

Impacto del Covid -19 en las microempresas de comida rápida en la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2020 – segundo semestre 2021.

Impact of Covid -19 on fast food microbusinesses in the city of Cuenca in the period March 2020 – second half of 2021.

Xavier Alexander Largo Chillogalli^{1*}, xalargoc98@est.ucacue.edu.ec ORCID ORCID 0009-0008-0395-0481
Rolando Patricio Andrade Amoroso², randradea@ucacue.edu.ec ORCID 0000-0002-6078-3487

Recibido: 11-jun-2023, Aceptado: 16-ago-2023, Publicado: 01-sep-2023

Resumen

El artículo propuesto tiene la finalidad de analizar el impacto generado por la pandemia de Covid-19 en las microempresas de comida rápida en la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2020 – segundo semestre 2021, este sector fue golpeado drásticamente, porque tuvieron grandes pérdidas en sus negocios, los clientes por el confinamiento optaron por no visitar los locales por miedo de contraer el virus. Por la pandemia las empresas tuvieron que implementar el aislamiento provocando un gran riesgo al momento de la transportación de materias primas para la elaboración de sus productos, las microempresas por las restricciones se vieron en la necesidad de despedir a sus trabajadores, ya que disminuyeron sustancialmente las ventas. En este sentido, el objetivo del presente trabajo investigativo es analizar el impacto causado por el virus en las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca en el periodo comprendido desde marzo 2020 a junio 2021, ya que por la pandemia las microempresas de comida rápida no contaban con el servicio que requerían para poder satisfacer a sus clientes, para que la situación mejore se debe realizar cambios. Para lograr el objetivo de investigación, estableceremos datos estadísticos, los que realizaremos a través de encuestas con los dueños de los locales en las áreas aledañas de la ciudad de Cuenca, los mismos serán tabulados dando como respuesta sobre el impacto que han tenido por esta pandemia y se demostrará sobre que estrategias implementaron durante la crisis para satisfacer a sus clientes y lograr reactivar sus negocios.

Palabras clave: DMiPymes, pandemia, recursos humanos, estrategias de mercado, economía.

Abstract

The proposed article aims to analyze the impact generated by the Covid-19 pandemic on fast food microenterprises in the city of Cuenca in the period march 2020 to - second semester of 2021, this sector was hit drastically, because they had large losses in their business, customers by the confinement chose not to visit the premises for fear of contracting the virus. Due to the pandemic, companies had to implement isolation, causing a great risk at the time of transportation of raw materials to produce their products, and micro-enterprises were forced to lay off their workers due to the restrictions since sales decreased substantially. In this sense, the objective of this research work is to analyze the impact caused by the virus in fast food microenterprises in the city of Cuenca in the period from March 2020 to June 2021, since due to the pandemic fast-food microenterprises did not have the service, they required to satisfy their customers, to improve the situation changes must be made. To achieve the research objective, we will establish statistical data, which will be done through surveys with the owners of the premises in the surrounding areas of the city of Cuenca, they will be tabulated by answering the impact they have had by this pandemic and will show what strategies they implemented during the crisis to satisfy their customers and to reactivate their businesses.

Keywords: MySMEs, pandemic, human resources, market strategies, economy.

¹ Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

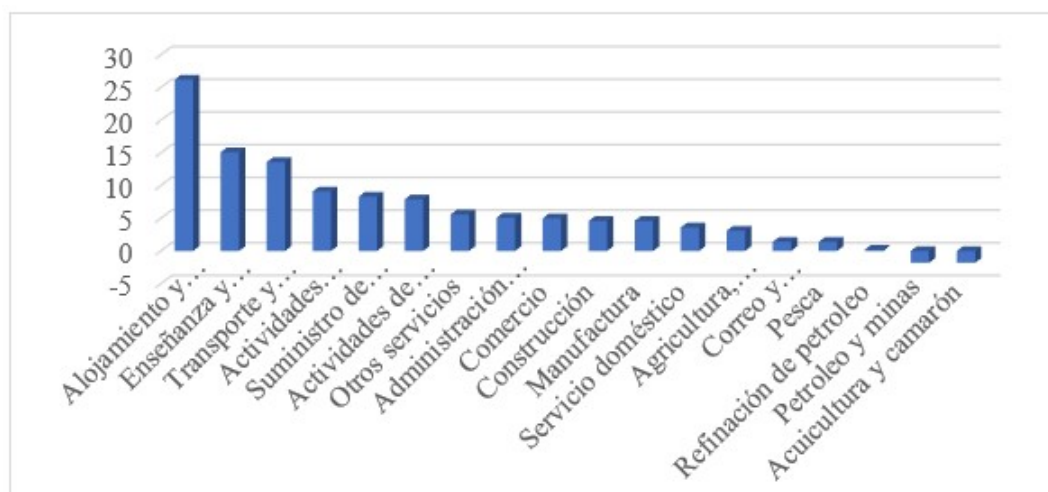
² Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

1 Introducción

El 31 diciembre del 2019, en la ciudad de Wuhan (China) se originó la pandemia por el virus COVID-19, causando la muerte de gran cantidad de seres humanos y cierre de importantes sectores económicos, de forma que existe una gran incertidumbre en el crecimiento económico, de manera que el impacto de la pandemia es crítico. La expansión económica del país ha disminuido a causa del COVID -19. Las consecuencias de la pandemia han sido muy inciertas debido que es complicado estimar los efectos económicos, sociales que dependerán del éxito en la contención del brote y de las medidas adoptadas para reiniciar la actividad económica (Couso, 2021).

Ante lo indicado anteriormente, el COVID -19 ha impactado con mayor fuerza las actividades económicas, donde el teletrabajo no es una opción, para comerciantes, operadores, líneas de producción constructores y a la mayor parte del sector informal. Según el Banco Central (2021), a nivel privado, se puede destacar las cuantiosas pérdidas de varios sectores, a saber: comercio USD 5.514,9 millones, turismo USD 1.809,7 millones y manufactura USD 1.716,8 millones; por otra parte dentro el sector público el sector más afectado fue el de la salud con USD 2.886,2 millones de pérdidas. En la figura 1 se puede observar el impacto del COVID-19 en las diferentes industrias; así, el sector Alojamiento y Servicios de comida, han presentado un decremento de 26,2 % del VAB, seguida de la Industria enseñanza y Servicios de salud, con una baja de 15,1 %; y, en tercer lugar, los servicios de Transporte y almacenamiento, con una disminución del 13,6 % del VAB (Banco Central del Ecuador, 2021).

Figura. 1. Impacto Negativo COVID -19



Nota. Impacto del COVID-19 en las diferentes industrias según los datos del (Banco Central del Ecuador, 2021).

Fuente: Elaborado por el autor.

En el marco precedente se plantearon como objetivo de la presente investigación puede indicar que la investigación tiene la siguiente finalidad analizar el impacto causado por el COVID -19 en las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2020 – junio 2021. Así, se especifican los siguientes cuatro objetivos específicos, a saber: primero fundamentar teóricamente el impacto causado por el COVID -19 en las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2020 – junio 2021; segundo, analizar el tipo de estrategias implementadas en las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca durante el COVID -19; tercero, determinar el impacto causado por el COVID -19 en las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2020 – junio 2021, y finalmente analizar las estrategias utilizadas por las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2020 – junio 2021. La realización de la investigación es importante, debido, que resulta imprescindible disponer de información, cuantitativa y cualitativa, del comportamiento de las empresas ante los efectos económicos del COVID-19. Esto ayudará a contribuir con datos actuales, que ayuden a conocer las necesidades y los desequilibrios que puedan producirse y gestionar así, eficientemente, los recursos para ayudar a impulsar la economía. Además, esta información debe ser ágil y constante en el tiempo mientras dure la incertidumbre, habida cuenta que no se conoce con total certeza cuánto durará esta crisis sanitaria. Además, contribuye a las empresas, a los colegios profesionales y a los distintos agentes económicos

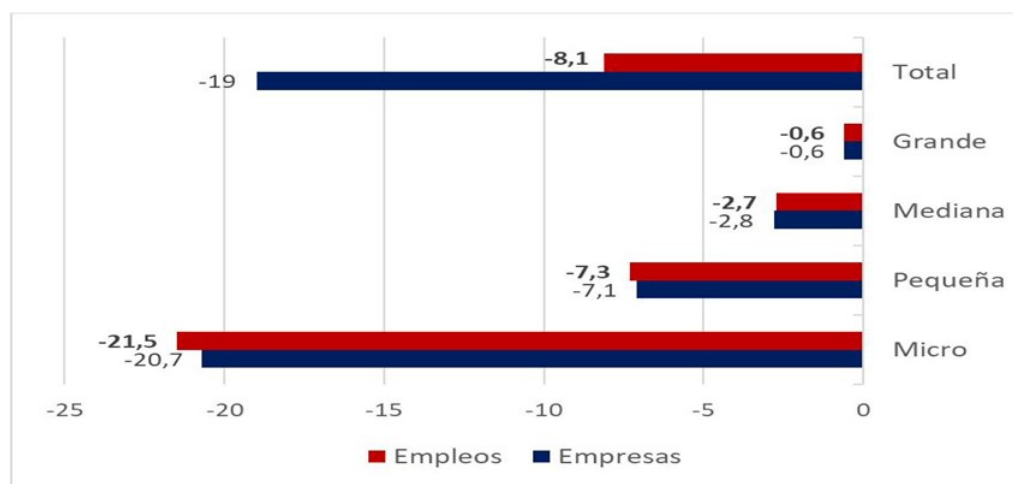
y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico. Esta información será una valiosa herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de la empresa. Lo que puede ayudar a impulsar la economía y propiciar una gestión eficiente de la crisis.

2 Antecedentes y estado del arte

La economía mundialmente se encuentra golpeada por la pandemia del COVID-19, de forma que en varios países se suspendió la fabricación de algunos productos, a causa de disminución de demanda tanto en los bienes como en los servicios, ha permitido suponer que las cadenas de suministros, exijan a las microempresas a paralizar sus actividades, debido que son las más afectados en este tipo de desafíos, ya que poseen menor cantidad de activos por ser particularmente dependientes de sus transacciones en persona y de reservas de efectivo más condicionadas que las grandes empresas. Se puede resaltar que las MiPymes, son un sector muy importante en la economía del país, esto es a causa de que existen factores que ayudan con el movimiento de la economía, debido que este sector contribuye con la generación de empleo ayudando a generar ingresos que impulsen el desarrollo de la empresa y estado estableciéndose como un generador de economía tanto nacional como mundial. Este sector es uno de los más firmes y dinámicos en general, lo que pone en riesgo la estabilidad de muchas organizaciones (Campuzano, 2021).

En América Latina el impacto del COVID -19 ha generado grandes cambios en la sociedad y economía, es por eso que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2021), determina que 2.7 millones de empresas han cerrado, equivalente al 19 %. En el caso de las microempresas señala que se puede llegar al 21 %, dejando sin empleo a más de 8.5 millones de personas es decir el 8.1 % del sector empresarial, mientras que de las microempresas son más de un quinto.

Figura. 2. América Latina y el Caribe (27 países): porcentaje de empresas que cerraron y de empleos perdidos, por tamaño de empresa



Nota: Porcentajes de las empresas que cerraron a causa del COVID-19 y empleos perdidos. Fuente: (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021).

Ante lo indicado se puede mencionar que el impacto que registran las microempresas es a causa de su pronunciación en el comercio, debido que en el 2016 alrededor de 42 % de microempresas de América Latina y el Caribe operaban en ese rubro siendo el más perjudicado por el COVID-19. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021) Es por eso que en la figura 3 se muestra las empresas que cerraron son las de comercio.

Figura. 3. América Latina y el Caribe (27 países): número empresas que podrían cerrar y empleos que se perderían por sector de actividad.

Nota. Empresas que podrían cerrar y empleos que se perdieran a causa de la pandemia. Fuente: (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021)

Las microempresas en Ecuador son organismos que contribuyen al desarrollo económico, debido que ayudan a generar fuentes de empleo y dinamizar la economía del país. Por ello se puede observar que la pandemia ha golpeado el sector de comida rápida, debido que este sector fue debilitado ya que generó el cierre de varios negocios, exigiendo una reestructura organizativa. Según el último Censo Económico de 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), de todas las empresas nacionales, el 95,4 % pertenece a microempresas; el 3,8 %, a pequeñas; el 0,6 %, a medianas; y, el 0,2 %, a grandes. Es decir, que el mayor porcentaje de economía es la que aporta el sector de MiPymes, debido que su aporte al empleo es clave, debido que “de cada 4 empleos que se habilitan en el país, 3 lo genera el sector de las MiPymes”. El 44 % de las plazas de trabajo son de microempresa; el 17 %, en la pequeña; el 14 %, en la mediana; y, el 25 % en las empresas grandes (Campuzano, 2021).

La cadena de alimentos en Ecuador, tras el paso del COVID -19 se encuentra activando técnicas de prolongación de negocio, debido a que la paralización de movimientos económicos afectado de gran manera la economía del país. Las tiendas de comida rápida han tratado de ajustar sus estrategias en la comercialización de su producto con base a lo que el cliente necesita. La transición y caracterización ha incrementado y disminuido la generación de empresas que ofrecen una diversidad de servicios como compras en línea, servicios a domicilios, etc., (Fontanazza, 2021).

3 Metodología

La investigación que se utiliza en el presente trabajo, es de tipo cuali-cuantitativo, además es de tipo no experimental de carácter descriptivo y correlacional, es decir se centra en la recolección de información de fuentes bibliográficas y boletines financieros de las microempresas de comida rápida que existen en la ciudad de Cuenca en el periodo Marzo 2020 – Junio 2021, así también se pone en práctica todos los conocimientos adquiridos por el investigador a lo largo de su vida estudiantil, esto ayudará a buscar beneficios sociales mediante la indagación de información que ayude a sustentar las variables de estudio.

Muestra

Para conocer la muestra del presente estudio se consideró como población a las microempresas de la ciudad urbana de Cuenca en base a la base de datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de la provincia del Azuay, Ecuador, considerando un total de 69 microempresas, así también se tomó como población a los ciudadanos del área urbana de la ciudad de Cuenca siendo 277.374, los cuales nos ayudaran a conocer la frecuencia de compra. Se detalla la determinación de la muestra a continuación:

Entonces:

e: (error de muestreo)	0.05
N: (población)	277374 Ciudadanos
σ : (probabilidad de ocurrencias y no ocurrencias)	0.5
confianza	95%
z: (Nivel de confianza)	1.96
n:	

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * \sigma^2}$$

$$n = \frac{277374 * 1.96^2 * 0.5^2}{(277374 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{266389.98}{694.39}$$

n= (tamaño de la muestra) 383.63

Para el procesamiento de información se procederá a realizar las encuestas a 383 personas.

4 Resultados

En la ciudad de Cuenca las microempresas de comida rápida periodo marzo 2020 – junio 2021, registró un impacto significativo, para lo cual se presenta el análisis económico del sector a continuación:

Tabla. 1. Ventas, Activos, Patrimonio Microempresas de la ciudad de Cuenca

Detalle cuentas	1 semestre 2020	Diferencia entre el 1 semestre 2020 y 2 semestre 2020	2 semestre 2020	Diferencia entre el 2 semestre 2020 y 1 semestre 2021	1 semestre 2021
Activo	\$4,326,743.12	\$815,911.11	\$5,142,654.23	-\$1,928,122.00	\$3,214,532.23
Patrimonio	\$2,341,643.21	-\$207,318.00	\$2,134,325.21	-\$789,090.99	\$1,345,234.22
Ventas	\$8,234,321.21	-\$1,021,079.09	\$7,213,242.12	\$20,881.00	\$7,234,123.12

Nota: Ventas, Activos y Patrimonio de las Microempresas de la ciudad de Cuenca según los datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de la provincia del Azuay (2021). Fuente: Elaborado por el autor.

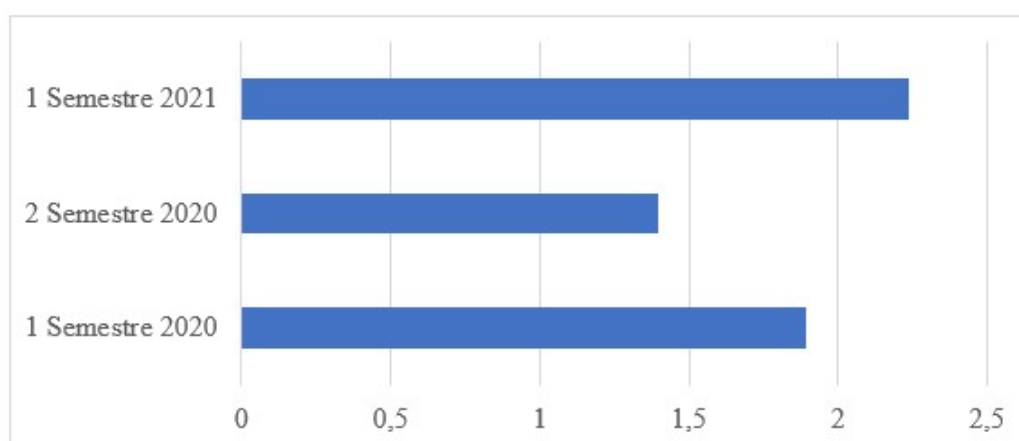
Según los datos estadísticos presentados se puede observar que las ventas en el primer semestre de 2020 han incrementado debido a que las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca por la pandemia las personas optaban por comprar este tipo de comida ya que era más fácil adquirirla, mientras que en el periodo Marzo 2020 – Junio 2021 este sector se vio afectado por la pandemia debido a que las personas no se arriesgaban a comprar por miedo de contraer el virus e ir contagiando a las demás, lo cual causó que las empresas disminuyeran sus ventas, y tomen diversas medidas drásticas de disminución de gastos para poder subsistir.

Tabla. 2. Rentabilidad Económica

1 Semestre 2020		2 Semestre 2020		1 Semestre 2021	
\$8,234,321.2	Ingresos	\$ 7,213,242.1	Ingresos	\$ 7,234,123.1	Ingresos
\$ 44,100	Impuestos causados	\$ 32,421	Impuestos causados	\$ 22,135	Impuestos causados
1 Semestre 2020	Resultados netos contables	2 Semestre 2020	Resultados netos contables	1 Semestre 2021	Resultados netos contables
\$8,190,220.98	Activo Neto	\$7,180,821.12	Activo Neto	\$7,211,988.12	Activo Neto
\$ 4,326,743	Total	\$ 5,142,654	Total	\$ 3,214,532	Total
1.89	Rentabilidad económica	1.40	Rentabilidad económica	2.24	Rentabilidad económica

Nota: Rentabilidad económica según los datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de la provincia del Azuay (2021). Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 4. Rentabilidad Económica



Nota: Rentabilidad económica según los datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de la provincia del Azuay (2021). Fuente: Elaborado por el autor.

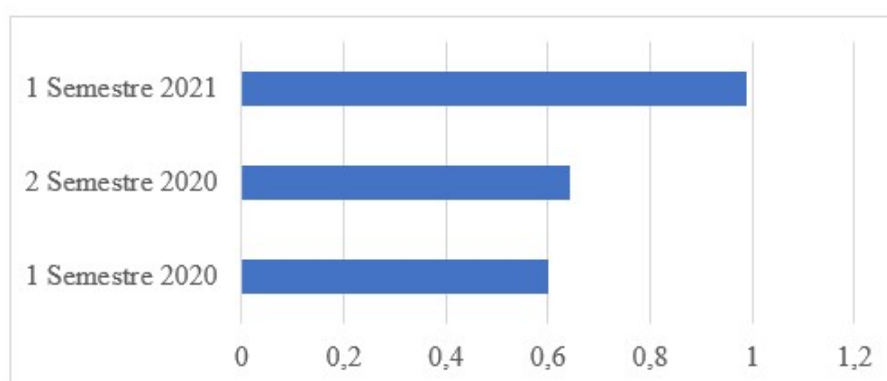
En el primer semestre 2020, se puede observar que las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca poseen 1.89 de rentabilidad económica, por cada dólar invertido, en el segundo semestre 2020 genera 1.40 por cada dólar de inversión, y en el primer semestre 2021 genera 2.24, es decir el sector tiene activos que le ayudan a generar valor a las empresas.

Tabla. 3. Rentabilidad Financiera

1 Semestre 2020		2 Semestre 2020		1 Semestre 2021	
\$1,405,342	Utilidad Neta	\$1,372,422	Utilidad Neta	\$1,328,344	Utilidad Neta
\$2,341,643	Patrimonio Total	\$2,134,325	Patrimonio Total	\$1,345,234	Patrimonio Total
1 Semestre 2020		2 Semestre 2020		1 semestre 2021	
0.600	Rentabilidad Financiera	0.643	Rentabilidad Financiera	0.987	Rentabilidad Financiera

Nota: Rentabilidad Financiera según los datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de la provincia del Azuay (2021). Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 5. Rentabilidad Financiera



Nota: Rentabilidad Financiera según los datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de la provincia del Azuay (2021). Fuente: Elaborado por el autor.

Análisis

Mediante la recolección de información se logró identificar que la rentabilidad del sector de microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca durante el periodo marzo 2020 – junio 2021, se encuentra en un rango alto debido a que el impacto causado por el COVID -19 en las microempresas han provocado que las ventas aumenten generando nuevos empleos lo que esto ayuda que la economía de la ciudad de Cuenca mejore y se reactive nuevamente.

Encuesta a Clientes

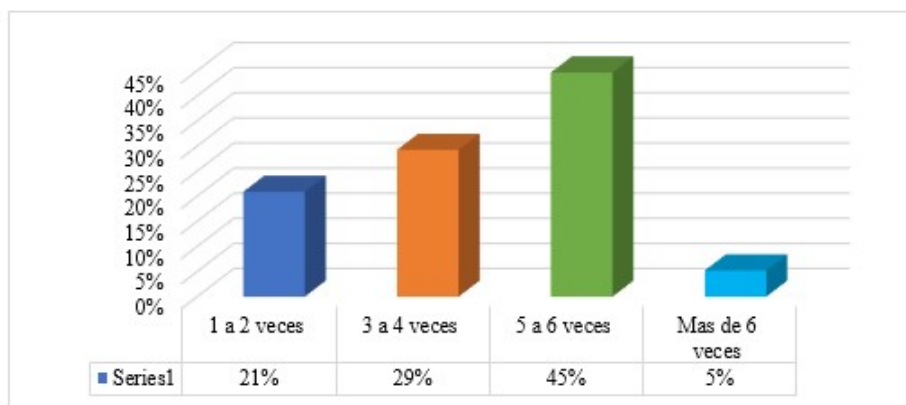
¿Con que frecuencia consume comida rápida mensualmente?

Tabla. 4. Frecuencia de comida rápida

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 veces	80	21%
3 a 4 veces	112	29%
5 a 6 veces	171	45%
Más de 6 veces	20	5%
Total	383	100%

Nota. Frecuencia de comida rápida. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 6. Frecuencia de comida rápida



Nota: Frecuencia de comida rápida. Fuente: Elaborado por el autor.

Análisis

De los 100 % de personas encuestadas el 21 %, nos mencionó que consume de 1 a 2 veces comida rápida mensualmente, el 29 % consume de 3 a 4 veces, el 45 % consume de 5 a 6 veces, y el 5 % consume más de 6 veces, resaltando que a pesar de la pandemia la ciudadanía está consumiendo comida rápida en un nivel medio, siendo una situación alentadora para el sector.

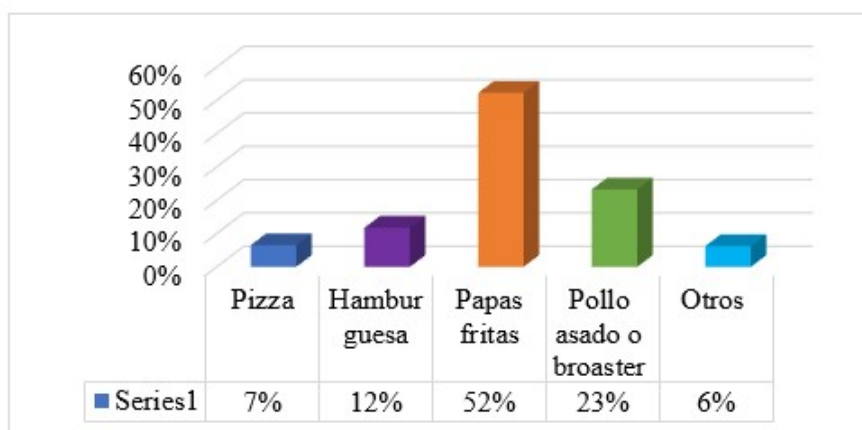
¿De los siguientes productos de comida rápida cual es el que más consume?

Tabla. 5. Producto con más consumo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pizza	25	7%
Hamburguesa	45	12%
Papas fritas	200	52%
Pollo asado o broaster	89	23%
Otros	24	6%
Total	383	100%

Nota: Producto con más consumo. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 7. Producto con más consumo



Nota: Producto con más consumo. Fuente: Elaborado por el autor.

Análisis

Se obtuvo como resultado que el 7 % de encuestados consumen pizza, el 12 % consume hamburguesa, el 52 % consume papas fritas, el 23 % consume pollo asado o broaster, y el 6 % come otro tipo de comida rápida, siendo importante señalar que la ciudadanía prefiere papas fritas ya que es un tipo de comida rápida que está al alcance de la mayoría y por su exquisito sabor.

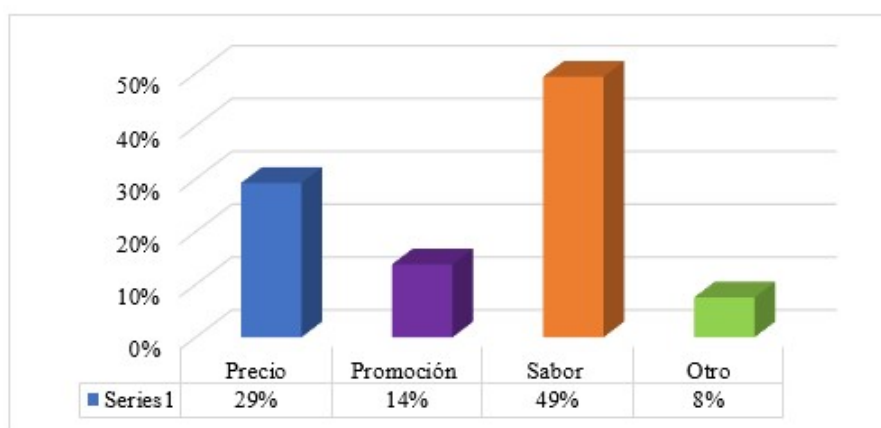
¿Qué factor es el que toma en cuenta al momento de adquirir comida rápida?

Tabla. 6. Factor de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	112	29%
Promoción	53	14%
Sabor	189	49%
Otro	29	8%
Total	383	100%

Nota: Factor de compra. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 8. Factor de compra



Nota: Factor de compra. Fuente: Elaborado por el autor.

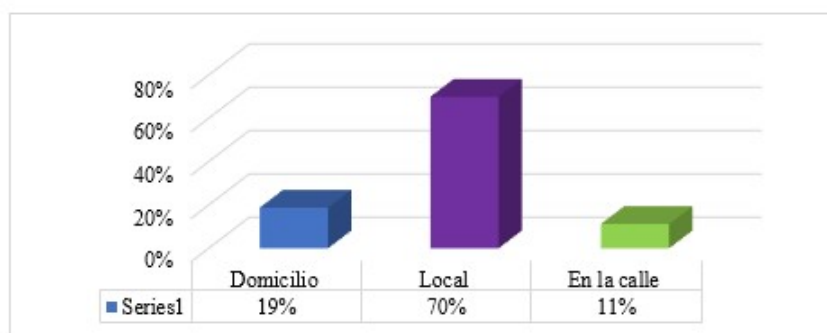
Análisis

Según el 29 % menciona que toma en cuenta el precio al momento de comprar, el 14 % toma en cuenta la promoción, el 49 % considera el sabor, y el 8 % considera otros, resaltando que el sabor es un factor muy importante en el cliente a la hora de consumir algún tipo de comida rápida, ya que así les genera confianza siendo muy importante en el momento en que la población decide elegir un tipo de comida rápida.

Tabla. 7. Tipo de servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Domicilio	72	19%
Local	268	70%
En la calle	43	11%
Total	383	100%

Nota: Tipos de servicio. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 9. Tipo de servicio

Nota: Tipos de servicio. Fuente: Elaborado por el autor.

Análisis

El 19 % prefiere el servicio a domicilio, el 70 % prefiere el servicio en el local, y el 11 % prefiere la calle, indicando que el lugar es otro de los factores que toma en cuenta el cliente, debido que busca un lugar tranquilo, acogedor y que sea seguro ante las amenazas de la presente pandemia para consumir este tipo de comida. Aquí es muy importante la presentación del lugar ya que debe brindarles confort y tranquilidad, que las personas puedan observar que se lleva una buena desinfección e higiene y que no tienen ningún riesgo de contagio.

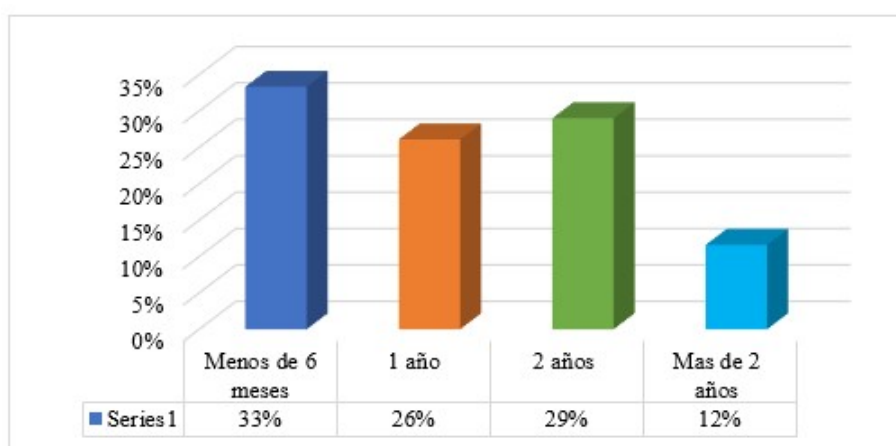
Encuesta a Propietarios

¿Cuánto tiempo se encuentra en el mercado de comida rápida?

Tabla. 8. Años en el mercado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 6 meses	23	33%
1 año	18	26%
2 años	20	29%
Más de 2 años	8	12%
Total	69	100%

Nota: Años en el mercado. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 10. Años en el mercado

Nota: Años en el mercado. Fuente: Elaborado por el autor.

Análisis

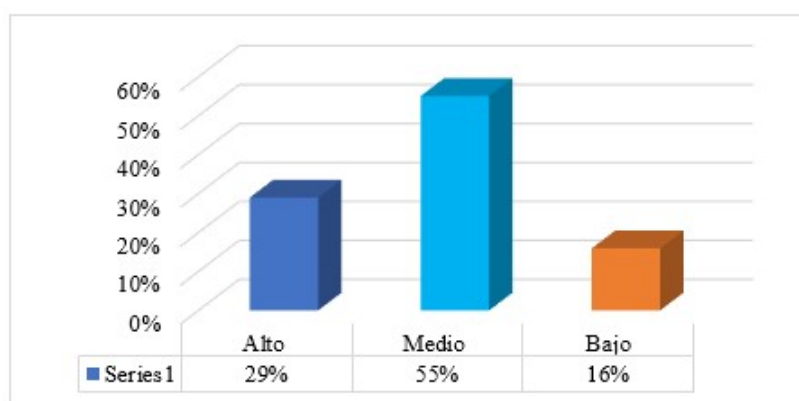
El 33 % menciona que se encuentra en el mercado de comida rápida menos de 6 meses, el 26 % se encuentra 1 año, el 29 % está 2 años, y el 12 % está más de 2 años, resaltando que las empresas son casi nuevas en el mercado porque la mayor parte está entre 1 año a 2, debido que por la pandemia varias han cerrado sus puertas.

¿Mediante la crisis sanitaria del COVID-19 como está actualmente su empresa económicamente?

Tabla. 9. Situación de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alto	20	29%
Medio	38	55%
Bajo	11	16%
Total	69	100%

Nota: Situación de la empresa. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 11. Situación de la empresa

Nota: Situación de la empresa. Fuente: Elaborado por el autor.

Análisis

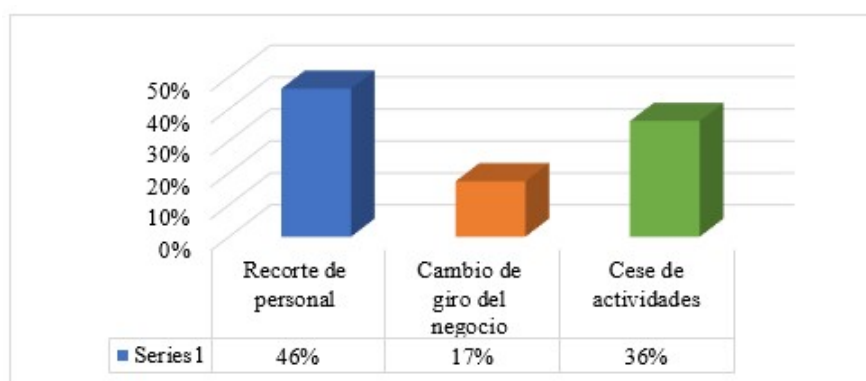
Del total de encuestados el 29 % se encuentra en un nivel alto tras la pandemia del COVID-19, el 55 % está en un nivel medio, el 16 % está en un nivel bajo, indicando que la economía del sector de comida rápida se ha visto afectada por todas las medidas tomadas debido a la presencia del virus, así también no existe mucha demanda por la baja economía a nivel nacional por la que la mayoría de gastos son dirigidos para cuidados personales y para la adquisición de medicamentos.

¿La empresa ha tomado medidas que ayuden a sobrellevar la crisis sanitaria, que medidas ha tomado?

Tabla. 10. Medidas adoptadas ante el COVID-19

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Recorte de personal	32	46%
Cambio de giro del negocio	12	17%
Cese de actividades	25	37%
Total	69	100%

Nota: Medidas adoptadas ante el COVID-19. Fuente: Elaborado por el autor.

Figura. 12. Medidas adoptadas ante el COVID-19

Nota: Medidas adoptadas ante el COVID-19. **Fuente:** Elaborado por el autor.

Análisis

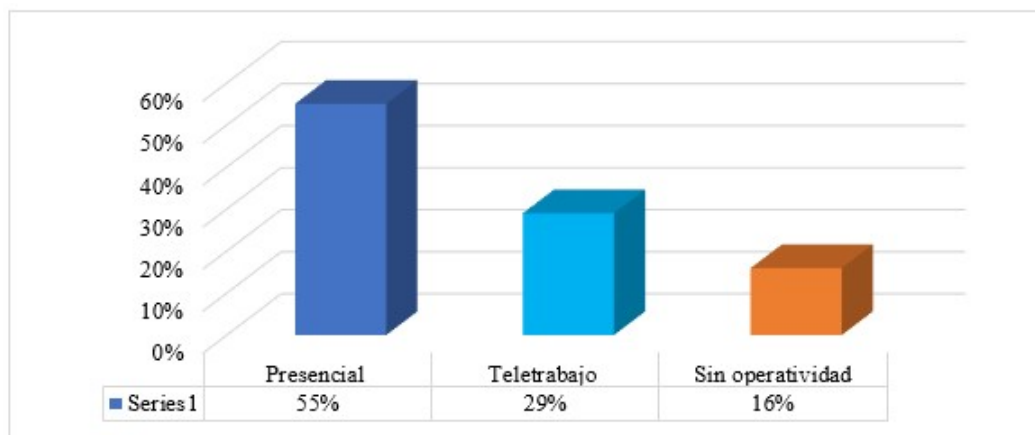
El 46 % indica que ha tomado el recorte de personal como medida para sobrellevar la crisis dentro de su empresa a lo largo de la pandemia, el 17 % ha cambiado el giro del negocio, y el 36 % ha cerrado su actividad, indicando así que la pandemia ha generado una crisis global ya que no solo ha cesado sus actividades, sino además han generado un mayor desempleo lo que es de gran preocupación debido a que causa fracturas críticas en el sector, dado que no habrá demanda por ningún lado

¿De qué forma está prestando el servicio su empresa tras la crisis del COVID-19?

Tabla. 11. Forma de trabajo de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Presencial	38	55%
Teletrabajo	20	29%
Sin operatividad	11	16%
Total	69	100%

Nota: Forma de trabajo de la empresa. **Fuente:** Elaborado por el autor. .

Figura. 13. Forma de trabajo de la empresa

Nota: Forma de trabajo de la empresa **Fuente:** Elaborado por el autor.

Análisis

El 55 % indicó que se encuentra trabajando de manera presencial actualmente tras la crisis del COVID-19, el 29 % está por teletrabajo, y el 16 % está sin operatividad, indicando que el mayor número está en forma presencial para poder hacer frente a la pandemia y mejorar la actividad económica. Se considera que dentro del país no se puede implementar el teletrabajo ya que implica un gran proceso y la mayoría de actividades que les permite a las personas obtener sus ingresos son de manera presencial ya que estamos hablando de una nación subdesarrollada.

5 Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En atención al objetivo planteado en el presente trabajo investigativo de analizar el impacto causado por el COVID -19 en las microempresas de comida rápida de la ciudad de Cuenca en el periodo comprendido desde marzo 2020 a junio 2021, se evidencia que estas empresas han tenido bajos ingresos en sus ventas debido que la mayor parte ha tenido que usar como estrategia para subsistir la disminución del personal o el cambio del negocio. Así también, se destaca que las ventas del periodo marzo 2020 – junio 2021, han tenido un decremento de - 1,021,079,09, *en el primer semestre y segundo semestre de 2020, esto fue debido que la pandemia empezó y los ciudadanos dejaron de salir* debido que en el 2021 el gobierno apoyo la reactivación económica en el país. De las encuestas realizadas a los clientes de comida rápida en la ciudad de Cuenca, se conoce que el mayor número de ciudadanos consume este tipo de productos hasta 5 veces al mes, donde adquiere en su mayor numero papas fritas, para ello el factor que toma en cuenta, es el sabor del producto, y lo consume con mayor frecuencia en el local. Mientras que los resultados de los propietarios indican que se encuentran en el mercado 2 años el mayor número, por otra parte, indican que la economía del sector de comida rápida está en un nivel medio, debido que ha sido afectada por todas las medidas tomadas debido a la presencia del COVID-19, y para enfrentar y resistir esta crisis económica el mayor número de empresas ha optado como estrategia el despido de personal, actualmente con la mitigación de la enfermedad y reactivación económica del país los sectores han vuelto a desarrollar sus actividades normalmente, ofreciendo sus servicios de forma presencial.

Recomendaciones

Se recomienda que realicen investigaciones con temas similares, con el fin de proporcionar la realidad del sector en pandemia. Se recomienda a los propietarios del sector intervenir de forma urgente, planificando estrategias que ayuden a mejorar el desarrollo económico del sector. Esta planificación de reestructuración de actividades deberá contener acciones concretas, aprovechando todas las oportunidades del mercado financiero

6 Referencias

- Banco Central del Ecuador . (2021). Impacto del COVID-19 en la economía ecuatoriana. <https://n9.cl/trfz7>
- Campuzano, J. G., Anchundia, A. M., & Baque, C. M. (2021). Microempresa: Iniciativa de nuevos productos Post- Covid 19 en el cantón Pedro Carbo. Polo del conocimiento, 23 <https://n9.cl/d9e9o>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021). Mipymes y el COVID-19. <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>
- Couso, P. (21 de 03 de 2021). Datisa <https://n9.cl/9eoz8>
- Cruz, D., López de León, F., Pascual, L., & Battaglia, M. (2010). Guía Técnica de producción de hongos comestibles de la especie de Hongos Ostra.
- Fontanazza, M. (2021). COVID-19 Puts More Emphasis on Supply Chain Visibility and Data Quality: A Conversation with Angela Fernandez of GS1 US. Food Safety Tech <https://n9.cl/ah3k3r>