



Estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia dirigida a los restaurantes de comida rápida del GAM durante el 2022.

Resumen

Para este trabajo se realizó el análisis de las estrategias actuales de las industrias de comidas rápidas ubicadas en el GAM del 2021 para observar y ver cómo las empresas implementamos estrategias para el 2022, esta investigación tuvo como finalidad en saber cómo estas industrias manejan su desechos y producción debido que el objetivo es saber como se puede realizar un consumo responsable por parte de las industrias de comida rápida con el fin de abastecer la demanda de los consumidores pero siempre respetando y teniendo conciencia para disminuir la gran contaminación y lograr tener una producción y consumo más amigable con el medio ambiente. Para conocer cómo se encuentran estas industrias de comida rápida con el consumo responsable se realizó una encuesta dirigida a 50 consumidores para ver cómo ellos ven a estas empresas, que tentó consumen de sus servicios, qué opinión tiene y ver si están de acuerdo de cómo las industrias se encuentran con el objetivo de consumo responsable. En lo cual al analizar los resultados fueron de gran ayuda para poder observar cómo se encuentran las estrategias de un consumo responsable en las industrias de comida rápidas ubicadas en el GAM en el 2021, así para ser analizadas y ver cuales serian las estrategias para poder asegurar tener un consumo responsable a futuro comenzado a implementarlas en el 2022. Analizando los resultados se logró observar que los consumidores prefieren los restaurantes que se preocupen de tener productos amigables con el ambiente debido que adquieren este servicio con gran frecuencia, y que sugieren y comentan que los materiales otorgados por las industrias como servilletas, salsas, empaque y demás los entregan en una cantidad innecesaria causando que se desperdician innecesariamente y que los productos entregados no son de calidad que más contaminados causando que no se este umplietdo con el objetivo 12 planteado de tener una producción y consumo responsable. Es por eso que se les recomienda realizar mejoras en la producción para así tener un mejor consumo y además realizar encuestas para conocer la satisfacción de los consumidores.

PALABRAS CLAVE

¹ Julian Langlois Andrade. Bachiller en Administración de Negocios de la Universidad Latina de Costa Rica. Optando por la Licenciatura en Administración de Negocios de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Correo electrónico: j.langlois9898@gmail.com

Estrategias, Mercado, Métodos, Consumo responsable, Calidad, Satisfacción.

ABSTRACT.

For this work, an analysis of the current strategies of the fast food industries located in the GAM in 2021 was conducted to observe and see how the companies implement strategies for 2022, this research had the purpose of knowing how these industries manage their waste and production because the objective is to know how responsible consumption can be done by fast food industries in order to supply the demand of consumers but always respecting and having awareness to reduce the great pollution and achieve a more environmentally friendly production and consumption. In order to know how these fast food industries are with responsible consumption, a survey was made to 50 consumers to see how they see these companies, what they consume of their services, what opinion they have and to see if they agree with how the industries are with the objective of responsible consumption. Analyzing the results was of great help to observe how the strategies of responsible consumption in fast food industries located in the GAM are in 2021, so to be analyzed and see what would be the strategies to ensure responsible consumption in the future, starting to implement them in 2022. Analyzing the results, it was observed that consumers prefer restaurants that are concerned about having environmentally friendly products because they purchase this service with great frequency, and suggest and comment that the materials provided by industries such as napkins, sauces, packaging and others are delivered in an unnecessary amount causing unnecessary waste and that the products delivered are not of high quality and more contaminated causing that the objective of having a responsible production and consumption is not being met. For this reason, it is recommended to make improvements in production in order to improve consumption and to conduct surveys to determine consumer satisfaction.

KEYWORDS

Strategies, Market, Methods, Responsible Consumption, Quality, Satisfaction

Introducción

Las industrias de comida rápida son uno de los servicios más cotizados en el mercado actualmente debido que por ser un producto de comida que se puede preparar y servir rápidamente en comparación con las demás industrias de comida, los consumidores optan por consumir estos productos por comodidad, gusto o por rapidez. Sin embargo, los restaurantes de comida rápida producen un enorme impacto ambiental debido a cómo preparan la comida y los materiales que utilizan para entregarlas.

Las industrias, Costa Rica y el resto del mundo a planteado y aceptado los 17 objetivos de desarrollo sostenibles (ODS) el cual el objetivo 12 de producción y consumo responsable, según El PNUD indica que está enfocado en:

... lograr crecimiento económico y desarrollo sostenible, es urgente reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos....

La gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes son vitales para lograr este objetivo. También es importante instar a las industrias, los negocios y los consumidores a reciclar y reducir los desechos...

Diciéndonos que el gobierno, los consumidores y las empresas deben de trabajar en conjunto en lograr tener un consumo responsable para mejorar la calidad y bienestar de la vida cotidiana. Además, con la llegada de la pandemia las industrias tuvieron que innovar métodos para poder abastecer la demanda creada debido a que aumentó servicio express, causando que utilizando más materiales no amigables con el ambiente para las entregas. Sin embargo, debido al ODS, los consumidores y el gobierno comienzan a ponerle frente a estos materiales, por ende, las empresas deben de encontrar nuevas estrategias para poder abastecer la demanda y las preferencias de los consumidores.

Con lo expuesto anteriormente, se justifica este proyecto con el propósito de encontrar estrategias y métodos que le sirvan a las industrias de comida rápida poder abastecer la necesidad y preferencia de los consumidores, debido a la necesidad de crear una cultura y conciencia de una producción y consumo responsable en las empresas de comida rápida.

El tema está destinado para servirle a todos aquellos restaurantes de comidas rápidas que hoy en día enfrentan las consecuencias de la pandemia del Covid-19 y además la adaptación de los objetivos de desarrollo sostenibles.

El beneficio otorgado a las industrias de comida rápida ubicadas en el GAM es obtener una guía y herramienta para todos con el fin de poder implementar nuevas y diferentes técnicas de mercadeo, que logren seguir cautivando al consumidor meta. Además de poder evaluar diferentes tácticas que las empresas puedan empezar a aplicar para llevar a cabo un consumo responsable de todos sus recursos.

Se ofrecen diferentes tácticas que pueden emplearse para combinar la innovación en el área de mercadeo y además permitir a dueños y empresarios mantener un consumo responsable, conllevando a abarcar las necesidades y preferencias de los consumidores.

Actualmente las industrias de comidas rápidas ubicadas en el GAM han tenido que innovar por causa de la pandemia y además de realizar nuevas técnicas para adaptarse a las necesidades y preferencia del mercado con un consumo responsable, con el cual se plantea la siguiente pregunta: ¿cuáles pueden ser las estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia dirigida a los restaurantes de comida rápida del GAM durante el 2022?

Con todo lo mencionado anteriormente se plantea el objetivo general del proyecto de investigación el cual es analizar las posibles estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia dirigida a los restaurantes de comida rápida del GAM durante el 2022. Para cumplir con dicho objetivo general, se plantean tres objetivos específicos: describir las necesidades del mercado de restaurantes de comida rápida enfocadas a un consumo responsable en la pandemia; descubrir las expectativas de los restaurantes de comida rápida en el área de estudio que contribuyan al consumo responsable en el corto plazo; sugerir las estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia durante el 2022.

En el siguiente segmento se encuentra la revisión bibliográfica, el cual se van a exponer los conceptos claves de la investigación, relacionadas con el tema y objetivos planteados anteriormente.

Revisión bibliográfica

Con la situación que está ocurriendo a nivel global causado por el virus COVID-19 las empresas tienen que adaptarse constantemente para poder abastecer la necesidad de los consumidores y además asegurar la seguridad de sus colaboradores para que puedan realizar sus funciones de la mejor manera sin salir afectados por el virus COVID-19. Las organizaciones deben de encontrar métodos para lograr seguir dando sus servicios y productos, pero al mismo tiempo cuando no solo la salud de sus consumidores, sino que también el medio ambiente.

Debido a la pandemia las empresas deben de evolucionar para sobrevivir, debido que según Tomas, J. (2020) define la pandemia:

Una pandemia es la afectación de una enfermedad infecciosa a los humanos a lo largo de un área geográficamente extensa, es decir, que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región. El vocablo que procede del griego πανδημία, de παν (pan, todo) y δήμος (demos, pueblo), expresión que significa reunión de todo un pueblo.

Causando que a nivel global las empresas se enfrentan a este desafío, una de las principales afectadas al puro principio de la pandemia y los cuales deben de estar innovando para poder lograr seguir con sus funciones son los restaurantes se define como un “establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local” (Real Academia Española, 2020, párr. 1). Así mismo, los restaurantes de comida rápida son los que más producen y otorgan servicios a los consumidores debido a su facilidad de elaboración, según Center for Young Women 's Health. (2020) son define la comida rápida como:

La comida rápida se refiere a la comida que se puede preparar y servir rápidamente. Puede proceder de muchos lugares: restaurantes, servicio de mostrador, comida para

llevar, auto-servicio y entrega a domicilio. La comida rápida es popular porque la comida es barata, conveniente y sabe bien. Sin embargo, la comida rápida a menudo se elabora con ingredientes más baratos, como carne con alto contenido de grasa, granos refinados, azúcar y grasas añadidas, en lugar de ingredientes nutritivos como proteínas magras, granos integrales, frutas frescas y verduras.

Las empresas de restaurantes de comida rápida son industrias usualmente poderosas y ubicadas en una gran cantidad de ubicaciones ya sea nivel nacional, cantonal o hasta global, debido “la industria de comida rápida es altamente competitiva y está dominada por grandes compañías.” (González N, 2018). Además, estas empresas al estar en un mercado ya que “es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio.” (Quiroa, M. 2021) es uno de los más amplios y poderosos lucrativos debido a la facilidad y bajo costos de producción de sus productos y servicios.

Las industrias, Costa Rica y el resto del mundo a planteado y aceptado los 17 objetivos de desarrollo sostenibles (ODS) el cual el objetivo 12 de producción y consumo responsable, según El PNUD indica que está enfocado en:

... lograr crecimiento económico y desarrollo sostenible, es urgente reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos....

La gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes son vitales para lograr este objetivo. También es importante instar a las industrias, los negocios y los consumidores a reciclar y reducir los desechos...

Los objetivos sostenibles son necesarios para mejorar la calidad de la población a nivel mundial es por eso que las empresas y el gobierno trabajan constantemente innovando y encontrando métodos para poder lograr ese objetivo y como se menciona un de los importantes es el consumo responsable donde las empresa dejan de gastar materiales primos innecesariamente, mejoran la calidad de sus productos y reducen la contaminación.

Las empresas al observar las necesidades sanitarias, las necesidades de salud, las necesidades de reducir el desperdicio innecesario de sus materiales, productos y entre otros, optan en encontrar nuevos métodos, estrategias para así poder lograr con el objetivo. las cuales es necesario para poder tener un consumo responsable es una estrategia de negocios la cual “Se conoce como estrategia de negocio a la planificación por parte de una empresa de cara a la consecución de objetivos previamente establecidos.” (Sanchez, J. 2021) la cuales las empresas deben de saber que tipos de estrategias son necesarias para su organización con el fin de poder lograr el objetivo de poder reducir los desperdicios y tener un consumo responsable, es por eso que depende de las circunstancias que rodean a una corporación, la y estos son los diversos tipos de estrategias, las cuales según Sanchez, J. (2021) las define:

- Liderazgo en producto: Persiguiendo dar valor a productos por parte del potencial cliente. Se enfoca en precios más altos y mejores servicios post-venta. Por ejemplo, El Corte Inglés.
- Lock-in: Ofreciendo al mercado productos difíciles de sustituir o copiar por parte de los competidores. Esto hace que el cliente sea fidelizado durante un

largo periodo de tiempo acompañando la marca y consumiendo sus productos. Un ejemplo de ello es Coca Cola.

Las cuales son estrategias para mejorar sus márgenes de ganancias, posicionamiento y fama en el mercado los cuales son necesarios y a usarlos para tener un consumo responsable se logra debidos a que al utilizar el de, Liderazgo en producto, sus servicios y productos serán de calidad, y amigables con el ambiente para así ser empresas líderes en el bienestar de la sociedad y además líderes en realizar la inversión de sustituir sus producto no amigables con el ambiente y seguir innovando métodos para encontrar maneras de abastecer la necesidad del mercado a la mano de un consumo responsable. Además, al utilizar las estrategias de Lock-in, productos difíciles de sustituir por su calidad y rareza logra que los consumidores sigan optando por sus servicios y también, al realizarlos con un consumo responsable es aún más cotizado por ser conscientes de la contaminación, desperdicios y desperdicios de las grandes empresas en productos de baja calidad y de bajo presupuesto.

A continuación, se expone la metodología de investigación que se utilizará para este proyecto de investigación con el fin de encontrar las mejores estrategias en el mercado para que los restaurantes de comida rápida ubicadas en GAM de Costa Rica puedan tener un consumo responsable para el 2022.

Metodología

El tipo de investigación que se realizará para este proyecto se denomina descriptivo, debido a que tiene como funcionalidad para crear recomendación de estrategias, por ende, es crucial analizar y detectar todas las variables que se presente en los resultados del instrumento de recolección de datos de los consumidores y trabajadores de los restaurantes de comida rápida.

El enfoque del proyecto de investigación es conocer es de tipo cuantitativo debido al utilizar preguntas formales y opciones de respuesta para obtener la información necesaria, las cuales tiene como objetivo ayudar con la información obtenida: opiniones, punto de vistas, experiencias, recomendaciones con el fin de poder sacar las mejores estrategias para los restaurantes de comida rápida de poder obtener un consumo responsable para el 2022.

En base a la población del proyecto, la cual es como mínimo 50 individuos, está compuesto por individuos entre los 17 a 30 años, los cuales son consumidores constantes y/o trabajadores de comida rápida de restaurantes ubicados en el GAM.

En cuanto a la muestra, se define como una “parte o porción extraída de un conjunto” (RAE, 2021, párr.2), la cual con el fin de proyecto se estima conseguir un mínimo de 50 muestras de la población especificada anteriormente.

Con respecto al instrumento de recolección de datos, se utilizará el cuestionario para la elaboración del proyecto de investigación siendo “un instrumento de investigación que consiste en un conjunto de preguntas u otros tipos de indicaciones con el objetivo de recopilar información de un encuestado. Éstas son típicamente una mezcla de preguntas cerradas y abiertas” (Según Parra, A. 2021). La cual se emplea por medio virtual utilizando google forms como primera y única fuente de recolección de datos, con el objetivo de recopilar la información a una gran cantidad de individuos posibles para obtener su opinión sobre el tema desarrollado en la encuesta prediseñada.

En el siguiente apartado se expondrán los resultados de los cambios causados por la pandemia con las estrategias, necesidades del consumidor y la responsabilidad de un consumo responsable con el objetivo de poder brindar las recomendaciones para los restaurantes de comida rápida en la GAM.

Análisis de resultados.

En esta sección se estarán analizando los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a 50 personas las cuales son residentes del GAM. Los resultados obtenidos se realiza una análisis y son representados en formato de gráfico con el fin de poder expresar y explicar los datos obtenidos, con el fin además de poder responder los objetivos de la investigación de cómo los restaurantes de comida rápida se encarga de su consumo responsable y conllevando para poder desarrollar estrategias para mejorar o mantener el buen consumo responsable. Además, al realizar la encuesta se observa la frecuencia que los individuos entrevistados visitan las instalaciones antes de la pandemia provocada por el virus COVID-19, el cual tiene como propósito ver qué tantos conocimiento tienen ellos sobre cómo los restaurantes de comida rápida tienen presente los protocolos y la conciencia sobre tener un consumo responsable en sus servicios y productos. Además de poder saber de cómo los consumidores utilizan dichos productos o servicios antes, durante y después de consumirlos y cuál es su opinión sobre el tema del consumo responsable.

El primer objetivo específico planteado para este trabajo de investigación es describir las necesidades del mercado de restaurantes de comida rápida enfocadas a un consumo responsable en la pandemia; el cual utilizando la encuesta es conocer como los restaurantes de comida rápida como realizan sus entregas y cuidados de los consumidores en las instalaciones o envíos.

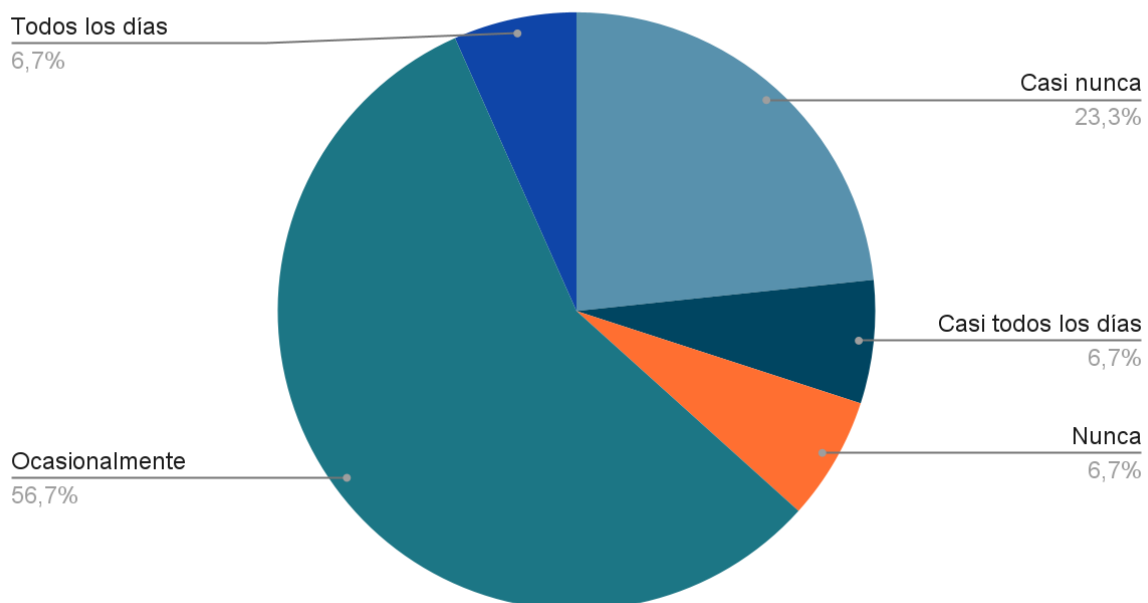


Gráfico 1. Frecuencia que solían visitar restaurantes de comida rápida previo a la pandemia de la COVID-19.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En el gráfico 1, Se observa la frecuencia en la que los individuos entrevistados visitan restaurantes de comida rápida, en lo cual se analiza que solo un 6,7% no iban del todo estas instalaciones mientras que la mayoría con un 93,3% iban por lo menos una vez a la semana a las instalaciones el cual se divide en un 56,7% en ocasionalmente, 23,3% casi nunca y un 6,7% en todos los días y casi todos los días.

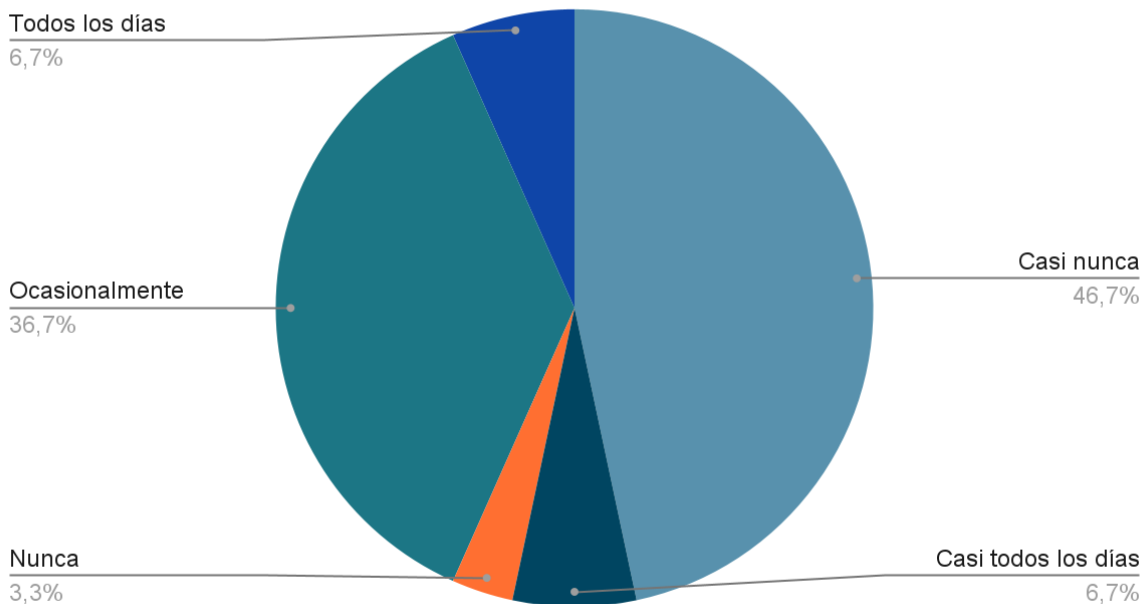


Gráfico 2. Frecuencia que suelen visitar restaurantes de comida rápida hoy en día.
Fuente: Elaboración propia, 2020.

En el gráfico 2, se apreció la frecuencia en la que los individuos entrevistados van las instalaciones de un restaurante de comida rápida, en la cual nos demuestra que aumentaron las visitas a las instalaciones durante la pandemia con un 96,7% que si consumen de estas franquicias; el cual es dividido en 46,7% en casi nunca, 36,7% ocasionalmente, un 6,7% en todos los días y casi todos los días. Con un 3,3% que siguen sin consumir en los restaurantes de comida rápida.

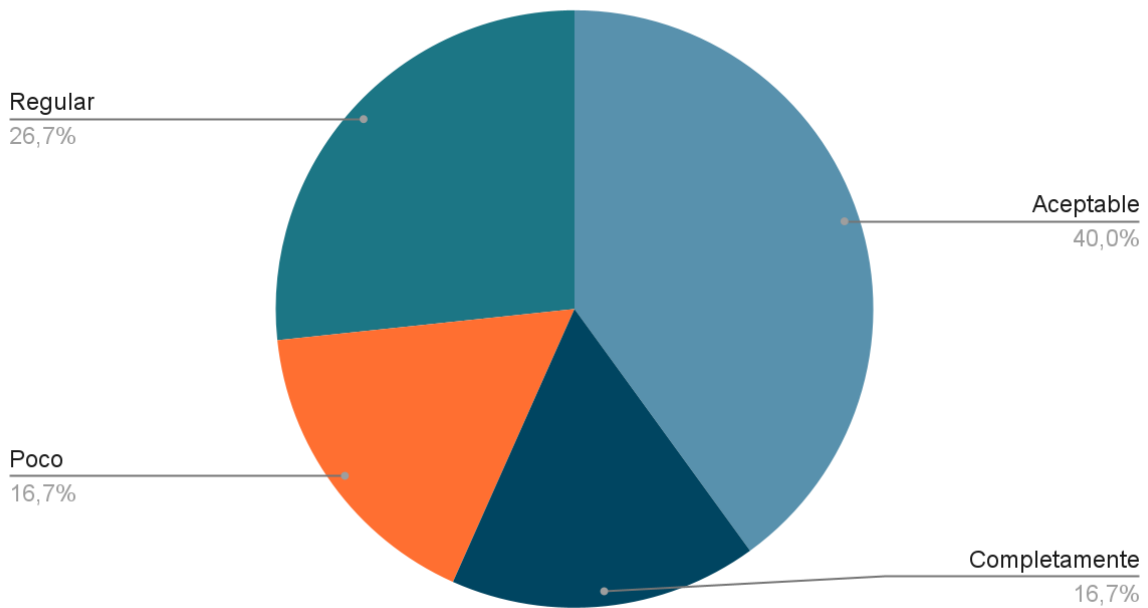


Gráfico 3. Efectividad de los protocolos sanitarios que el Ministerio de Salud implementa en los restaurantes de comida rápida.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En el gráfico 3, se observa la opinión de los individuos con respecto a los protocolos sanitarios implementados por el ministro de salud, lo cual se observa que un 40% lo encuentra aceptable mientras que sólo un 16,7% están completamente de acuerdo con los protocolos; y con un 26,7% lo ven regular y solo un 16,7% es poco efectiva.

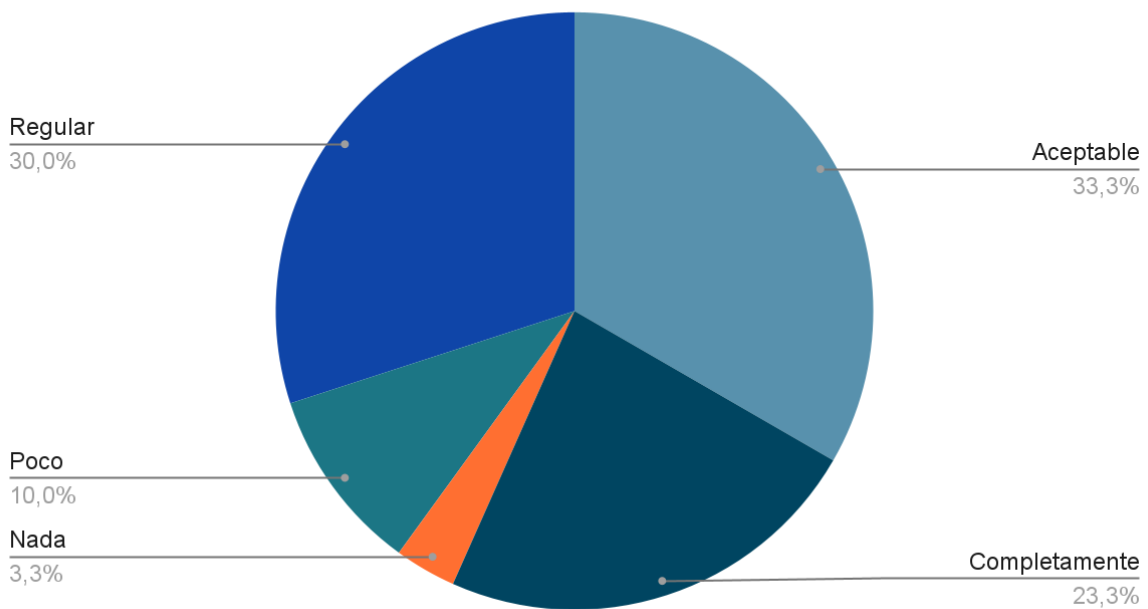


Gráfico 4. Los restaurantes de comida rápida si cumplen debidamente con los protocolos sanitarios.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

El gráfico 4, Sirve para poder observar cómo los entrevistados se percatan como los restaurantes de comida rápida implementan los protocolos de sanidad impuesto. En lo cual se observa que con un 33,3% aceptan las regulaciones, y el 30,0% las ven regulares; con un 23,3% están completamente de acuerdos con los procesos de las instalaciones y dejando la minoría con un 10% poco y 3,3% nada están de acuerdo que cumplen los protocolos

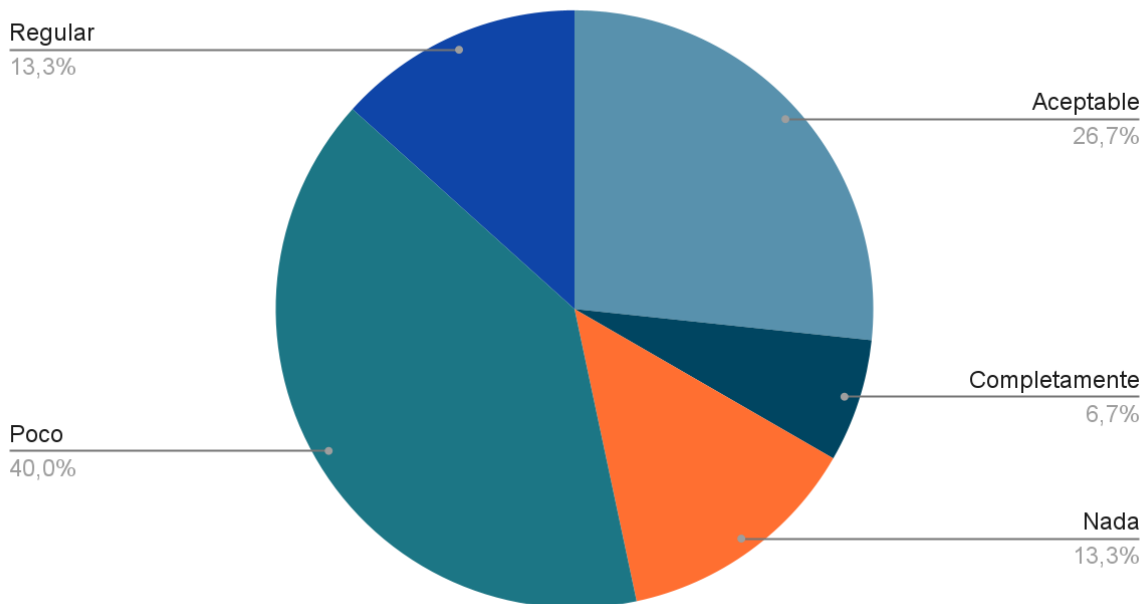


Gráfico 5. Los restaurantes de comida rápida utilizan empaques amigables con el ambiente.
Fuente: Elaboración propia, 2020

El gráfico 5, se observa como la opinión de los entrevistado si los restaurantes si están conscientes de sus permisos y deciden utilizar empaques amigables con el ambiente o no, en lo que se observa que la mayoría opina con un 40% que es poco el interés, con un 26,7% indica que es aceptable, con un 13.3% se dice en regular y nada el interés de las organizaciones en utilizar mejores recipientes y productos para entregar su producto y además con solo un 6,7% está completamente de acuerdo y satisfecho con los productos otorgados.

Para el segundo objetivo específico es descubrir las expectativas de los restaurantes de comida rápida en el área de estudio que contribuyan al consumo ríesponsable en el corto plazo, observado los datos anteriores se ve que si aumento la demanda de los restaurantes de comida rápida por la pandemia, pero los restaurante no han mejorado sus conductas con respecto a tener un consumo responsable por vista de los consumidores. A continuación, veremos cómo observan los encuestados los materiales para dar el producto y los servicios de las organizaciones de comida rápida.

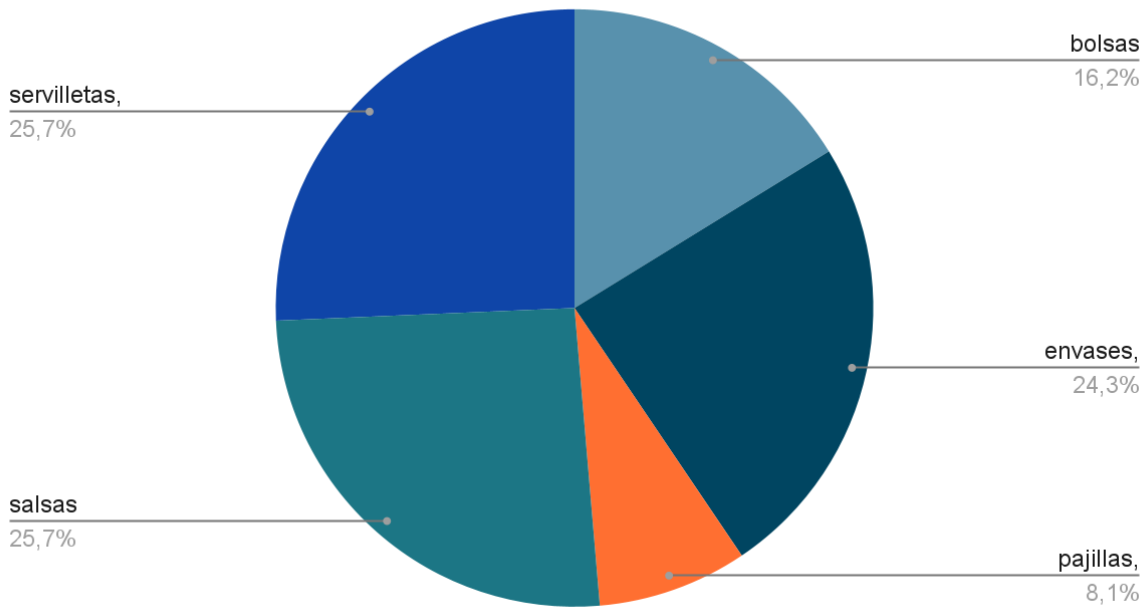


Gráfico 6. Materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) que se desperdician más y no son necesarios que sean puestos por obligación.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

El gráfico 6, se observa cuáles son los materiales que se desperdician más y que no son obligatorios que sea otorgado a los consumidores si no fueron solicitados, lo cual con un empate servilletas y salsa, son las menos necesarias, con un 24% envases de cartón, con un 16,2% bolsas para uso de envíos o aun así para consumir en las instalaciones y de último con un 8,1% pajillas tomando en cuenta que ya se implantan las pajillas eco amigables pero siguen siendo necesarias ante los ojos de los consumidores no tanto como las salsa y exceso de servilletas.

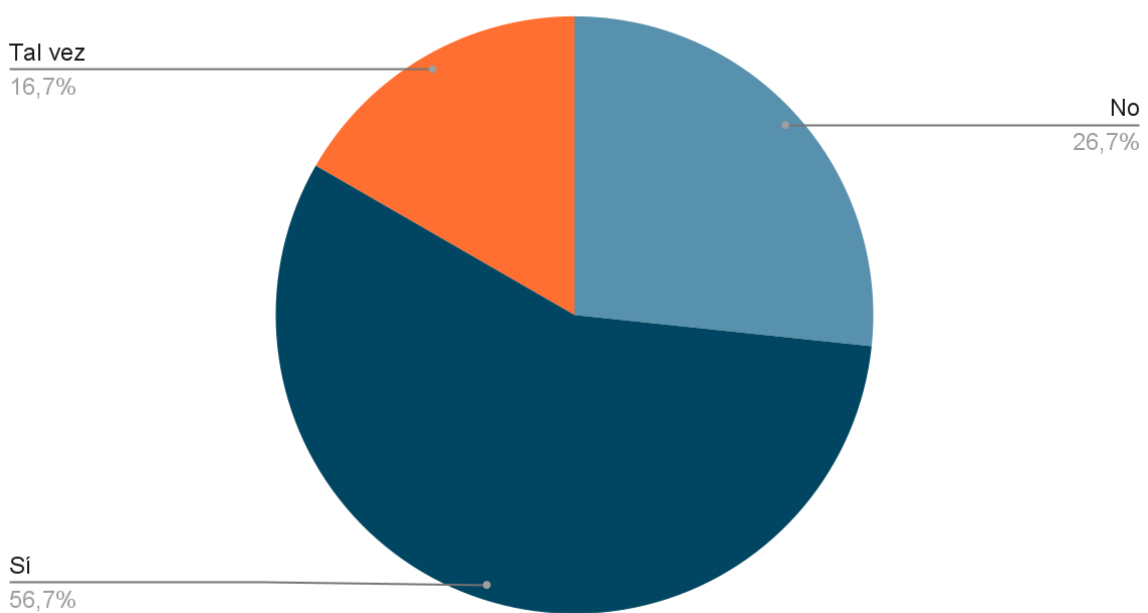


Gráfico 7. Disposición en pagar un monto extra en envases amigables con el ambiente para envíos.

Fuente: Elaboración propia, 2020

El gráfico 7, nos demuestra la disponibilidad de los consumidores de pagar extra para tener un producto eco amigable, con el fin de saber si así las empresas invierten en nuevos producto de mejor calidad y se crea una conciencia en la civilización, lo cual observamos que con 56,7% si pagarían y con un 26,7% no lo pagarían y con un tal vez lo realice queda con un 16,7%.

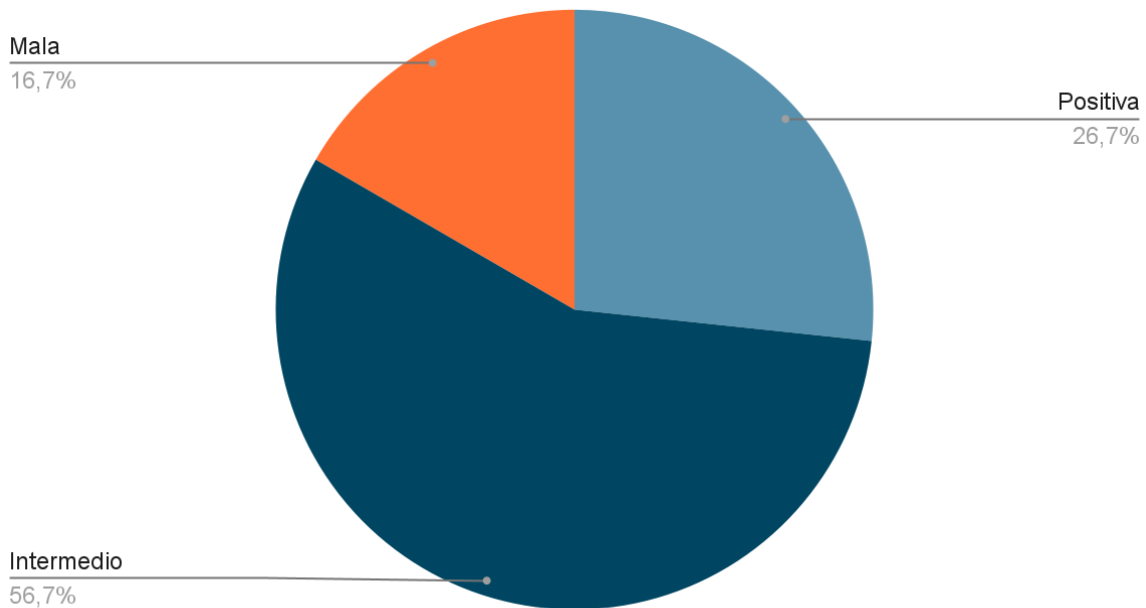


Gráfico 8. Calidad de los productos otorgados por los restaurantes de comida rápida.

Fuente: Elaboración propia, 2020

En el gráfico 8, se observa la opinión de los entrevistados sobre la calidad de los productos otorgados, en la cual se observa si son de buena calidad los materiales y la comida, lo que nos indican que dan una puntuación intermedia la cual con 56,7% diciéndonos que están contentos y la vez no debido que indican que pueden mejorar la calidad de los productos, depende del local al que compre los productos, o son bueno pero la contaminación es muy elevada para el producto. Con el 26,7% dan una opinión positiva, en la cual abastece las necesidades del momento por ser comida rápida por ende cumple con el propósito, además que los materiales cumplen con su propósito, pero aun así contaminan. Con un 16,7% dan opiniones negativas, en lo cual indican que no vale la pena pagar por un servicio que contamina y que no sea saludable, que la mayoría de las organizaciones no se preocupan por la presentación y ni por la calidad de servicio y producto.

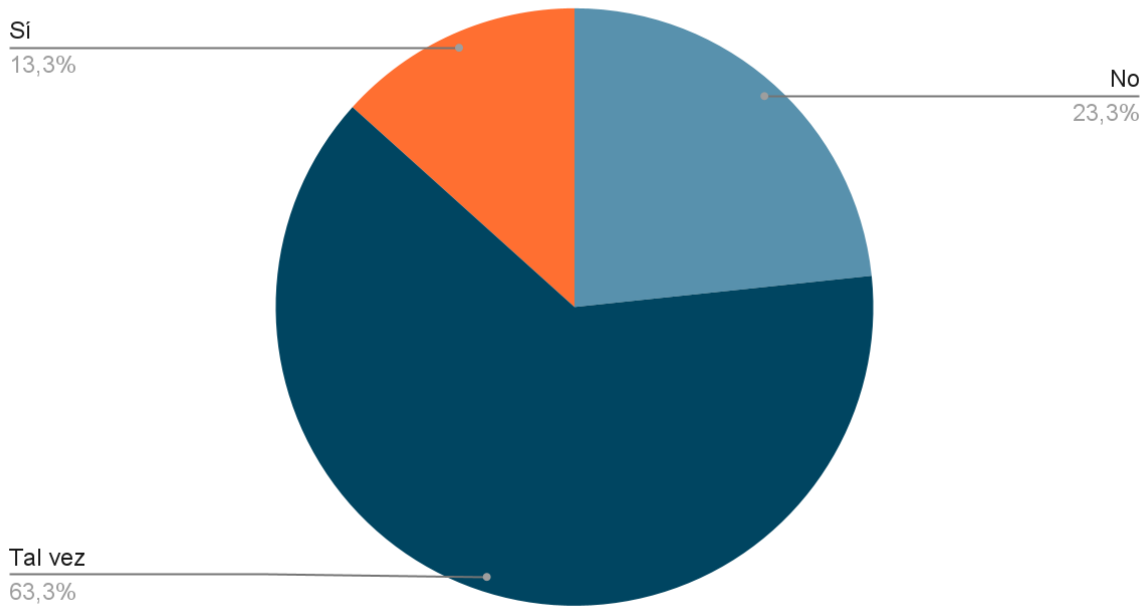


Gráfico 9. Disposición en pagar un monto extra por productos más amigables con el medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia, 2020

En el gráfico 9, Se observa la disponibilidad de los individuos en pagar un monto extra para productos que se realizaría por medio de envíos, el cual cumple su propósito de ver la importancia de tener productos de buena calidad y eco amigable o no desechable para el transporte de la comida, además de analizar la disponibilidad de los consumidores en pagar extra por el servicio. Lo cual se observa que con un 63,3% tal vez lo pagaría, dependería del monto, y de la necesidad de la situación, con un 23,3% no lo pagaría del todo y dejando un 13,3% que si de fijo pagaría el extra por asegurarse una menor contaminación y un consumo más responsable.

En el último objetivo específico el cual es sugerir las estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia durante el 2022. Se realizó la encuesta para poder analizar y observar las opiniones de los individuos encuestados para ver su preferencia sobre los locales eco amigables y qué mejoras realizaría a las organizaciones para tener un consumo responsable.

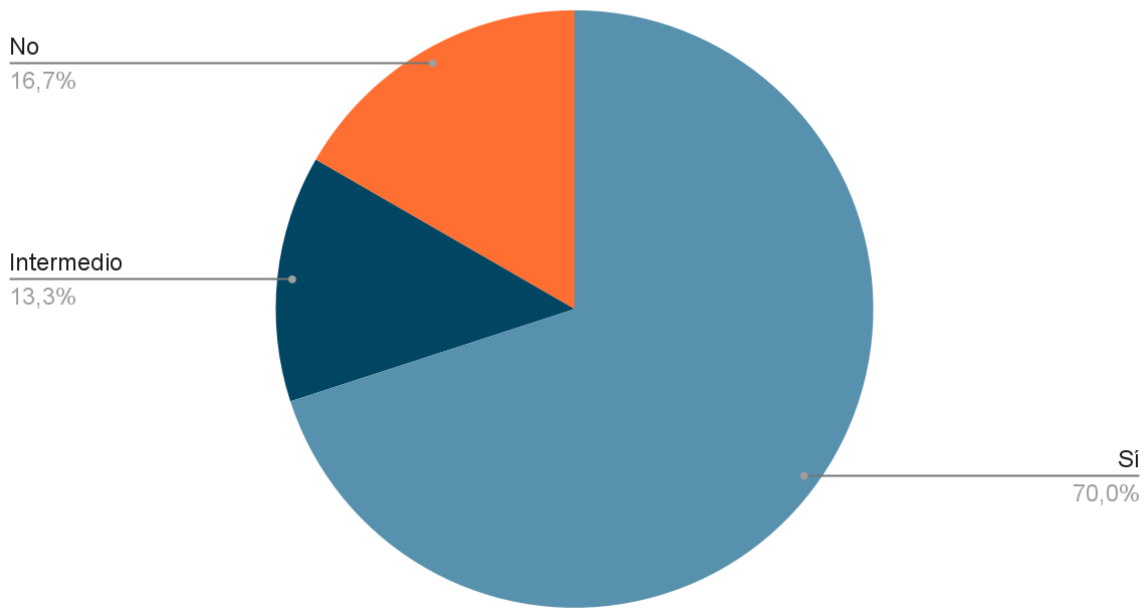


Gráfico 10. Son preferibles los restaurantes que utilizan productos amigables con el medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia, 2020

En el gráfico 10, se observa la preferencia que tienen los individuos por los restaurantes, que si se producen de tener un consumo responsable, el cual se analiza el porqué es mejor o no seleccionarlos o no. Con un 70% el cual es la mayoría de los encuestados opina que si prefieren que invierten y demuestra el interés en tener servicios y productos eco amigables para tener un mejor consumo responsable de sus desechos. Con un 13,3% es intermediario donde no tiene tanto peso si las organizaciones se preocupan de sus desechos o no, solo buscan la comunidad y facilidad de los servicios pero sí apoyan en que se deben de mejorar la conciencia y tener un consumo más responsable. Con un 16,7% no, debido a que no les afecta y no les interesa del todo, solo utilizan el servicio por el producto sin importar el desperdicio o mala calidad de ellos.

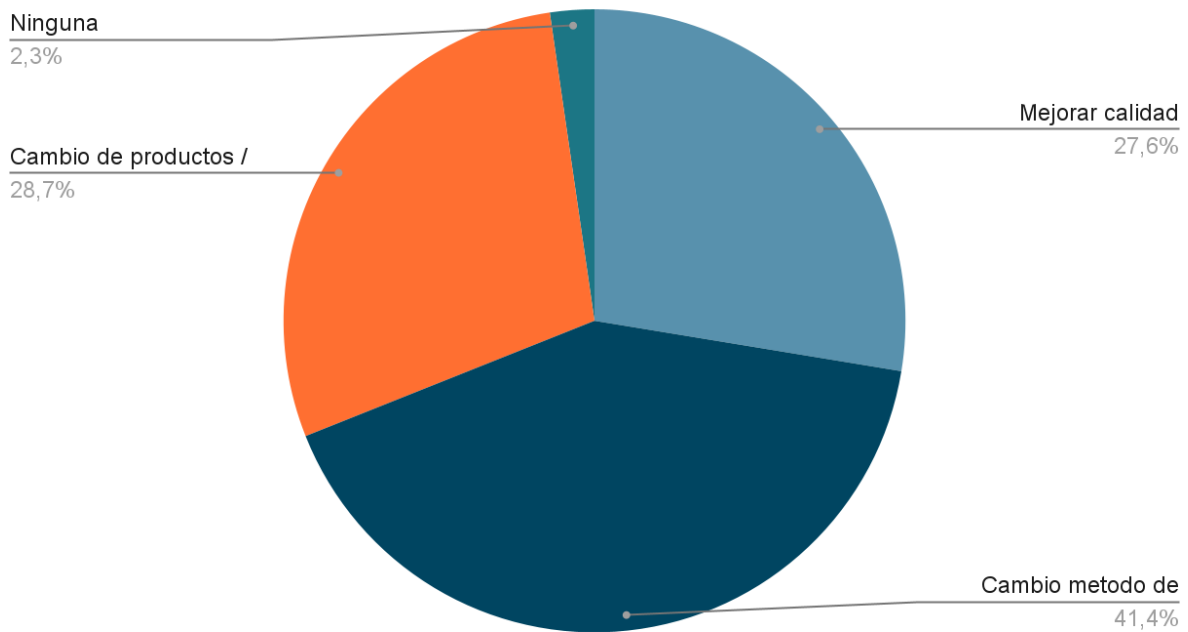


Gráfico 11. Recomendaciones a los restaurantes de comida rápida para reducir el desperdicio de sus productos.

Fuente: Elaboración propia, 2020

En el gráfico 11, se les consultó a los entrevistado qué recomendaciones les otorgaría a los restaurantes de comida rápida para tener un mejor consumo responsable y bajar los desperdicios innecesarios; los cuales con un 41,4% es el cambio de método de entrega y servicio, el cual puede solicitar a los consumidores si desean los materiales como los envases, pajillas, salsas, servilletas o entre otras..., reducir la entrega de los materiales mencionado a un cantidad más aceptable o solicitada; con un 28,7% es cambio de servicio y producto, en cual consiste en cambiar la calidad, marca o proveedor de ellos para adquirir mejores eco amigables para así no tener que desperdiciar luego de utilizarlos, y además crear envases que se puedan reutilizar con otra función; con un 27,6% solicitan mejora la calidad en la cual es cambiar los existentes y por otros que cuando se deban de deshacer no produzca tanta contaminación; y por ultima con un 2,3% no aconsejan nada ninguna recomendación debido que están bien con los procesos o no les estorban en el momento.

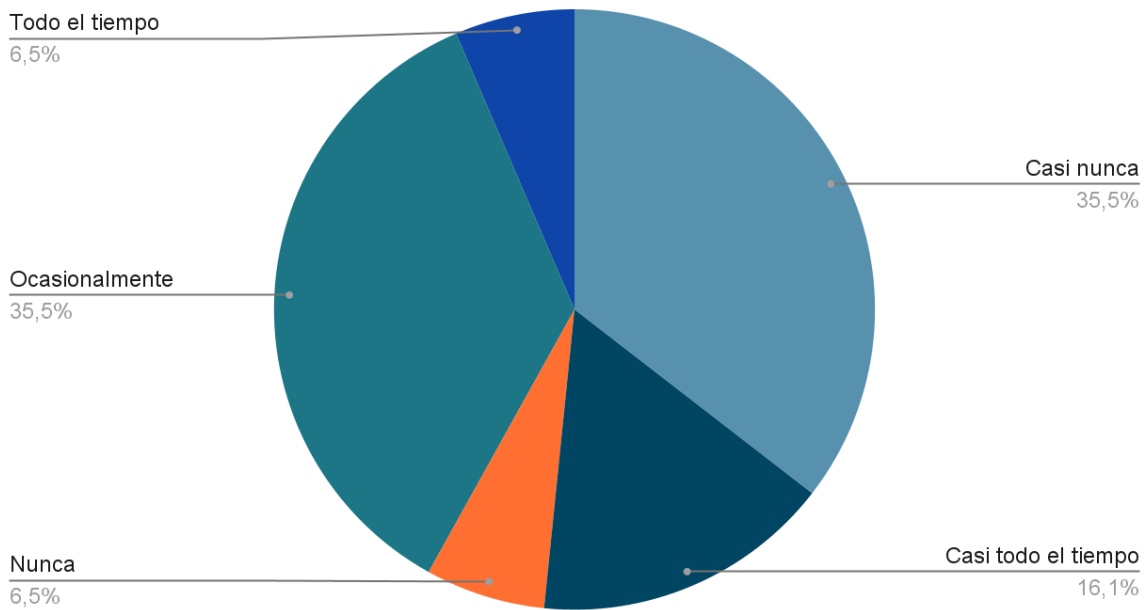


Gráfico 12. Con los envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros materiales de los cuáles son enviados por los restaurantes de comida rápida son utilizados.

Fuente: Elaboración propia, 2020

En el gráfico 12, se observa como los entrevistado utilizan o no los productos que son enviados por las empresas de comida rápida, para consumir el producto de ellos, lo cual no indica que casi nunca y además ocasionalmente son utilizados debido con un empate de 35,5% son utilizados, pero no constantemente, y con 16,1% los utilizan casi todo el tiempo por el asunto de la facilidad y comodidad no por necesidad. Además, con otro empate de puntuación de un 6,5% indica que todo el tiempo los utilizan y que nunca los utilizan. Se observa que son utilizados principalmente por comodidad y pocas veces por necesidad el cual contribuye a un desperdicio innecesario de los materiales que utilizan las organizaciones para el servicio

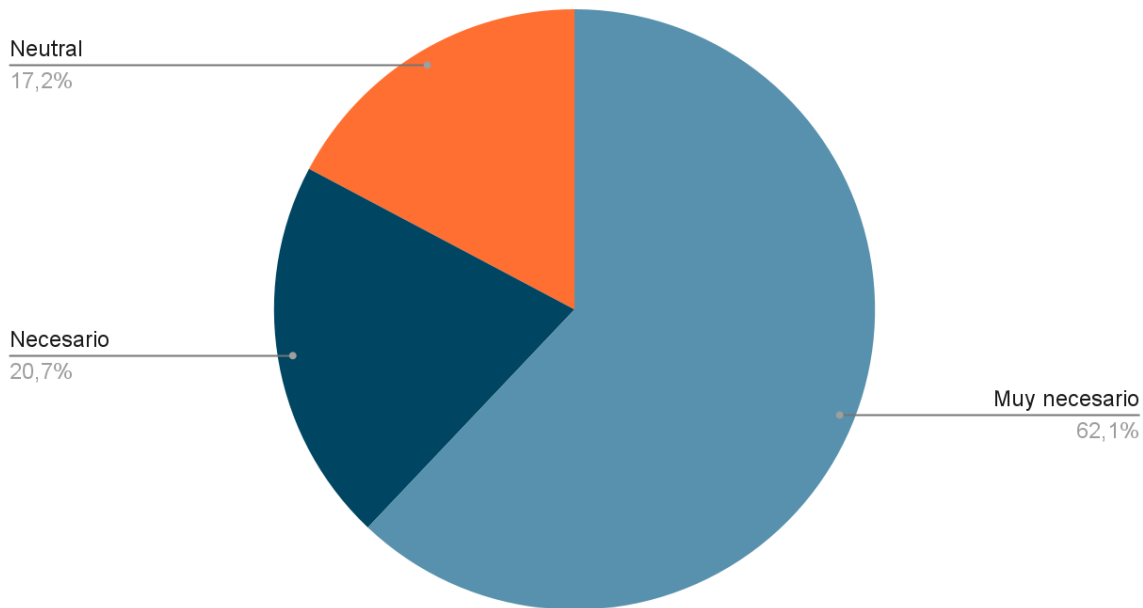


Gráfico 13. Los restaurantes de comida rápida deben de tener un método para poder seleccionar qué materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) solicitar para evitar el desperdicio.

Fuente: Elaboración propia, 2020

En el gráfico 13, se observa la opinión de los encontrados sobre si las organizaciones de comida rápida deben de tener una opción para poder seleccionar si uno desea que le envíen los materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) y cuantos y cuales, con el fin de poder reducir los desperdicios innecesarios y observar si son necesarios realizar el cambio de calidad de los productos. Lo recopilado no indica que con un 62,1% es muy necesario, con un 20,7% indican que es necesario y con un 17,2% es neutral, indicando que la mayoría está de acuerdo que se debería de importar un sistema de cómo solicitar mejor los materiales necesarios para el consumo de los servicios y productos de las organizaciones.

A continuación, se realizarán las conclusiones y recomendaciones a las empresas de restaurantes de comida rápida ubicadas en el GAM, de las cuales se generarán en base a la información recopilada y analizada anteriormente el cual cumplió el propósito de entender el punto de vista de los consumidores de dichas organizaciones.

Conclusiones y recomendaciones.

Con la llegada de la pandemia se observa que aumentó en la utilización de los servicios de restaurantes de comida rápida y específicamente ubicadas en el GAM, las cuales aumentaron debido a la facilidad y disposición de ellas y con la llegada del teletrabajo les hizo más conveniente a los consumidores optar por estas organizaciones. Además, al utilizar la encuesta se logró observar la frecuencia que los individuos entrevistados visitan las instalaciones antes de la pandemia provocada por el virus COVID-19, el cual tiene como propósito ver qué tanto conocimientos tienen ellos sobre cómo los restaurantes de comida rápida tienen presente los protocolos y la conciencia sobre tener un consumo responsable en sus servicios y productos. Además de poder saber de cómo los consumidores utilizan dichos

productos o servicios antes, durante y después de consumirlos y cual es su opinión sobre el tema del consumo responsable.

Los restaurantes de comida rápida aunque estén implementando estrategias para reducir su desperdicio y tener un consumo responsable para poder mejorar la calidad de sus servicios, no es observado por los consumidores, debido a que al realizar la encuesta la mayoría de las respuestas indican que no observan que la mayoría de las organizaciones si se están preocupando por su consumo responsable debido a exceso de contaminación y productos, material y servicios de bajas calidad y de alto contaminante.

Las organizaciones de comida rápida que se preocupan de tener un consumo responsable y lo demuestra y comparte, son una de las más cotizadas y preferidas por los entrevistados debido a la calidad de los servicios, productos y experiencia brindada.

Se le recomienda a las organizaciones de comida rápidas, de implementar un sistema para cuando un consumidor solicite el servicio de comida, pueden especificar que materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) necesitan para poder consumir el servicio debidamente así para reducir el desperdicio innecesario de los materiales.

Otra recomendación que la mayoría de las organizaciones puede realizar es invertir en productos eco amigables y/o productos que se puedan reutilizar de los cuales pueden realizar un cobro adicional con el fin de poder costear dichos productos y así mejorar la calidad de los servicios y experiencia de los consumidores.

Finalmente, es de suma importancia que las organizaciones de comida rápida, siendo una de las que contamina más y es la más cotizada de servicio inviertan en productos más amigables con el ambiente, reducir la cantidad de servicios desperdiciados en las entradas de las comidas ya sea para comer en las instalaciones o para llevar. Además de investigar en nuestros métodos que se pueden utilizar los materiales con el fin de incentivar un consumo responsable.

Referencias bibliográficas

- Consumo Responde. (2020, 27 noviembre). ¿Qué es el consumo responsable? https://www.consumoresponde.es/art%C3%ADculos/que_es_el_consumo_responsable
- ExpokNews. (2021, 3 agosto). Consumo responsable de alimentos: ¿Qué es y cómo lograrlo? <https://www.expoknews.com/consumo-responsable-de-alimentos/>
- PNUD. (s. f.). Objetivo 12: Consumo responsable y producción. El PNUD en Costa Rica. Recuperado 28 de septiembre de 2021, de <https://www.cr.undp.org/content/costarica/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>
- Gasull, P. (2021, 17 junio). ¿Daño al planeta si consumo comida rápida? - Imantia. Descubre. <https://descubre.imantia.com/impacto-comida-rapida-medio-ambiente/#:%7E:text=La%20comida%20r%C3%A1pida%20produce%20un,exclusivamente%20al%20embalaje%20de%20alimentos.>
- González, D., Lecumberri, G., & Gaspar, M. (2020, 7 agosto). Consumidores y marcas en tiempos del Covid-19. Desarrollando Ideas. <https://ideas.llorenteycuenca.com/2020/03/consumidores-y-marcas-en-tiempos-del-covid-19/>
- Tomás, J. A. (2020). ¿Qué es una Pandemia? Definición y fases –. CORONAPEDIA. <https://www.coronapedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/>
- Real Academia Española. (2020). Restaurante. Obtenido de RAE: <https://dle.rae.es/restaurante>
- Center for Young Women's Health. (2020, 27 febrero). Información sobre comida rápida. <https://youngwomenshealth.org/2009/06/16/comida-rapida/>
- González, N. (2021, 24 septiembre). Guía completa para abrir un negocio de comida rápida. Magenta. <https://magentaig.com/elementos-claves-de-exito-en-la-industria-de-comida-rapida/>
- Quiroa, M. (2021, 7 octubre). Mercado. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Parra, A. (2021, 15 octubre). ¿Qué es un cuestionario? QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-cuestionario/>
- Real Academia Española. (2021). Muestra. <https://dle.rae.es/muestra>
- Galán, J. S. (2021, 8 marzo). Estrategia de negocio. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-negocio.html>

Anexos

1. Encuesta

Encuesta dirigida a: individuos de 17 a 28 años de edad, los cuales son consumidores constantes y trabajadores de comida rápida de restaurantes ubicados en el GAM Costa Rica.

Objetivo general del estudio: analizar las posibles estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia dirigida a los restaurantes de comida rápida del GAM durante el 2022.

Tema de la investigación: Estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia dirigida a los restaurantes de comida rápida del GAM durante el 2022.

Encabezado-presentación de la encuesta: El enfoque del proyecto de investigación es conocer es de tipo cuantitativo debido al utilizar preguntas formales y opciones de respuesta para obtener la información necesaria, las cuales tiene como objetivo ayudar con la información obtenida: opiniones, punto de vistas, experiencias, recomendaciones con el fin de poder sacar las mejores estrategias para los restaurantes de comida rápida de poder obtener un consumo responsable para el 2022.

Objetivo específico 1: describir las necesidades del mercado de restaurantes de comida rápida enfocadas a un consumo responsable en la pandemia.

1. ¿Con qué frecuencia solía usted visitar restaurantes de comida rápida previo a la pandemia de la COVID-19?

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- Casi todos los días
- Todos los días

2. ¿Con qué frecuencia suele visitar usted restaurantes de comida rápida hoy?

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- Casi todos los días
- Todos los días

3. ¿En qué medida considera usted la efectividad de los protocolos sanitarios que el Ministerio de Salud ha implementado en los restaurantes de comida rápida?

- Completamente (mucho)
- Aceptable
- Regular
- Poco
- Nada

4. ¿Considera usted que los restaurantes de comida rápida si cumplen debidamente con los protocolos sanitarios?

- Completamente (mucho)
- Aceptable
- Regular
- Poco
- Nada

5. ¿Considera que los restaurantes de comida rápida utilizan empaques amigables con el ambiente?

- Completamente (mucho)
- Aceptable
- Regular
- Poco
- Nada

Objetivo específico 2: Descubrir las expectativas de los restaurantes de comida rápida en el área de estudio que contribuyan al consumo responsable en el corto plazo.

1. ¿Qué materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) cree usted que se desperdician más y no son necesarios que sean puestos por obligación?

- envases,
- pajitas,
- servilletas,
- bolsas
- salsas

- Otras: _____

2. Estaría dispuesto en pagar un monto extra en envases amigables con el ambiente para envíos?

- Sí
- Tal vez
- No

3. ¿Qué opina sobre la calidad de los productos otorgados por los restaurantes de comida rápida?

R/ _____

4. Estaría dispuesto a pagar un monto extra por productos más amigables con el medio ambiente?

- Si
- Tal vez
- No

Objetivo específico 3: sugerir las estrategias de negocios que permitan un consumo responsable frente a la pandemia durante el 2022.

1. ¿Prefiere mejores locales que utilizan productos amigables con el medio ambiente? Justifique su respuesta.

R/ _____

2. ¿Qué recomendaciones le realizaría a los restaurantes de comida rápida para reducir el desperdicio de sus productos?

R/ _____

3. Con los envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros materiales de los cuáles son enviados por los restaurantes de comida rápida utilizan cada uno de ellos cuando ordenan la comida?

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- Casi todo el tiempo
- Todo el tiempo

4. Recomiendo que los restaurantes de comida rápida tienen un método para poder seleccionar qué materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) solicitar para evitar el desperdicio de ellos?

- Muy necesario
- Necesario
- Neutral
- Muy poco dispuesto Muy Dispuesto
- Poco necesario
- Muy poco necesario

Perfil del encuestado

Lugar de residencia:

- San José
- Alajuela
- Cartago
- Heredia

Edad:

- 17-19
- 20-25
- 26-30

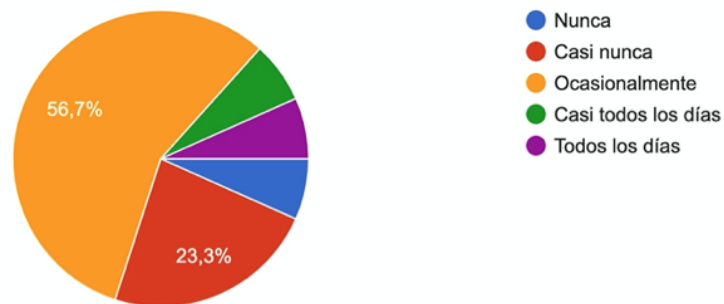
2. Resultados de la encuesta

Gráfico 1

Frecuencia que solían visitar restaurantes de comida rápida previo a la pandemia de la COVID-19.

¿Con qué frecuencia solía usted visitar restaurantes de comida rápida previo a la pandemia de la COVID-19?

50 respuestas



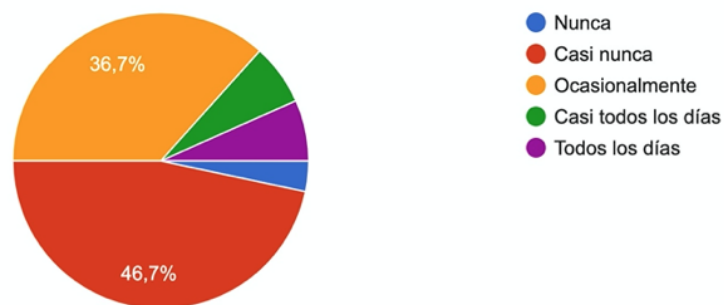
Fuente: Elaboración propia, 2020.

Gráfico 2

Frecuencia que suelen visitar restaurantes de comida rápida hoy en día.

¿Con qué frecuencia suele visitar usted restaurantes de comida rápida hoy en día?

50 respuestas



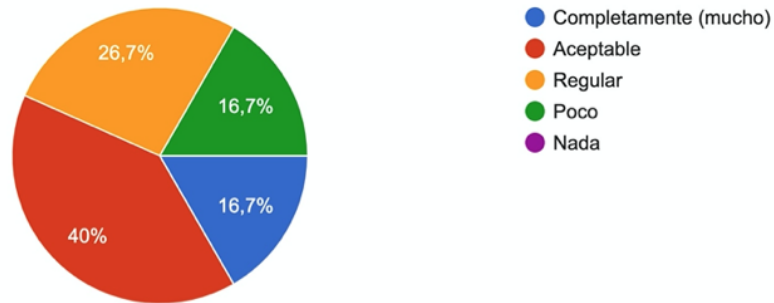
Fuente: Elaboración propia, 2020.

Gráfico 3

Efectividad de los protocolos sanitarios que el Ministerio de Salud implementa en los restaurantes de comida rápida.

¿En qué medida considera usted la efectividad de los protocolos sanitarios que el Ministerio de Salud ha implementado en los restaurantes de comida rápida?

50 respuestas



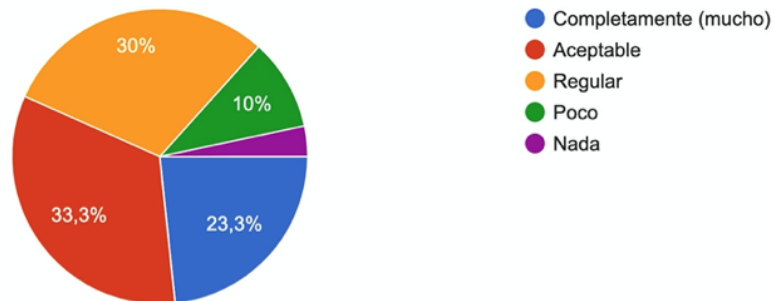
Fuente: Elaboración propia, 2020.

Gráfico 4

Los restaurantes de comida rápida si cumplen debidamente con los protocolos sanitarios.

¿Considera usted que los restaurantes de comida rápida si cumplen debidamente con los protocolos sanitarios?

50 respuestas



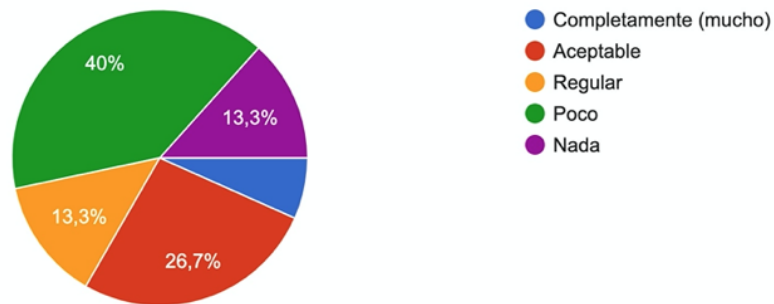
Fuente: Elaboración propia, 2020.

Gráfico 5

Los restaurantes de comida rápida utilizan empaques amigables con el ambiente.

¿Considera que los restaurantes de comida rápida utilizan empaques amigables con el ambiente?

50 respuestas



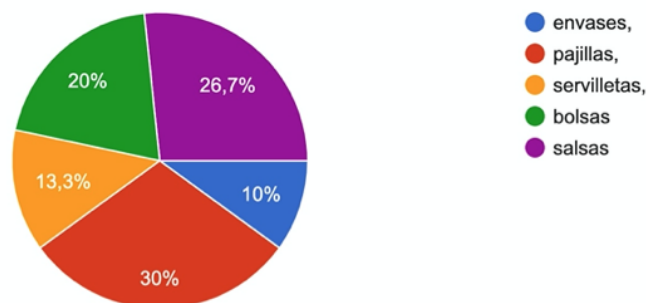
Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 6

Materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) que se desperdician más y no son necesarios que sean puestos por obligación.

¿Qué materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) cree usted que se desperdician más y no son necesarios que sean puestos por obligación?

50 respuestas

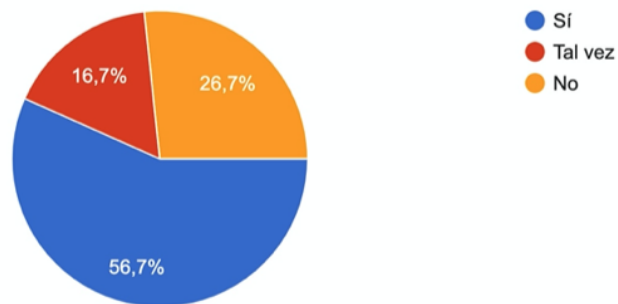


Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 7

Disposición en pagar un monto extra en envases amigables con el ambiente para envíos.

Estaría dispuesto en pagar un monto extra en envases amigables con el ambiente para envíos?
50 respuestas



Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 8

Calidad de los productos otorgados por los restaurantes de comida rápida.

¿Qué opina sobre la calidad de los productos otorgados por los restaurantes de comida rápida?
50 respuestas

Son buenos
Son genéricos, no muy ricos
Terrible y de solo un uso
N
La calidad es muy relativa pero normalmente no es muy buena
Son aceptables.
En calidad son buenos, cumplen con su función.
Buena
Depende del local

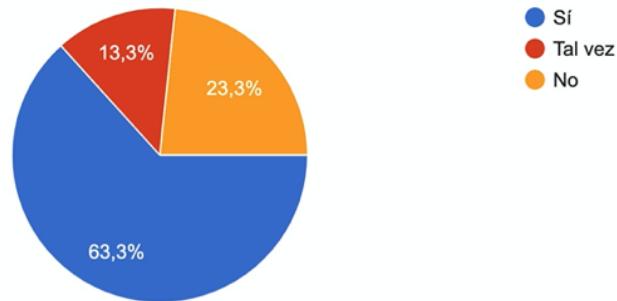
Elaboración propia, 2020

Fuente:

Gráfico 9

Disposición en pagar un monto extra por productos más amigables con el medio ambiente.

Estaría dispuesto a pagar un monto extra por productos más amigables con el medio ambiente?
50 respuestas



Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 10

Son preferibles los restaurantes que utilizan productos amigables con el medio ambiente.

¿Prefiere mejores locales que utilizan productos amigables con el medio ambiente? Justifique su respuesta.

50 respuestas

Sí. Prefiero comprarle a un restaurante nacional que también apoya a otros emprendedores (panaderos, carniceros, agricultores) que a una cadena como McDonalds.
Sí, debido a que se preocupan
Sí, otorga mejor productos
si, mejor servicio
si, hay productos que los puedo reutilizar
Cualquiera de los dos
No, no consumo de restaurantes de comida rápida
Sí, se preocupan de sus desperdicio
Es indiferente voy al que me da el mejor servicio

Fuente:

Elaboración propia, 2020

Gráfico 11

Recomendaciones a los restaurantes de comida rápida para reducir el desperdicio de sus productos.

¿Qué recomendaciones le realizaría a los restaurantes de comida rápida para reducir el desperdicio de sus productos?

50 respuestas

Hacer combos y actualizar el menú
Empaques multiusos
Si
Servir lo recomendable para cada envase, consultar si desea otros utensilios como cubiertos
Encontrar metodos alternativos
Dejen de dar tantas cosas extra
Preguntar a los consumidores si de verdad necesitan ciertos artículos antes de darlos
Utilizar envases amigables para el medio ambiente
Hacer alianza con una app para ofrecer platillos que sobraron del día a menor precio (ejemplo apps YWaste, food for all, etc)

Fuente:

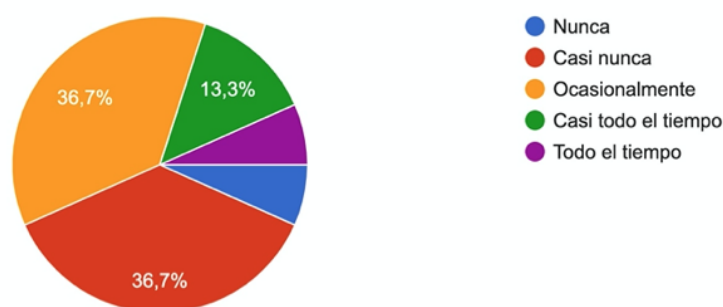
Elaboración propia, 2020

Gráfico 12

Con los envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros materiales de los cuáles son enviados por los restaurantes de comida rápida son utilizados.

Con los envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros materiales de los cuáles son enviados por los restaurantes de comida rápida utilizan cada uno de ellos cuando ordenan la comida?

50 respuestas

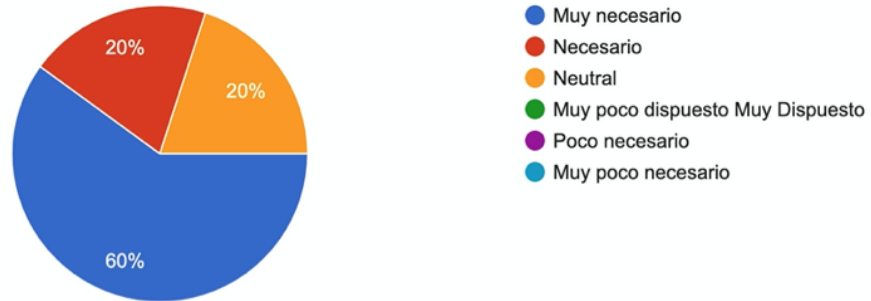


Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 13

Los restaurantes de comida rápida deben de tener un método para poder seleccionar qué materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y entre otros) solicitar para evitar el desperdicio.

Recomiendo que los restaurantes de comida rápida tienen un método para poder seleccionar qué materiales (envases, pajitas, servilletas, bolsas y en...otros) solicitar para evitar el desperdicio de ellos?
50 respuestas

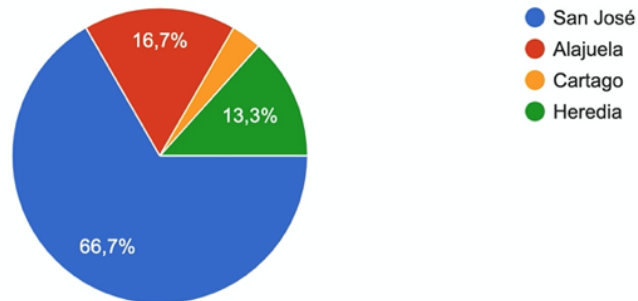


Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 14

Residencia

Lugar de residencia
50 respuestas

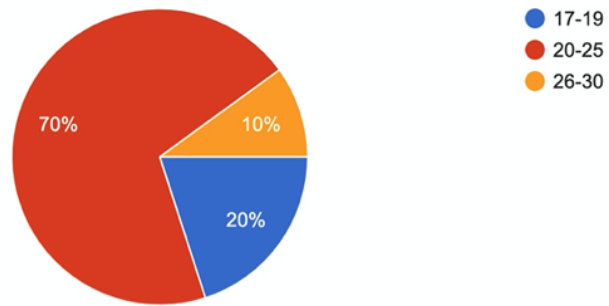


Fuente: Elaboración propia, 2020

Gráfico 15

Edad

Edad
50 respuestas



Fuente: Elaboración propia, 202