

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

[DOI 10.35381/cm.v11i2.1670](https://doi.org/10.35381/cm.v11i2.1670)

Análisis de la repercusión económica del covid 19, en la empresa "MAFESA S.A"

Analysis of the economic impact of COVID-19 on the company "MAFESA S.A."

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta
ca.tatianaecy73@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-6212-2204>

Mónica Patricia Mayorga-Díaz
ua.monicaamayorga@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-3071-236X>

Recibido: 20 de abril 2025
Revisado: 25 de mayo 2025
Aprobado: 15 de julio 2025
Publicado: 01 de agosto 2025

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue analizar la repercusión económica del COVID 19, en la empresa "MAFESA S.A". La presente investigación empleó una modalidad documental ya que se analizaron antecedentes suscitados en los años 2020 y 2021 con respecto al impacto económico que tuvieron las empresas por la crisis sanitaria. Los resultados demostraron que la repercusión económica que tuvo el COVID 19 sobre los resultados de la empresa se evidencio por parte del nivel gestor que al inicio de la pandemia los despachos de mercadería se vieron frenados de manera drástica no existiendo movimiento alguno a nivel nacional, lo que a su vez insidioso en la obtención de resultados negativos debido a que los vendedores no podían desempeñar sus funciones pues debían realizarla en las instituciones educativas. En conclusión, la empresa MAFESA S.A de la ciudad de Ambato por motivos de la pandemia, incrementó significativamente sus ventas.

Descriptores: Pandemia, crisis económica, empresa, mercancía, instituciones de enseñanzas. (Tesauro UNESCO)

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the economic impact of COVID-19 on the company "MAFESA S.A." This research used a documentary approach, analyzing data from 2020 and 2021 regarding the economic impact of the health crisis on companies. The results showed that the economic impact of COVID-19 on the company's results was evident at the management level, as at the beginning of the pandemic, shipments of merchandise were drastically slowed down, with no movement at the national level, which in turn led to negative results because salespeople were unable to perform their duties as they had to work in educational institutions. In conclusion, the company MAFESA S.A. in the city of Ambato significantly increased its sales due to the pandemic.

Descriptors: Pandemic, economic crisis, company, merchandise, educational institutions. (UNESCO Thesaurus)

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

INTRODUCCIÓN

En el contexto empresarial se ha determinado que los efectos de la pandemia han generado un impacto negativo importante sobre el comercio internacional; conforme a las proyecciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC), las exportaciones e importaciones de América Latina y el Caribe sufren este año una caída pronunciada de al menos un 13% y un 22%, respectivamente, en consonancia con las estimaciones para el mundo en su conjunto.

América Latina y el Caribe ha sido afectado en el posible cierre de empresas como consecuencia de la crisis mundial dada por la pandemia, mismas que están consideradas dentro de los sectores dedicados a: explotación de minas y canteras, suministro de electricidad, gas y agua, agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, servicios sociales y de salud, intermediación financiera, enseñanza construcción, transporte, almacenamiento y comunicaciones, industria manufacturera, actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler hoteles y restaurantes, así como también otras actividades comunitarias, sociales y personales, y el comercio al por mayor y menor.

Para Vila (2020) El comercio, fue la peor crisis del sector nunca vivida en el último medio siglo, ya que ocasiono el cese empresarial sin antecedentes o parón económico sin precedentes, con las pérdidas económicas que ello supone. Las empresas comerciales realizan actividades económicas organizadas, como compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados. Una empresa comercial es una sociedad mercantil que se dedica a comprar bienes para luego venderlos sin transformarlos”, por consiguiente, son aquellas que se encargan de comprar bienes y servicios a otras empresas con la diferencia de que venden a un costo más elevado para de esta manera obtener mayores ingresos y utilidades los mismos que serán a provechados al máximo por la misma (Gamboa, Enrique, & Pérez, 2017).

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

Al revisar las estadísticas del Observatorio de la Pymes de la Universidad Andina del Ecuador, en lo referente al crecimiento económico de la microempresa a nivel nacional, se muestra que para el cuarto trimestre de 2021 existió un crecimiento del 0.7% en lo que refiere a la variación de la producción nacional trimestral, cuando se hace la comparación del Producto Interno Bruto (PIB) alcanzado en el cuarto trimestre de 2021 con el de un año atrás, se observa un incremento de la producción del 4.9%, en tal virtud entre enero y diciembre de 2020, el Ecuador alcanzó un PIB de USD 69.068 millones de dólares, lo cual es 4.23% más a lo registrado en el año 2020.

MÉTODO

La presente investigación empleó una modalidad documental ya que se analizaron antecedentes suscitados en los años 2020 y 2021 con respecto al impacto económico que tuvieron las empresas por la crisis sanitaria, el alcance fue exploratorio, descriptivo y explicativo, en virtud de que se efectuó un análisis de repercusión económica de la pandemia COVID 19 en la empresa MAFESA S.A. con la revisión de reportes de venta anuales e importe de cada producto. Así como también se realizó una entrevista estructurada dirigida al nivel gestor (Gerente y Contador) la cual contendrá de 10 preguntas, su objetivo será conocer la perspectiva de cómo afectó la pandemia COVID 19 a las ventas de computadoras laptops (Hernández et al., 2014; Balestrini, 2002).

RESULTADOS

Con respecto a la repercusión económica que ha tenido el COVID 19 sobre los resultados de la empresa se evidencio por parte del nivel gestor que al inicio de la pandemia los despachos de mercadería se vieron frenados de manera drástica no existiendo movimiento alguno a nivel nacional, lo que a su vez insidioso en la obtención de resultados negativos debido a que los vendedores no podían desempeñar sus funciones pues debían realizarla en las instituciones educativas.

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

La empresa MAFESA S.A. respondió ante la crisis sanitaria de manera favorable ya que al dedicarse a la venta de productos electrónicos se enfocó en la oportunidad que ofreció el cambio de modalidad a clases en línea y teletrabajo donde se incrementó la necesidad de adquirir terminales inteligentes que les permitiera realizar dichas funciones, aunque a su vez se incrementó la competencia en el sector, todo esto trajo consigo una disminución de un 20% a las ventas.

Para contrarrestar esta situación se aplicaron medidas como la venta por redes sociales, con la apertura de una página web para realizar las ventas a crédito y promociones también se aplicó la entrega a domicilio del dispositivo tecnológico a los clientes, con el fin de cuidar su salud; los reportes de ventas de los años 2019, 2020 y 2021, muestran que a pesar de la situación económica suscitada se mantuvieron los principios de responsabilidad social, tanto con la comunidad como con los trabajadores, por lo que se tomó como un reto la gestión empresarial.

Los resultados transparentados por la empresa a los organismos de control en el primer semestre del ejercicio fiscal 2021, muestran un incremento en las ventas debido a que las políticas socioeconómicas formuladas por el gobierno se han flexibilizado; también se observa las ventas que ha obtenido la empresa MAFESA S.A en los años 2019, 2020 y 2021, entre el año 2019 y 2020 existe una baja en las ventas de casi \$60.000,00 dólares USD, pero ya en el 2021 vemos una disminución muy considerable en comparación con el año 2020 que es de \$117.102,56. Es importante destacar que en el periodo 2019, año que todavía se mantenía las actividades normales, empresa en los primeros tres meses del año no tuvo muchas ventas, a partir del cuarto mes se observa el alza considerable de las ventas, el mes que más sobresale es el mes de mayo con un total de \$54.891,54.

De igual manera, la empresa MAFESA S.A el año 2020 empieza con un valor alto en sus ventas, pero en marzo de este año se confirma el primer caso de COVID 19 en el Ecuador razón por la cual el gobierno decide cerrar a la población en cuarenta, por este motivo se observa que la empresa MAFESA S.A en los 4 meses siguientes (abril, mayo, junio y julio) obtiene muy pocas ventas, pero ya en septiembre, octubre,

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

noviembre y diciembre, recupera el nivel de ventas especialmente en el mes de septiembre con \$ 51.806,34, USD.

Según los empleados de la empresa este mes se recaudó varias ventas debido a que la mayoría de los clientes fueron estudiantes de escuelas, colegios y universidades, ya que las clases se tornaron vía online utilizando herramientas como (ZOOM, TEAMS, Meet, entre otras plataformas virtuales), por lo que vieron la necesidad de adquirir computadoras para seguir con su aprendizaje. En la actualidad la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha autorizado la vacunación masiva a la población de los diferentes países del mundo, este nuevo avance dio un cambio muy acertado para la economía del país, especialmente al sector comercial que como se observa en la gráfica la empresa MAFESA S.A se recupera poco a poco de la recesión económica que ha venido afectando a todo el mundo, hasta el momento en el mes de abril se ha recaudado \$ 50.663,50 USD, los propietarios de la empresa esperan seguir con el mismo nivel en sus ventas.

A pesar de la crisis económica durante el año 2021 se observa durante el trimestre desde febrero – abril que la empresa tuvo su pico más alto en ventas, esto se debe a que en este periodo del año las personas vieron la necesidad de realizar compra de aparatos electrónicos para realizar sus actividades ya sea de estudio o teletrabajo, se considera que en abril del año analizado las ventas incrementan considerablemente pues la empresa atraviesa la mejor etapa en su economía.

DISCUSIÓN

La pandemia ocasionada por el COVID 19, se ha convertido en un problema social y de salud, también ha provocado una crisis económica mundial, Ecuador es un país en donde la mayor parte de su economía radica en el sector comercial, el impacto del Covid 19 en el comercio digital permite optar por canales de distribución y comunicación directos, priorizando de esta manera su manejo dentro de las organizaciones por ejemplo, los retailers (venta directa) se están congregando para proporcionar a los consumidores entregas “contactless” y servicios de recolección de

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

productos en lugares designados especialmente. La pandemia del COVID-19 está acelerando rápidamente el giro del comercio digital a nivel global (Freire & Mancheno, 2020; Odette, 2020).

El método Customer Relationship Management (CMR) constituye una herramienta que permite compartir y maximizar el conocimiento de un cliente dado y de esta forma entender sus necesidades y anticiparse a ellas, por lo que debería mantenerse como una alianza constante entre la empresa y cliente; por consiguiente se puede diferenciar lo sucedido en las empresas que manejaron plataformas digitales quienes mantuvieron e inclusive elevaron sus niveles de ventas en tiempos de pandemia, sin embargo es necesario mencionar las afectaciones de la pandemia en negocios en el mundo: Las restricciones de viaje y las cuarentenas que afectan a cientos de millones de personas han dejado a las fábricas chinas sin mano de obra y piezas, interrumpiendo las cadenas de suministro justo a tiempo y desencadenando advertencias de ventas en las industrias de tecnología, automotriz, bienes de consumo, farmacéutica y otras. (Bullemore & Fransi, 2021).

El Ecuador vive un estatus económico grave ya que las cantidades de pérdidas humanas como de dinero afecta a todo el país, hacen que la economía del país disminuya en este caso, mientras la pandemia continúe distintas empresas han realizado ajuste de personal otras incluso ha bajado sueldos, y enviado a personas con síntomas a sus casa y sin sueldo en esta situación podemos darnos cuenta que mientras menos personal existan en la empresa habrá menos probabilidad que el virus se expanda pero también vemos una disminución de productividad ya que promedio de los trabajadores las empresas se mantienen laborando, ocasionaría una reducción de ingresos por eso fuera bueno establecer una medida empresarial correcta ya que en muchas empresas no las han tomado y ha habido muchos casos de covid-19.

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

Las empresas han lidiado la mala situación aplicando medidas como el Teletrabajo (62,5%); volcando su actividad en Internet y en las redes sociales (18,8%), no todo el panorama ha sido negativo, esta crisis ha llevado a reflexionar y que tal vez deberían pensar en renovar o modificar el modelo de negocio es ahí cuando el presente trabajo de investigación llega a su punto cumbre de abrir nuevas fuentes de negocio como lo son utilizando alguna plataforma de venta online, bien propia (por ejemplo, su página web), bien a través de un intermediario (un Marketplace como Amazon); por ello, cree que es el momento de reflexionar y estar preparados no solo ante una situación similar que obligue de nuevo al cierre, sino como estrategia para diversificar ventas y genere una adaptación a la tecnología y al mundo on-line era necesaria, independientemente de la situación por la que estamos pasando.

Una de las herramientas más utilizadas durante la pandemia es las llamados los sistemas de gestión de relaciones con clientes (o CRM, en inglés Customer Relationship Management) este instrumento ha generado oportunidades a negocios, dentro de las que podemos mencionar técnicas de ventas consultivas virtuales, escucha activa, empatía, negociación y de cierre de negocios (Vila, 2020; Bejarano, Hancevic, & Núñez, 2021; Bandrés-Goldáraz, Conde-Casado, & Iniesta-Alemán, 2021).

De cara a la repercusión económica de la empresa MAFESA S.A. se muestra que a pesar del impacto socioeconómico sufrido en tiempos de pandemia, no fue un desequilibrio total en la rentabilidad, al disminuir un 20% de baja en sus ventas, motivado por la competencia abrumadora que se generó en sector comercial, debido a que las personas vieron la necesidad de adquirir aparatos tecnológicos para solventar sus necesidades de enfrentarse a los cambios obligatorios en una realidad virtual, por consiguiente las estrategias utilizadas por los directivos de la organización en estudio fueron las acertadas y lograron una pronta recuperación en sus niveles de ventas.

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

CONCLUSIONES

El comercio empresarial es uno de los ejes importante dentro de las organizaciones debido a la rentabilidad que este puede generar para la misma, en épocas de pandemia varios sectores tuvieron un declive muy considerable en sus movimientos productivos y comerciales, a pesar de la crisis hubo un sector que logro destacarse en estos tiempos tan difíciles para la economía del país:

La empresa MAFESA S.A de la ciudad de Ambato por motivos de la pandemia, incrementó significativamente sus ventas, ya que, por las políticas gubernamentales, la educación en todos sus niveles pasó a modalidad virtual y los estudiantes tuvieron la necesidad imperiosa de utilizar aparatos electrónicos como las computadoras, laptops, entre otros.

MAFESA S.A empresa dedicada a la comercialización de aparatos tecnológicos solamente tuvo una disminución del 2% en las ventas, debido a que la demanda incrementó en el mercado tecnológico. El sector comercial genera ingresos sustanciales dentro de la economía del país y esto logra que estas organizaciones sean sostenibles e inclusive manejen dentro de su cultura organizacional la responsabilidad social.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A todos los factores sociales que influyeron en el desarrollo de esta investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Balestrini, M. (2002). Como se Elabora el Proyecto de Investigación. (6^a ed.). Caracas: BL Consultores. Asociados.

Tatiana Elizabeth Criollo-Yanzapanta; Mónica Patricia Mayorga-Díaz

- Bandrés-Goldáraz, Elena, Conde-Casado, Mariola, & Iniesta-Alemán, Isabel. (2021). El impacto de la COVID-19 en las pequeñas y medianas empresas de comunicación en España. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 25-40. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.02>
- Bejarano, Hernán, Hancevic, Pedro, & Núñez, Héctor M. (2021). Impacto económico del COVID-19 en negocios pequeños y medianos bajo restricciones voluntarias e impuestos. *EconoQuantum*, 18(2), 23-56. Epub 27 de septiembre de 2021. <https://doi.org/10.18381/eq.v18i2.7229>
- Bullemore-Campbell, Jorge, & Cristóbal-Fransi, Eduard. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *Información tecnológica*, 32(1), 199-208. <https://n9.cl/eukee>
- Freire, K & Mancheno, M. (2020). Covid 19 entre muerte y recesión económica. Vol. 5(5), 9. <https://n9.cl/3dpy9>
- Gamboa, J., Enrique, J., & Pérez, M. (2017). Aplicación Básica de la Contabilidad Comercial. Ambato: Megacraf-Ambato. <https://n9.cl/dk8qi1>
- Hernández, R., Fernández, C. & Batista, P. (2014). Metodología de la investigación. (6ª ed.). México: McGraw- HILL Interamericana., S.A.
- Odette, V. R. (2020). El impacto económico causado por el covid-19 en las empresas ecuatorianas del sector comercial. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7927023.pdf>
- Oyarvide-Ramírez, H. P. (8 de abril de 2021). Análisis del impacto económico y social por la pandemia del COVID 19 y su influencia en los emprendimientos ecuatorianos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8231847>
- Vila, N. A. (31 de Agosto| de 2020). Repercusión económica mundial de la pandemia del covid-19. Análisis de sectores más afectados. *Latindex*, 6. <https://n9.cl/wzucx>