

***Impacto en el consumo y comportamiento de compra de las familias orenses generado por la crisis sanitaria.***

***Impact on consumption and purchasing behavior of Orense families generated by the health crisis.***

Leslie Krisbel Vera Vega <sup>I</sup>

[lvera5@utmachala.edu.ec](mailto:lvera5@utmachala.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-8644-3771>

Joel André Muñoz Chamba <sup>II</sup>

[jmunoz6@utmachala.edu.ec](mailto:jmunoz6@utmachala.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-3135-8895>

Econ. Jorge Guido Sotomayor Pereira, Ph.D. <sup>III</sup>

[jsotomayor@utmachala.edu.ec](mailto:jsotomayor@utmachala.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-9093-400>

**Correspondencia:** [lvera5@utmachala.edu.ec](mailto:lvera5@utmachala.edu.ec)

Ciencias económicas y empresariales

Artículo de investigación

1. Investigador independiente, Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
2. Investigador independiente, Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
3. Economista, Docente Universidad Técnica de Machala, Ecuador

## **Resumen.**

La economía ha sido uno de los sectores más afectados por la emergencia sanitaria a nivel global, dejando como resultado un incremento en las tasas de desempleo y pobreza, reduciendo el poder adquisitivo e incidiendo en el consumo y comportamiento de compra de los hogares. El presente artículo tiene como objetivo principal analizar el consumo y comportamiento de compra de las familias de la provincia de El Oro durante la emergencia sanitaria del COVID-19. La investigación presenta un enfoque descriptivo, el cual se llevó a cabo mediante bases de datos estadísticas, fuentes bibliográficas y artículos en revistas especializadas. El instrumento empleado para recolectar la información fue la encuesta, cuestionario que consta de 18 preguntas, dirigida a 383 familias oreenses. Los datos obtenidos permitieron conocer el impacto de la crisis sanitaria en las familias oreenses, hogares que experimentaron variaciones en el consumo y comportamiento de compra debido a la disminución de sus ingresos, pérdidas de empleo e inestabilidad económica.

**Palabras claves:** Consumo, crisis sanitaria, ingresos, desempleo.

## **Abstract.**

The economy has been one of the sectors most affected by the global health emergency, resulting in an increase in unemployment and poverty rates, reducing purchasing power and affecting household consumption and purchasing behavior. The main objective of this article is to analyze the consumption and purchasing behavior of families in the province of El Oro during the COVID-19 health emergency. The research presents a descriptive approach, which was carried out through statistical databases, bibliographic sources and articles in specialized magazines. The instrument used to collect the information was the survey; Questionnaire consisting of 18 questions, addressed to 383 families from Ourense. The data obtained allowed us to know the impact of the health crisis on families from Ourense, households that experienced variations in consumption and purchasing behavior due to the decrease in their income, job losses and economic instability.

**Keywords:** Consumption, health crisis, income, unemployment.

## **Introducción.**

Ecuador, mucho antes de la crisis sanitaria mundial ocasionada por la COVID-19, ya enfrentaba problemas en cuanto al comportamiento en su economía, los cuales se profundizaron por efectos de la pandemia y el confinamiento en los que se sometieron los sectores sociales y productivos del país. Además, las restricciones impuestas por el Estado con la finalidad de frenar los casos derivados de este fenómeno, crearon un ambiente aún más inestable para el país, debido a que generó un mayor desempleo, muchas empresas se declararon en bancarrota, ocasionando una disminución en los niveles de empleo e ingresos de las personas, por ende, en el consumo y ahorro.

La pandemia generó problemas a nivel mundial, desestabilizando a países con economías sólidas, y sin duda a países en desarrollo, un claro ejemplo es Ecuador. En el caso del sector privado, este es uno de los más afectados por la crisis sanitaria, como lo indican los datos del Banco Central del Ecuador (2021), “Las pérdidas totales (públicas y privadas) sumaron un total de USD 16.381,7 millones durante el período marzo-diciembre de 2020”.

El consumo y el desempleo poseen una relación inversa, lo que nos lleva a estudiar más a fondo la relación entre ambos indicadores, es decir si la tasa de desempleo aumenta, la cantidad demandada de bienes y servicios por la población disminuirá, por lo tanto, el consumo decrece.

De acuerdo a Dornbusch et al., (2009) las familias que tienen mayores ingresos son aquellas que poseen los niveles más altos de consumo en comparación con aquellas familias desempleadas o con menores ingresos, e incluso en países donde las personas tienen niveles superiores de rentas, los niveles de consumo son más elevados.

El impacto de la crisis sanitaria en el mercado de trabajo de Ecuador ha sido bastante compleja. Según el Banco Mundial la tasa de desempleo obtuvo un incremento desfavorable, pues pasó de 3.81 a 6.23 entre 2019 y 2020 a causa de la crisis, sin duda este fue un golpe severo a la economía de los ecuatorianos, lo que nos lleva a creer que existe una disminución en los indicadores de consumo de aquellas familias que perdieron empleo durante la pandemia.

El rendimiento económico de Ecuador previo a la crisis y la actual situación sanitaria, trae consigo cierta justificación con respecto a las altas tasas de desempleo y cierre de

empresas en el país, generando efectos negativos en el consumo de familias e incidiendo negativamente en la satisfacción de necesidades y calidad de vida de la población (Tenorio et al., 2021).

El comportamiento del consumidor en tiempos de crisis ocasiona afectaciones a gran parte de la población, siendo así que este fenómeno aqueja a cualquier individuo sin importar su condición económica, e incluso a familias de clase media y alta, pues existen restricciones en cuanto al consumo deseado, ya sea por la inestabilidad o incertidumbre debido a la situación (Hamilton et al., 2018).

Conviene subrayar la alteración de los hábitos de consumo en la población, como lo es en el caso de la provincia de El Oro, debido a que las medidas adoptadas por el gobierno ecuatoriano generaron impacto en las familias, ya que a consecuencia de las restricciones y demás medidas emergentes del estado gran parte de la población tuvo que enfrentarse a cambios sociales, tecnológicos, culturales y limitaciones económicas, y sin duda hacer frente a un entorno virtual, creando nuevos patrones de consumo.

En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo analizar el comportamiento de compra de las familias oreenses en período de crisis, es decir, las afectaciones que ocasionó la COVID-19 en los hogares de la provincia de El Oro.

La información que se presenta tiene su origen en fuentes científicas e indicadores económicos y bases de datos, tales como: Banco Central de Ecuador, Banco Mundial e Instituto Nacional de Estadística y Censos. En lo que respecta la herramienta metodológica empleada para recabar información concerniente a la investigación, es la encuesta, la cual está dirigida a los jefes de hogar de las familias de la provincia de El Oro.

Dado lo anterior, la investigación se realiza mediante el estudio del comportamiento de compra y consumo de las familias en la provincia de El Oro durante la crisis sanitaria, y cómo este indicador se vio afectado por la pandemia, mostrando la relación entre la crisis sanitaria y los efectos ocasionados en el consumo de los oreenses durante el periodo 2020-2021.

## **Desarrollo**

### **Consumo en Ecuador**

Ecuador es un país ubicado en América del Sur, el cual está integrado por veinticuatro provincias, y su capital es Quito (conocida como la mitad del mundo); comparte frontera con Perú y Colombia, cuenta con una población total en el año 2020 de 17.643.060, según datos proporcionados por el Banco Mundial.

Existen variables que inciden en el consumo, tal es el caso de la Canasta Familiar Básica y el ingreso mensual percibido por los ecuatorianos. Vera (2021) indica que en el primer mes del año 2021 el costo de la Canasta Familiar Básica para una familia de cuatro miembros fue de \$712,11, y el ingreso promedio se situó en \$746.67, por tanto, el ingreso percibido por las familias representa el 104.85% del costo de la Canasta Familiar.

Es conveniente subrayar que se considera consumidor aquella persona que demanda bienes y servicios, los cuales que al adquirir estos productos que son puestos al mercado, logran satisfacer sus necesidades. Las preferencias de los consumidores pueden variar, ya sea por su situación económica, social, cultural, etc. En la presente investigación se analizará el comportamiento de los consumidores en la crisis sanitaria COVID-19.

De acuerdo a Ortega (2020), como consecuencia del confinamiento ocasionado por la crisis sanitaria, los hábitos de consumo por parte de las familias han sido alterados, siendo así que, debido a las medidas emergentes propuestas por el gobierno, el consumo de productos, servicios y diferentes actividades se han visto afectadas, enfrentándose a cambios en el comportamiento de compra.

Las secuelas en cuanto a las medidas de restricción impuestas durante el confinamiento trajeron consigo cambios en los hábitos de consumo, rutinas de compra y venta por parte de los ofertantes y consumidores, e incluso generó que pequeñas empresas obtengan beneficios en cuanto a las ventas mediante internet, mejorando sus niveles de ingresos (Vera et al., 2020).

El consumo de las familias generalmente está relacionado con los niveles de ingreso del jefe del hogar, siendo así que: “El consumo de las familias está directamente relacionado con una mejora en el ingreso de estas. Por lo tanto, es evidente que un incremento en el consumo de los hogares implica una mejora en la distribución del ingreso” (Suárez Martínez & Mendieta Tenesaca, 2019, p. 66).

Así mismo, para otros autores, las crisis tienen un efecto directo en el consumo de las familias, pues a lo largo de la historia el consumo se ha visto influenciado negativamente a causa de las diferentes crisis mundiales. (Dueñas, 2019).

### **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)**

El índice de confianza es un indicador que muestra las expectativas de la población frente al consumo, basándose en las perspectivas que tienen los mismos en cuanto al panorama económico del país, entonces: “Es un indicador económico que mide el grado de optimismo que los consumidores sienten sobre el estado general de la economía y sobre su situación financiera personal” (Varela et al., 2014, p.137).

De esta manera, podemos mencionar que este indicador determina cierto comportamiento en el consumo de las familias y asimismo la confianza que tiene la población con respecto a su poder adquisitivo. Varela et al., (2014). plantean que este indicador muestra la percepción de la población sobre la seguridad en sus ingresos, por lo tanto, si este indicador es mayor, las familias están consumiendo más, por el contrario, si el indicador es menor demuestra inestabilidad y mayor ahorro por parte de los consumidores.

En el caso de Ecuador, el Banco Central es el encargado de realizar esta encuesta y determinar el optimismo de los consumidores, es importante puntualizar que los valores menores a cincuenta, nos indican que existe un pesimismo de los consumidores, por otro lado, los valores mayores a cincuenta suponen un positivismo de la situación del país. En el año 2020, precisamente en el mes de julio el ICC arrojaba un valor de 27.56 puntos, y este indicador culminó el año 2020 con 30.38 puntos, cabe recalcar que la poca accesibilidad a vacunas causaba pesimismo a la ciudadanía, y desde junio hasta diciembre los valores fueron menores a 50 (Banco Central del Ecuador, 2021).

Iniciando el año 2021, el mes de enero el ICC fue de 31.91, para el mes de febrero el valor cayó a 31.51 en comparación al mismo mes en 2020, el cual fue de 37.10, antes de que la crisis sanitaria afectara al país; de la misma manera, en el mes de julio 2021, el valor fue de 35.75, aumentando 8.19 puntos en comparación al año anterior, finalmente para el mes de agosto este indicador nos arroja un valor de 37.10. Todos los valores presentados nos indican que la ciudadanía (hasta el mes expuesto) siente pesimismo en la situación económica del país, ya que los valores están por debajo de 50; lo cual evidencia la incertidumbre por parte de los ciudadanos y determinarían disminuir sus gastos (Banco Central del Ecuador, 2021).

## **Indicadores económicos frente al consumo.**

### **Pobreza y consumo.**

Al incrementar el consumo de los hogares y, por ende, el Producto Interno Bruto de un país, variables como desempleo y pobreza reducen sus cifras, ya que, al aumentar el consumo de las familias y la producción, se produce un incremento en el empleo, donde las familias perciben ingresos y de esta manera se da una reducción en las tasas de pobreza (Escobar Mayorga et al., 2017).

De acuerdo a los datos del Banco Mundial, en el año 2019 el consumo de los hogares fue de 64 497 millones, mientras que para el año 2020 estas cifras se redujeron al punto de llegar a 59 722 millones, una disminución de 4775 millones.

Según datos del Banco Central Banco Central, (2020) la tasa de pobreza a nivel nacional en el año 2019 fue de 25%, por otro lado, la tasa de pobreza para el año 2020 fue de 32.4%, conviene resaltar que las cifras mencionadas con anterioridad corresponden al mes de diciembre. Así mismo, las tasas de pobreza extrema mostraron un aumento en sus cifras, en el caso de 8.9% en el 2019 y 14.9% para el año 2020.

### **Incidencia en el PIB**

El crecimiento económico es una herramienta que incide de manera positiva en el consumo de los hogares, debido a que mientras mayor sea el crecimiento de la economía de un país, mayor será el consumo de las familias, claramente incluyendo variables como salarios, importaciones, exportaciones, entre otros factores que promueven el gasto de la población, mejorando de esta manera la situación socioeconómica de los ecuatorianos (León Serrano, 2021).

Según datos del Banco Central, en el segundo trimestre del año 2020, el PIB tuvo una reducción del 12.4% en comparación con el mismo periodo del año 2019, de hecho, conviene resaltar que es el mayor descenso desde la última década. Al observar esas cifras debemos destacar el impacto generado en el gasto de consumo final de los hogares ecuatorianos, ya que, debido a la reducción del PIB, este indicador tuvo una reducción del 11.9% (Banco Central del Ecuador, 2020).

En el año 2021, durante el mismo periodo de estudio mencionado anteriormente, la economía del país tuvo un crecimiento del 8.4%, mostrando la recuperación de las diferentes actividades económicas del Ecuador. Además, como es de suponer, el consumo de los hogares también mostró un aumento en sus cifras, reflejando un crecimiento de 10.5% en comparación con el periodo anterior (Banco Central del Ecuador, 2021).

### **Impacto del desempleo en el consumo.**

El empleo ha sido notablemente afectado por las restricciones aplicadas al país en respuesta a la emergencia sanitaria. De hecho, se estima que se perdieron 532.359 empleos en el período marzo a diciembre de 2020. Por actividad económica, las industrias más afectadas fueron: Alojamiento y servicios de comida, Comercio, Construcción, Transporte y almacenamiento, y Agricultura, ganadería, caza y silvicultura. Por otro lado, se crearon 4.648 empleos, que corresponden a las industrias de Petróleo y minas (3.813) y Acuicultura y pesca de camarón (835) (Banco Central del Ecuador, 2021).

En la provincia de El Oro, precisamente en Machala para el mes de enero del año 2021, la población económicamente activa fue de 129.969 personas. En lo que respecta al empleo adecuado en Machala fue de 43.5%. Por otro lado, la población económicamente inactiva fue de 80.213 ciudadanos (INEC, 2021).

Es importante destacar que el comportamiento de compra con la llegada de la emergencia sanitaria cambió los hábitos de la población en general, sin importar la condición económica de la población, por ello el segmento de ecuatorianos con ingresos estables también tuvieron ciertos cambios en sus rutinas de compra, tal y como lo mencionan los siguientes autores.

López Gómez & Gómez Romo (2021) recomiendan poner atención al segmento de clase media y alta, debido a que a pesar de que tienen ingresos estables y su liquidez no ha disminuido, este grupo al igual que personas de bajos recursos, han experimentado cambios en el consumo, ya sea por la incertidumbre, expectativas en cuanto al futuro o el temor a contagiarse debido a la crisis mundial.

Entonces, podemos resaltar la relevancia del empleo en el consumo, pues este indicador posee una relación directa con la variable de estudio, siendo así que: “Una



economía motivada por el aumento de las plazas de trabajo, genera mayor capacidad de consumo en los hogares por el salario alcanzado” (León Serrano, 2021, p.1410).

## **Metodología**

Para realizar el estudio se llevará a cabo la investigación descriptiva, ya que se pretende describir aspectos fundamentales del consumo y comportamiento de compra en relación con la actual crisis sanitaria que enfrentan las economías. Para cumplir con los objetivos propuestos en la investigación se recurrió a una búsqueda de información exploratoria en bases de datos estadísticas del país de estudio, además de fuentes bibliográficas y una encuesta online dirigida a las familias de la provincia de El Oro. Los resultados obtenidos serán analizados mediante la herramienta Excel, donde se detallarán las respuestas de los encuestados y las conclusiones finales del trabajo.

Según datos del INEC (2010) la población proyectada para la provincia de El Oro en el año 2020 es de 715.751. Mientras que el promedio de personas por hogar a nivel nacional es de 3.78, y en el caso de la provincia de estudio es de 3.65 (INEC, 2010). En este sentido, el número de hogares en la provincia es de 196.096, cantidad que se obtuvo mediante la población proyectada de la provincia de El Oro dividida para el promedio de personas que conforman un hogar en dicha provincia, representando de esta manera el total de familias en el área de estudio.

Con los datos proporcionados anteriormente, el total de la muestra es de 383 familias, mediante la cual se procederá a realizar una encuesta que posee un margen de error del 5% y 95% de confiabilidad. La encuesta consta de 18 preguntas y está dirigida a las familias de la provincia de El Oro, la función de la misma es recoger información enfocada en los cambios de consumo y comportamiento de compra de las familias como consecuencia de la emergencia sanitaria, con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

## **Resultados y discusión**

Los resultados obtenidos mediante la herramienta aplicada nos permiten constatar que las personas encuestadas corresponden en un 52.7% mujeres, mientras que 47.3% restante son de género masculino. En lo que respecta la edad de los jefes de hogar de la provincia de El Oro, estos se ubican en su mayoría en un rango de 36 a 45 años con un porcentaje del 39.2%,

seguido del rango de edad comprendido entre 25-35 años con un 30.3%. En lo referente al estado civil de los encuestados un 46% manifiesta estar casado, unión libre con un 26.4%, seguido de soltero con 23.8%, cabe recalcar que este último grupo está compuesto por madres o padres solteros.

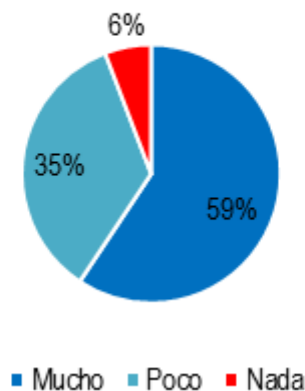
En relación con la situación laboral actual de los encuestados el 85.4% se encuentra con trabajo estable, y el 14.5% no trabaja. En cuanto al salario percibido por las personas que actualmente poseen un empleo, el 30.6% reciben una renta mensual que oscila entre \$401 a \$800, mientras que el 19.6% perciben ingresos correspondientes a un salario básico.

Ahora bien, cuando se consultó a los jefes de hogar respecto a las variaciones en su situación financiera a raíz de la crisis sanitaria, se presentan los resultados que se expresan en el gráfico número 1.

**Figura 1.**

*Variación de la situación financiera.*

¿Considera que su situación financiera ha variado a raíz de la crisis sanitaria?



*Nota.* La figura muestra las cifras obtenidas acerca de la situación financiera de los encuestados como consecuencia de la crisis sanitaria. Fuente: Elaborada por los autores.

Como se observa en el gráfico, el 59.3% considera que su situación financiera ha sufrido grandes cambios durante la crisis sanitaria, mientras que el 34.9% aseguran que han tenido solo un leve cambio en su economía. Por otro lado, es importante destacar que el 58.1% de los encuestados nos indican que sus ingresos disminuyeron durante la pandemia, con respecto al 35.8% que afirman que sus ingresos se mantuvieron estables.

Las familias también fueron consultadas acerca de la variación en el consumo durante la crisis sanitaria, los resultados son presentados en el gráfico número 2.

**Figura 2.**

*Variación en el consumo.*



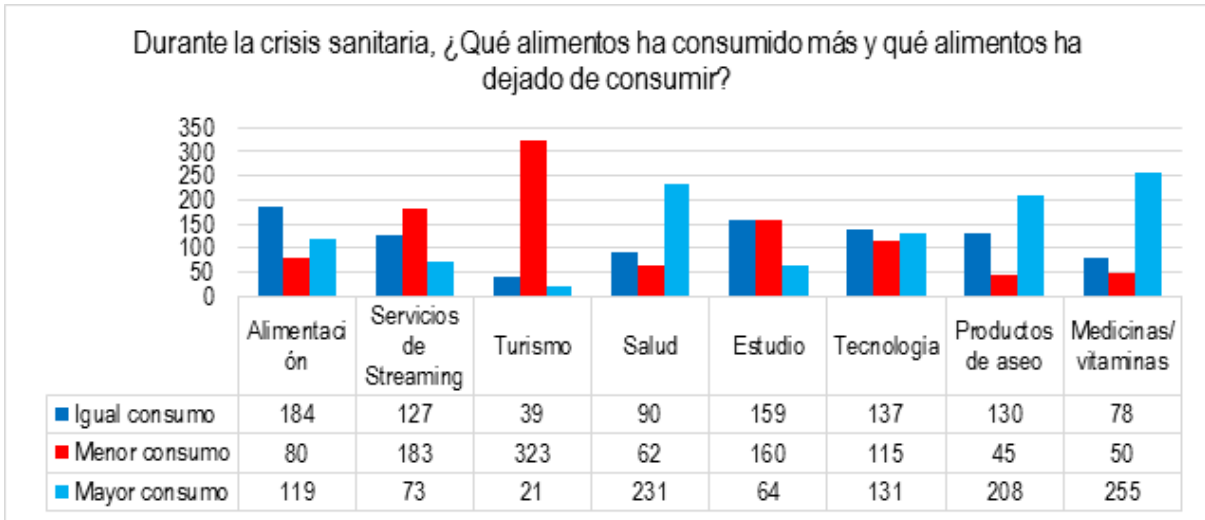
Fuente: Elaborada por los autores.

En este sentido, al consultar respecto de variaciones en la manera de consumir, la población investigada manifestó en un 94.8% que sus hábitos de consumo cambiaron como consecuencia de la emergencia sanitaria; por otra parte, el 5.2% restante nos indica que no ha variado su comportamiento de consumo.

De la misma manera, las familias han priorizado sus gastos en sectores y productos tal como se expresa en el gráfico número 3 y 4.

**Figura 3.**

*Variación de consumo.*

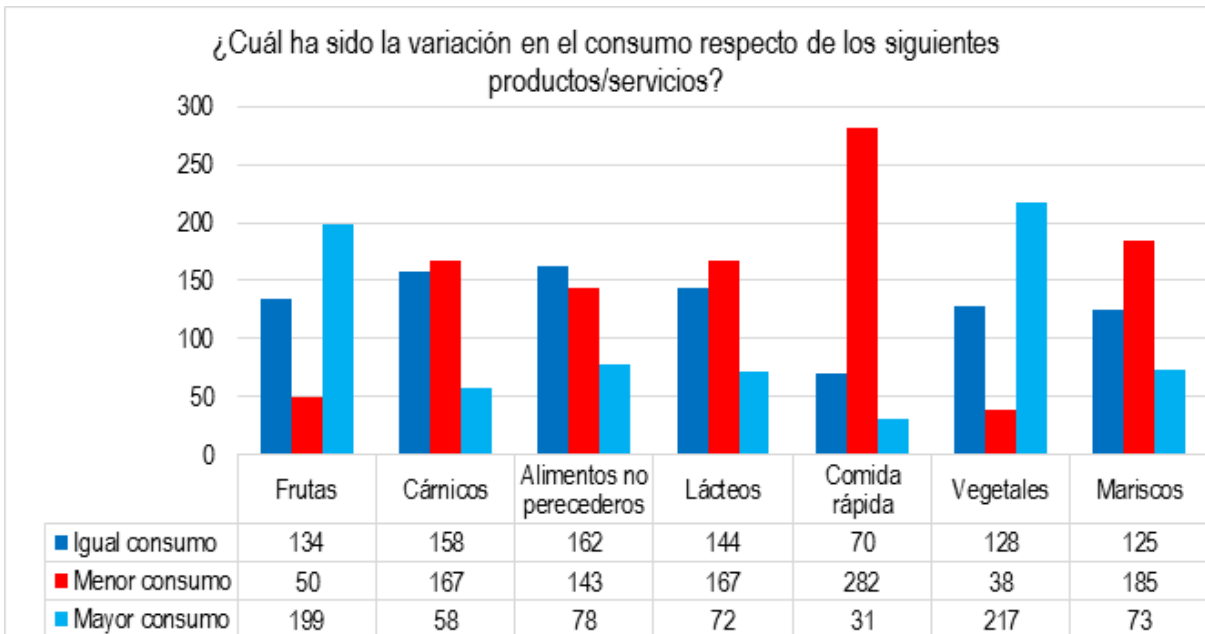


Fuente: Elaborada por los autores.

En cuanto a la variación en el consumo de las familias, las medicinas y vitaminas fueron prioridad durante la emergencia sanitaria aumentando su consumo, por otro lado, el turismo fue el sector donde menor o casi nulo consumo tuvieron los encuestados.

**Figura 4.**

*Nivel de consumo.*



Fuente: Elaborada por los autores.

Los resultados obtenidos a través de la gráfica muestran la variación de consumo en alimentos a causa de la crisis del COVID-19, donde se puede notar que un total de 282 jefes de hogar disminuyeron su consumo en comida rápida, de igual manera se observa una disminución en alimentos como mariscos, cárnicos y lácteos, por otra parte, los alimentos mayormente consumidos por las familias de El Oro son vegetales y frutas.

En lo que corresponde a la contratación de plataformas de streaming el 43.6% de los jefes de hogar aseguró haber aumentado su gasto en estos servicios, es decir que un total de 167 familias implementó plataformas de entretenimiento en sus hogares durante la crisis sanitaria, mientras que el 56.4% no adquirió estos servicios. Conviene mencionar que la plataforma más contratada fue Netflix y en menor proporción Disney y HBO Max.

El turismo fue uno de los sectores más afectados por la COVID-19, los jefes de hogar fueron consultados respecto al consumo en este sector, los resultados son mostrados en el gráfico número 5.

### Figura 5.

*Consumo en el turismo.*



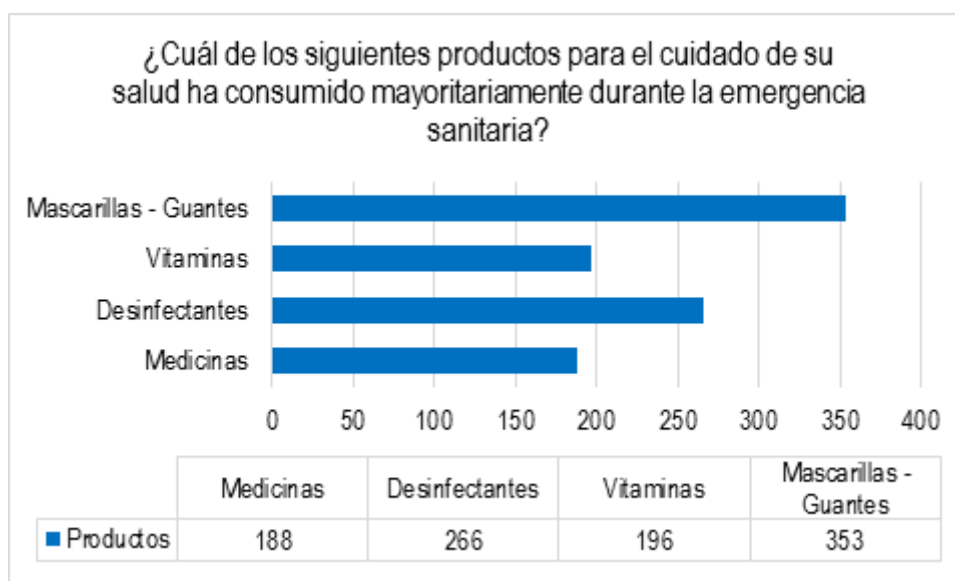
Fuente: Elaborada por los autores.

El turismo fue uno de los sectores más afectados por la pandemia, eso se evidencia en los porcentajes de las familias, pues un 92.7% aseguran que disminuyó su consumo en esta actividad.

Por otro lado, los productos para el cuidado de la salud aumentaron de manera galopante como se expresa en la gráfica número 6.

**Figura 6.**

*Variación de consumo en productos del cuidado de la salud.*



Fuente: Elaborada por los autores.

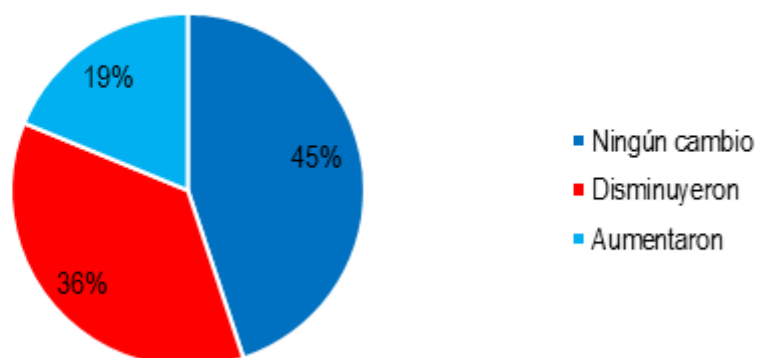
La compra de productos para precautelar la salud fue algo recurrente, tal como lo indica el gráfico 5, es importante mencionar que la pregunta es de opción múltiple, donde el 92.2% de los encuestados aseguró que consumieron mayoritariamente mascarillas y guantes, seguido por la compra de desinfectantes con un 69.5%.

Por consiguiente, las respuestas por parte de los jefes de hogar respecto a su consumo en el sector educativo son expresadas en el gráfico número 7.

**Figura 7.**

*Variación en el consumo de Educación.*

¿Cómo ha variado sus hábitos de consumo en educación?



Fuente: Elaborada por los autores.

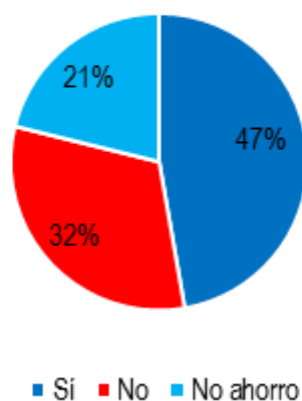
Respecto al consumo en educación el 44.9% de las familias oreñas no tuvieron ningún cambio y el 36.3% asegura que disminuyó su consumo en el sector académico.

Los encuestados señalan que se vieron incentivados a ahorrar debido a la inestabilidad económica que se enfrentan a causa de la crisis sanitaria, resultados que se presentan en la figura número 8.

### Figura 8.

*Variación en el ahorro.*

¿Considera usted que actualmente ahorra más que antes de la crisis sanitaria?



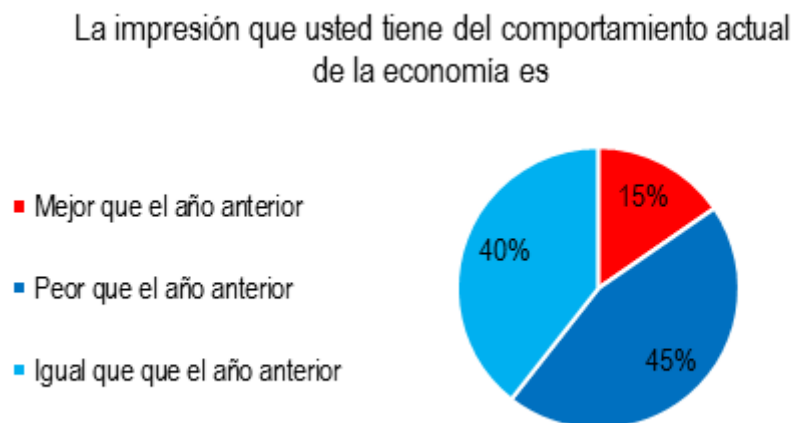
Fuente: Elaborada por los autores.

En lo correspondiente al ahorro, el 47.3% asegura que actualmente ahorra más que previo a la crisis sanitaria, mientras que el 31.6% no implementan el ahorro en sus finanzas. Los encuestados que ahorran aseguran que lo hacen porque el 68% poseen cierta incertidumbre de lo que puede suceder en cuanto a la economía del país, el 22.7% ahorran debido a que gastan menos en actividades de ocio, y un porcentaje menor afirma que se han quedado sin trabajo.

Las familias orenses poseen una impresión pesimista acerca del comportamiento de la economía, pues gran parte de los encuestados afirman que la misma se encuentra en niveles inestables, tal y como podemos observar en la gráfica 9.

### Figura 9.

*Comportamiento de la economía.*



Fuente: Elaborada por los autores.

En lo que concierne la economía del país y la incertidumbre que poseen las familias orenses como causa de la COVID-19, el 45.2% de los jefes de hogar de el Oro creen que la situación actual de la economía es peor a la del año anterior (2020), mientras que hay familias con un criterio diferente, las cuales sostienen que la situación económica no ha variado desde la llegada de la pandemia. Las familias que aseveran que la economía del país ha mejorado tan solo representan el 15.4% del total de encuestados.

### Conclusiones.

El confinamiento debido a la crisis sanitaria incidió en la situación financiera de los ciudadanos generando alteraciones significativas en el comportamiento de compra de todos ellos. Durante el primer año de la pandemia variables como pobreza y pobreza extrema



nacional crecieron hasta alcanzar un 32.4% y 14.9% respectivamente, de tal manera que los niveles de consumo sufrieron decrementos que no permitieron la satisfacción de las necesidades de la sociedad en general.

El entorno de los ciudadanos y la estabilidad económica tienen una incidencia significativa en el comportamiento de compra de los consumidores. Indicadores como la tasa de desempleo aumentaron a causa de la crisis sanitaria, pues 532.359 empleos se perdieron en los tres últimos semestres del 2020, lo cual incidió negativamente en el consumo por parte de los hogares, esto conlleva a una reducción en el Producto Interno Bruto, ya que las cifras de dicho indicador tuvieron un descenso del 7.8% durante el año 2020, mientras que para el año 2021 el consumo final de los hogares presentó un aumento del 10.5%, lo cual fue favorable para el crecimiento del PIB del país.

Es importante mencionar que los valores de ICC fueron menores a 50 en los dos últimos años con la llegada de la COVID-19. Además, el ahorro durante la emergencia sanitaria se incrementó en la provincia orense, pues existe incertidumbre por parte de las familias frente a la estabilidad de la economía ecuatoriana, y por ello, las familias orenses se ven en la necesidad de ahorrar, pues aseguran que el comportamiento de la economía es peor a los años anteriores.

La crisis sanitaria obligó a empresas e instituciones a modificar sus sistemas de gestión, puesto que, desde un inicio se dio una gran disminución en la producción, añadiendo el limitante a la movilidad durante este período debido a restricciones impuestas por el Estado. Empresas pertenecientes al sector turístico fueron gravemente afectadas, mientras que algunos negocios no fueron capaces de cubrir los costos de salarios, por lo que optaron por recorte de personal, y otras simplemente decidieron cerrar su negocio.

El cierre masivo de actividades de manera presencial a causa de la pandemia generó una nueva modalidad entre diversos sectores, como lo es la educación, trabajo y comercio, sectores que han implementado la virtualidad para llevar a cabo sus funciones. La adopción de este método virtual trajo consigo cambios en el comportamiento de los consumidores, permitió que muchas empresas obtengan beneficios económicos mediante la venta en línea, además de facilitar el desarrollo de actividades de muchas organizaciones bajo la modalidad de teletrabajo y en lo que respecta el ámbito educativo, este se efectúe a través de

plataformas. La economía por tanto se ha adecuado a necesidades y exigencias que la pandemia ha generado; en este sentido los consumidores han respondido de la misma forma.

Finalmente, podemos mencionar que todo fenómeno que genere inestabilidad económica afecta de alguna manera al consumidor, ya sea por reducción en sus ingresos, lo que limita su poder adquisitivo o percepción del comportamiento de la economía, motivos que inciden en la conducta de compra de los consumidores dentro de un país, los cuales optan por una tendencia a ser más cautos con sus gastos.

### **Referencias.**

Arévalo Ávila, M., Reascos Tapi, J., & Pérez Manosalvas, H. (2021). Impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito. *Revista Eruditos*, 2(2).

<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/455/371>

Banco Central. (2020, Diciembre 9). *REPORTE DE POBREZA, INGRESO Y DESIGUALDAD*. Información Económica. Retrieved Enero 6, 2022, from <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaDic2020.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2020, Septiembre 30). *La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020*. Banco Central del Ecuador.

Retrieved Diciembre 1, 2021, from

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>

Banco Central del Ecuador. (2021, Marzo 06). *Índice de confianza al consumidor*.

Índice de Confianza al Consumidor. Retrieved December 1, 2021, from

[https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/bi\\_menuICC.html](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/bi_menuICC.html)

Banco Central del Ecuador. (2021, Mayo 12). *La pandemia por el covid-19 generó una caída en el PIB de 6,4% de marzo a diciembre de 2020.*

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1427-la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de-2020>

Banco Central del Ecuador. (2021, Septiembre 30). *Ecuador registra un crecimiento interanual de 8,4% en el segundo trimestre de 2021.* Banco Central del Ecuador.

Retrieved Diciembre 1, 2021, from

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021>

Banco Mundial. (n.d.). *Desempleo, total (% de la población activa total) (estimación modelado OIT) - Ecuador | Data.* Banco Mundial - Datos. Retrieved Enero 6, 2022, from <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS?locations=EC>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2009). *Macroeconomía: décima edición.*

McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Dueñas, G. (2019). El nivel de ingresos de las familias del Ecuador: Factor de equidad para el consumo y el ahorro. *Revista Ciencias Sociales y Económicas UTEQ*, 3(3), 1-14.

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8cu3juEZATQJ:https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/download/293/289/369+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

Escobar Mayorga, D., Chagerben Salinas, L., & Arana Morales, A. (2017). Pobreza por consumo o ingreso: un cambio coyuntural o estructural en la economía social del

Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 275-290.

<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/330/pdf>

Hamilton, R., Mittal, C., Shah, A., & Griskevicius, V. (2018). How Financial Constraints Influence Consumer Behavior: An Integrative Framework. *Journal of Consumer Psychology*, 29(2), 285-305.

<https://myscp.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jcpy.1074>

INEC. (2010). *¿Cómo crecerá la población en Ecuador?* Instituto Nacional de Estadística y Censos. Retrieved Diciembre 4, 2021, from

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Proyecciones\\_Poblacionales/presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf)

INEC. (2010). *Promedio de Personas por Hogar a Nivel Nacional*. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=337&force=1>

INEC. (2021, Marzo 16). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*.

Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021. Retrieved Enero 3, 2022, from

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021_Mercado_Laboral.pdf)

León Serrano, L. (2021). Ecuador: Incidencia del Producto Interno Bruto en el Gasto de consumo final hogares, 2000-2020. *Polo del conocimiento*, 6(1), 1404-1416.

López Gómez, A., & Gómez Romo, M. (2021). Instrumento para determinar el cambio en los hábitos de consumo durante la pandemia causada por el COVID-19. *Revista Eruditus*, 2(1). <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/404/229>

Ortega, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 233-247.

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-86182020000200233](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000200233)

Suárez Martínez, J., & Mendieta Tenesaca, S. (2019). ¿Contribuye el sistema financiero ecuatoriano a reducir la desigualdad por ingresos? *Revista Economía*, 71(114), 45-59.

<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/ECONOMIA/article/view/2226/2182>

Tenorio, M. L., Veintimilla, D. G., & Reyes, M. A. (2021). La crisis económica del COVID-19 en el Ecuador: implicaciones y proyectivas para la salud mental y la seguridad. *Investigación y desarrollo*, 13.

<https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/view/1008/935>

Varela, J., ; Ponsot Balaguer, E., Rivera, C., Rivas, D., & Márquez, V. (2014). Medición de algunos indicadores de percepción del bienestar económico en Venezuela. *Visión Gerencial*, 1, 137-156.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545896006.pdf>

Vera, C. (2021, Febrero 04). *Índice de Precios al Consumidor*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Retrieved December 1, 2021, from

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Enero-2021/Boletin\\_tecnico\\_01-2021-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Enero-2021/Boletin_tecnico_01-2021-IPC.pdf)

Vera, J., Vera, A., & Parrales, M. (2020). Crisis económica del ecuador: una mirada al sector Microempresarial post covid-19. *UNESUM-Ciencias*, 4(4), 1-14.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZKix1BScLYAJ:revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/download/317/236/+&cd=8&hl=es&ct=clnk&gl=ec>