puertas eléctricas / chapas / sistemas de seguridad / arco sanitizador	Pt.15
	Recepción	Cambio de mobiliario / sistemas de seguridad de higiene / reacomodo / mobiliario adicional/ tapete sanitizador/ uso de mascarilla/ protocolo de recibimiento al cliente	Pt.13
	Baños	Espejos / método de secar las manos / lavabos / inodoros / puertas / señalización método de secar las manos/ baños con pedal/ baños con sensor de movimientos/ contenedores de basura/ dispensador de jabón/ dispensador de papel/ amenidades/ máquinas dispensadoras	Pt.16
	Cocina	Lavaderos / utensilios / cristalería / reacomodo de mobiliario / mobiliario adicional / sistemas de seguridad de higiene/ extractores / carritos de distribución/ charolas/ gel sanitizador/ tapetes sanitizantes/ cubre bocas. Cofias/ lava trastes/ refrigeradores/ cuarto de enfriamiento	Pt.17
	Decoración	Cuadros / arreglos de mesa / espejos / manteles / cubre sillas /mesas decorativas/ pintura/ muros / paredes falsas/ temática de la decoración/ cubiertos/ barra de postres	Pt.18
	Bar	Utensilios / botellas / cristalería / mobiliario/ salida de emergencias/ lava manos.	Pt.19
Servicio	Aforo	Mesas/ sillas/ señalética	Pt.20
	Meseros	Cambios- reducción en el AFORO por situación de pandemia	
	Guardias de seguridad	Disminución / aumento/ uniformes/ caretas/ cubre bocas/ guantes/ sanitizantes/ prueba del covid-19/ zapatos especiales/ cofias/ vacunación/ transporte especial	Pt.11
Tecnología	Sanitización	Disminución / aumento / despidos, uniformes/ caretas/ cubre bocas/ pruebas del covid-19/ transporte	Pt.12
	Sistemas de seguridad	Técnicas para desinfectar	Pt.14
	Redes sociales	Cámaras / sensores / alarmas/ videos/ sensores de movimiento	Pt. 21
Efectos	Tecnología	Modificaciones en la información / promociones	Pt.23
	Ubicación física negocio	Identificación de huella/ acceso por medio de tarjeta/ computadoras/ control de entradas y salidas/ bocinas/ proyectores/ micrófonos/ reproductor de música	Pt. 22
	Tipo de afectación	Sí/ no	Pt.24
Estrategias	Tipos de reacción	Perdida de futuros clientes/ pérdida de clientes con contrato en los años 2020-2021/ pérdida económica/ grandes inversiones	Pt.25
	Desarrollo de estrategias	Cerrar el establecimiento/ modificar el establecimiento/ bajas en el personal/ posponer los eventos existentes	Pt.26
	Variedad	Si/No	Pt. 27
Estrategias	Personal	Tener el establecimiento para otro giro comercial/ colocar promociones para los años futuros/ bajar los precios en el servicio/ agregar un servicio adicional al de eventos/ posponer los eventos	Pt. 28
	Cientes	Si /no	Pt.29
		Cancelar el contrato existente/ posponer el evento/ demanda	Pt. 30

Fuente: Elaboración propia.

La población de estudio contempla a todos los salones de eventos de Ciudad Juárez, Chihuahua, según Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2014) en el censo económico los negocios registrados con ese giro comercial son 254 salones para fiestas y convenciones. El cálculo de la muestra para poblaciones finitas utiliza como población se basa en la población de estudio que es un total de 254 salones para fiestas y convenciones en Ciudad Juárez, se considera un 95% de confiabilidad y un 5% de.

El cálculo se realizó utilizando la aplicación SurveyMonkey®. Si la población es finita, se utiliza la fórmula donde:

- N = Total de la población
- $Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 - p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{z^2 \times p (1 - p)}{e^2} \div \left(1 + \left\{ \frac{z^2 \times p (1 - p)}{e^2 N} \right\} \right)$$

Se cálculo la muestra utilizando el servidor SurveyMonkey®. Dando como resultado 154.



Para el proceso de levantamiento de datos, se realizaron visitas físicas a los negocios en la dirección registrada y mediante citas programadas vía telefónicas, los contactos se realizaron por medio de redes sociales. Cada visita fue programada y se confirmaba la disponibilidad de empresario para asegurar que el dueño del salón, el gerente o el encargado se encuentre disponible. Los datos se capturaron en Excel se y utilizó el Tableau® para análisis de los datos.

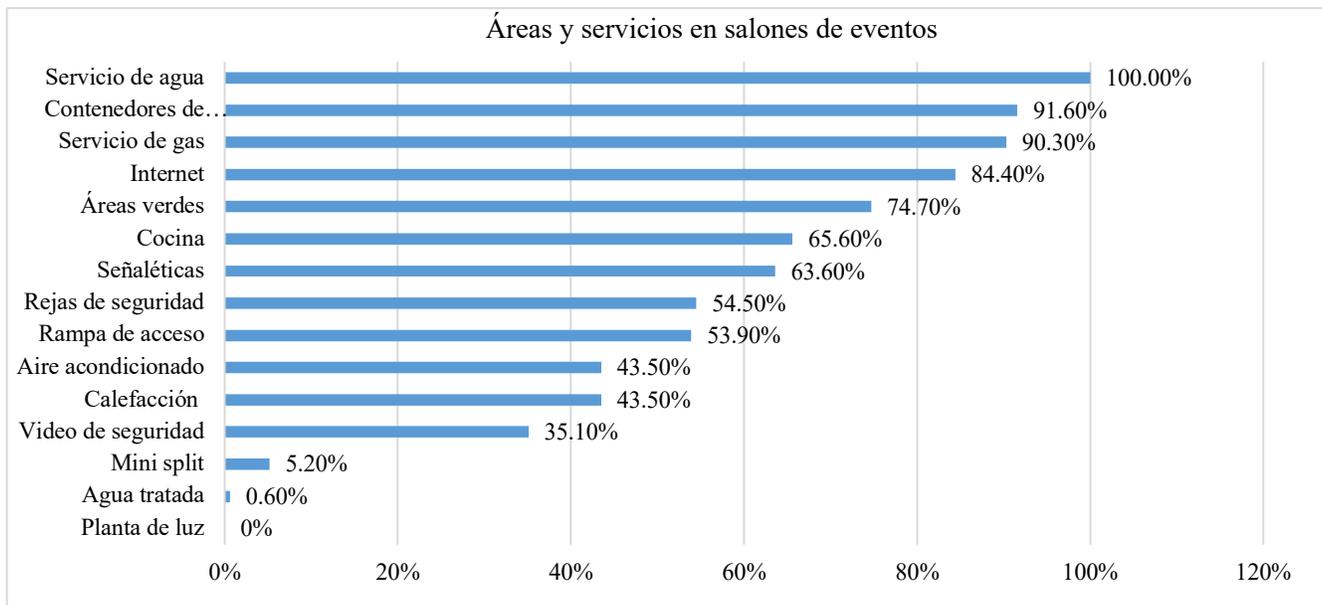
7. Resultados.

Los resultados de la investigación fueron los obtenidos de la muestra de 154 salones de eventos, los datos se obtuvieron durante el 2021 mediante visitas físicas y recorridos guiados por el responsable del negocio, encontrándose los siguientes resultados:

a. Áreas y servicios.

Los salones de eventos cuentan con una gran diversidad de áreas y servicios, el 100% cuentan con servicio de agua, el 91.6% tiene contenedores de basura, el 90.3% con servicio de gas, internet el 84.4%, el 75% áreas verdes, el 65.6% cocinas, el 63.6% señalética, 54.5% rejas de seguridad, 53.9% rampas de acceso, 43.5% aires acondicionados, 43.5% calefacción, 35.1% videos de seguridad, 0.6% agua tratada y 0% planta de luz (ver Figura 1).

Figura 1. Áreas y servicios de salones de eventos



Fuente: elaboración propia



b. Cambios áreas de salones de eventos

Los resultados encontrados revelan que los salones de eventos añadieron medidas de seguridad ante la pandemia del Covid-19 con la finalidad de cumplir con requisitos del Gobierno Federal en relación a las disposiciones hacia reducir el aforo a la mitad, se encontró que el 41.55% cumplieron con esa condición, el 25.97% lo redujo a más de la mitad, el 24.67% mantuvieron el mismo aforo y el 7.79% no realizaron cambios al aforo, aquellos que redujeron a más de la mitad reflejaron que lo realizaron por cuestiones éticas y por decisión de los dueños.

La fachada de los salones de eventos es una sección importante para la localización e interés de los clientes, ésta permite que se ubique e identifique para la llegada al establecimiento, el diseño de las fachadas tiene un impacto importante, con ello las modificaciones y reestructuraciones en esa área son recurridas para dar una mejor imagen del negocio. Los resultados reflejaron que el 58% no realizaron ningún cambio, el 18.20% realizaron reparaciones y mantenimiento, el 16.20% pintaron el establecimiento y menos del 10% hicieron cambios en puertas, ventanas y techo. La iluminación es de un consumo constante y bastante amplio, los resultados reflejaron que un 80.50% no realizaron cambios en la iluminación, el 16.90% agrego iluminación y el 1.9% hizo cambio en las luces de emergencia.

El estacionamiento es el área donde se tiene el primer servicio con el cliente, la cantidad de estacionamientos, la seguridad del espacio, su iluminación y la señalización es parte fundamental de un estacionamiento. Los resultados muestran que el 54.50% no realizaron cambios, el 20.10% hicieron modificación en el personal que se contrata como parqueros, el 16.90% modificaron la señalización del lugar y menos del 10% realizaron cambios en pintura, guardias, portones, cámaras y cajones de estacionamiento. La señalización se volvió una parte muy importante en la actualidad ya que se requiere que las personas tengan ayudas visuales como recordatorios cortos, se encontró que el 72.10% añadieron señalización de sana distancia, el 18.20%, el 14.9% se implementó señalética de precaución, el 9% mantas, el 9.1% salidas de emergencia, el 5.8% carteles, el 2.6% extintores y 2.6% mapas de ubicación.

El personal de meseros es un elemento clave ya que mantiene el contacto con el cliente al momento del evento, por lo mismo, se vuelve importante conocer los cambios. Los resultados reflejan el 90.30% de los salones les exigen a sus meseros el uso de cubre bocas, el 35.10% piden prueba del Covid-19, el 33.80% piden la vacunación, el 30.5% caretas de seguridad, el 30.50% tuvo disminución de personal, el 20.5% puso sanitizante, el 12% usan guantes, el 7.1% zapatos de seguridad, el 5% cofias, 3.9% usaron uniformes, el 2.6% agregaron transporte especial, el 9.10% no realizaron cambios de ningún tipo con los meseros. La protección a los guardias de seguridad para recibir e informar a los clientes fue un requerimiento importante de atención directa. Los resultados reflejan que un 66.9% añadió cubre bocas, 32.50% les piden pruebas de Covid-19, por lo que un 31.80% añadió caretas de seguridad, el 8.4% se dieron uniformes, 2.6% se agregó transporte especial, un aumento de contrataciones del 1.9% y no se registraron despidos de personal.

El área de recepción del salón de eventos es la primera experiencia que se tiene al momento de la llegada, de ahí su importancia en cuanto a su diseño y decoración. Los resultados reflejaron que fue la de mayores cambios, encontrándose que el 68.2% agregó tapetes sanitizantes, un 55.2% realizó cambios en el protocolo de recibimiento, el 26.6% eliminaron mobiliario en el área, el 10.4% eliminaron la sala de espera y un 5.8% agregaron un arco sanitizante. Las técnicas para desinfectar los establecimientos fueron casi similares en todos los salones, ya que fue un requisito de gobernación para seguir operando. Los resultados reflejaron que la limpieza con químicos como el cloro, aerosoles desinfectantes, etc., fueron los más



utilizados. Se encontró que el 33.8% contratan a una empresa externa para desinfectar el establecimiento con equipo y productos adaptados, el resto lo realizan ellos mismos con los químicos aprobados. Las puertas de acceso ubicadas en la recepción son importantes en el arribo del cliente, por lo que la mayoría de los salones de eventos buscan tener una elegante y segura puerta principal, los resultados sobre ese aspecto manifiestan que el 89% no realizaron cambios, el 7% cambió las chapas, el 3.4% cambió de puertas y el 0.6% modificó su sistema de seguridad.

Los servicios sanitarios son parte fundamental del diseño de todo edificio, la cantidad de ellos está sujeta al aforo del salón, por el tipo de eventos la mayoría de los servicios sanitarios son de uso constante y representan un servicio básico, por lo tanto, los resultados en el tema de seguridad reflejaron que el 44.8% cambiaron el dispensador de papel, el 35.10% cambiaron dispensadores de jabón, el 27.3% modificaron el método de secado de manos, 17.5% añadieron señalización, el 16.9% cambiaron los contenedores de basura, el 13.6% añadieron artículos a las amenidades en los baños o lo eliminaron totalmente y menos del 10% cambiaron lavabos, espejos, decoración, inodoros, puertas o añadieron baños con sensor de movimiento, máquinas dispensadoras y un 0% añadió baños con pedal, el 29.9% no realizaron ningún tipo de cambio.

La cocina es un servicio requerido en los eventos, la preparación y entrega de alimentos conlleva una serie de riesgos para los trabajadores y para los clientes. Los resultados revelaron que el 42.9% no realizaron cambios en esta área, el 31.2% agregó gel sanitizante, el 29.2% reacomodó el mobiliario, el 22.1% agregó cubre bocas, un 18.2% añadió tapetes sanitizante, 13.6% cambió el sistema de seguridad de higiene, 31 9.7% compro mobiliario adicional, el 917% cambiaron la cristalería, el 8.4% cambios en utensilios, el 6.5% cambio de charolas, el 5.8% cofias, el 4.5% carrito de distribución, el 3.2% refrigeradores, el 3.2% cambio lavatrastos, el 1.9% cambio en lavaderos, el 1.9% instaló equipo de primero auxilios y el 0.6% cuartos de enfriamiento.

La decoración del salón ya sea en mesas, recepción, paredes son considerados puntos de contagios y son necesarios para el embellecimiento y atracción del salón, el salón mantiene un estilo y los clientes realizan decoraciones alusivas a su evento. Los resultados exhiben que el 55.8% no realizó cambio en la decoración, el 19.5% realizaron cambios en la mantelería, el 16.9% en arreglos de mesa, el 14.9% realizaron cambios en la barra de postres, el 12.3% cambiaron o eliminaron los cubre sillas, el 11.7% pintaron el salón en su interior, el 7.8% hicieron cambios en cubiertos y mesas decorativas, el 3.9% en muros, el 2.6% en espejos, el 1.9% cambiaron y modificaron paredes falsas, temática de la decoración y cuadros en el establecimiento.

El área del bar es un servicio exclusivo que los salones buscan mejorar, el 79.2% no realizaron cambios en esta área, el 11.7% modificaron el mobiliario, el 9.7% cambiaron cristalería y menos del 5% cambiaron utensilios, señalética, sillas de barra, barra, lava manos, mesas decorativas, salidas de emergencia y botellas.

El sistema de seguridad en la ciudad es fundamental para evitar accidentes, evidenciar el cumplimiento de normas y conductas, así como para cuidar las existencias del inmueble. Los resultados reflejan que el 88.3% no realizaron algún cambio, el 6.5% cambiaron las cámaras, el 4.5% alarmas, el 1.9% realizaron cambios en el video y el 1.3% en sensores de movimiento.

El uso de la tecnología es parte importante en las nuevas instalaciones, así como, el sonido, iluminación, ambientación y uso de aparatos y dispositivos modernos. Los resultados muestran que el 66.2% no realizaron cambios y los aspectos con mayor cambio fueron las bocinas con un 18.2%, micrófonos con un



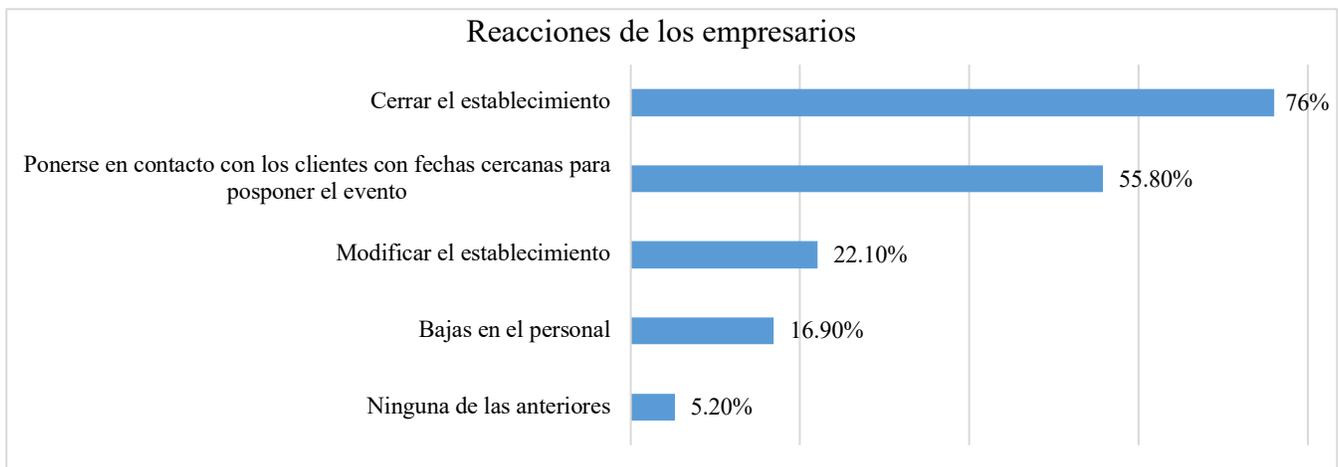
9.1% y proyectores con un 5.8%, computadoras 4.5%, reproductor de música 3.9%, identificación de huella 2.6%, pantallas 0.6%. Las redes sociales son un aspecto con gran importancia, encontrándose que el 50.6% agregaron promociones en sus redes sociales, el 37% no realizaron ningún cambio y la red social con más cambios de diseño seleccionada fue Facebook con un 20.8%, Instagram 9.1%, revistas 0.6% y Twitter 0.6%.

Los efectos directos al negocio fueron identificados en 92.2% en las pérdidas económicas, el 48.7% contaron con pérdida de futuros clientes, el 39.6% pérdida de clientes con contrato en los años 2020-2021 y el 21.4% hicieron grandes inversiones monetarias para solventar la situación.

c. Reacción de empresarios

Las reacciones de los empresarios ante la situación del Covid-19 desde su inicio fue de preocupación por no contagiarse, preocupados por sus empleados y por los efectos económicos que ello conllevó. Los resultados mostraron que el 76% quiso cerrar el establecimiento, el 55.8% se pusieron en contacto con los clientes con fechas cercanas para posponer el evento, el 22.1% modificaron el establecimiento, el 16.9% tuvo bajas en el personal como primera reacción ante la situación y el 5.2% no tuvo ninguna de las reacciones antes mencionadas (ver Figura 2). En cuanto al personal el 55.2% realizaron recorte de personal y el 44.8% mantuvieron al personal.

Figura 2. Reacciones de los empresarios durante la pandemia

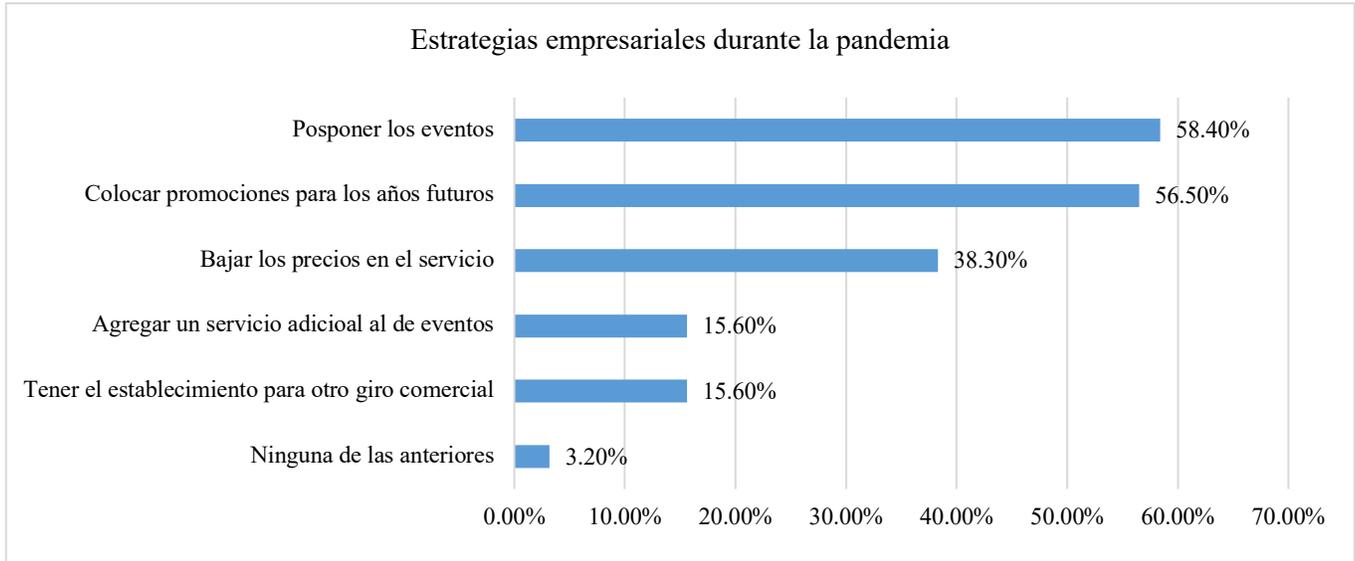


Fuente: Elaboración propia

Las estrategias de los empresarios para mantenerse en el mercado y mantener el negocio funcionando fue necesario, por un lado, las regulaciones de gobernación, por otro lado, las necesidades monetarias para continuar. Los resultados dejan de manifiesto que el 58.4% pospusieron los eventos, el 56.5% colocaron promociones para los años futuros generando que las personas contraten el salón, el 38.3% bajaron los precios en el servicio, el 15.16% agregaron un servicio adicional al de eventos y 15.6% cambiaron el giro comercial (ver Figura 3).



Figura 3. Estrategias empresariales durante la pandemia



Fuente: elaboración propia

d. Reacción de clientes

Durante los inicios de la pandemia, los clientes que tenían programado algún evento fueron los primeros afectados, como es el caso de aquellos que habían pagado por las reservaciones y de aquellos que tenían eventos próximos a realizarse. Los resultados permitieron evidenciar el 77.9% de las personas cambiaron las fechas y el 22.1% no cambiaron. Los clientes presentaban comportamientos agresivos y sin compromiso a evitar los contagios. En cuanto a la reacción sobre las estrategias implementadas por los empresarios en el uso de los salones se encontró que el 77.9% decidieron posponer el evento sin ningún problema, el 35.1% cancelaron el contrato existente y solo el 0.6% demandaron al salón por incumplimiento.

8. Discusión de resultados.

La necesidad del ser humano para lograr la socialización es parte de su naturaleza. se busca cubrir mediante reuniones, eventos, festividades, congresos, etc. Las personas quieren reunirse y buscar cubrir sus necesidades mediante los eventos programados. Este comportamiento es contestado por Maslow en cuanto a la jerarquía de tercer nivel al necesitar afecto de familia, amigos y conocidos y de acuerdo con la Teoría de las necesidades de Bradshaw (1972) en relación con las necesidades experimentadas o sentidas es decir las percibidas tanto individualmente como por los grupos o comunidades, en este sentido las reuniones familiares, son un reflejo de demandas del sentido de pertenencia y afectos. En el caso de Teoría de Ander-Egg (1995) se tienen respuestas de acuerdo con las necesidades sociales dando con ello respuestas a las diversas formas de relacionarse mediante los eventos y las reuniones, las familias, amigos y compañeros.

En relación con la Teoría de la Innovación tal como lo indicaron Nelson y Winter (1982) fue evidente que aún y considerando que los requisitos expuestos por la OMS y el gobierno de México que fueron un



requisito reglamentado para abrir los negocio. Las empresas dedicadas a las reuniones masivas. las formas de incluirlos y los procesos modificados mediante tecnologías dan claro ejemplo de que los requisitos fueron atendidos y en muchos de los casos se anexaron mejores condiciones.

Adaptación al cambio de acuerdo con lo indicado por Smith (2015) los empresarios presentan la capacidad de comprender las necesidades de los clientes en cuanto a la socialización y darles respuestas a las necesidades para reprogramar a futuro y con los aforos permitidos. Los efectos en los cambios de la infraestructura permitieron que se adaptaran a los requerimientos, pero, además garantizar la prevención de los contagios mediante espacios entre mesas, cubre bocas y sanitizantes. Los cambios realizaron les permitieron aprender mediante la innovación para llegar a sus clientes mediante nuevos mecanismos tecnológicos, aplicación de nuevas energías, mejorar la seguridad y cuidar a los clientes y a los empleados. La flexibilidad para modificar los espacios, eliminar aquellos no necesarios y mejorar las condiciones da evidencia de la adaptabilidad para regresar a ofrecer los servicios de reuniones.

Estos resultados dan evidencia de la creación de cambios, modificar las áreas de los edificios es una parte fundamental para crear seguridad en la prevención de contagios, mejorar las áreas, evitar elementos adicionales que crean factores de contagio como son los adornos, cuadros, espejos, arreglos, entre otros. Este aprendizaje organizacional para lograr la adaptación a las condiciones de prevención de contagio mediante los cambios en el externo del edificio, en el interior y el uso de tecnologías llevo a que los lugares para reuniones fueran más seguros. Todo ello dio evidencia de la adaptabilidad de los empresarios, trabajadores y de la comunidad en general para cumplir con las normas de protección y prevención de contagios y de ahí, volver a las rutinas normales sin afectaciones secundarias.

La pandemia obligó que los empresarios realizaran modificaciones para dar cumplimientos gubernamentales, pero también, se dieron la oportunidad de mejorar sus propias instalaciones, mejorar condiciones y adecuar con nuevas tendencias, ya sean tecnológicas como de modernidad. Estos cambios permitieron visualizar que las reacciones iniciales fueron confrontadas con estrategias que los llevaron a mejorar las condiciones de sus locales y adecuarse a las nuevas tendencias.

La figura 5 muestra en forma gráfica los elementos de la investigación mediante las entradas de requerimientos tanto de servicios y del aforo a las empresas de reuniones, de ahí se generan los cambios a las áreas que forman parte de los servicios como son los baños, cocina, bares, salas generales, puertas principales, recepciones. Además, cuales fueron los cambios efectuados en fachadas, iluminación, estacionamientos, señalización. Los empleados como los meseros, guardias de seguridad que forman parte fundamental en el servicio de una reunión. Finalmente se presentan las salidas como son las reacciones de los clientes y las experiencias empresariales de aprendizaje para la diversificación de los servicios, promoción, costo y precios, con todo ello se visualiza la adaptación al cambio y la innovación de los servicios mediante la modificación de los procesos internos.

Conclusiones

Para conocer y analizar los efectos que la pandemia provocó en las empresas de giro de eventos masivos, como los salones de eventos, fue necesario crear un instrumento que visualizara desde los tipos de negocios, las existencias en cada uno, sus reacciones iniciales ante los cierres masivos y las estrategias utilizadas para continuar en servicio, así como las reacciones de los clientes.



Los cambios a la infraestructura se analizaron desde una visión sistémica, considerando la llegada al local y aquellos elementos con los que cuenta el edificio, esto es: estacionamientos, áreas de recepción, puertas de acceso, personal de contacto, cocinas, baños, bares, áreas de recreación y el uso de nuevas formas de promoción y difusión. Con el estudio fue posible conocer los cambios realizados en cada área y aquellos no realizados.

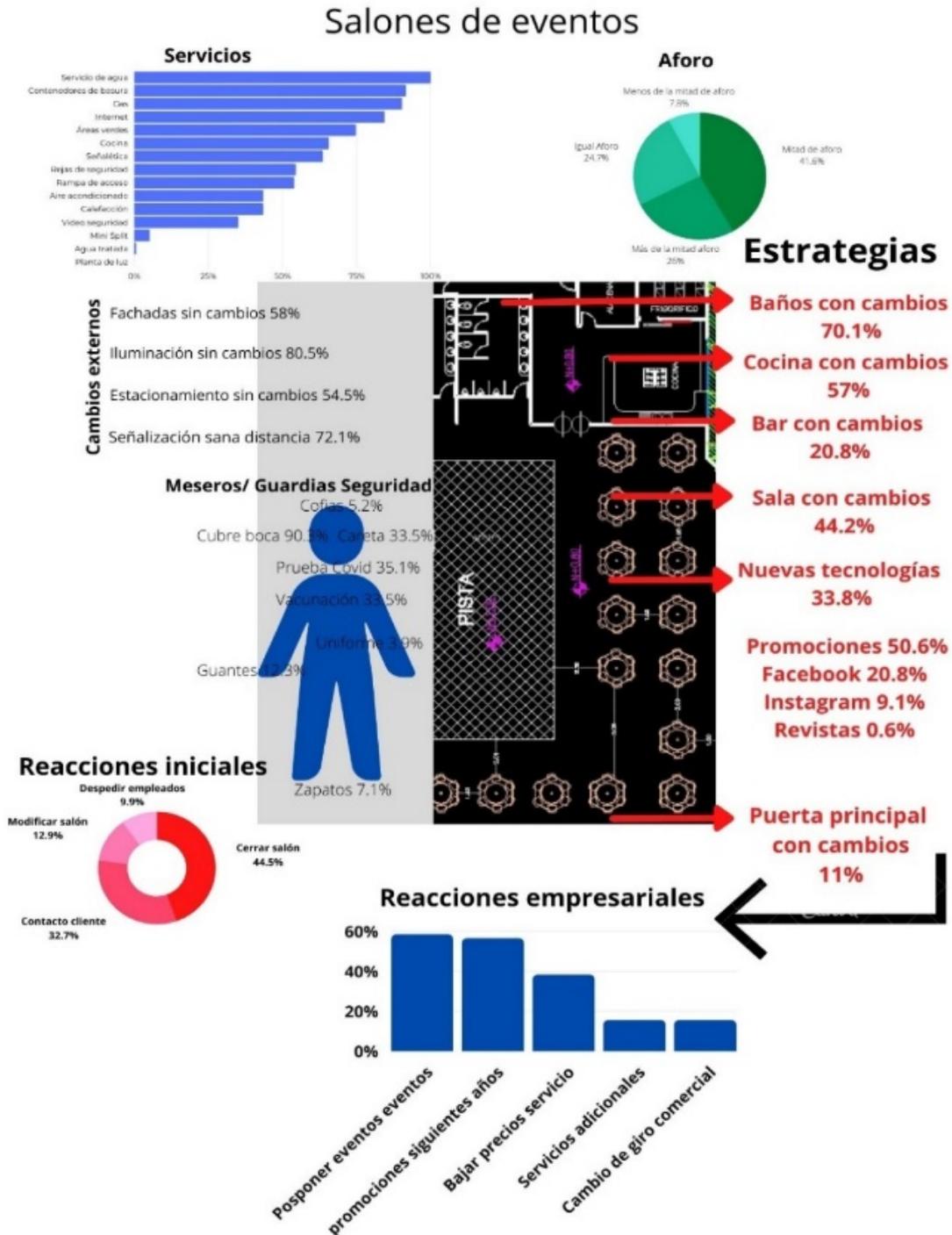
El estudio se concluye con una gran variedad de cambios realizados en los salones que ponen de manifiesto el deseo de cubrir necesidades de la sociedad de reuniones y que, al no tener condiciones de apertura en salones de eventos, estos fueron presionados para ofrecer alternativas en futuras fechas. Se concluye que se logran conocer los cambios en donde los baños, cocina y el área de convivencia fueron los de mayor cambio.

La mayoría de los salones de eventos se vieron obligados a cumplir requerimientos, pero se visualiza que otros realizaron nuevas adecuaciones, se protegió al personal de contacto y se buscó adecuar las áreas internas para evitar contagios de los clientes, estos compromisos generados por los empresarios revelan su interés por contribuir con la seguridad social y su sobrevivencia en el negocio. La generación de las estrategias busco que se cumpliera con las normativas y además con la continuación en el mercado de los eventos y reuniones.

Los resultados permiten concluir que aun en condiciones adversas los empresarios se adaptan a las nuevas formas de reuniones y eventos, con ello se cubren necesidades de socialización que la población siempre requiere y que demanda. que sus requisitos para continuar reuniéndose sean cubiertos. Aun cuando se existan indicaciones de prohibición los ciudadanos mantienen requerimientos para tener reuniones pequeñas ya sea con familiares, amigos y compañeros.



Figura 5. Cambios y estrategias en los salones de eventos



Fuente: elaboración propia



Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. P. (2020). *Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales*. 16.
- Ander-Egg, E. (1995). *Diccionario del trabajo social*. Lumen. Argentina.
- Bauni, N., & Echave, J. (2020). La consolidación de empresas recuperadas en la encrucijada del COVID-19. *Observatorio Social sobre Empresas Recuperadas y Autogestionadas*, 16, Article 16. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/osera/article/view/6238>
- Bradshaw, J. (1972). A taxonomy of social need. *En New Society*, March: 640-3. Recuperado de: <https://www.healthknowledge.org.uk/public-health-textbook/medical-sociology-policy-economics/4c-equality-equity-policy/concepts-need-justice>
- Boylan, S. y Turner, K. (2017). Developing organizational adaptability for complex environment. *Journal of Leadership Education*, 6(2), 183-198.
- Camarillo, J. A. (2020). Ciudad Juárez ante el COVID-19. *Universidad Nacional Autónoma de México*. <http://cathi.uacj.mx/handle/20.500.11961/15389>
- Castro, W., & Godino, J. (2011). *Métodos mixtos de investigación en las contribuciones a los simposios de la SEIEM*.
- Castro-Martínez, A., Pérez-Ordóñez, C., & Torres-Martín, J. L. (2020). Eventos musicales online durante la crisis de la COVID-19 en España. Análisis de festivales en redes sociales y de sus estrategias de comunicación. *Hipertext.net*, 21, 41–56. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.04>
- Chiatchoua, C., Lozano, C., Macías-Durán, J. (2020). Análisis de los efectos del COVID-19 en la economía mexicana. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 14(53), 265–290. <https://doi.org/10.26457/recein.v14i53.2683>
- Cuellar S. J y Tarazona, Y. (2020). Las consecuencias del Covid-19 en la economía mundial, Universidad católica de Colombia.
- Ernst, C., & López, E. (2020). El COVID-19 y el mundo del trabajo en Argentina: *Organización Internacional del Trabajo*, 35.
- Esquivel, G. (2020). *Los impactos económicos de la pandemia en México*. 18.
- Fernández, J. C., & Tinoco, A. (2020). *Impacto socioeconómicos del Coronavirus (covid-19) en el sector turístico de la costa de Huelva* [Universidad de Sevilla]. <file:///C:/Users/Anami/Zotero/storage/KBTGRU5L/Serrato%20and%20Cabanillas%20-%20GRADO%20EN%20PERIODISMO.%20FACULTAD%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf>
- Fernández, R. (2020, abril 8). *¿Qué ha pasado en el sector de los eventos desde la cancelación del Mobile?* La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/participacion/cartas/20200408/48377603779/analisis-sector-ferias-eventos-afectaciones-covid-19-coronavirus-cancelaciones-mobile-world-congress.html>
- Filgueiras, J. M. (2020). Covid-19 y su impacto en el turismo en Oaxaca (México). *Desarrollo, economía y sociedad*, 9(1), 29–35.
- Frías, J. y Véliz, J. (2013). La adaptabilidad a los cambios imprevistos del entorno y la creación de capacidades para el autocontrol en la empresa. *Técnica Administrativa*, 12(53), 1-12. Recuperado de <http://www.cyta.com.ar/ta1201/v12n1a2.htm>
- Foronda- Zapata, F., (2018). La adaptabilidad en las organizaciones. Una revisión teórica del concepto y los elementos que la configuran como una capacidad organizacional. Tesis para especialidad en



- Psicología Organizacional. Universidad de Antioquia. Medellín. Recuperado de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/9952/1/ForondaFrank_2018_AdaptabilidadOrganizacionesRevision.pdf
- Gobierno de México. (2020). *Semáforo – Coronavirus*. Gobierno de México. <https://coronavirus.gob.mx/semaforo/>
- (2021). *COVID-19 Tablero México*. COVID - 19 Tablero México. <https://datos.covid-19.conacyt.mx/index.php>
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (2020). *Salud Digital*. <https://saluddigital.ssch.gob.mx/covid/>
- (2021). Informe técnico secretaria de salud. *Transparencia COVID-19 | Gobierno del Estado de Chihuahua*. <https://transparencia.chihuahua.gob.mx/covid-19>
- Gomar, R. (2020). *Efectos del COVID-19 en la empresa*. <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/1688>
- González, M. (2020). *¿Cómo fue la influenza H1N1 en México y el mundo?* AS México. https://mexico.as.com/mexico/2020/03/21/actualidad/1584759799_390452.html
- González, N. (2020). Emergencia sanitaria por Covid-19. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 233.
- Hernández, G. (2020). *Semáforo del coronavirus en México: ¿qué es y cuándo se empieza a aplicar?* AS México. https://mexico.as.com/mexico/2020/05/13/actualidad/1589391448_091301.html
- Hernández, H. (2020). Mortalidad por COVID-19 en México: Notas preliminares para un perfil sociodemográfico. *Notas de coyuntura del CRIM* (36), 1-7 (2020). <http://ru.crim.unam.mx/xmlui/handle/123456789/77>
- Hualde, A. (2020). *La pandemia y el mercado de trabajo en México: Efectos graves, perspectivas inciertas*. 17.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2014). Estadísticos del Estado de Chihuahua. www.inegi.gob.mx
- Kreibohm, P. (2020). Tres pandemias en la Historia. *Relaciones Internacionales*, 29(58), 100. <https://doi.org/10.24215/23142766e100>
- Miller, J. L. (2020). Posibles efectos del Coronavirus en la economía mundial. *Instituto Belisario Domínguez*, 75. <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/4805>
- Ministerio de Sanidad. (2020). Recomendaciones para eventos y actividades multitudinarias en el contexto de nueva normalidad por COVID-19 en España. *Gobierno de España*. https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/COVID19_Recomendaciones_eventos_masivos.pdf
- Molina, C. A. (2020). Covid 19 efectos de una pandemia en mercados laborales del mundo. *Dominio de las Ciencias*, 6(4), 827–839. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i4.1505>
- Montejano, Y., & Rojas, G. (2020). Música maestro, escenarios virtuales en tiempos del COVID-19. *Perifèria. Revista d'investigació i formació en Antropologia*, 25(2), 154–166. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.729>
- Motta J., y Morero H., (2020). La teoría moderna de la innovación y sus antecedentes en el pensamiento económico. En Suarez, D., Erbes, A., & Barletta, F. (compiladores). *Teoría de la innovación: Evolución, tendencias y desafíos. Herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje* | Ediciones Complutense. <https://www.ucm.es/ediciones-complutense/teoria-de-la-innovacion>
- Nelson, R., Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. The Belknap Press of Harvard. University Press. Cambridge.
- Núñez, C. (2021, febrero 13). *Molestos, dueños de salones de eventos por restricciones*. 10.



- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020, Abril). *COVID-19: Cronología de la actuación de la OMS*. <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- (2021, noviembre 26). Classification of Omicron (B.1.1.529): SARS-CoV-2 Variant of Concern. [https://www.who.int/news/item/26-11-2021-classification-of-omicron-\(b.1.1.529\)-sars-cov-2-variant-of-concern](https://www.who.int/news/item/26-11-2021-classification-of-omicron-(b.1.1.529)-sars-cov-2-variant-of-concern)
- Páez, D., & Pérez, J. A. (2020). Social representations of COVID-19 (*Representaciones sociales del COVID-19*). *International Journal of Social Psychology*, 35(3), 600–610. <https://doi.org/10.1080/02134748.2020.1783852>
- Paredes, A. M., & Velázquez, M. C. A. (2018). La investigación cualitativa y la cuantitativa en la mercadotecnia. *Administración y Organizaciones*, 18(34), 129–141.
- Paredes, J. C., Alberca, F. A., Arriola, A. M., Ávila, C., Gavidia, M. Z., Gómez, E. S., Julca, E. C., Llontop, C. E., Marsano, J. M., Noriega, C. H., & Zapata, S. M. (2020). La COVID-19 y el turismo en el Perú. Análisis y propuestas ante un nuevo escenario. *Turismo y Patrimonio*, 15, 11–30. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2020.n15.02>
- Plan Estratégico de Juárez, A.C. (2020). *Informe de Salud en Juárez 2020*. <https://planjuarez.org/documentos/informe-salud-en-juarez-2020-1/>
- Reyes-Escalante, A.Y y Sandoval-Chavez. D.A (Coord) (2021). Metodologías, enfoques y estructuras de trabajos de investigación en las Ciencias Administrativas. Editorial El Colegio de Chihuahua. Mexico. Recuperado de <http://www.colech.edu.mx/cont/descargables/metodologias.pdf>
- Reyes, A.-Y., Hernández, A. P. R., González, C. J., & Sandoval, D. A. (2021). Afectaciones de la pandemia del covid-19 en los corredores comerciales y turísticos de ciudad Juárez. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6, 13301-13323. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1323
- Smit, J. (2015). The Innovation Value Chain and Adaptability of Organizations. *Journal of International Technology and Information Management*, 24, 57-74
- Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud. (2020). Lineamiento de Medidas Preventivas para la Reapertura COVID-19. *Chihuahua.gob.mx*. <http://chihuahua.gob.mx/info/lineamiento-de-medidas-preventivas-para-la-reapertura-covid-19>
- SurveyMonkey (2021). Hoja de cálculo de muestra finita. liga: <https://es.surveymonkey.com/dashboard/#>
- Tabares, F. (2020). El coronavirus (Covid-19) y el seguro de interrupción de negocios, discusiones actuales sobre los daños inmateriales. *Revista Ibero-Latinoamericana de seguros*, 29(52). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.ris52.csin>
- Tomasi, S. N. (2020). Historia de las pandemias mundiales y la economía. *Magatem*, 37.
- Valenzuela, A. (2021, febrero 13). Juárez y municipios del norte cambian al amarillo; aquí te decimos las nuevas actividades que abren. *Inpro* | *Hemeroteca*. <https://www.inpro.com.mx/hemeroteca/aplicacion/buscador/prepararConsulta/3200728/0>
- Yeh, S.-S. (2020). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1–7. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1805>