Productos de la canasta básica adquiridos por las familias ecuatorianas en tiempos de pandemia

AUTORES: Sintia Monserrate Giler Macías[1]
Carlos Edison Zambrano[2]
Félix Lorenzo Gómez Gutiérrez[3]

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: sgilerm2@uteq.edu.ec

Fecha de recepción: 2022-02-14

Fecha de aceptación: 2022-04-29

RESUMEN

Los productos alimenticios representan un porcentaje más elevado en los costos de los hogares en los países de ingreso bajo que otras economías y en época de pandemia del COVID 19 se notó una alta vulnerabilidad a su seguridad alimentaria. En la presente investigación se analiza el comportamiento del consumidor en la compra de productos de la canasta básica familiar durante la emergencia sanitaria en Ecuador, empleando fuentes secundarias de carácter bibliográfico y bases de datos de acceso abierto a partir de estadísticas oficiales del Banco Central del Ecuador y del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Entre los resultados obtenidos respecto a los productos que conforman la canasta basica podemos notar que en los dos últimos trimestres del año 2020 existe una disminución del costo de la canasta basica, también los dos primeros trimestres del 2021 muestran una tendencia decreciente, para junio 2020, de las doce divisiones de consumo, siete registraron valores negativos y en cinco subieron los precios, en referencia a la inflación el nivel general de los precios presento tendencias a la baja en el último semestre del 2020, con relación al gasto de los hogares presenta una caída de -11,00% en el segundo trimestre del 2020.

PALABRAS CLAVE: Canasta básica; inflación; demanda; crisis sanitaria.

Products of the basic basket acquired by Ecuadorian families in times of pandemic

ABSTRACT

Food products represent a higher percentage of household costs in low-income countries than other economies, and in times of the COVID 19 pandemic, a high vulnerability to their food security was noted. In the present investigation, the behavior of the consumer in the purchase of products of the basic family basket during the health emergency in Ecuador is analyzed, using secondary sources of a bibliographic nature and open access databases based on official statistics from the Central Bank of Ecuador. and the National Institute of Statistics and Censuses. Among the results obtained regarding the products that make up the basic basket, we can note that in the

[1] Economista, Magister en Finanzas y Economía empresarial. Profesora no Titular Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Los Ríos, Ecuador. E-mail: sgilerm2@uteq.edu.ec ORCID: http://orcid.org/0000-0001-6106-4831
[2] Economista, Doctor en Economía Rural. Profesor titular Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Los Ríos, Ecuador. E-mail: cezambrano@uteq.edu.ec ORCID: http://orcid.org/0000-0002-6232-0371
[3] Economista, Magister en Economía y Dirección de empresas. Profesor no Titular Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Los Ríos, Ecuador. E-mail: fgomez@uteq.edu.ec ORCID: http://orcid.org/0000-0002-3060-5452

© Centro de Investigación y Desarrollo. Universidad Regional Autónoma de Los Andes - Extensión Santo Domingo. Ecuador.

last two quarters of 2020 there is a decrease in the cost of the basic basket, also the first two quarters of 2021 show a decreasing trend, for June 2020, of the twelve consumption divisions, seven registered negative values and in five prices increased, in reference to inflation the general level of prices presented downward trends in the last semester of 2020, in relation to household spending it presents a drop of -11.20% in the second quarter of 2020.

KEYWORDS: Basic canasta; inflation; demand; health crisis.

INTRODUCCIÓN

Durante el último año, la pandemia de COVID19 continuó afectando a los países de todo el mundo. Ha causado una crisis sanitaria y económica mundial sin precedentes en escala e impacto, con sistemas de salud sobrecargados, confinamientos generalizados, cierres de escuelas, interrupciones en el suministro de alimentos y pérdidas de ingresos que están afectando de manera desproporcionada a los pobres, las mujeres, los ancianos, los trabajadores informales y otros grupos vulnerables (Banco Mundial, 2021).

La propagación de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) en América Latina y el Caribe a partir de marzo de 2020 ha desatado no solo una grave emergencia sanitaria en nuestros países, materializándose en una significativa pérdida de vidas humanas, sino que, además, ha tenido graves efectos económicos y sociales. Estos efectos, a su vez, han tenido como consecuencia mayor la de reforzar el sesgo recesivo en términos de menores tasas de crecimiento, dinamismo exportador, inversión productiva y empleo, que ya venían enfrentando las economías regionales antes de la crisis sanitaria. (CEPAL, 2020).

“La emergencia sanitaria mundial por causa de la Covid-19 ha impactado directamente en el desempeño económico de los países de la región y el mundo, afectando la movilidad de las personas y el normal funcionamiento de establecimientos productivos y comerciales. Esto fue determinante para que en 2020 el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en términos constantes, haya totalizado USD 66.308 millones, lo que representa una caída de 7,8%, según los datos de las cuentas nacionales trimestrales” (Banco Central del Ecuador, 2021).

En el 2020 se vio afectada totalmente la forma en que se realiza el comercio, reorganizándose todos los mercados, lo que provoco cambios en la cadena de suministro de bienes y servicios de los hogares, tuvieron que adoptar nuevos hábitos de consumo donde se priorizo el consumo de servicios básicos, salud, educación y se dejaron al lado el consumo de bienes suntuarios. Considerando que aún continuará en debate los efectos de la pandemia, el objetivo del presente estudio fue analizar el comportamiento de los productos de la canasta básica adquiridos por las familias ecuatorianas en tiempos de pandemia.

DESARROLLO

En el estudio basado en el comportamiento del consumidor Baby Boom en época del COVID-19 en los países de México, Colombia y Ecuador, se utilizó enfoque cuantitativo aplicando a una muestra de 376 personas. Los resultados muestran que los baby boomers ha cambiado sus hábitos de comportamiento en especial en la forma de socializar con su familia y amigos, teniendo que aprender nuevas tecnologías en línea, así mismo para la compra de sus alimentos, ya que esta generación ha tenido que adaptarse al uso de compran en línea. (Fischer, Larios, López, & Ortega, 2021)

"En el estudio de las actitudes en los consumidores colombianos frente a la compra de productos básicos y suntuarios en época de covid-19, con una muestra de 391 sujetos permitió concluir que los compradores como medida de ajuste en esta contingencia, han decidido focalizarse en la compra de productos básicos y desplazar los productos suntuarios" (Peñalosa, López, & Fischer, 2021). De la misma manera en el estudio de efecto del Covid-19 en el comportamiento del consumidor de Ecuador utilizó el Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM), para mostrar las relaciones entre el comportamiento del consumidor y los factores personales, sociales, psicológicos y culturales se encuentran asociadas significativamente, lo cual proporciona algunas pautas para entender el comportamiento del consumidor y satisfacer mejor las necesidades en tiempo de crisis. (Ortega, 2020)

Los estudios de Impacto de la pandemia COVID-19 en el Ecuador son realizados mediante rastreos bibliográficos y los principales hallazgos denotan que el consumo se disminuyó a causa del desempleo y la reducción salarial por la disminución en la jornada laboral e incluso ciertos productos de exportación como el camarón también tuvieron efectos negativos, y los procesos bananeros se paralizaron por la falta de insumos (Cabrera, Ochoa, Ormaza, & Quevedo, 2021).

La pandemia ralentizó las dinámicas de la economía, y provocó shocks en el nivel de consumo de los hogares, lo que ocasionó un severo desfase entre la demanda y oferta de productos. A lo largo del 2021, con excepción de junio, los precios se han estabilizado, empezando la segunda mitad del año con un IPC de 105,45 puntos, una cifra mayor que en el mes de junio (104,89). Este aumento moderado de los precios sienta las bases para una economía más estable, y, sobre todo, más activa. A julio, se ha incentivado el consumo de los hogares con la apertura de actividades y el regreso a una "nueva normalidad" con una mayor confianza por parte de la ciudadanía (Veloz, 2021).

El presente artículo constituye una investigación analítica-descriptiva con fundamento en la teoría del comportamiento del consumidor durante tiempos de pandemia. Fueron evaluados los cambios en el comportamiento de las preferencias de compra de productos básicos durante la emergencia sanitaria y para desarrollarlo se realizó una revisión analítica empleando fuentes secundarias de carácter bibliográfico y bases de datos de acceso abierto a partir de las estadísticas oficiales del Banco Central del Ecuador y del INEC de los años 2019, 2020 y 2021 tanto trimestrales como mensuales; también se realizaron lecturas y análisis de revistas científicas, libros e informes oficiales. Los datos de comportamiento del consumidor se procesaron a partir de una premisa cuantitativa (indicadores) pero el análisis de datos se realizó bajo la óptica cualitativa.

De acuerdo con el INEC el IPC considera una canasta fija con 359 productos representativos del consumo de los hogares del país, clasificadas en doce divisiones de consumo. La variación de este indicador muestra la evolución de los precios de los bienes y servicios en las principales nueve ciudades del país. (INEC, 2019)

Para junio 2020, de las doce divisiones, siete registraron valores negativos y en cinco subieron los precios, presentando mayor variación mensual negativa la división de Restaurantes y hoteles, con una incidencia de -0,2088%. Por el contrario, la división de Salud y la Alojamiento, agua, electricidad fueron las que tuvieron un poco de incidencia de inflación. Dichos resultados se atribuyen a la inflación mensual de alrededor de 0,1351% en almuerzo popular y con 0,0795% en taxi urbano (Tabla 1).

Tabla 1. Incidencia por divisiones del consumo junio 2019,2020,2021

Descripción	jun-19	jun-20	jun-21
Alimentos y bebidas no alcohólicas	-0,0771	-0,1680	-0,1625
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	0,0003	0,0000	0,0004
Prendas de vestir y calzado	-0,0090	-0,0823	-0,0105
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	0,0112	0,0002	-0,0025
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	0,0002	0,0002	-0,0011
Salud	0,0182	0,0006	0,0215
Transporte	0,0287	-0,1032	0,0213
Comunicaciones	0,0018	-0,0092	-0,0002
Recreación y cultura	0,0038	0,0001	-0,0086
Educación	0,0011	-0,0254	0,0007
Restaurantes y hoteles	-0,0072	-0,2088	0,0035
Bienes y servicios diversos	-0,0077	-0,0242	-0,0376

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

En cambio, para junio 2019, de las doce divisiones, ocho subieron sus precios, mientras que los cuatro restantes registraron valores negativos, presentando mayor variación mensual negativa la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas**,** con una incidencia de -0,0771%, Las tres divisiones más que incidieron en la inflación mensual de junio de 2019 fueron Transporte, Salud y Alojamiento, agua, electricidad.

Para junio 2021, de las doce divisiones, siete registraron valores negativos y en cinco subieron los precios. "La división que presentó mayor variación mensual negativa fue la de Alimentos y bebidas no alcohólicas, con una incidencia de -0,1625%. Dichos resultados se atribuyen a la deflación mensual de alrededor de -0,0248% en productos como el arroz, principalmente, así como el choclo, el pimiento y el pescado fresco fileteado. Las otras dos divisiones más que incidieron en la deflación mensual de junio de 2021 fueron los Bienes y servicios diversos y las Prendas de vestir y calzado" (Veloz, 2021).

La división de salud fue la que tuvo mayor incidencia de inflación a modo de incremento de precios (0,0215%) (Tabla 1). En ese sentido, se verifica que el sector de alimentos sigue siendo uno de los más afectados por la pandemia, con precios bajos para incentivar al consumo y tratar de mantener la economía a flote (Veloz, 2021).

En referencia a la tasa de inflación, podemos notar que en los últimos seis meses del año 2020 presenta valores negativos es decir una disminución progresiva del nivel general de los precios, (Tabla 2.) sobre todo en los meses de junio y julio esto se debe a que la pandemia ha repercutido en la oferta y demanda de productos básicos teniendo efectos directos en el consumo de los

hogares y las ventas de las empresas derivados en cierre de algunos negocios y las interrupciones en las cadenas de suministro y la baja demanda por la crisis en los hogares.

Tabla 2. Tasa de inflación años 2019,2020,2021

Meses	2019	2.020	2021
Enero	0,47	0,23	0,12
febrero	-0,23	-0,15	0,08
Marzo	-0,21	0,20	0,18
Abril	0,17	1,00	0,35
Mayo	-0,004	-0,26	0,08
Junio	-0,04	-0,62	-0,18
Julio	0,09	-0,61	0,53
Agosto	-0,10	-0,32	0,12
Septiembre	-0,01	-0,16	0,02
Octubre	0,52	-0,19	0,21
Noviembre	-0,70	-0,01	0,36
Diciembre	-0,01	-0,03	

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos **(INEC)**

Por su parte la inflación de los primeros cinco meses del año 2021 presenta un alza en el nivel general de los precios, es decir una senda inflacionaria; sin embargo, para junio del 2021 presenta deflación ubicándose en (-0.18) este signo negativo podría darse por las repercusiones que aún existen por la pandemia. (Tabla 2.) La disminución de los precios podría verse como favorable para los consumidores, pero para las empresas no resulta así, ya que por las condiciones de aislamiento el nivel de consumo baja, pero las empresas tienen mayor producción es decir su oferta supera a la demanda y tienen que reducir sus precios para poder vender su producción y así tratar de no incurrir en pérdidas.

"La medición de los niveles de inflación debe estar acompañada del análisis del conjunto de bienes y servicios que consumen los hogares mes a mes, a través del estudio de las canastas familiares" (Veloz, 2021). "De acuerdo con el INEC, la Canasta Familiar Básica (CFB) es un conjunto de bienes y servicios que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar compuesto por cuatro miembros. Los cálculos de los costos de esta canasta permiten visualizar la relación entre remuneraciones e inflación" (Veloz, 2021).

La tabla 3. muestra los costos de la Canasta Familiar Básica por trimestres de los años 2019,2020 y 2021, podemos notar que en los dos últimos trimestres del año 2020 existe una disminución del costo de la canasta básica de (-0.38%) y (-0.70%) en comparación con los dos últimos semestres del año 2019; también los dos primeros trimestres del 2021 muestran una tendencia decreciente en comparación con los dos primeros trimestres del 2020 de (-0.29%) y (-1.34%), para junio 2021 alcanzó un valor de $ 709,40. El costo de la canasta básica disminuyó en -1,34% en referencia al mes de junio del año 2020.

Tabla 3. Canasta Familiar Básica por trimestres años 2019,2020,2021

Periodos	Canasta Básica	Ingreso familiar	Excedente	Variación CFB %
mar-19	713,05	735,47	22,43	
jn-19	715,83	735,47	19,64	
sep-19	713,75	735,47	21,73	
dic-19	715,08	735,47	20,40	
mar-20	713,89	746,67	32,78	0,12%
jn-20	719,03	746,67	27,64	0,45%
sep-20	711,03	746,67	35,65	-0,38%
dic-20	710,08	746,67	36,59	-0,70%
mar-21	711,80	746,67	34,88	-0,29%
jn-21	709,40	746,67	37,28	-1,34%
sep-21	712,85	746,67	33,82	0,26%

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

El ingreso familiar mensual promedio de un hogar ecuatoriano fue de $735,47 para todos los trimestres del año 2019; para los trimestres del año 2020 el ingreso mensual se ubicó en $ 746,67, valor que no ha variado para los 3 trimestres que van del año 2021 esto indica que el ingreso familiar cubre el costo total de la CFB (Tabla 3).

De esa forma, la demanda creciente se alinea con la producción de las empresas, provocando una mayor confluencia, y, por tanto, mayor crecimiento. En ese sentido, se debe apostar por un crecimiento con inflación controlada y a un nivel de precios dentro de una banda de fluctuación adecuada. La expansión de precios registrada en este mes da cuenta de que el Ecuador se encuentra en el camino hacia la salida de la crisis sanitaria, y al dinamismo económico. Esto es sustancial para fomentar la actividad económica y entrar así en un círculo virtuoso, donde interactúen los consumidores y productores, se incentive la producción local y se creen nuevas plazas de trabajo. Esto precautelará un buen nivel de ingresos de las personas, con lo que podrán seguir consumiendo y subsanando sus necesidades, siguiendo el ciclo (Veloz, 2021).

En la Figura 1, se muestra un comportamiento negativo en el segundo trimestre del año 2020 del gasto de consumo final de los hogares de (-11,0%). Esto quiere decir que las familias consumieron menos debido a que su capacidad de pago disminuyo ya que el último trimestre del 2019 el gasto en consumo se ubica en (-0,4%) esto obedece a la menor demanda de bienes finales como consecuencia del aislamiento provocado por la pandemia. En cambio, en el tercer y cuarto trimestre del año 2020 se muestra una leve recuperación dando lugar a una evolución ya en valores positivos que se ubican en 5,3% y 5,7% respectivamente.

Para el año 2021 en el primer y segundo trimestre se muestra un comportamiento positivo en el gasto de consumo final de los hogares de 1,7% y 1,40% respectivamente, esta recuperación se debe a que la demanda de bienes finales ha aumentado, un mayor consumo y oferta provocan que

la actividad económica se impulse en los distintos sectores de la economía permitiendo al mercado estabilizarse.

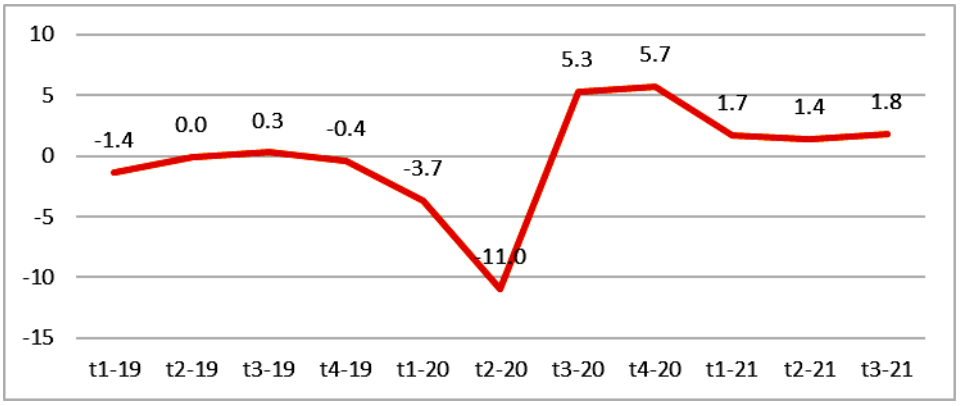


Figura 1. Tasa de variación trimestral del gasto de consumo de hogares años 2019,2020,2021

Nota. Fuente: Banco Central del Ecuador, boletín de cuentas nacionales trimestrales#117

La caída de la demanda de bienes y servicios a lo largo del 2020, ocasionó una baja producción en las empresas, despidos y recorte de salarios, aportando a la disminución de los ingresos de los hogares y por ende bajo consumo de las familias; En referencia a las cifras publicadas por el INEC, con relación a la tasa de desempleo para septiembre del año 2019 se ubica en 4,9% para el año 2020 en el mismo mes la tasa de desempleo aumenta hasta 6,2% para diciembre 2019 se ubica en 3,8% y en diciembre del 2020 en 4,9% en referencia al año 2021 en el segundo trimestre la tasa de desempleo aumenta hasta 5,1% se puede notar que para junio del 2021 el mercado laboral sigue presentando las consecuencias del deterioro en plazas de trabajo con la llegada de la pandemia presentando así altas tasas de desempleo incluso en el año 2021.

CONCLUSIONES

La pandemia ha provocado cambios en las economías a nivel mundial, en todos los mercados se ha experimentado una demanda y oferta volátil de bienes y servicios; debido al aislamiento necesario el consumo disminuyo provocando en las empresas tener stock sin vender y teniendo reducir su producción y a afectar su fuerza laboral aumentando así el desempleo; el impacto causado en el comportamiento del consumidor está relacionado con varios factores desde los hábitos de compras, en los bienes y servicios que consume, en los medios de abastecimiento de los productos de primera necesidad hasta la inclusión a medios digitales para mejorar su cadena de suministro.

En el periodo de estudio analizado para Ecuador, los productos que conforman la canasta básica presenta incidencia en los precios, la división que presenta mayor incidencia negativa es alimentos y bebidas no alcohólicas en el mes de junio del 2020 esto guarda relación con lo que presenta la evolución del nivel de precios una deflación en el segundo semestre del año 2020, en un primer momento esto podría haber implicado un incremento del poder adquisitivo de las familias, pero es importante tener presente que esto también causa un estancamiento de la oferta por parte de las empresas; ya que a menores precios menores ventas.

El gasto de consumo final de los hogares muestra un comportamiento negativo en el segundo trimestre del año 2020 (-11,00%). Esto quiere decir que las familias consumieron menos debido a que su capacidad de pago disminuyo ya que el último trimestre del 2019 el gasto en consumo se

ubica en (-0,4%); esto obedece a la menor demanda de bienes finales como consecuencia del aislamiento provocado por la pandemia. El nivel general de los precios también presento variaciones en respuesta al aislamiento provocado por la pandemia para los últimos seis meses el 2020 se evidencia un proceso de deflación que guarda relación con el mes de junio del 2020 con la división de consumo de alimentos que presento su tendencia a la baja en sus precios, siendo la división más sacrificada para poder equiparar un poco la baja demanda de las otras divisiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central del Ecuador. (31 de marzo de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 06 de 2021, de La pandemia incidió en el crecimiento 2020: La economía ecuatoriana decreció 7,8%: https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8

Banco Central del Ecuador. (septiembre de 2021). *Banco Central del Ecuador.* Recuperado el 01 de 2022, de Estadística Sector Real: https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp

Banco Central del Ecuador. (diciembre de 2021). *Banco Central del Ecuador.* Recuperado el 01 de 2022, de Estadística Sector Real: https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp

Banco Mundial. (14 de 12 de 2020). *Banco Mundial Blog*. Recuperado el 06 de 2021, de Resumen anual 2020: El impacto de la COVID-19: https://blogs.worldbank.org/es/voices/resumen-anual-2020-el-impacto-de-la-covid-19-coronavirus-en-12-graficos

Banco Mundial. (2021). *Banco Mundial.* Recuperado el 12 de 2021, de Informe anual 2021 del Banco Mundial.

Banco Mundial. (23 de 04 de 2020). *Banco Mundial.* Recuperado el 11 de 01 de 2022, de Conmoción como no se ha visto otra: la COVID-19 sacude los mercados de productos básicos: https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2020/04/23/coronavirus-shakes-commodity-markets

Berbeo, N., Ortega, D., & Villavicencio, M. F. (09 de 2021). *Digital Publisher.* Recuperado el 12 de 2021, de Retail consumer buying behavior versus.

Cabrera, M., Ochoa, J. D., Ormaza, J., & Quevedo, M. (08 de 2021). *Polo del Conocimiento.* Recuperado el 29 de 12 de 2021, de Red Iberoamérica: https://redib.org/Record/oai_articulo3389379-impacto-de-la-pandemia-covid-19-en-el-consumo-de-productos-de-primera-necesidad

Casco, A. (10 de 09 de 2020). *Innovare: Revista De Ciencia Y tecnología.* Recuperado el 06 de 2021, de Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor: https://www.camjol.info/index.php/INNOVARE/article/view/10208/11882

Cedeño, D., & Real, G. L. (11 de 09 de 2020). *Digital Publisher.* Recuperado el 12 de 2021, de Effects of Coronavirus on the behavior of using digital channels in Ecuador: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/336

CEPAL. (diciembre de 2020). El COVID-19 y la crisis socioeconómica en América Latina y el Caribe. *CEPAL*, 19. Recuperado el 12 de 2021

Fischer, L., Larios, E., López, D., & Ortega, M. (07 de 02 de 2021). *European Scientific Journal.* Recuperado el 06 de 2021, de El Comportamiento del Consumidor Baby Boom en Época del: https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/13962

INEC. (06 de 2019). *INEC.* Recuperado el 01 de 2022, de Boletín Técnico N°06-2019-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Junio-2019/Boletin_tecnico_06-2019-IPC.pdf

INEC. (06 de 2021). *INEC.* Recuperado el 01 de 2022, de Boletín Técnico N°06-2021-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Junio-2021/Bolet%c3%adn_t%c3%a9cnico_06-2021-IPC.pdf

INEC. (9 de 2020). *INEC.* Recuperado el 01 de 2022, de Boletín Técnico N°06-2020-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin_tecnico_06-2020-IPC.pdf

INEC. (9 de 2021). *INEC.* Recuperado el 01 de 2022, de Boletín Técnico N°09-2021-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Septiembre-2021/Boletin_tecnico_09-2021-IPC.pdf

Ortega, M. (23 de 09 de 2020). *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía.* Recuperado el 06 de 2021, de Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador: https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/20.2020.03

Peñalosa, M., López, D., & Fischer, L. (03 de 2021). *Revista inclusiones revista de humanidades y ciencia sociales.* Recuperado el 12 de 2021, de Análisis descriptivo de las actitudes en los consumidores colombianos frente a la compra de productos básicos y suntuarios en época de COVID-19: https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/236

Veloz, A. (07 de 2021). *Gestión Digital.* Recuperado el 18 de 01 de 2022, de El consumo y la inversión, luces en el túnel de la economía nacional: https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-consumo-y-la-inversion-luces-en-el-tunel-de-la-economia-nacional

Veloz, A. (08 de 07 de 2021). *Gestión Digital*. Recuperado el 01 de 2022, de Los precios cayeron a mediados de año, ¿eso es bueno o malo?: https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/los-precios-cayeron-mediados-de-ano-eso-es-bueno-o-malo

Veloz, A. (08 de 2021). *Gestión Digital*. (M. Ediciones, Editor) Recuperado el 12 de 2021, de Los precios repuntaron en julio y muestran que la economía nacional se reactiva: https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/los-precios-repuntaron-en-julio-y-muestran-que-la-economia-nacional-se