



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**EFFECTOS DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN LAS
MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORES DE PRENDAS DE
VESTIR, QUE SE LOCALIZAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, DURANTE EL AÑO 2020**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JHON JEREMÍAS PUCUNA GUAMÁN

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**EFFECTOS DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN LAS
MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORES DE PRENDAS DE
VESTIR, QUE SE LOCALIZAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, DURANTE EL AÑO 2020**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: JHON JEREMÍAS PUCUNA GUAMÁN

DIRECTOR: Abg. ROBERTO FABIÁN SÁNCHEZ CHÁVEZ

Riobamba – Ecuador

2022

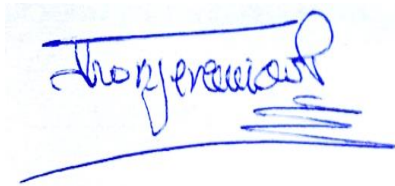
©2022, Jhon Jeremías Pucuna Guamán

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, JHON JEREMÍAS PUCUNA GUAMÁN, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 10 de noviembre de 2022



Jhon Jeremías Pucuna Guamán

0605772888

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **EFFECTOS DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORES DE PRENDAS DE VESTIR QUE SE LOCALIZAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, DURANTE EL AÑO 2020.**, realizado por el señor: **JHON JEREMÍAS PUCUNA GUAMÁN**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Jazmín Isabel García Guerra PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-11-10
Abg. Roberto Fabián Sánchez Chávez DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 AJO DE _____ 2022.	2022-11-10
Lcdo. Iván Giovanni Bonifaz Arias MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-11-10

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico, en primer lugar, a Dios, el Ser más importante de mi vida. Luego a mi padre Luis Pucuna, quien siempre ha estado junto a mí, apoyándome e inculcándome la idea de que la educación es el medio para alcanzar mis sueños. También a mi madre, Juana Guamán, mujer fuerte, valiente y trabajadora, quien infundió en mí, con sus palabras y sobre todo con su ejemplo, valores para ser la persona que soy hoy. Finalmente, a mis hermanas Jessica y Jhoselyn, quienes han estado permanentemente apoyándome en mi camino.

Jhon

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principal va a Dios por haberme regalado la vida, los sueños y la voluntad para poder alcanzarlos. Agradezco también a mis padres, Luis Pucuna y Juana Guamán, por apoyarme sin condiciones, tanto moral como económicamente. Por ese apoyo, he podido terminar hoy mis estudios universitarios sin dificultades. Sus sabios y oportunos consejos, sus cuidados y sus desvelos, me enseñaron un camino a seguir hacia el éxito. Además, a mis hermanas, Jessica y Jhoselyn, quienes con su amor fraterno hicieron más fácil el caminar por ese camino. Por fin, quiero agradecer profundamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por abrirme sus puertas y formarme profesionalmente.

Jhon

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	v
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vi
RESUMEN.....	vii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	3
1.1. Antecedentes de la investigación	3
<i>1.1.1. Los inicios de la pandemia</i>	<i>3</i>
<i>1.1.2. Antecedentes</i>	<i>4</i>
1.2. Marco teórico	10
<i>1.2.1. Efectos de la pandemia del COVID-19 a nivel mundial</i>	<i>11</i>
<i>1.2.1.1. Efectos globales de la pandemia.</i>	<i>12</i>
<i>1.2.1.2. La economía mundial en tiempos de COVID-19.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2. Efectos para América Latina y el Caribe</i>	<i>15</i>
<i>1.2.2.1. Efectos económicos.....</i>	<i>16</i>
<i>1.2.2.2. Efectos en el comercio internacional.</i>	<i>17</i>
<i>1.2.2.3. Efectos sociales.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.3. Efectos de la COVID-19 para Ecuador</i>	<i>18</i>
<i>1.2.3.1. Efectos a nivel de país.</i>	<i>18</i>
<i>1.2.4. Sitio donde se realizó el Trabajo de Integración Curricular.....</i>	<i>28</i>
<i>1.2.5. CIU de las actividades económicas.....</i>	<i>29</i>
1.3. Marco conceptual	29

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO	31
2.1. Enfoque de la investigación.....	31
2.2. Nivel de investigación	31
2.3. Diseño de investigación	31
2.4. Tipo de investigación	32
2.5. Población y planificación	32

2.6.	Métodos y técnicas de investigación.....	33
-------------	---	-----------

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	34
3.1.	Resultados.....	34
3.1.1.	<i>Análisis e interpretación de resultados</i>	<i>34</i>
3.2.	Discusión de resultados	51
3.2.1.	<i>Efectos de la COVID-19 para la ciudad de Riobamba.....</i>	<i>51</i>
3.2.2.	<i>Impactos de la COVID-19 sobre las microempresas comercializadoras de prendas de vestir</i>	<i>52</i>
3.2.2.1.	<i>Las comercializadoras de prendas de vestir: características generales.</i>	<i>52</i>
3.3.	Estrategias	62
3.4.	Propuesta.....	63
3.4.1.	<i>Análisis FODA de las microempresas comerciales de prendas de vestir luego del primer año de pandemia de la COVID-19</i>	<i>63</i>
3.4.1.1.	<i>Fortalezas.</i>	<i>63</i>
3.4.1.2.	<i>Debilidades.....</i>	<i>63</i>
3.4.1.3.	<i>Oportunidades.</i>	<i>64</i>
3.4.1.4.	<i>Amenazas</i>	<i>64</i>
	CONCLUSIONES.....	67
	RECOMENDACIONES.....	72
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	COVID-19: Contagios y decesos mundiales desagregados por regiones (cifras en número de personas y porcentajes, actualizados al 20 de agosto de 2021)	13
Tabla 1-2:	Número de patentes, registradas a julio de 2021, cuya actividad económica corresponde a G4771	32
Tabla 1-3:	Constitución del negocio	34
Tabla 2-3:	Identificación del negocio	35
Tabla 3-3:	Patente municipal	36
Tabla 4-3:	Actividades comerciales del negocio	37
Tabla 5-3:	Género de la persona que atiende el negocio	38
Tabla 6-3:	Relación de la persona que atiende con el establecimiento	39
Tabla 7-3:	Evaluación económica del negocio antes del COVID-19	40
Tabla 8-3:	Evaluación económica del negocio en el COVID-19	41
Tabla 9-3:	Medidas adoptadas por el negocio a causa del COVID-19	42
Tabla 10-3:	Nivel de afectación para el negocio a consecuencia del COVID-19	43
Tabla 11-3:	El COVID-19 causó problemas para proveerse de mercadería	44
Tabla 12-3:	Previsiones económicas para los próximos 3 meses	47
Tabla 13-3:	Estimación del tiempo para retornar a la normalidad	48
Tabla 14-3:	Posibilidad del cierre del negocio a futuro	50
Tabla 15-3:	FODA estratégico	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Constitución del negocio	35
Gráfico 2-3:	Identificación del negocio	35
Gráfico 3-3:	Patente municipal	36
Gráfico 4-3:	Actividades comerciales del negocio	37
Gráfico 5-3:	Género de la persona que atiende el negocio	38
Gráfico 6-3:	Relación de la persona que atiende con el establecimiento.....	39
Gráfico 7-3:	Evaluación económica del negocio antes del COVID-19	40
Gráfico 8-3:	Evaluación económica del negocio en el COVID-19.....	41
Gráfico 9-3:	Medidas adoptadas por el negocio a causa del COVID-19	42
Gráfico 10-3:	Nivel de afectación para el negocio a consecuencia del COVID-19.....	43
Gráfico 11-3:	Principales afectaciones al negocio a causa del COVID-19.....	44
Gráfico 12-3:	El COVID-19 causó problemas para proveerse de mercadería.....	44
Gráfico 13-3:	Medidas tomadas por el negocio ante la crisis provocada por el COVID-19 ...	45
Gráfico 14-3:	Ayuda institucional al negocio ante la crisis causada por el COVID-19	45
Gráfico 15-3:	Medidas que deberían adoptar las instituciones para ayudar a los negocios a superar la crisis del COVID-19	46
Gráfico 16-3:	Previsiones económicas para los próximos 3 meses	47
Gráfico 17-3:	Estimación del tiempo para retornar a la normalidad.....	48
Gráfico 18-3:	Debido al COVID-19, qué riesgos podría soportar su negocio	49
Gráfico 19-3:	Estrategias de marketing aplicables para los próximos 6 meses	49
Gráfico 20-3:	Posibilidad del cierre del negocio a futuro	50

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FICHA DE LA ENCUESTA

RESUMEN

El objetivo de este proyecto de investigación fue investigar los efectos de la pandemia del COVID-19 sobre estos negocios en los meses más difíciles en los que atacó esta enfermedad. Sin duda, el coronavirus no solo causó sufrimiento y muerte entre la población, sino también tuvo efectos devastadores en el plano económico y social. Por lo tanto, la metodología de investigación que se implementó se basó: en un enfoque cualitativo-cuantitativo, explorativo y descriptivo, a fin de Identificar y describir las características de los efectos de la pandemia en los diferentes comercios del país. Efectivamente, en el estudio se comprobó que las microempresas comercializadoras de prendas de vestir tuvieron que cerrar sus puertas y esto les causó graves problemas de liquidez, que les condujo a reprogramar pagos, despedir empleados e intentar poner en acción estrategias de marketing y publicidad que les permitiera atraer clientes. Como muchos comercios, estas microempresas vieron un camino de salvación en el comercio electrónico. Sin embargo, el migrar a ese tipo de comercio no es un paso inmediato y requiere conocimientos e inversión. En todo caso y como una estrategia para reactivar este tipo de negocios se sugiere esta alternativa; además, porque a través de la virtualidad se pueden alcanzar mayores mercados y las tiendas no se cierran. El enfoque investigativo de este proyecto de investigación fue mixto, pues se recolectaron y analizaron datos de tipo cuantitativo como cualitativo. En el mismo se plantearon dos niveles de investigación: explicativo y correlacional.

Palabras clave: <PROCESOS ADMINISTRATIVOS>, <COVID-19>, <MIPYMES>, <ESTRATEGIA>, <COMERCIO ELECTRÓNICO>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



ABSTRACT

This research project aimed to investigate the effects of the COVID-19 pandemic on businesses in the most difficult months in which this disease struck. Undoubtedly, the coronavirus caused suffering and death among the population and had devastating economic and social effects. Therefore, the research methodology implemented was based on a qualitative-quantitative, exploratory, and descriptive approach to identify and describe the characteristics of the pandemic's effects on the country's different businesses. Indeed, the study found that the micro-companies selling clothing had to close their doors, which caused them serious liquidity problems, which led them to reschedule payments, lay off employees and try to implement marketing and advertising strategies that would attract customers. Like many businesses, these micro-enterprises saw an alternative solution in electronic commerce. However, migrating to that type of trade is a process that requires knowledge and investment. In any case, and as a strategy to reactivate this type of business, this alternative is suggested; In addition, through virtuality, it is possible to reach larger markets, and the stores do not close. The investigative approach of this research project was mixed since quantitative and qualitative data were collected and analyzed. In it, two levels of research were proposed: explanatory and correlational.

Keywords: <ADMINISTRATIVE PROCEDURES>, <COVID-19>, <MIPYMES>, <STRATEGY>, <ELECTRONIC COMMERCE>, <RIOBAMBA (CANTON)>.



Lic. Mónica Logroño B.
060274953-3

INTRODUCCIÓN

El título del presente proyecto de investigación se denomina “Efectos de la pandemia del COVID-19 en las microempresas comercializadoras de prendas de vestir que se localizan en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, durante el año 2020”.

Este estudio se planteó como objetivo investigar los efectos de la pandemia del COVID-19 sobre las microempresas comercializadoras de prendas de vestir localizadas en el centro de la ciudad de Riobamba, con el fin de conocer el grado de afectación que esta enfermedad, que llegó a Ecuador en marzo de 2020, habría causado a este sector socioeconómico y desde ese punto propender ciertas estrategias que pudieran ayudarle a su reactivación y progreso.

Para el desarrollo de la investigación fue necesaria la recopilación de la información proporcionada por entidades como la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Central de Ecuador, el INEN, el GADM de Riobamba, entre otros organismos. Así también la revisión de artículos académicos y publicaciones de periódico que se escribieron con respecto a la catástrofe que significó la crisis del coronavirus (COVID-19). Sin embargo, la información directamente relacionada con las microempresas comercializadoras de prendas de vestir se la obtuvo a partir de una encuesta que se practicó entre ellas.

El enfoque investigativo que se propuso en este estudio fue de carácter mixto, pues se recolectaron y analizaron datos tanto cuantitativos como cualitativos. La información cuantitativa se fundamentó en la recolección de datos tomados directamente desde los involucrados en este estudio, es decir, desde las microempresas comercializadoras de prendas de vestir que se localizan en el centro de Riobamba. Por su parte, los datos cualitativos se recogieron a partir de la observación directa a cada uno de los locales y entrevistas a los propietarios/administradores como a sus empleados.

La recopilación de la información se volvió un tanto compleja debido a la poca colaboración que mostraron algunos actores para proporcionar la información requerida. Sin embargo, a pesar de esa limitante, sí fue posible lograr una visión general de la problemática causada por la enfermedad del COVID-19 en dichos negocios.

Con el análisis de la información se pudo determinar que las medidas de confinamiento impuestas por el gobierno central con el propósito de frenar el avance de la enfermedad condujeron a estos negocios de venta de prendas de vestir al cierre temporal –y posiblemente para otros, al cierre total– de sus actividades comerciales. Esto necesariamente causó un problema de liquidez para la empresa y para la familia dependiente del negocio.

Con la apertura condicionada al público, en junio de 2020, estas microempresas debieron enfrentar una nueva realidad: la ausencia de demanda. Con esto, se mantiene el problema de liquidez, pero empieza el periodo de inventar formas para atraer al cliente. Para el momento en que se efectúa este estudio, esa es la situación, pues el COVID-19 aún está presente.

El proyecto de investigación está dividido en tres capítulos. En el primero se hace una retrospectiva histórica de los sucesos acaecidos desde el apareamiento del coronavirus (COVID-19) en el mundo y de los sucesos que se dieron en el país al momento de su arribo. También se hace la revisión de literatura concerniente a la temática. En este aspecto, hay que tomar en cuenta que al ser el COVID-19 un fenómeno actual, los estudios hallados corresponden principalmente a organismos internacionales e instituciones públicas del Ecuador.

El segundo capítulo corresponde al marco metodológico propuesto para este proyecto de integración curricular. El tercer capítulo, por su parte, corresponde a la presentación de los resultados hallados. El primer impacto de la enfermedad del COVID-19 obviamente se da en la salud, luego y como consecuencia de las acciones para frenar ese impacto se afectan sectores como el económico, el social y posiblemente el ambiental.

En ese capítulo se va revisando los impactos del COVID desde el nivel mundial hasta el nivel local. Luego, se presentan lo hallado en el estudio de campo y se contrasta con lo anterior. A partir de aquello se construye un FODA desde la situación de las microempresas comercializadoras de ropa y se proponen estrategias que pudieran ayudarles a superar la crisis. Finalmente, se proponer las conclusiones al trabajo de investigación y se hacen recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. *Los inicios de la pandemia*

El 31 de diciembre de 2019, autoridades sanitarias de China notificaban a la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre un brote de neumonía de origen desconocido en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei. Este aviso sería el hito inicial de las respuestas de política pública ante el nuevo brote de enfermedad.

El 7 de enero de 2020, la OMS informaría que se había identificado un nuevo coronavirus del grupo 2B, de la misma familia del SARS, al que le denominarían SARS-Cov-2 o comúnmente llamado COVID-19. Ante la expansión de la enfermedad, el 30 de enero de 2020, la OMS declarararía una Emergencia de Salud Pública de Importancia Internacional (ESPII).

En febrero de 2020, el Ministerio de Salud Pública (MSP) del Ecuador activaría las primeras acciones para la contención del COVID-19. Para finales de mes, el MSP confirmaría el primer caso positivo en el país e iniciaría la elaboración de informes y directrices de variado orden y nivel técnico “para el tratamiento médico de los casos, la vigilancia epidemiológica, el fortalecimiento de la capacidad de diagnóstico, las políticas de protección del personal de salud y la comunicación de riesgo a la comunidad.” (Ecuador, Secretaría Técnica de Planificación, 2020, p. 11).

El 11 de marzo de 2020, la OMS declarararía al COVID-19 como pandemia de nivel global y llamaría a los países a activar y ampliar los mecanismos de respuesta. Ese mismo día, el MSP expediría un acuerdo ministerial en donde se declaraba el Estado de Emergencia Sanitaria Nacional en el Sistema Nacional de Salud (SNS) del Ecuador para prevenir un posible contagio masivo entre la población.

El 16 de marzo de 2020, el presidente Lenin Moreno Garcés emitiría un decreto ejecutivo declarando el Estado de Excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional con el objetivo de controlar la situación de emergencia sanitaria y garantizar los derechos de las personas ante la inminente presencia del COVID-19 en el país. Tales medidas decretadas imponían una cuarentena comunitaria obligatoria a nivel nacional para prevenir la generación de nuevos contagios en el desarrollo de actividades normales.

La cuarentena comunitaria originaría en el país lo que se denominó la “nueva normalidad”. En esta, toda persona y empresa debían someterse a protocolos de bioseguridad para minimizar los

riesgos de contagio. Se imponían toques de queda de hasta 15 horas. Se establecían cronogramas especiales de circulación vehicular. Se obligaban a los locales comerciales a atender en horarios limitados de atención y con aforos del 50% de capacidad. Se aconsejaba al comercio migrar hacia formas de comercialización virtual. Esta nueva normalidad implicaría, para todos los ecuatorianos, un momento de adaptaciones y obstáculos que habían surgido producto de la pandemia.

Todas estas medidas frenarían abruptamente la mayoría de actividades económicas del Ecuador causando la peor crisis económica que ha tenido lugar en el país. De hecho, casi inmediatamente de que la enfermedad alcanzó el Ecuador, los sectores productivo y comercial empezarían a sentir problemas de falta de liquidez, que provocaría que micro y pequeñas empresas comiencen a quebrar y que las medianas y grandes empiecen a tambalear.

Esas medidas provocarían, asimismo, la disminución del trabajo adecuado, que caería desde el 38,8%, en diciembre de 2019, al 30,8% un año después, según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Esta abrupta caída se debería a causa de miles de despidos, reducción de la jornada laboral y reajustes salariales que fueron aplicados a muchos empleados a lo largo del año.

Por otra parte, en el año de pandemia también se invertiría la situación para el subempleo ya que pasaría del 17,8%, en el 2019, al 22,7% en el 2020. Además, el desempleo, a nivel nacional alcanzaría el 5,0% de la Población Económicamente Activa (PEA) comparado con el 3,8% a diciembre del año 2019.

Ha pasado más de un año de esos acontecimientos que se fueron suscitando por el apareamiento del COV-19. El mundo, Latinoamérica y, particularmente, el Ecuador aún sufren las consecuencias de la pandemia. En los países industrializados se han desarrollado vacunas a fin de inmunizar a la población mundial, sin embargo, esta tarea aún está en proceso.

En Ecuador, las cosas no han variado del todo. Las consecuencias del cierre de muchas empresas y negocios continúan afectando los índices macro y microeconómicos. Se mantiene alto el desempleo y el subempleo, el crecimiento económico es negativo, los índices de producción y consumo son bajos, etc. Sin duda, el país se encuentra en un estancamiento económico sin precedentes.

1.1.2. Antecedentes

El fenómeno de la pandemia del COVID-19 es un hecho reciente y que tomó desapercibido a toda la humanidad. Este causó una crisis sanitaria, social y económica sin precedentes en el último siglo y el surgimiento de nuevas conductas como respuesta a las diferentes medidas que los gobiernos han implementado para frenar su propagación.

Con cerca de un año y medio de declarada la pandemia se sigue configurando la “nueva normalidad”, que no es sino aprender nuevas formas de convivencia, que seguramente se volverán permanentes, ante la posibilidad latente de contagio de una enfermedad con altos niveles de transmisibilidad y letalidad.

¿Qué efectos ha tenido esta pandemia de la COVID-19? En términos generales: conflictivos para unas regiones y países y catastróficos para otros. América Latina y el Caribe, particularmente, han debido enfrentar la pandemia desde una posición más débil que la del resto del mundo. Antes del COVID-19 se preveía que la región crecería un máximo del 1,3% en 2020. No obstante, a causa de la pandemia esa previsión ha cambiado a una contracción del orden del 4% o más. El impacto final dependerá siempre de las medidas que se tomen a nivel nacional, regional y mundial.

Concretamente para el Ecuador, los efectos de la pandemia han sido dramáticos. Expertos prevén una contracción de su economía de hasta dos dígitos, lo que supondría un escenario conflictivo en lo político, social y ambiental. Altas tasas de desempleo, subempleo, pobreza y pobreza extrema son presumibles. Inestabilidad política, conflictividad social y mayor degradación ambiental se presentan como realidades para el futuro. Cientos de mipymes en crisis y muchas en quiebra es algo que deba esperarse.

Estudios específicos acerca de los efectos de la pandemia sobre ciertos sectores de la economía del país aún son limitados. Lo que se presenta hasta el momento son investigaciones hechas desde organismos internacionales con información dada por los gobiernos de cada país.

Se tiene, por ejemplo, la serie Informe Especial COVID-19 elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la evolución y los efectos de la pandemia del COVID-19 en América Latina y el Caribe. Sus análisis económicos y sociales se van actualizando a medida que surge información relevante en relación con la enfermedad. El primer número fue publicado el 3 de abril de 2020, a pocos meses de iniciada la pandemia, con el título “América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales”. El último, del 8 de julio de 2021, con el título “La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe”. Particularmente, son importantes para la temática de este estudio los números desde el primero hasta el quinto. A continuación, se revisarán someramente estos informes.

- Nombre del trabajo: América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales
- Autores: CEPAL
- Fecha de publicación: 3 de abril de 2020

Síntesis: En esta primera publicación se presenta una panorámica de los primeros efectos de la pandemia a nivel mundial, particularmente en relación con América Latina y el Caribe. El informe centra su análisis en los impactos del COVID-19 en sectores como el social, la economía de los países, el comercio nacional e internacional. Termina haciendo una serie de recomendaciones en cuanto a políticas socioeconómicas a fin de establecer, tras la pandemia, nuevas estrategias de geopolítica mundial para establecer acciones que conduzcan a un modelo de desarrollo sostenible e inclusivo.

- Nombre del trabajo: Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación
- Autores: CEPAL
- Fecha de publicación: 21 de abril de 2020

Síntesis: En esta segunda publicación se hace una valoración de los efectos económicos de la pandemia en el corto y mediano plazo. En el corto plazo (año 2020) se establecen estimaciones de la dinámica de la producción, empleo, pobreza y distribución del ingreso en las subregiones de América Latina y el Caribe y sus economías. También, se hace un detalle de las principales medidas de política macroeconómica que los países debieran aplicar para enfrentar los efectos de la pandemia.

- Nombre del trabajo: El desafío social en tiempos del COVID-19
- Autores: CEPAL
- Fecha de publicación: 12 de mayo de 2020

Síntesis: En este tercer informe, se presenta una panorámica con respecto a las incidencias del COVID-19 sobre el crecimiento económico y el desarrollo social. Especialmente centra su análisis en cómo la pandemia va incidiendo sobre los índices de pobreza y pobreza extrema, con altas tasas de desigualdad y vulnerabilidad, en las que se observan un debilitamiento de la cohesión social y manifestaciones de descontento popular.

- Nombre del trabajo: Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación
- Autores: CEPAL
- Fecha de publicación: 2 de julio de 2020

Síntesis: En este cuarto informe, se hace un análisis de cómo la enfermedad del COVID-19 afecta a las empresas (grandes, medianas, pequeñas y micro) en América y el Caribe. Establece, por ejemplo, que en esta región existe una alta heterogeneidad entre los sectores y entre las empresas, esto es pocas actividades de producción y procesamiento de recursos naturales, algunos servicios de alta intensidad de capital, como electricidad, telecomunicaciones y bancos, y pocas grandes empresas con altos niveles de valor agregado por trabajador. Las restantes empresas poseen

niveles muy bajos de productividad, lo que les determina como más vulnerables ante situaciones como la pandemia.

Sin embargo, son justamente en estas restantes empresas (principalmente, pequeñas y microempresas) en donde se concentra la producción, la mano de obra y el empleo. Por esta razón, son también las empresas donde más afectación de la pandemia existe.

Esto se amplía debido a la falta de incentivos dados por parte de las instituciones estatales para el desarrollo de actividades de mayor valor agregado, llegando incluso a proponer factores que lo dificultan. Asimismo, debido al poco desarrollo tecnológico que lleve a las empresas, especialmente mypimes, al mejoramiento de procesos de producción y comercialización. Finalmente, debido a la alta informalidad prevaleciente en este sector.

- Nombre del trabajo: Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVID-19 para una reactivación con igualdad: nuevas proyecciones
- Autores: CEPAL
- Fecha de publicación: 15 de julio de 2020

Síntesis: En esta quinta entrega, la CEPAL nuevamente hace una panorámica de los efectos de la pandemia, detallando que las consecuencias sobre la economía y el desarrollo social aún son más críticas de lo que se pensaba inicialmente, lo que determinaría una lenta e incierta recuperación en esos sectores. El colapso del comercio, a nivel mundial, regional y nacional, debido a la enfermedad del COVID-19, repercutiría profundamente en los mercados financieros reduciendo el nivel de inversiones y el flujo de capital. Los mayores impactos obviamente se presentarían en economías emergentes, especialmente, las de los países pobres.

Al final, conmina a los gobiernos de los países a que adopten medidas de estímulo fiscal para impulsar la reactivación de la actividad económica, la inversión y la creación de empleo de calidad ante el levantamiento gradual de las medidas de confinamiento. Dicha reactivación debe favorecer principalmente a los sectores más golpeados por la pandemia y que, además, han sido tradicionalmente relegados del desarrollo.

- Nombre del trabajo: La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe. Crecimiento con persistentes problemas estructurales: desigualdad, pobreza, poca inversión y baja productividad
- Autores: CEPAL
- Fecha de publicación: 8 de julio de 2021

Síntesis: Este undécimo informe analiza el comportamiento de los principales indicadores económicos y sociales de América Latina y el Caribe y se presenta nuevas proyecciones

económicas para los países, a más de un año de la aparición de la pandemia de COVID-19. Asimismo, se formulan propuestas de política para lograr una recuperación basada en la construcción de un nuevo estilo de desarrollo.

Otras publicaciones de la CEPAL que ayudaron al entendimiento de los efectos de la COVID-19 sobre el crecimiento económico y el desarrollo humano son las de la serie Informes COVID-19, especialmente la denominada “Efectos de las cuarentenas y restricciones de actividad relacionadas con el COVID-19 en las ciudades de América Latina”, publicada en julio de 2020.

Asimismo, una publicación de Fernando Filgueira y otros autores, editada por la CEPAL en 2020, titulada América Latina ante la crisis del COVID-19. Vulnerabilidad socioeconómica y respuesta social, perteneciente a la serie Políticas Sociales. Este documento presenta un diagnóstico acerca de la realidad de América Latina en tiempos de pandemia, así como algunas propuestas de cómo enfrentar esta etapa de mejor manera y sentar, al mismo tiempo, las bases de un modelo de protección universal básico para la nueva normalidad.

Una aproximación más cercana a la temática de estudio la constituye el libro de Marco Dini y Georgina Núñez (2020), Elementos para la innovación de las políticas dirigidas a las mipymes y para la defensa de la competencia a la luz de los desafíos impuestos por la pandemia y la recuperación económica.

En el libro mencionado, los autores hacen un recuento de las consecuencias del COVID-19 sobre las empresas, especialmente a las mipymes. Los autores sugieren que las instituciones gubernamentales, encargadas del diseño y la implementación de políticas, apunten a estimular su reactivación y desarrollo.

En el mismo sentido, el libro de Marco Dini y Giovanni Stumpo (2020), MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Este libro se publicó en el marco del proyecto EUROMIPYME, fruto de la cooperación entre la CEPAL y la Unión Europea.

En este texto se hace un profundo análisis del desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas de la región y su evolución, como consecuencia de la implementación de políticas institucionales de apoyo hacia ellas en los últimos 15 años. Cabe mencionar que esta obra, a pesar de ser publicada en 2020, no involucra en su análisis el impacto del COVID sobre las mipymes.

En el mismo sentido, publicaciones hechas por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y del Centro de Comercio Internacional también fueron importantes.

Para el caso ecuatoriano, se revisaron principalmente tres informes elaborados por el Centro de Desarrollo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), bajo el

auspicio del gobierno del Ecuador y la Unión Europea, dentro del marco de la Facilidad Regional de la Unión Europea para el Desarrollo en Transición para América Latina y el Caribe, a fin de identificar las principales barreras a un desarrollo inclusivo y sostenible.

En el primer informe, titulado Impacto financiero del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas se hace un análisis de los principales impactos sociales que el COVID-19 está teniendo en el Ecuador. El estudio se orienta más allá de la crisis sanitaria y de salud que es el impacto inmediato que produce la presencia de la pandemia.

Además, se hace una síntesis de las principales medidas que se han adoptado en el país para mitigar estos impactos, reflexionando sobre las principales lecciones que deja la crisis del COVID-19 y que deberían orientar las prioridades de política pública en el mediano y largo plazo.

En el segundo informe, titulado Impacto macroeconómico del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas se analiza la repercusión macroeconómica causada por la pandemia. En primer lugar, se estudian los principales canales de transmisión, analizando en qué medida la estructura económica del país representa una debilidad para afrontar el golpe del COVID-19 y su recuperación.

En segundo lugar, se resumen las respuestas de política pública impulsadas por el Gobierno de Ecuador así como algunas líneas de acción de mediano y largo plazo que deberían formar parte de la agenda de reformas para aumentar la productividad de la economía y el crecimiento inclusivo.

El tercer informe se titula Impacto financiero del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas. En este se analiza la capacidad y las opciones que tiene el Ecuador para financiar la respuesta a la crisis de una manera efectiva y sostenible, así como para desarrollar una estructura de financiamiento del desarrollo más estable.

Este análisis se organiza en tres secciones. En la primera, se presentan las necesidades de financiamiento que está generando la crisis. En la segunda, se estudian las diferentes medidas y opciones que se están adoptando y se podrían adoptar en el contexto inmediato para financiar la respuesta a la crisis y superar las presiones de liquidez a las que se puede enfrentar el país. En la última, se plantean algunas reflexiones sobre un modelo de financiación del desarrollo más sostenible para el futuro.

Se deben mencionar también como antecedentes de esta investigación informes del gobierno de Ecuador, como el de la Secretaria Técnica de Planificación “Planifica Ecuador”, titulada Evaluación Socioeconómica, PDNA Covid-19.

Esta publicación es una evaluación del impacto de la pandemia del COVID-19 sobre los principales sectores productivos y del comercio del país, aplicando la metodología de “Evaluación de Necesidades Post Desastre” (PDNA, por sus siglas en inglés).

En la evaluación que se hace, se reconoce el severo impacto humano que la pandemia ha tenido sobre el país, impacto que está relacionado con la forma en que se enfrentó el virus y su contagio y que provocaron el cierre total o parcial de las actividades económicas, afectando el funcionamiento de la economía y la vida diaria de los ecuatorianos.

El informe concluye que las mayores afectaciones se dieron en los sectores de comercio, industria, turismo, transporte y salud. Que entre los impactos más preocupantes se encuentra la pérdida de empleo e ingresos de los hogares, situación que reduce la capacidad de compra e incide en la seguridad alimentaria. Esto podría incrementar el número de familias en situación de pobreza y pobreza extrema, generando más vulnerabilidad y desigualdad.

Este informe también presenta orientaciones acerca de las acciones inmediatas que el gobierno nacional, los gobiernos autónomos descentralizados y todas las Funciones del Estado, así como el sector privado y la sociedad civil, deben aplicar para contener la caída económica y proteger a la población más vulnerable.

Se revisaron, asimismo, otros informes del gobierno nacional, como el del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, que periódicamente ha ido publicando cuestiones referentes al impacto de la pandemia sobre los sectores económicos del país y las perspectivas futuras por el mismo. Igualmente, algunos informes de las principales universidades del país en relación con el impacto económico de la COVID-19 en las empresas ecuatorianas. En el mismo sentido, los informes estadísticos que el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) va publicando periódicamente.

Por fin, ciertos artículos referentes a la temática de la pandemia como el de Alberto Acosta (2020) “El coronavirus en los tiempos del Ecuador”, publicado en algunas revistas electrónicas del país y en donde hace un análisis de los efectos del coronavirus en los campos de salud, política y económica.

1.2. Marco teórico

En 2020, la pandemia del COVID-19 fue una crisis mundial sin precedentes que afectó a la salud y el bienestar socioeconómico de las personas en todo el mundo. Se trató principalmente de una crisis sanitaria, la misma que intentó ser controlada por los diferentes gobiernos con medidas que frenasen su propagación. Sin embargo, la pandemia también dio lugar a una desaceleración económica mundial que afectó al comercio, la inversión, el crecimiento y el empleo. Esta sección presentará los efectos de la pandemia a nivel mundial, a nivel de los países de América Latina y

el Caribe y a nivel de Ecuador, en relación siempre a la crisis sanitaria y a la afectación social y económica que produjo.

1.2.1. Efectos de la pandemia del COVID-19 a nivel mundial

Desde mediados del siglo XX, aproximadamente, el mundo se halla en la era de la *globalización*. Aunque no existe una definición clara de este fenómeno mundial, es evidente que el planeta se halla globalizado en lo social, lo político, lo económico, lo cultural y lo ambiental. Claudia Silva, profesora de la FLACSO Argentina, en su artículo titulado “Globalización: Dimensiones y Políticas Públicas” considera a la globalización como un proceso caracterizado por “la creciente gravitación de los procesos financieros, económicos, ambientales, políticos, sociales y culturales de [carácter] mundial en [aquellos] de carácter nacional o regional.” (CEPAL, 2002, p. 17).

Esta gravitación creciente se da gracias a los flujos internacionales de bienes, servicios y capitales, así como de personas y tecnología. A causa de la globalización, los países desarrollan una relación de dependencia respecto al resto del mundo: “lo que ocurre en el exterior importa, ya que el resto del globo tiene muchas formas de incidir en las actividades de un país y de sus ciudadanos.” (Corzo, 2020, p. 21).

De esta manera, el mundo, en los últimos años, ha estado viviendo el apogeo de la globalización. Los individuos de todos los rincones de la geografía planetaria pueden comunicarse y cooperar entre sí. El aumento de estas interrelaciones ha hecho que se reduzcan las distancias y se acorten los tiempos de comunicación, acercando el conocimiento y la tecnología hacia todos. Los hechos políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales se difunden casi en tiempo real, generando reacciones instantáneas a nivel planetario.

“El cambio cualitativo es tal, que resulta aventurado afirmar que un país, una sociedad o un grupo social puede quedar indemne o aislarse de sucesos que acontecen en el mundo, por distante que esté localizada la fuente o punto de origen de la situación”, afirma (Silva, 2009, p. 21).

La pandemia del COVID-19 muestra perfectamente lo dicho: en cuestión de semanas, a partir del descubrimiento del SARS-Cov-2, se dieron casos de personas infectadas en todas partes del mundo. Esto llevaría a que la mayoría de gobiernos declararan estados de emergencia en simultáneo. Sin lugar a dudas, un mundo globalizado es un escenario ideal para que otros agentes infecciosos puedan diseminarse a nivel planetario, originando otras pandemias, incluso peores que la actual.

Esa interdependencia global implicó que los países no pudieran evitar que el COVID-19 cruce sus fronteras. Así, los estados perdieron su capacidad de controlar el avance de la enfermedad dentro de sus territorios. Y aún más, las políticas adoptadas a nivel local dentro de un país para tratar de enfrentar al COVID-19 repercutieron fuertemente en otros países.

Algunos estudios, por ejemplo, demostraron que las relaciones de la producción mundial, tan abundantes en un mundo globalizado, magnificaron el efecto del shock económico del COVID-19. En países que no impusieron cuarentenas, el shock produjo una reducción promedio del 3% en ingresos reales cuando sus socios comerciales sí impusieron cuarentenas, esto en comparación a un 0,2% cuando sus socios comerciales no impusieron cuarentenas.

Lo anterior demostraría que, aunque la globalización posibilita a las empresas adquirir insumos y vender productos en muchos países distintos, también posibilita que un shock local pueda propagarse a otros territorios a través de vínculos entre insumos y productos y cadenas de valor globales.

Posiblemente, por efecto de la pandemia y las inquietudes subyacentes sobre la globalización empujarán a la economía mundial hacia una regionalización. Incluso antes del apareamiento del COVID-19, ya había serias preocupaciones sobre la globalización, pues se volvía evidente que un mundo globalizado incluía problemas de inequidad, fragilidad de consensos políticos, tendencia al despilfarro y menosprecio por el ambiente.

En efecto, una sociedad globalizada como la actual no ha sido capaz de establecer una agenda política internacional, “que responda, aquí y ahora, ante las generaciones excluidas por el comercio global y ante las generaciones futuras por la incertidumbre por el deterioro del planeta. (Gómez Lee, 2008, p. 185).

Sin embargo, no se puede negar que la globalización abre la posibilidad cierta de construir agendas comunes multinacionales y multilaterales, que puedan dar respuesta a problemas que no pueden ser resueltos por un solo estado. Un ejemplo de lo dicho es el monitoreo de la pandemia del COVID-19, que demostró una excelente muestra de coordinación científica internacional, pues permitió ver el progreso de la pandemia casi en tiempo real. Esto gracias a política internacional de datos abiertos. Este esfuerzo fue clave para la toma de decisiones en materia de política pública de salud en numerosos países.

1.2.1.1. Efectos globales de la pandemia.

Como ya se ha dicho, el mundo, desde 2020, está enfrentado una crisis humanitaria, en términos sanitarios y socioeconómicos, sin precedentes, a causa de la pandemia ocasionada por la enfermedad que transmite el COVID-19. Evidentemente, el primer impacto tiene relación en cuanto al número de contagios y fallecimientos. En la Tabla 2-3 se puede visualizar esa realidad desagregada por las grandes regiones continentales del mundo.

Tabla 1-1: COVID-19: Contagios y decesos mundiales desagregados por regiones (cifras en número de personas y porcentajes, actualizados al 20 de agosto de 2021)

Región	Casos		Decesos	
	Personas	Porcentaje	Personas	Porcentaje
África	7'931.485	3,59%	199.804	4,37%
América del Norte	45'085.310	20,38%	940.295	20,55%
América Latina y el Caribe	40'080.792	18,12%	1'186.657	25,93%
Asia	71'514.760	32,33%	1'060.854	23,18%
Europa	56'356.170	25,48%	1'185.578	25,91%
Oceanía	241.774	0,11%	2.976	0,07%
Mundo	221'210.291	100,00%	4'576.164	100,00%

Fuente: John Hopkins University [online], <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>.

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

En términos de contagios se observa que de un total de 221'210.291 personas que han contraído la enfermedad del COVID-19, las regiones menos afectadas han sido África y Oceanía con niveles de incidencia del 3,59% y 0,11% respectivamente; en tanto que las más afectadas son América del Norte (20,38%), Asia (32,33%), Europa (25,48%) y América Latina y el Caribe, región que presenta la mayor tasa de contagio en el mundo con un 18,12%.

En cuanto a los fallecimientos, la enfermedad ha costado la pérdida de 4'576.164 vidas humanas. Nuevamente, Oceanía presenta la menor tasa de mortalidad con un 0,07% y seguida de África (4,37%). Las regiones con mayores índices de contagio son también las que presentan las mayores tasas de decesos. Asia presenta una tasa de 23,18%, América del Norte 20,55% y Europa 25,91%. América Latina y el Caribe presentan la mayor tasa de mortalidad con un 25,93% equivalente a 1'186.657 personas fallecidas.

1.2.1.2. La economía mundial en tiempos de COVID-19.

Sin lugar a dudas, en tiempos de la pandemia por el COVID-19, la mayoría de países del mundo han tenido que enfrentar un escenario conflictivo. Por un lado, hacer frente, con sus mayores esfuerzos, a la enfermedad del COVID-19 manteniendo sus sistemas de salud operativos y, por otro, buscando mecanismos económicos, desde la incertidumbre, que les impidan caer en recesión.

Como ya se dijo anteriormente, las medidas tomadas por los Estados no impidieron ninguna de las dos cosas: no pudieron impedir el ingreso del COVID-19 a sus territorios ni el advenimiento de crisis económicas profundas.

Ciertamente, el mundo entró a una etapa de alta recesión. Los indicadores económicos muestran que 2020 fue un año de decrecimiento económico. De seguro, los indicadores de 2021 indicaran algo similar. Indudablemente, las acciones tomadas por las potencias mundiales para enfrentar la crisis del COVID-19, en materia de salud pública, derivaron en impactos recesivos en sus economías y esto afecta al resto del mundo, especialmente a los países con los que mantienen una relación comercial.

A nivel mundial, las personas y las empresas han entrado en “una etapa de menor consumo, menor demanda de bienes y servicios y, por lo tanto, menor interacción económica en los mercados.” (Segura B., 2020, p. 22). Esto lleva a que las empresas no ingresen los recursos financieros que requieren para solventar sus gastos y se hagan más reacias a invertir, produciéndose una mayor contracción económica. “En otras palabras, la demanda de la economía se reduce e impacta negativamente en la producción, que es la que genera empleo.” (Segura B., 2020, p. 22).

Por otra parte, también se produce una paralización de la movilidad de las personas y las mercancías. “No se trata solo de evitar la circulación de personas enfermas, sino que tampoco se permite que entren en los países las personas sanas (...) que van a trabajar, a brindar asesoría técnica, a hacer negocios o a disfrutar del turismo.” (Segura B., 2020, p. 22).

También, se afecta la logística y movilidad de mercancías. Países productores de tecnología, por ejemplo, debieron frenar sus cadenas productivas debido a la enfermedad de sus trabajadores y a la espera de que les lleguen los suministros necesarios. De igual forma, países exportadores de materias primas debieron disminuir la explotación de estas debido a la baja demanda o a los cierres de puertos y aeropuertos que impedían su exportación.

Un ejemplo palpable de lo anterior fue la caída del precio del petróleo *West Texas Intermediate (WTI)* a precios bajo cero, en abril de 2020. Como el petróleo no se estaba vendiendo, los productores y los refinadores ya no tuvieron capacidad para almacenar más crudo, por lo cual se produjo una sobreoferta y, por eso, los precios empezaron a caer.

Ciertamente, la pandemia del COVID-19 desembocaría en una crisis del trabajo y de la producción de bienes y servicios.

El mercado financiero tampoco ha salido bien librado. Por causa del COVID-19, los precios de las acciones de las empresas han caído dramáticamente, tanto por lo que sucede, cuanto por la incertidumbre de lo que va a suceder. La crisis del mercado bursátil lleva necesariamente al alza de las tasas de interés. “Las calificadoras de riesgo internacional [van] actualizando a la baja la

calificación de las economías de muchos países y esto complica la situación.” (Segura B., 2020, p. 22).

A modo de conclusión, se podría mencionar que el COVID-19 ha introducido cambios globales acelerados en múltiples aspectos de la realidad, incluida la económica. A esta la pandemia del COVID-19 ha afectado profundamente, pues le ha llevado a una recesión sin precedentes. La demanda de bienes y servicios caen y con ellos la producción. Las grandes empresas dejan de invertir ahondando la recesión. Las medianas, pequeñas y microempresas se tienen que dar a la tarea de reinventarse, cambiar las formas tradicionales por el uso de las nuevas tecnologías de la información como una forma de ser más competitivos o cerrar sus negocios. Si las organizaciones dejan de producir o cierran sus actividades, cae el empleo hacia índices alarmantes. Mientras tanto los mercados financieros aumentan las tasas de interés e imponen mayores restricciones en la otorgación de créditos.

Sin duda, la crisis por el COVID-19 tendrá “mayores impactos en los más vulnerables: personas con problemas de salud subyacentes, adultos mayores, jóvenes desempleados, personas subempleadas, mujeres, trabajadores desprotegidos y trabajadores migrantes, con los consiguientes aumentos en la desigualdad.” (CEPAL, 2020, p. 5).

1.2.2. Efectos para América Latina y el Caribe

Tal como se mencionó anteriormente, América Latina y el Caribe ha sido la región de mundo más afectada por la pandemia del COVID-19 en términos sanitarios. Pero las magnitudes del flagelo la están llevando a convertirse también en una de las más dañadas en términos económicos y sociales.

Antes de la pandemia, la CEPAL había pronosticado que esta región crecería un máximo del 1,3% en 2020. Con el advenimiento del COVID-19, estas previsiones cambiaron hacia un panorama más desolador: una caída del PIB de al menos un 1,8%.

No obstante, no se pudiera descartar que la pandemia lleve a pronósticos de contracciones de entre un 3% y un 4%, o incluso más. El impacto económico final dependerá de las medidas que se tomen nivel nacional, regional y mundial. Es claro que no se puede comparar a los países de América Latina y el Caribe con los países desarrollados, pues existe una gran brecha, la misma que pone en desventaja a muchos países latinoamericanos.

La realidad es que los efectos del COVID-19 agravaron las ya débiles perspectivas del comercio exterior de América Latina y el Caribe. Se debe recordar, por ejemplo, que el 15 de enero de 2020, Estados Unidos y China firmaron un acuerdo comercial de “fase 1”, en donde el gigante asiático se comprometió a aumentar las importaciones de bienes y servicios de los Estados Unidos, por lo menos en 77.000 millones de dólares. Es evidente que dicho compromiso podría desplazar a las exportaciones latinoamericanas y caribeñas a China en las mismas categorías de productos.

A lo anterior, hay que sumarle la crisis provocada por el COVID-19. Tal fenómeno llevará, sin duda, “a una contracción del comercio internacional para la región en términos de valor y de volumen, a través de su impacto directo en la región y a través de sus socios comerciales”. (CEPAL, 2020, p. 7).

A continuación se presentará un breve análisis de los efectos de la pandemia del COVID-19 sobre América Latina y el Caribe desde tres sectores: económico, comercial y social.

1.2.2.1. Efectos económicos.

En el plano económico, el COVID-19 afectó a la región a través de cinco canales externos de transmisión, a saber:

1. La disminución de la actividad económica de sus principales socios comerciales (EEUU, Europa, China, Rusia, entre otros). La región siempre ha dependido fuertemente de sus exportaciones, cuyo volumen y valor se redujeron por la recesión mundial. La dimensión del impacto final dependerá de la estructura sectorial de cada país.
2. La caída de los precios de materias primas y el deterioro de los términos de intercambio afectarán negativamente en los niveles de ingreso de las economías latinoamericanas dependientes de esas exportaciones primarias, aunque con diferencias significativas entre esas. La contracción de la demanda mundial, particularmente la de China, uno de los mayores consumidores e importadores de productos primarios, jugará un papel notorio en la disminución de sus precios. A esto hay que agregarle la crisis geopolítica en el mercado del petróleo que ya se mencionó antes y que llevó a una caída de su precio nunca antes vistos.
3. La interrupción de las cadenas globales de producción, comenzando por los proveedores chinos y luego por la producción europea y estadounidense, afectará principalmente a México y el Brasil, cuyos sectores manufactureros son los más grandes de la región.
4. La menor demanda de servicios de turismo, especialmente en países cuyo rubro por turismo es importante, como los países insulares del Caribe y el propio Ecuador, causará mucha afectación. Por ejemplo, se estima que como resultado de las prohibiciones o autorrestricciones de viajar, la actividad turística en el Caribe se contraería un 25%.
5. El incremento del temor al riesgo y al empeoramiento de las condiciones financieras mundiales puede llevar a una mayor demanda de activos seguros, una menor demanda de activos financieros de la región y una importante depreciación de las monedas de sus países.

Uno de los sectores más afectados por las acciones tomadas en busca de disminuir la propagación del COVID-19 entre la población fue el de servicios, que, en general, dependen de contactos interpersonales. En la región, los sectores que sufrirán las mayores contracciones son el comercio, transporte, servicios empresariales y servicios sociales. Estos proveen el 64% del empleo formal.

Además, el 53% del empleo de la región se da en actividades informales, que serán significativamente afectadas por basarse principalmente en contactos interpersonales.

1.2.2.2. Efectos en el comercio internacional.

El apareamiento del COVID-19 se produjo en un contexto de debilitamiento del comercio mundial que inicia aproximadamente en 2008. Hay que recordar que durante 1990 y 2007, el volumen del comercio de bienes se había expandido a una tasa media del 6,2% anual. Para 2012 y 2019, esta apenas lo hizo a una del 2,3%.

En América Latina y el Caribe, entre enero y mayo de 2020, el valor de las exportaciones e importaciones de bienes se redujo en un 17%, en comparación con el mismo período de 2019. La caída del valor de las exportaciones regionales de bienes se explica por una reducción del volumen del 8,6% y de los precios del 8%, desplome que agudiza la pérdida de dinamismo de las exportaciones desde 2019. Ello refleja tanto un choque de oferta (el cierre parcial del aparato productivo) como de demanda (contracción económica en los principales mercados de la región). En el caso de las importaciones, su descenso obedece fundamentalmente a la profunda recesión por la que atraviesa la región, con una contracción esperada de su producto del 9,1%. (CEPAL, 2020).

En el mismo periodo de tiempo, enero a mayo de 2020, el valor de las exportaciones e importaciones de servicios de un grupo de once países de la región disminuyó un 10,2% y un 9%, respectivamente, en comparación con el mismo período de 2019. De forma similar a lo ocurrido con el comercio de bienes, la tendencia del comercio de servicios fue declinante a lo largo de los cinco meses; sin embargo, el desplome del valor del comercio de servicios en esos países fue muy superior al del comercio de bienes.

La mayor caída de las exportaciones regionales de servicios entre enero y mayo de 2020 se produjo en el componente viajes (17,4%), debido a la paralización de la llegada de turistas internacionales. En segundo lugar, se ubican las exportaciones de servicios de transporte (6,8%), a causa de la contracción del comercio regional de bienes y de restricciones para frenar la pandemia. Las exportaciones de otros servicios sufren una menor caída (2,4%). Particularmente, la paralización del turismo representó el 48% del valor de sus exportaciones totales de servicios en 2019, lo cual es un asunto sumamente grave. (CEPAL, 2020).

1.2.2.3. Efectos sociales.

La grave crisis sanitaria que afecta al mundo y que coloca a América Latina y al Caribe como una de las más está generando graves efectos económicos y comerciales, tal como se analizó anteriormente. También se mencionó que ello se debe a la estructura de base con que la región ha tenido que enfrentar esta pandemia, lo que le coloca en una posición más débil que la de los países desarrollados.

Sin lugar a dudas, estos impactos tienen un correlato en la esfera social de la región, en relación, en primer lugar, a la pérdida de empleos y depresión de la masa salarial. Esto ha hecho retornar a decenas de millones de latinoamericanos y caribeños a condiciones de pobreza y extrema pobreza, e incrementando de esa manera la endémica desigualdad que caracteriza el modelo de desarrollo neoliberal imperante en la región.

De acuerdo a estudios de la CEPAL, la población latinoamericana en condición de pobreza en 2020 volvería a niveles de 2005, esto es, habría 231 millones de personas en situación de pobreza. Este retroceso que experimentará la región en términos de desarrollo social supondría una década y media pérdida.

Por su parte, la pobreza extrema llegaría a 96 millones de habitantes, una cifra comparable a la de 1990: un retroceso de tres décadas perdidas. En términos porcentuales, la pobreza en América Latina y el Caribe aumentará en 7 puntos porcentuales respecto a la que se registró en 2019 y la pobreza extrema hará lo suyo en 4,4 puntos porcentuales. En concordancia con estos resultados en materia de pobreza y pobreza extrema, también se prevé que la desigualdad aumente en todos los países de la región. (CEPAL, 2020).

Por último, es importante señalar que esta crisis provocada por el COVID-19 impactará diferenciadamente a la población; esto en relación a su situación social y su capacidad de respuesta.

La imposibilidad de trabajar desde el domicilio, las condiciones de hacinamiento y la falta de acceso a agua y saneamiento aumentan el riesgo de infección de la población en situación de pobreza y vulnerabilidad. Asimismo, su riesgo de muerte es mayor por la mayor incidencia de condiciones preexistentes de salud como enfermedades pulmonares, cardiovasculares y diabetes y por carecer de acceso adecuado a la atención médica (CEPAL, 2020, p. 3).

1.2.3. Efectos de la COVID-19 para Ecuador

1.2.3.1. Efectos a nivel de país.

Ecuador no impulsó una política pública sólida de vigilancia y control epidemiológico con respecto al COVID-19. Desde los primeros días de marzo hasta mayo de 2020, varias provincias de la Costa del país, particularmente Guayas y Santa Elena, enfrentaron un excesivo incremento de personas contagiadas por la enfermedad del coronavirus y fallecidas.

Aún se mantienen frescas las imágenes de ecuatorianos enfermos de COVID-19 abarrotando las salas de urgencia de los hospitales, de unidades de cuidados intensivos llenas, de familiares desesperados buscando medicinas y oxígeno para sus enfermos, de cadáveres esperando en sus domicilios a ser retirados por la autoridad competente, de cadáveres desaparecidos.

Pronto, la pandemia del COVID-19 se extendió a todas las provincias del país y, aunque, no se repitieron las mismas imágenes de desolación que ocurrieron en Guayaquil, sí multiplicó los contagios y los decesos. Las restricciones de movilidad y la cuarentena impuestas por el gobierno central no fueron suficientes para frenar el avance de la enfermedad por todo el territorio nacional. Hasta el momento en que se redacta esta investigación, Ecuador registra 501.140 personas contagiadas de coronavirus. De igual manera registra 32.223 personas fallecidas por esta enfermedad. (Datosmacro, 2021).

Sin embargo, es importante interpretar correctamente estas cifras. A la fecha, Ecuador cuenta con una población de 17.268.000 de habitantes, aproximadamente. Por ello, se le puede considerar como un país intermedio en cuanto al número de habitantes, si se le relaciona con otros países.

En Ecuador, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en 2018, fallecieron 71.007 personas, esto es un promedio de 196 personas por día. Para 2019, esta cifra subió a 74.220 fallecidos (203 personas fallecidas por día). Sin embargo, en el año 2020, se registraron 115.516 defunciones generales, esto es una media de 426 fallecidos por día, lo que significó un crecimiento del 55% con respecto al año 2019. (Ecuador, INEC, 2021).

Obviamente, ese incremento exponencial del número de decesos mostraría una aplicación nula de políticas gubernamentales para enfrentar con eficiencia a la pandemia del coronavirus. De igual manera, posicionaría al Ecuador como uno de los países que peor manejó la pandemia.

Ahora bien, esta deficiente política pública para enfrentar la crisis sanitaria del COVID-19 también se ve reflejada en el manejo de la crisis económica, comercial, y social que la pandemia produjo. Se podría afirmar que el coronavirus arribó al Ecuador en un momento de gran crisis y desigualdad social producto de la aplicación de políticas de corte neoliberal. Una revisión histórica de la situación del Ecuador antes del COVID-19 llevaría a comprender el impacto que hasta ahora tiene la pandemia en el país.

La crisis y las desigualdades que recibieron al Covid-19.

Anterior a la llegada del Covid-19 al Ecuador, en febrero de 2020, la pobreza y la desigualdad en el país habían crecido en los últimos años. Esto como consecuencia de la crisis económica mundial y que, en el caso del país, se halla determinada por la caída de los precios del barril del petróleo desde 2014.

Esta crisis se intensifica por la decisión del gobierno central de firmar un acuerdo internacional de deuda con el Fondo Monetario Internacional (FMI), condicionado a una serie de medidas de ajuste estructural; como por ejemplo, la reducción del tamaño del Estado, desinversión pública en sectores sociales como salud y educación, así como en obra pública, venta de los bienes estatales, etcétera.

La pobreza es un determinante estructural para el buen vivir de la población. En efecto, eliminar la pobreza significa alcanzar logros en salud, en bienestar, en acceso universal al agua potable, en trabajo decente, entre otros logros. Sin embargo, según los datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) acumulada del año 2018, el 23,2% de la población enfrentaba pobreza de acuerdo con los ingresos¹ que recibía, esto es percibía un ingreso familiar de 84,79 dólares al mes. Para el mismo periodo, la pobreza por ingresos a nivel rural pasó de 39,3% a 40,0%, una variación de 0,7 puntos porcentuales, y la pobreza urbana fue de 15,3%, mientras que en diciembre de 2017 se ubicó en 13,2%. (Ecuador, INEC, 2019).

Esta situación se torna aún más compleja al mirar en detalle la situación a nivel de provincias. Las provincias de la Amazonía: Morona Santiago (53%), Napo (52%), Sucumbíos (42%), Orellana (42%), Pastaza (38%) y Zamora Chinchipe (34%), junto con Chimborazo (49%) y Esmeraldas (42%), registran los porcentajes más altos de pobreza por ingresos, en contraposición con Pichincha (13%), Azuay (16%) y Guayas (17%).

En relación con la pobreza extrema, en diciembre de 2018, esta se ubicaba a nivel nacional 8,4% frente al 7,9% del mismo mes del año anterior. El área rural mostraba un índice de pobreza extrema de 17,7% frente al 17,9% de 2017, una disminución de 0,2 puntos porcentuales no significativa. En el área urbana la pobreza extrema pasó de 3,3% a 4,1%, lo que implicó una variación de 0,8 puntos porcentuales.

Nuevamente desagregando este registro a nivel provincial, se tiene a las provincias de Napo (33%), Chimborazo (26%), Orellana (24%), Pastaza (20%), Sucumbíos (18%), Esmeraldas (13%), Cotopaxi (13%), Zamora Chinchipe (12%), Bolívar (10%), como las provincias con mayores índices de pobreza extrema, en contraposición con Pichincha (4%) y Guayas (3%). No es casualidad que las mismas provincias donde se registran índices altos de pobreza por ingresos sean las que muestran pobreza extrema.

El coeficiente de Gini, se ubicó en diciembre de 2018, en 0,469 a nivel nacional, 0,452 en el área urbana y 0,440 en el área rural. Las variaciones respecto al 2017 fueron estadísticamente significativas en el área urbana, donde este indicador se ubicó en 0,434.

¹ Pobreza por ingresos: Este índice significa que una persona es pobre, cuando su ingreso per cápita familiar está por debajo de la línea de pobreza. Análogamente, se define la pobreza extrema por ingresos. (Ecuador, INEC, 2019, p. 9).

A nivel nacional la tasa de pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI)², en diciembre de 2018, se ubicó en 33,5%: en el área urbana en 21,4% y en el área rural en 59,5%.

Si se desgrena este índice a nivel de provincias, se puede apreciar que las mismas provincias anteriormente mencionadas –y a la lista se debe añadir Guayas– presentan los índices más altos de pobreza por NBI. Particularmente Guayas presenta un registro del 32% y esta provincia, para el 12 de junio de 2020, exhibía la tasa de prevalencia de casos de COVID-19 más alta del Ecuador.

Es indudable que, al darse el contagio de esta enfermedad por coronavirus de persona a persona y a corta distancia, cualquier análisis sobre la evolución de la pandemia no puede perder de vista la desigualdad social en Ecuador como uno de los factores que contribuyeron a su propagación y letalidad. Parece ser que es falso que el virus afecta a todos por igual, al contrario, recorre los senderos de dichas desigualdades por los efectos adversos que provoca.

Con relación a la pobreza multidimensional³, a nivel nacional, en 2018, se ubicó en 37,9% en comparación al 34,6% reportado en diciembre de 2017, es decir, supuso un incremento de 3,3 puntos porcentuales que es significativo. En el área rural, la tasa de pobreza multidimensional pasó de 63,3% en diciembre 2017 a 67,7% en diciembre 2018, variación estadísticamente significativa. La tasa de pobreza extrema multidimensional a diciembre del 2018 se ubicó en 16,7%, en comparación al 14,2% reportado en diciembre 2017, el incremento de 2,4 puntos porcentuales es estadísticamente significativo. (Ecuador, INEC, 2019)

El análisis entre pobreza y efectos de la pandemia debe dirigirse también hacia los índices de empleo previos a la llegada de la enfermedad al país. A diciembre de 2018, a nivel nacional, la tasa de desempleo era del 3,7%; la tasa de participación global se ubicó en 65,6%; la tasa de empleo adecuado, 40,6%; el subempleo se ubicó en 16,5%; el empleo no remunerado en 9,9% y la tasa de otro empleo no pleno fue de 28,8%. (Ecuador, INEC, 2019).

Las provincias que superaban la media de desempleo en el Ecuador, a 2018, fueron Zamora Chinchipe (9%), Cañar (8%), Cotopaxi (5%), Pastaza (5%) y Guayas (5%). Incluso en Pichincha 3 de cada 10 ecuatorianos se hallaban desempleados.

2 Pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI): Una persona es pobre por NBI, cuando pertenece a un hogar que presenta carencias en la satisfacción de al menos una de sus necesidades básicas representadas en cinco componentes: 1) calidad de la vivienda, 2) hacinamiento, 3) acceso a servicios básicos, 4) acceso a educación y 5) capacidad económica. (Ecuador, INEC, 2019, p. 9).

3 Tasa de Pobreza Multidimensional (TPM): Corresponde al porcentaje de personas que viven en hogares que tienen privaciones en una tercera parte o más de los indicadores ponderados ($K \geq 33.3\%$). (Ecuador, INEC, 2019, p. 9).

Con relación a los índices de empleo adecuado, las tasas más bajas, en Ecuador a 2018, se encontraban en Chimborazo (16%), Morona Santiago (23%); Bolívar (24%) y Napo (24%), en contraposición con Pichincha, donde aproximadamente 6 de cada 10 personas tenían empleo pleno.

Por su parte, entre diciembre de 2018 y diciembre de 2019, la pobreza por ingresos a nivel nacional pasó de 23,2% a 25,0%. En el mismo periodo, a nivel urbano, la pobreza por ingresos se incrementa en 1,9 puntos porcentuales, pasando de 15,3% a 17,2%. En el área rural, la pobreza por ingresos pasó de 40,0% a 41,8%.

En diciembre de 2019, la pobreza extrema a nivel nacional se ubicó en 8,9% frente al 8,4% del mismo mes del año anterior. En el área urbana la pobreza extrema pasó de 4,1% a 4,3%, lo que implica una variación de 0,2 puntos porcentuales. En el área rural la pobreza extrema pasó de 17,7% a 18,7%, incremento de 1,0 punto porcentual.

El coeficiente de Gini, se ubicó en diciembre de 2019 en 0,473 a nivel nacional, 0,454 en el área urbana y 0,444 en el área rural. Las variaciones respecto al año 2018 no fueron estadísticamente significativas.

La pobreza por NBI a nivel nacional en diciembre 2019 llegó a 34,2%, valor que no tiene diferencia estadísticamente significativa con respecto al 33,5% de diciembre de 2018; en el área urbana en 21,4% y en el área rural en 61,6%.

A nivel nacional, la tasa de pobreza multidimensional a diciembre 2019 se ubicó en 38,1% en comparación al 37,9% reportado en diciembre 2018, con un incremento de 0,2 puntos porcentuales. En el área urbana, la tasa de pobreza multidimensional pasó de 23,9% en diciembre 2018 a 22,7%, variación que no es estadísticamente significativa. En el área rural, la tasa de pobreza multidimensional pasó de 67,7% en diciembre 2018 a 71,1% en diciembre 2019, este incremento de 3,4 puntos porcentuales es estadísticamente significativo.

A nivel nacional, la tasa de pobreza extrema multidimensional a diciembre del 2019 se ubicó en 16,9%, en comparación al 16,7% reportado en diciembre 2018, el incremento de 0,2 puntos porcentuales no es estadísticamente significativo. A nivel urbano este indicador pasó de 5,8% en diciembre 2018 a 5,1% en diciembre 2019, mientras que a nivel rural pasó de 39,9% a 42,0%, ambas variaciones no son estadísticamente significativas. (Ecuador, INEC, 2020).

Con relación al mercado laboral, a nivel nacional, en diciembre de 2019, la tasa de desempleo fue de 3,8%, mostrando un incremento de 0,1 puntos porcentuales. La tasa de participación global se ubicó en 65,3% frente al 65,6% de 2018; la tasa de empleo adecuado fue de 38,8%, situándose en 2,2 puntos porcentuales menos que en 2018; el subempleo se ubicó en 17,8% frente al 16,5% de 2018; la tasa de otro empleo no pleno fue de 28%, similar al de 2018, y la tasa de empleo no

remunerado fue de 10,9%, un punto porcentual más en relación con el año anterior. (Ecuador, INEC, 2020).

2020, las cifras de la pandemia del COVID-17.

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del mes de diciembre de 2020, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la pobreza por ingresos a nivel nacional registra, en diciembre de 2020, 32,4%. Esto supone 7,4 y 9,2 puntos porcentuales con relación a 2019 y 2018, respectivamente.

En este mismo registro la pobreza urbana se muestra con un 25,1% y la pobreza en el área rural con el 47,9%. Enfrentándolas con las cifras de 2019 y 2018, se tiene incrementos significativos: la pobreza urbana aumenta en 7,9 puntos porcentuales con relación a 2019 y en 9,8, con respecto a 2018. Por su parte la pobreza en áreas rurales se incrementa en 6,1 y 7,9 puntos porcentuales, con relación a 2019 y 2018, respectivamente. Es claro que el abrupto incremento del registro de pobreza por ingresos es causado por la llegada de la pandemia al país.

En diciembre de 2020, la pobreza extrema a nivel nacional se ubica en 14,9%. En el área urbana la pobreza extrema es de 9,0% y en el área rural es de 27,5%. Si se compara las cifras con los dos años anteriores, se tendría nuevamente incrementos significativos. A nivel nacional el índice de pobreza extrema aumenta 6 y 6,5 puntos porcentuales con respecto a 2019 y 2018, respectivamente. En el área urbana, los incrementos son de 4,7 y 4,9. Por su parte, en el área rural, el aumento es de 8,8 y 9,8 puntos porcentuales en relación a 2019 y 2018.

El coeficiente de Gini, se ubica en diciembre de 2020 en 0,500 a nivel nacional, 0,485 en el área urbana, y 0,474 en el área rural. Si retomamos las cifras anteriores, este coeficiente en 2018 fue de 0,469 a nivel nacional (área urbana: 0,452 y área rural: 0,440) y en 2019, de 0,473 (área urbana: 0,454 y área rural: 0,440).

Hay que recordar que el coeficiente de Gini es una medida que resume cómo se distribuye el ingreso per cápita entre los habitantes de la población, por tanto, mide el grado de desigualdad en la distribución del ingreso. Este indicador se encuentra entre cero (igualdad perfecta) y uno (absoluta desigualdad).

La pobreza por (NBI) a nivel nacional, en diciembre 2020, es del 32,6%; en el área urbana es de 21,8% y en el área rural es de 55,7%. Confrontándolas con las cifras de 2019 y 2018, se observa una disminución de 1,6 y 0,9 puntos porcentuales a nivel nacional, respectivamente. Por su parte, las cifras del área rural apenas sufren un incremento y las del área rural caen en 5,9 y 3,8 puntos porcentuales.

A nivel nacional, la tasa de pobreza multidimensional a diciembre 2020 es de 40,2%, en el área urbana es 26,8% y en el área rural es 68,7%. La tasa de pobreza extrema multidimensional a nivel

nacional a diciembre del 2020 es del 17,8%; a nivel urbano este indicador es de 5,9%, mientras que a nivel rural 43,3%. (Ecuador, INEC, 2021).

Comparando con el registro de 2019 y 2018, se puede verificar que la pobreza multidimensional se incrementa en 2,1 y 2,3 puntos porcentuales, respectivamente. La urbana crece en 4,1 y 2,9 puntos, mientras que la rural cae en 2,4 con respecto a 2019, pero se incrementa en 1 punto porcentual con respecto a 2018.

Finalmente, con respecto a la pobreza extrema multidimensional, las cifras muestran apenas un incremento de 0,9 puntos porcentuales respecto a 2019 y 1,1 en relación con 2018. Aumentos poco significativos.

Con respecto al mercado laboral, en el mes de diciembre de 2020, a nivel nacional, la tasa de participación global fue de 64,3%, la tasa de empleo adecuado de 30,8%, el subempleo de 22,7%, el otro empleo no pleno de 28,4%, el no remunerado fue de 12,2%, mientras que el empleo no clasificado se ubicó en el 0,9%. El desempleo, a nivel nacional alcanzó el 5,0% de la Población Económicamente Activa (PEA). (Ecuador, INEC, 2021).

Si se comparan estas cifras con las de 2019 y 2018, antes de la pandemia del COVID-19, tenemos que la tasa de desempleo aumentó en 1,2 y 1,3 puntos porcentuales, respectivamente. La tasa de participación global, por su parte, en 1 y 1,3 puntos porcentuales con respecto a los años antes mencionados. Igualmente, la tasa de empleo adecuado cayó en 8 y 9,8 puntos porcentuales con respecto a 2019 y 2018. El subempleo, en cambio, sufrió un incremento de 4,9 y 6,2 puntos porcentuales, si se lo confronta con 2019 y 2018, respectivamente.

Estas cifras claramente muestran los efectos de la pandemia en el mercado laboral ecuatoriano. Es claro que la crisis sanitaria incidió directamente en las cifras de empleo, desempleo y subempleo, que ya venían deteriorándose antes de la aparición del COVID-19 en el país. Obviamente, ese deterioro en el empleo afecta a los índices de pobreza y desigualdad.

El COVID-19 pasa factura a la economía ecuatoriana.

El año 2020 es el momento en el cual Ecuador debe enfrentar la externalidad del COVID-19. Esta enfermedad respiratoria, muy contagiosa, es provocada por el virus SARS-CoV-2, aparecido por primera vez en la ciudad de Wuhan–China a finales del 2019. La enfermedad rápidamente se extendió por todos los continentes, empezando por Asia, Europa y América. Por ello, el 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró un estado de pandemia generalizada.

La enfermedad del COVID-19 llegó al país los primeros días del mes de marzo de 2020 y las autoridades nacionales decretaron el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, lo que determinó la suspensión de todas las actividades económicas y el trabajo

presencial, exceptuándose los sectores de: salud, seguridad alimentaria, sector financiero, transporte de personal sanitario y sectores estratégicos.

Esta medida pronto perjudicó a la economía ecuatoriana que ya venía siendo afectada por una caída significativa en los precios de su principal producto de exportación, el petróleo crudo. La pandemia del COVID-19 había obligado a la mayoría de países -y en estos se hallaban China, Estados Unidos y los de la Unión Europea- a tomar medidas de confinamiento y aislamiento. Esto provocaría un menor dinamismo en la demanda externa de productos petroleros y no petroleros, provenientes del Ecuador. El resultado: menos dólares ingresarían a la economía del país.

Como ya se advirtió, el precio del petróleo ecuatoriano había caído drásticamente los primeros meses de 2020. Para marzo, su precio en promedio era de 23,0 dólares por barril, frente a los 51,3 dólares del año anterior. Esta situación se complicó aún más, cuando el precio del WTI (West Texas Intermediate, precio de referencia para el crudo ecuatoriano), en abril, se desplomó en el mercado internacional a los niveles más bajos en casi 20 años, debido a la fuerte contracción en la demanda de este producto ante la desaceleración económica mundial.

Al mismo tiempo, la economía ecuatoriana tuvo que enfrentar, el 07 de abril de 2020, la rotura de las tuberías del Oleoducto Transecuatoriano (SOTE) y del Oleoducto de Crudos Pesados (OCP). Como consecuencia de estos accidentes, el Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables realizó una declaratoria de fuerza mayor, con la cual se produjo el apagado gradual de varios bloques y la suspensión de temporal de algunos pozos petroleros.

Antes de esta rotura, la extracción de crudo alcanzaba los 532.059 barriles/día. Mientras duró la reparación de los oleoductos, la producción petrolera bajó hasta 52.519 barriles/día. Esta considerable caída en la producción petrolera implicó una revisión a la baja en la previsión de crecimiento de las industrias de extracción y refinación.

Todo esto originó que el sector petrolero tuviera una contracción, en 2020, en su Valor Agregado Bruto (VAB) del 9,8%. Por otro lado, el VAB no petrolero mostró un decrecimiento de 6,6% en el contexto del confinamiento y de una progresiva recuperación de la actividad económica, lo que reflejó una menor dinámica en industrias como: transporte (-13,8%), alojamiento y servicios de comida (-11,6%), construcción (-11,1%), entre otras.

En definitiva, 2020 supuso una caída en su conjunto del 2,1%, respecto a 2019, en exportaciones de bienes y servicios. No obstante, ciertos productos presentaron un desempeño positivo en sus ventas al exterior, entre ellas se tiene: camarón elaborado, 8,0%; banano, café y cacao, 4,7%; pescado y otros productos acuáticos, 4,0%, entre otros.

En cuanto a las importaciones por destino, 2020 significó una contracción en varios rubros: bienes de consumo, unos 1.637 millones de dólares; materias primas, 2.135 millones de dólares; bienes de capital, 1.818 millones de dólares; combustibles y lubricantes, 1.608 millones de dólares. Esto

como consecuencia de la desaceleración económica interna. Cabe destacar que, los productos que mostraron una mayor demanda externa fueron: otros productos de la agricultura, con un crecimiento del 5,1%; y, aceites crudos y refinados, del 5,3%. En resumen, las importaciones, en 2020, cayeron el 7,9% en relación a 2019.

Con respecto al gasto de consumo final de los hogares ecuatorianos, 2020 representó un decrecimiento de 7,0%, en relación con 2019, debido a la reducción de 17,9% de las importaciones de bienes de consumo y al decrecimiento de 23,4% de las operaciones de crédito de consumo, otorgadas por los sistemas financieros privado y de la economía popular y solidaria.

Si se considera el gasto de consumo final del gobierno, este sufrió una baja del 6,1% respecto a 2019. Esto se debió, principalmente, a la disminución del 7,6% en remuneraciones. Asimismo, se dio una reducción del 25,8% en la compra de bienes de servicios, pues el PGE de 2020, presentó una ejecución de 1.688,2 millones dólares, 588,4 millones dólares menos frente al PGE de 2019.

En relación con a la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF)⁴, en 2020, la FBKF registró un decrecimiento del 11,9%, lo que se debió principalmente al desempeño negativo del sector de la construcción (-11,0%), que representa alrededor del 70% de la estructura de esta variable.

Lo dicho fue determinante para que, en 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en términos constantes, haya totalizado USD 66.308 millones, esto es una disminución de con respecto a 2019. (Ecuador, Banco Central, 2021).

La situación de las mipymes en el año de pandemia.

Las mipymes juegan un papel trascendental en la economía ecuatoriana, pues ellas dinamizan el aparato productivo por la variedad de bienes y servicios que ofertan y por la generación de empleo que producen con sus actividades. Por ello, se las puede considerar como la base fundamental del tejido social, pues influyen de manera directa en la vida cotidiana de las personas. Las mipymes son sus trabajos, sus modos de subsistencia, sus medios de vida, de prosperidad, de calidad de vida, etcétera.

Por ello, la paralización de la actividad económica de este sector económico a causa de la COVID-19 fue calamitoso. Según algunas estimaciones, se paró el sector en aproximadamente un 70%, y esta para causó en la mayoría de empresas un problema gravísimo de iliquidez. Esto sumado a

⁴ La Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) corresponde a la inversión de un país, representada por la variación de los activos fijos no financieros tanto privados como públicos, (total de adquisiciones menos ventas de activos fijos), en un período de tiempo determinado. (Ecuador, Banco Central, 2021).

una ineficiente estructura de costos y una ausencia de políticas de acceso al crédito llevaron a estas a la catástrofe.

De acuerdo a un estudio de la Superintendencia de Compañías, a nivel de país, en el año de pandemia, 775 microempresarios perdieron su sustento, mientras lo mismo les sucedió a 124 pequeños emprendedores. En el caso de grandes y medianos negocios, se perdieron 10 y 41, respectivamente.

Sin embargo, todavía no queda clara la real dimensión de la caída de la economía, pues ni las cámaras de comercio ni las de industrias tienen estadísticas independientes del número de negocios cerrados. Las únicas cifras oficiales son las que maneja la Superintendencia de Compañías. De ellas, se puede concluir claramente que 8 de cada 10 cierres fueron de pequeños negocios y microempresas, durante el 2020.

Súmese a eso un decrecimiento económico que ya se venía dando antes de la pandemia del COVID-19 y que también generó cierres de mipymes. Lamentablemente, esa situación de incertidumbre sobre la realidad de las empresas obliga a tomar decisiones casi a ciegas en relación con la real dimensión de la crisis. Añádase a esto, la creciente informalidad que no permite entender lo que está pasando con el tejido productivo y comercial del país.

¿Cómo sobrevivir ante la crisis? Según los expertos, la flexibilidad es el elemento fundamental para la sobrevivencia de las mipymes. En las empresas más grandes los cambios toman tiempo. Sin embargo, las pequeñas y medianas pueden reorganizar sus sistemas de producción con mayor facilidad.

Esto es lo que hicieron algunas pequeñas empresas para sobrevivir a la emergencia por el covid-19: modificaron sus actividades para adaptarse a nuevas necesidades. Por ejemplo, algunos textiles se dedicaron a hacer mascarillas o trajes de bioseguridad y demás equipos de protección. Otras empresas que no pudieron modificar sus actividades tuvieron que cerrar por el tiempo de cuarentena.

Otra estrategia que algunas mipymes adoptaron fue la de reaccionar rápido ante la nueva normalidad. Esto se observó fundamentalmente en aquellos negocios que, ante el aislamiento obligatorio, implementaron ventas online, con entregas a domicilio.

Otras mipymes, las menos flexibles, no pudieron adaptar sus actividades ante la emergencia ocasionada por el COVID-19 y el impacto en las empresas fue alto. Como las empresas del sector turístico, que redujeron sus ingresos en aproximadamente un 97%.

Por consiguiente, la realidad para muchas mipymes ante la catástrofe del coronavirus fue catastrófica, pues no pudieron o no quisieron cambiar de la noche a la mañana su modelo de

negocio por no tener recursos suficientes para adaptarse a la nueva normalidad o invertir en la transformación digital.

1.2.4. Sitio donde se realizó el Trabajo de Integración Curricular

El presente estudio se realizó en la ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo. Ubicada en la región central de la región interandina, Riobamba se levanta a una altitud de 2 750 msnm y con un clima promedio de 12°C. En el censo de 2010, se determinó que poseía una población de 146 324 habitantes, lo que la convertía en la décimo tercera ciudad más poblada de Ecuador.

Para 2015, de acuerdo al INEC, la provincia de Chimborazo participaba a nivel nacional con 27 665 empresas (3,3%) entre pequeñas, medianas y grandes. (Ecuador, INEC, 2019). Productos como cemento, cerámica, techados, tubería, embutidos, harinas, papelería, lácteos y su agroindustria eran los que conformaban su desarrollo. La mayoría de estos productos se comercializaban a escala nacional, regional e incluso, en un bajo porcentaje, internacional.

Según datos de la Corporación de Cámaras de Chimborazo, tres empresas eran consideradas como las más grandes de la provincia y las que mayor número de mano de obra contrataba, estas eran: Cemento Chimborazo, Ecuacerámica y Tubasec. Luego se hallaban las medianas, pequeñas y microempresas.

La principal actividad económica de estas mipymes era la construcción. Para 2016, el aporte de esta actividad económica para el PIB provincial fue de 430 080 000 de dólares. Esta cifra cayó hasta 195 239 000 dólares, en el 2020, esto es un decrecimiento del 54,60%. A partir del año 2017, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca se convierten en la segunda actividad económica de la provincia con 311 881 000 dólares, situación que se mantuvo hasta el año 2020. Por su parte, durante el lapso de 2014 a 2019, la manufactura registró un valor promedio de 196 405 000 dólares; el transporte, información y comunicación, un promedio de 192 835 000; y la actividad del comercio, 167 429 500 dólares.

De esas cifras se puede percibir que las principales actividades que generaron mayores ingresos a la provincia, en los últimos años, fueron la construcción, la agricultura, ganadería y silvicultura, la manufactura, el transporte, información y comunicaciones. Los ingresos que generan estas actividades han significado un gran aporte a la economía de la provincia y, específicamente, a la ciudad de Riobamba.

Concretamente, el cantón Riobamba albergaría mipymes dedicadas a la manufactura (fabricación de productos para la construcción, prendas de vestir y productos alimenticios), al comercio (venta al por mayor y menor de alimentos, prendas de vestir, calzado y otros artículos), y venta de servicios (restaurantes, transporte, telecomunicaciones, entretenimiento, etc.). Para 2018, se estimaba que existían más de 25 000 establecimientos económicos dedicados a estas actividades.

En ese mismo año, de acuerdo al número de patentes solicitados al GAD de Riobamba, en el cantón funcionaban 305 almacenes relacionados con el ámbito textil, es decir, establecimientos dedicados al comercio de ropa. De ese total, 157 correspondían a comercios de prendas de vestir ubicados en la zona centro de la ciudad, que es el principal sector donde se asienta este tipo de comercio.

Para diciembre de 2019, surgió la pandemia de la COVID-19, la cual llegó a Ecuador en los primeros días de marzo de 2020. El gobierno nacional, en un intento por detener el avance de la enfermedad entre la población ecuatoriana, decretó el estado de emergencia sanitaria y dispuso medidas de restricción y confinamiento. Como era de esperarse, la mayoría de actividades económicas se frenaron de forma abrupta, afectando el crecimiento económico del país, los índices de desempleo y subempleo, ingresos, etcétera.

1.2.5. CIU de las actividades económicas

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de actividades económicas es una categorización realizada por la International Labour Organization a fin de ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con esas actividades.

La mayoría de países usan directamente el CIIU o han elaborado clasificaciones nacionales derivadas de ella. El Ecuador, a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), adaptó el CIIU en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

Justamente, de acuerdo a esta clasificación la comercialización de prendas de vestir se sitúa en la categoría G4771: venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados. (Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2012). Más específicamente, de acuerdo al CIIU 4.0, en la categoría G4771.1.

1.3. Marco conceptual

- **Comercio:** Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales se debe entender como el intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual. Por su parte, comercio al por menor debe comprenderse como la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). El sector del comercio minorista comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo final para ser vendidos a personas y hogares, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso (la compra o la venta).

- **Crecimiento económico:** Se entiende como la evolución positiva de las condiciones de vida de un territorio concreto, lo cual, se medirá en función de la renta y de la capacidad productiva, en un periodo determinado. En contraste a este concepto se halla el de contracción económica que debe entenderse como una reducción general de los bienes y servicios en un mercado. Típicamente se relaciona a un receso en la producción causado por factores externos, como desastres naturales o andrógenos, o por factores internos, como impuestos, alta regulación y otros impactos en los incentivos de los productores.
- **Impacto:** Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe, etc. (Diccionario de la Lengua española). Impacto económico: Efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. Impacto social: Efecto sobre las personas y comunidades que ocurren como resultado de una acción, actividad, proyecto, programa o política. Impacto ambiental: Efecto sobre el ambiente como modificación del entorno natural, a consecuencia de obras u otras actividades.
- **Microempresa:** Una microempresa es una actividad económica de tamaño pequeño que se determina por las leyes de cada país. El tamaño se define por la cantidad de empleados y/o por el volumen de ventas. En esta investigación se entenderá como microempresa “un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.” (USAID, 2005).
- **Pandemia:** Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región. La pandemia de la COVID-19 (conocida popularmente como pandemia de coronavirus) es una pandemia derivada de la enfermedad ocasionada por el virus SARS-CoV-2. Su primer caso fue identificado en diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei, en la República Popular China. El virus se transmite generalmente de persona a persona a través de las pequeñas gotas de saliva, conocidas como microgotas de Flügge, que se emiten al hablar, estornudar, toser o espirar.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la investigación

El enfoque investigativo que se propuso en este estudio fue de carácter mixto, pues se recolectaron y analizaron datos tanto cuantitativos como cualitativos.

La información cuantitativa se fundamentó en la recolección de datos tomados directamente desde los involucrados en este estudio. Se determinó a partir de la información proporcionada por el GADM de Riobamba el número de microempresas comercializadoras de prendas de vestir que se localizan en el centro de la ciudad de Riobamba. A partir de este dato, se aplicó una encuesta a fin de recolectar cualquier información útil para determinar su realidad en el año de pandemia.

También se recogieron datos de tipo cualitativo, es decir, datos que no están representados por un valor numérico. Para el efecto, se utilizó la observación directa a los locales comerciales y la entrevista a los propietarios/administradores de las mencionadas microempresarios del comercio de productos vestir y a sus empleados.

2.2. Nivel de investigación

La investigación propuesta fue fundamentalmente de tipo explicativa, pues lo que se buscó es observar un fenómeno que debe ser luego analizado. Por tanto, esta investigación es de tipo fenomenológica: su función es reconocer e identificar problemas. Además, es hermenéutica, pues tiene como función interpretar la realidad observada a partir de una base conceptual.

Por ello, este estudio también tuvo un nivel de investigación correlacional, pues se quiere determinar relaciones de causa-efecto. En este sentido, el control estadístico fue multivariado a fin de descartar asociaciones aleatorias, casuales o espurias entre las distintas variables.

2.3. Diseño de investigación

La presente investigación correspondió a un diseño de investigación no-experimental, es decir, es investigación sistemática y empírica, que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hace en este tipo de investigaciones es observar situaciones ya existentes, en particular, variables independientes que ya se han sucedido y que, por tanto, no pueden ser manipuladas. Específicamente, este diseño de investigación no-experimental fue transversal, pues la información recolectada para llegar a fin con esta investigación será de un momento dado. La transversalidad de esta investigación será correccional/causal.

2.4. Tipo de investigación

Este estudio se enmarca en un tipo de investigación de campo, pues el trabajo de investigación se realizó en el mismo terreno donde ocurrió el fenómeno, esto es el centro de la ciudad de Riobamba donde se localizan la mayoría de microempresas comercializadoras de prendas de vestir.

La conveniencia de una investigación en el mismo campo radica en que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables. La investigación de campo de este estudio se dirigió a explorar un fenómeno nuevo como es el de la pandemia del COVID-19 y sus efectos sobre un sector comercial minorista específico y localizado en un punto concreto de la geografía ecuatoriana.

2.5. Población y planificación

Para 2016, en la zona centro de la ciudad de Riobamba, existían 305 almacenes relacionados con el ámbito textil, de los cuales 157 correspondían al comercio de prendas de vestir. Esto de acuerdo al número de patentes comerciales otorgadas en el cantón por el GADM-Riobamba.

Es un hecho que esa realidad del 2016 es muy diferente a la del 2020-2021, años de impacto de la pandemia del coronavirus. Por lo mismo, el primer paso del trabajo de investigación fue indagar el número de microempresas que actualmente mantienen esa actividad económica.

La información requerida fue proporcionada por el GADM, específicamente por el Departamento de Cartera, quienes facilitaron el registro de patentes de locales comerciales del casco comercial de Riobamba. De acuerdo a ese registro, las microempresas cuya actividad económica es la venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados, a julio de 2021, fue (Tabla 1-2):

Tabla 1-2: Número de patentes, registradas a julio de 2021, cuya actividad económica corresponde a G4771

Prendas de vestir	Calzado	Artículos de cuero	Total
24	302	21	347

Fuente: GADM (2021)

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

Por consiguiente, se tomaron esos datos como universo.

Ciertamente, 24 microempresas cuya actividad económica corresponde a “venta al por menor de prendas de vestir” ya da una idea de la magnitud del desastre producido por la pandemia. Antes, se había mencionado que para 2016 ese universo correspondía a 157 establecimientos.

Como la población de microempresas dedicadas a la venta de prendas de vestir es finita, pues se conocería el número exacto de elementos de la población, el cálculo de la muestra a estudiar viene dada por la fórmula:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z_a = 1,96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (para este caso $5\% = 0,05$)
- $q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0,05 = 0,95$)
- d = precisión (en esta investigación se usará un 4%).

El cálculo de la muestra:

$$n = \frac{24 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,04^2 * (24 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = 19,77 \approx 20 \text{ microempresas}$$

2.6. Métodos y técnicas de investigación

El método de investigación para este estudio fue fundamentalmente de tipo exploratorio, pues se efectuó la examinación de un fenómeno o problema de investigación poco estudiado. Sin embargo, en la medida de lo posible se establecerán descripciones de las situaciones y eventos encontrados en la exploración; esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Finalmente, se hizo una explicación de lo hallado.

Particularmente, se usaron las siguientes técnicas de investigación:

- **Observación directa:** con esta técnica se observaron atentamente los hechos acaecidos y se los registró para su posterior análisis.
- **Encuesta:** con esta técnica se recolectó información de las personas directamente e indirectamente involucradas con el objeto de estudio. Los datos obtenidos con la encuesta fueron de carácter cuantitativo.
- **Entrevista:** con esta técnica se recopiló información de los actores directamente involucrados con el objeto de estudio. Los datos recopilados a través de la entrevista fueron de carácter cualitativo.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Resultados

Los resultados que guardan relación con el objetivo de esta investigación se determinaron a partir de la encuesta que para el efecto se organizó y se realizó. Esta fue realizada el 21 de agosto de 2021. Los resultados de la investigación identificarán el impacto de la emergencia sanitaria en las microempresas comercializadoras de vestir, que seguramente coincidirán –o contradecirán–lo acontecido a nivel mundial, latinoamericano y nacional, visto en el Marco Teórico. En el Anexo A, se puede encontrar el cuestionario elaborado para la realización de dicha encuesta. En esta sección, se presentará el análisis e interpretación de los resultados obtenidos para posteriormente hacer su discusión.

3.1.1. *Análisis e interpretación de resultados*

I. GESTIÓN DE LA COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR

1. El negocio está constituido como:

Tabla 1-3: Constitución del negocio

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Persona natural	19	19	0,95	95
Persona jurídica	1	20	0,05	5
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

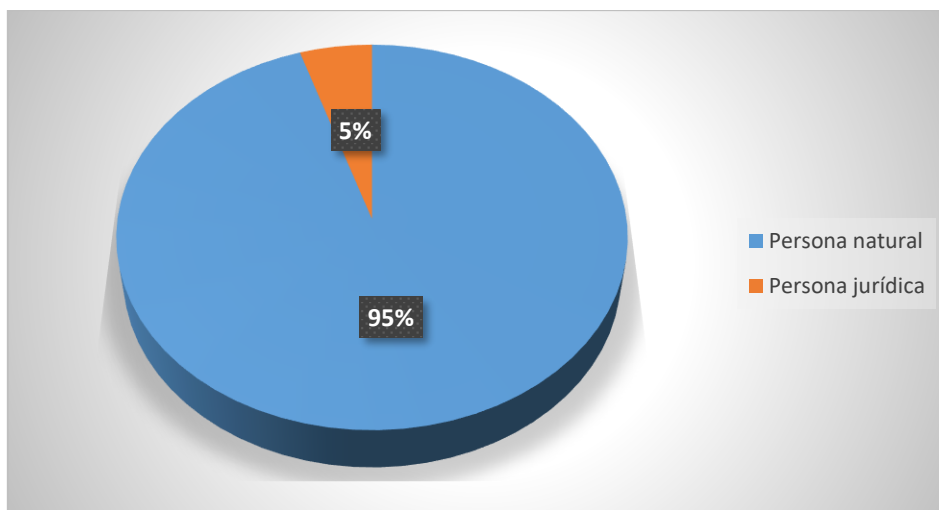


Gráfico 1-3: Constitución del negocio

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

2. El negocio funciona con:

Tabla 2-3: Identificación del negocio

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
RUC	14	14	0,70	70
RISE	6	20	0,30	30
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

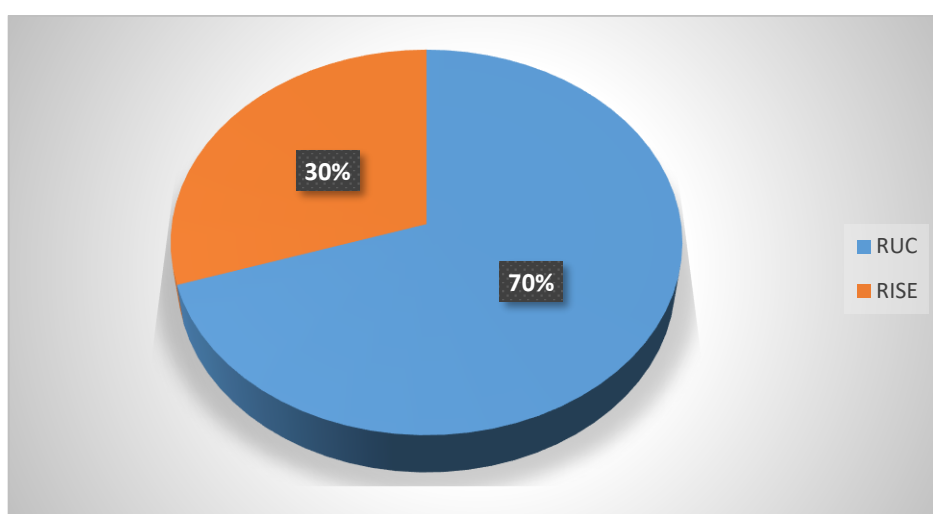


Gráfico 2-3: Identificación del negocio

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

3. El negocio funciona con patente municipal:

Tabla 3-3: Patente municipal

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
SÍ	19	19	0,95	95
NO	1	20	0,05	5
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

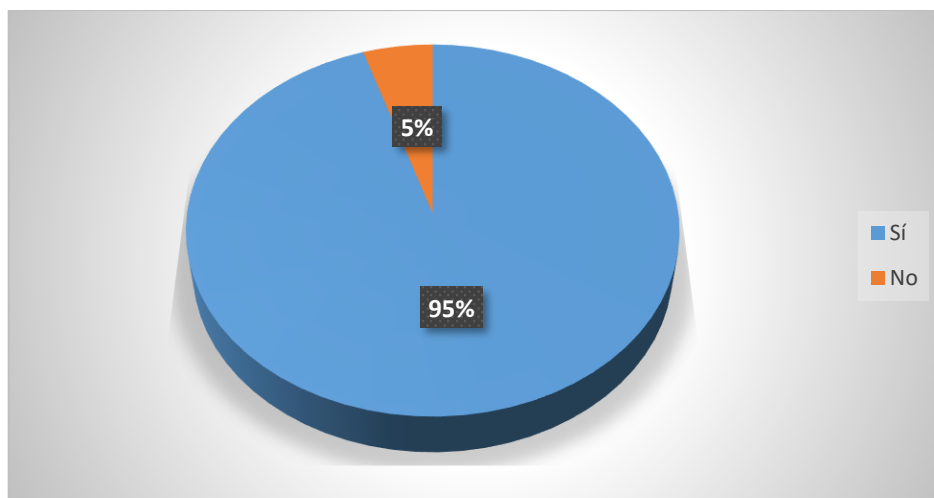


Gráfico 3-3: Patente municipal

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

4. Las actividades de su negocio son:

Tabla 4-3: Actividades comerciales del negocio

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Únicamente comercialización	15	15	0,75	75
Produce y comercializa	1	16	0,05	5
Combina las dos anteriores	4	20	0,20	20
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

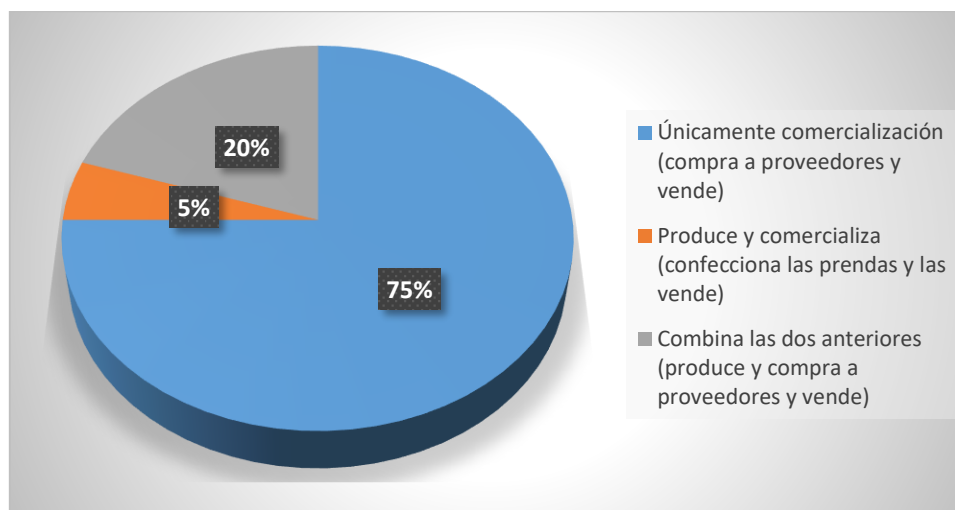


Gráfico 4-3: Actividades comerciales del negocio

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

Interpretación:

En la encuesta realizada se determinó que la mayoría de estas empresas comercializadoras de prendas de vestir están constituidas como persona natural (95%) y apenas un mínimo como jurídicas (5%) (Gráfico 1-3). Que todas ellas cuentan con los requisitos legales para su funcionamiento, esto es cuentan con RUC (70%) o RISE (30%) y patente municipal (95%) (Gráficos 2-3 y 3-3). Tratando de mantener orden en la gestión empresarial y por su condición tributaria, la mayoría de estos negocios lleva un registro básico de ingresos y gastos (95%), mientras que solo la minoría lleva contabilidad (1%) (Gráfico 1-3).

La actividad económica de estos negocios es mayoritariamente la compra y venta de prendas de vestir (75%), mientras que unos pocos la confeccionan y la venden (20%) y un minúsculo grupo compra y vende, pero también produce y vende (5%) (Gráfico 4-3).

II. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIANTE

5. Género de la persona que atiende el negocio

Tabla 5-3: Género de la persona que atiende el negocio

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Masculino	7	7	0,35	35
Femenino	13	20	0,65	65
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

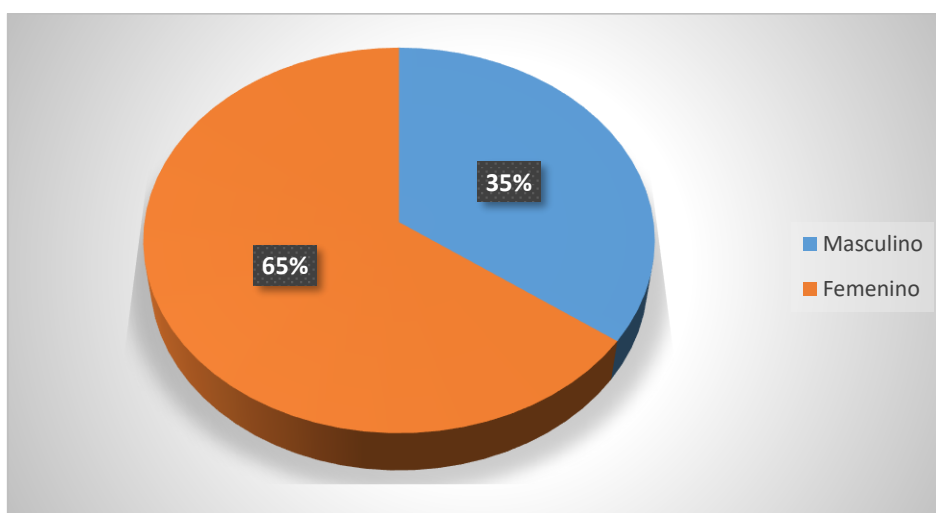


Gráfico 5-3: Género de la persona que atiende el negocio

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

6. ¿Qué relación con el negocio tiene la persona que atiende el negocio?

Tabla 6-3: Relación de la persona que atiende con el establecimiento

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Empleado/a	7	7	0,35	35
Propietario/a	13	20	0,65	65
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

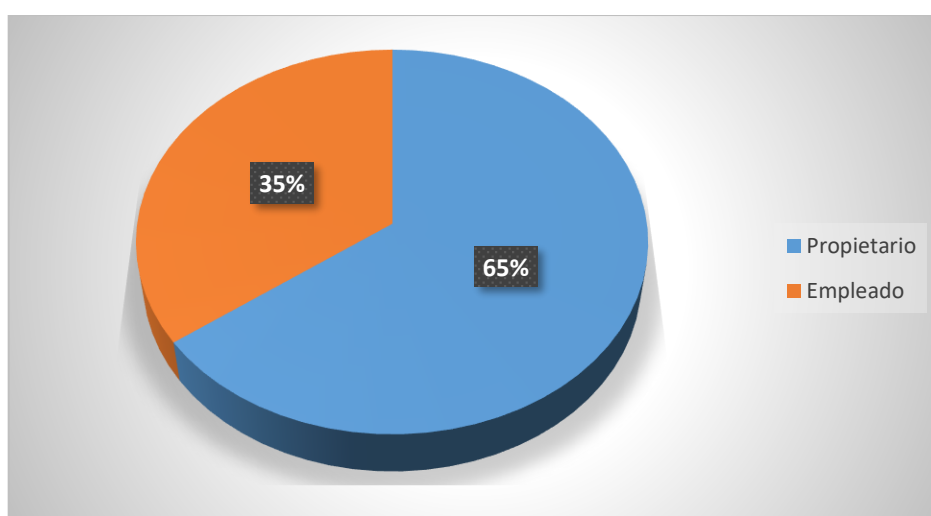


Gráfico 6-3: Relación de la persona que atiende con el establecimiento

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

Interpretación: La encuesta determinó que la mayoría de negocios comercializadores de prendas de vestir eran atendidos por mujeres (65%), las cuales -coincidentally- también eran las propietarias (65%). Esto significaría que son microempresas familiares, constituidas como autoempleo, principalmente por madres de familia, para apoyar la economía de sus hogares.

III. Impacto del COVID-19 sobre el negocio

7. ¿Cómo evaluaría la situación económica de la empresa antes de la pandemia?

Tabla 7-3: Evaluación económica del negocio antes del COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Muy buena	4	4	0,20	20
Buena	12	16	0,60	60
Regular	4	20	0.20	20
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

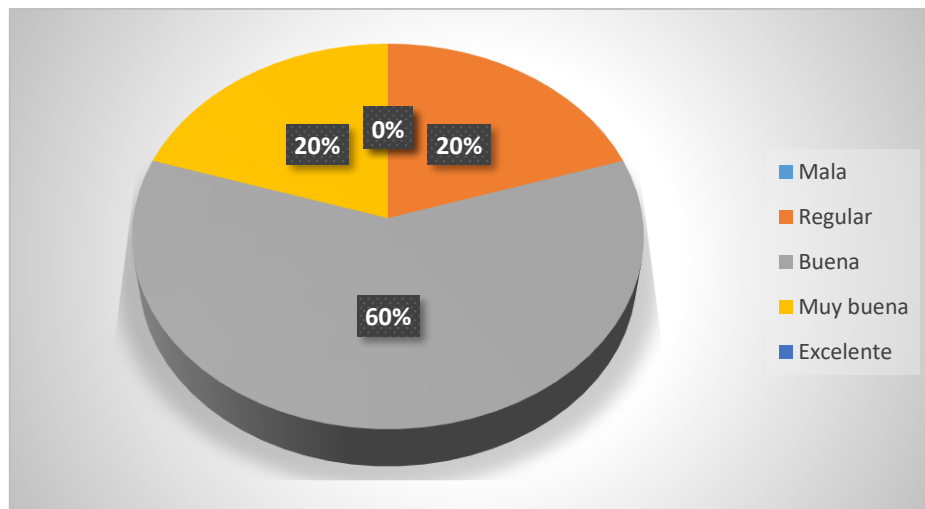


Gráfico 7-3: Evaluación económica del negocio antes del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

8. ¿Cómo evalúa actualmente la situación económica de la empresa?

Tabla 8-3: Evaluación económica del negocio en el COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Buena	5	5	0,25	25
Regular	7	12	0,35	35
Mala	8	20	0,40	40
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

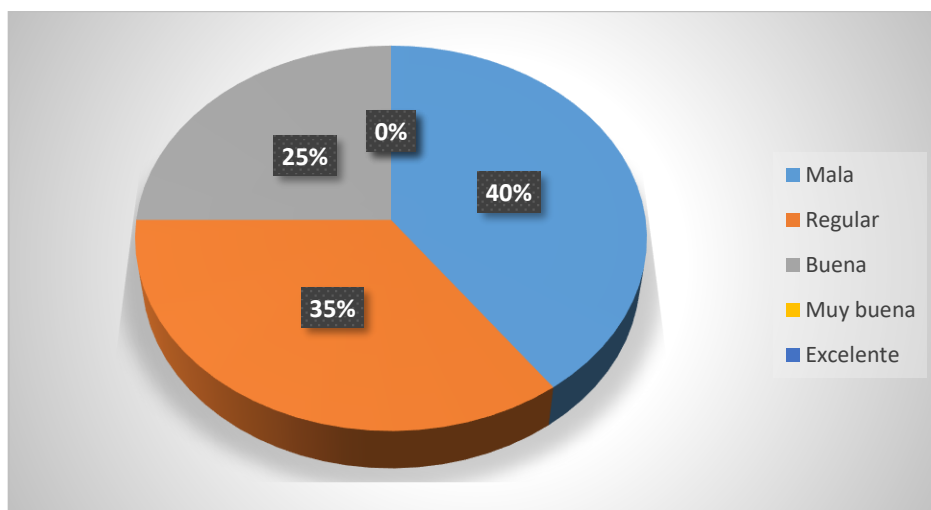


Gráfico 8-3: Evaluación económica del negocio en el COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

9. ¿Qué medidas internas tomó su empresa a consecuencia de la pandemia?

Tabla 9-3: Medidas adoptadas por el negocio a causa del COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Ventas online	7	7	0,35	35
Medidas de bioseguridad	12	19	0,60	60
Ninguna	1	20	0,05	5
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

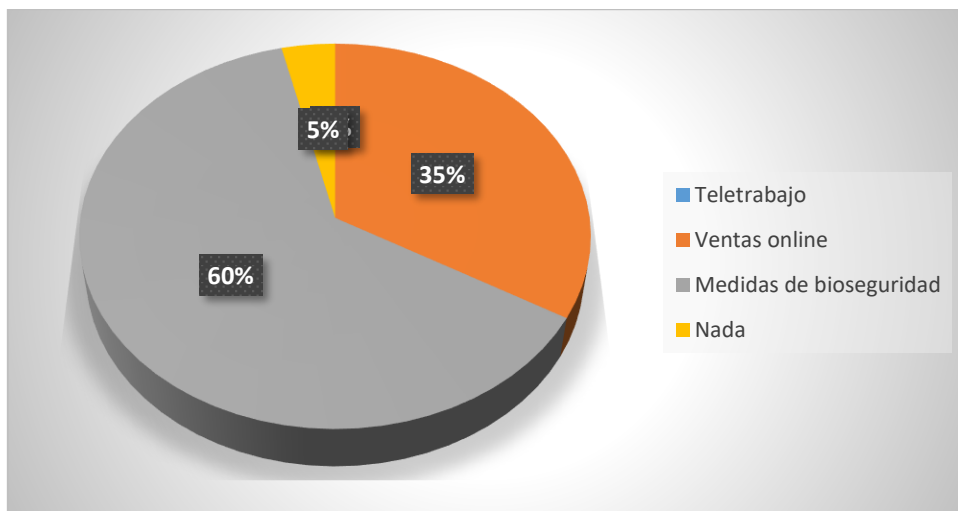


Gráfico 9-3: Medidas adoptadas por el negocio a causa del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

10. Valore la afectación del COVID-19 a las actividades su negocio

Tabla 10-3: Nivel de afectación para el negocio a consecuencia del COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Afectación leve	4	4	0,20	20
Afectación moderada	5	9	0,25	25
Afectación fuerte	11	20	0,55	55
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

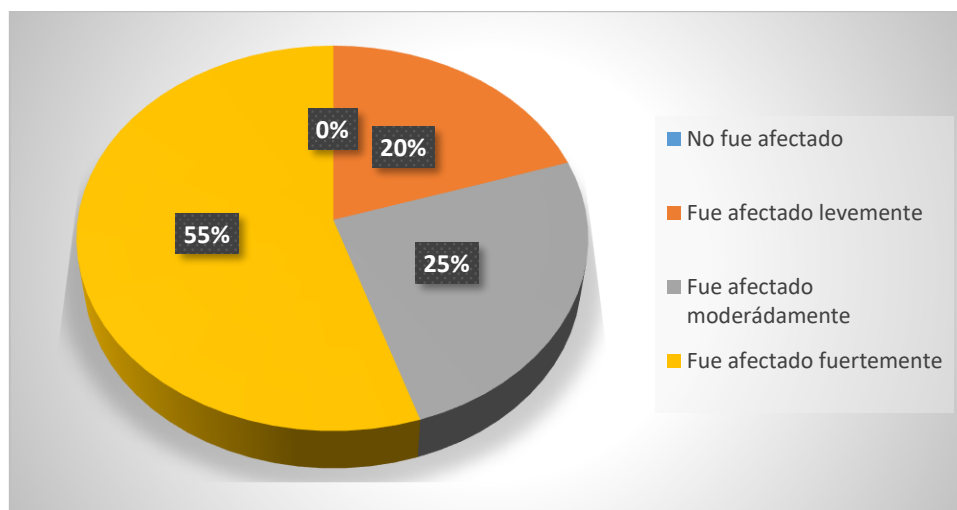


Gráfico 10-3: Nivel de afectación para el negocio a consecuencia del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

11. ¿El COVID-19 afectó a su negocio en algunas de las siguientes maneras?

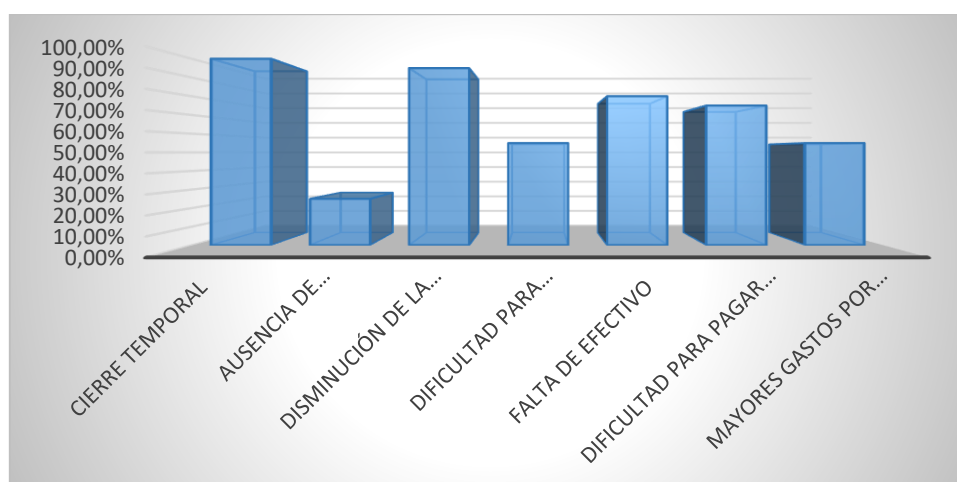


Gráfico 11-3: Principales afectaciones al negocio a causa del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

12. ¿La pandemia del coronavirus afectó la capacidad de su negocio para proveerse de los productos que vende?

Tabla 11-3: El COVID-19 causó problemas para proveerse de mercadería

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Sí	4	4	0,20	20
No	16	20	0,80	80
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir. 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

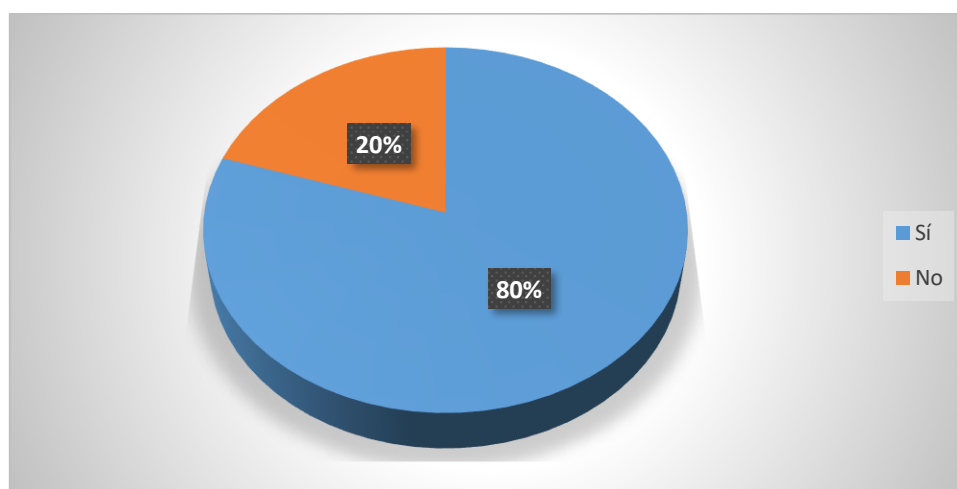


Gráfico 12-3: El COVID-19 causó problemas para proveerse de mercadería

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

13. ¿El negocio adoptó alguna de las siguientes estrategias para hacer frente a la crisis?

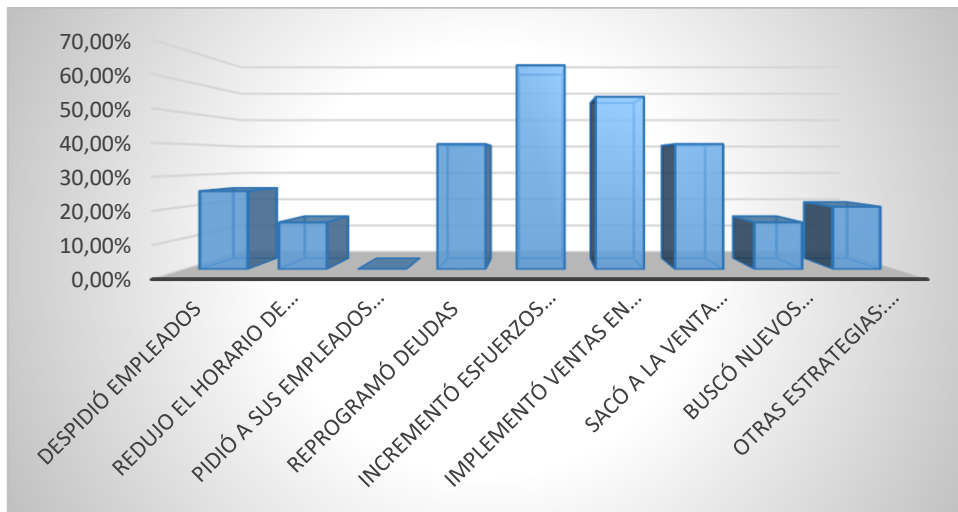


Gráfico 13-3: Medidas tomadas por el negocio ante la crisis provocada por el COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

14. ¿El negocio recibió algún tipo de ayuda para enfrentar la crisis del COVID-19 por parte de alguna de las siguientes instituciones?

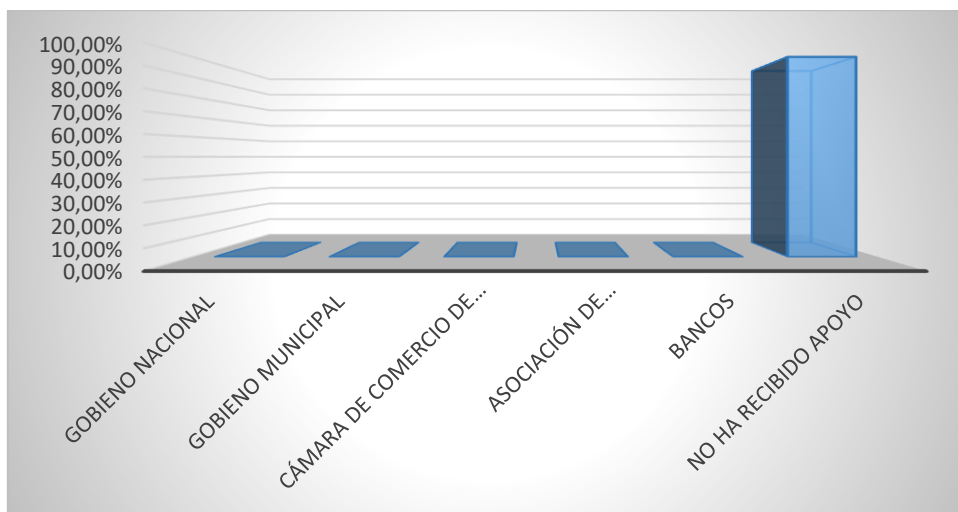


Gráfico 14-3: Ayuda institucional al negocio ante la crisis causada por el COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

15. Seleccione las tres principales medidas que el gobierno central debería implementar para ayudar a los negocios de venta de ropa

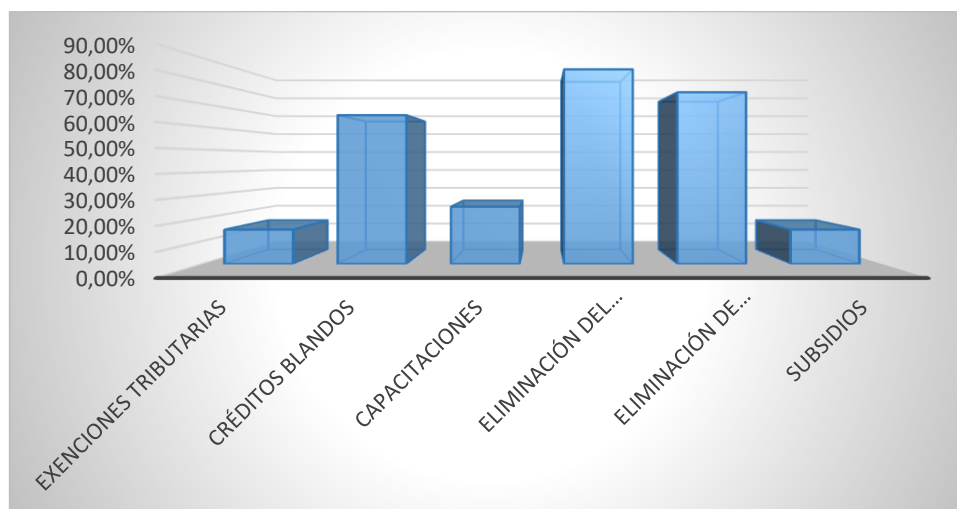


Gráfico 15-3: Medidas que deberían adoptar las instituciones para ayudar a los negocios a superar la crisis del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

Interpretación: La encuesta se planteó comparar la situación económica de las empresas comercializadoras de ropa antes del COVID-19 y en el tiempo de esta pandemia. En una escala que iba de excelente a mala, antes de la llegada del coronavirus al país, la mayoría de los negocios encuestados refirieron que su economía era buena (60%), en relación con una economía muy buena (20%) y regular (20%). No existieron criterios extremos. Para el tiempo de pandemia, esos criterios anteriores cambiaron radicalmente: apenas un 25% de los encuestados creía que su situación económica era buena, en relación con quienes que pensaban que era regular (35%) y mala (40%) (Gráficos 7-3 y 8-3).

Sobre las medidas que el negocio estableció ante el apareamiento del COVID-19, una gran mayoría respondió que tomaron medidas de bioseguridad (60%), disposiciones emanadas desde las instituciones gubernamentales. Sobre estrategias administrativas que debió tomar a causa de la pandemia, se determinó que una mayoría buscó implementar estrategias de Marketing para alcanzar nuevos clientes (60%), migrar hacia una modalidad de ventas online (50%), ofrecer nuevos productos a los clientes (40%) y reprogramar deudas (40%) (Gráficos 9-3 y 13-3).

Sobre el grado de afectación que pudieron tener los negocios, en una escala entre afectación fuerte y ninguna afectación, la mayoría de los encuestados respondió que sufrió una afectación fuerte (55%) (Gráfico 10-3). Esas afectaciones fueron principalmente el cierre temporal del negocio (100%), la disminución de la clientela (90%), la falta de liquidez (80%) y las dificultades para pagar obligaciones (80%) (Gráfico 11-3). Toda la crisis también afectó a la cotidianidad del negocio con el inconveniente de proveerse de mercadería nueva (80%) (Gráfico 12-3).

Se preguntó también si por la crisis los negocios recibieron alguna ayuda gubernamental o de alguna institución particular. Hubo un criterio absoluto entre todos los encuestados: No hubo ninguna ayuda (100%) (Gráfico 14-3). En contraste a esto, los negocios pedían a las autoridades la eliminación del 2% a las ventas brutas como pago del impuesto a la renta (90%), la disminución de los aranceles a las importaciones de ropa (80%) y créditos blandos (70%) (Gráfico 15-3).

IV. LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL FUTURO

16. ¿Qué desarrollo económico espera para el negocio en los próximos 3 meses?

Tabla 12-3: Previsiones económicas para los próximos 3 meses

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Mejor	8	8	0,40	40
Igual	9	17	0,45	45
Peor	3	20	0,15	15
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

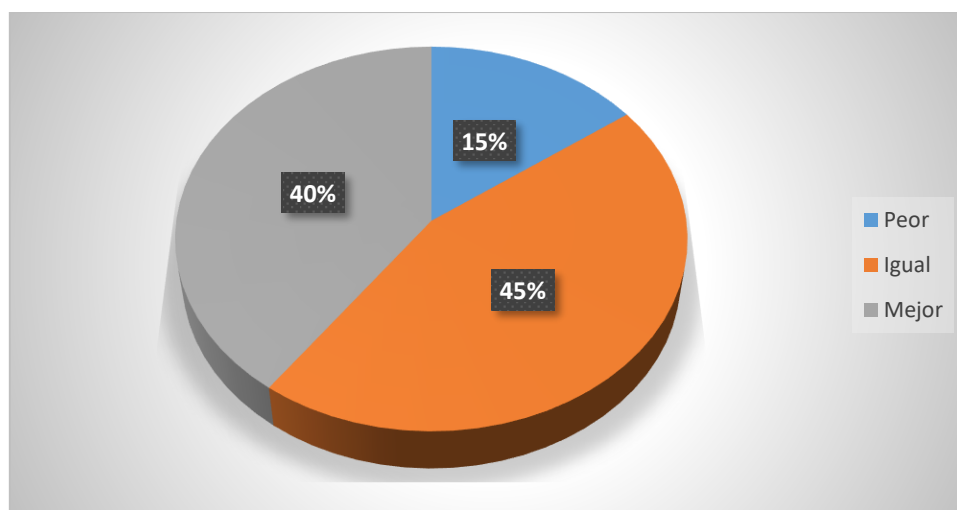


Gráfico 16-3: Previsiones económicas para los próximos 3 meses

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

17. ¿En qué tiempo estima que su negocio se recupere de esta crisis?

Tabla 13-3: Estimación del tiempo para retornar a la normalidad

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
6 meses	1	1	0,05	5
9 meses	3	4	0,15	15
1 año	5	9	0,25	25
Más de 1 año	11	20	0,55	55
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

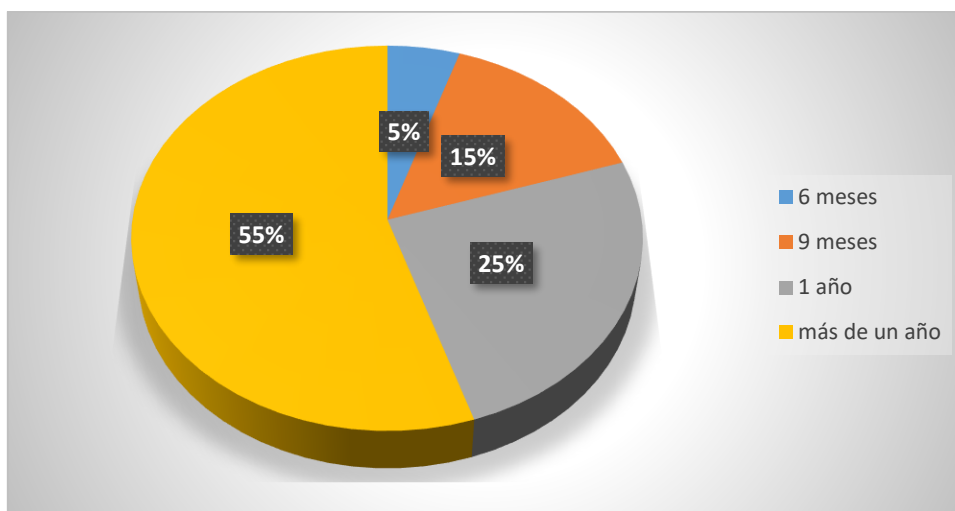


Gráfico 17-3: Estimación del tiempo para retornar a la normalidad

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

18. ¿Cuáles serían los mayores riesgos para el desarrollo económico de su empresa en los próximos 12 meses? (Califique los siguientes del 1 al 5)

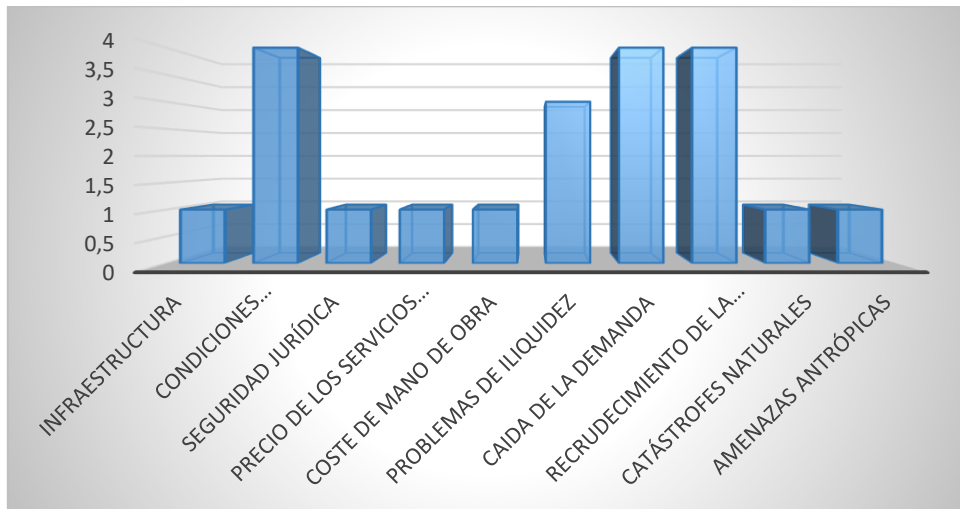


Gráfico 18-3: Debido al COVID-19, qué riesgos podría soportar su negocio

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

19. ¿Para mejorar las ventas, pensaría en los próximos 6 meses implementar alguna de estas estrategias?

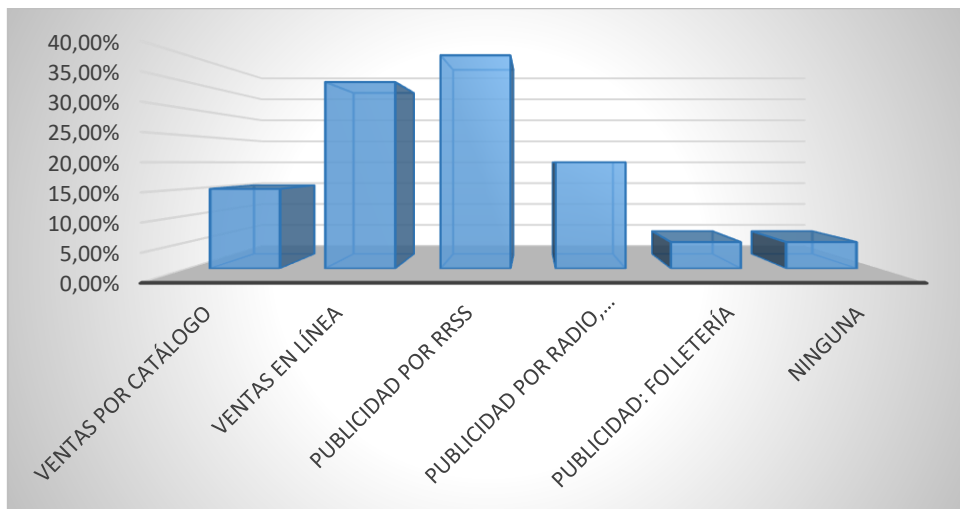


Gráfico 19-3: Estrategias de marketing aplicables para los próximos 6 meses

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

20. Si la crisis sanitaria y económica continúa, ¿pensaría usted cerrar su negocio a futuro? Si pensara que sí, ¿en qué tiempo lo haría?

Tabla 14-3: Posibilidad del cierre del negocio a futuro

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Sí	4	4	0,20	20
No	16	20	0,80	80
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

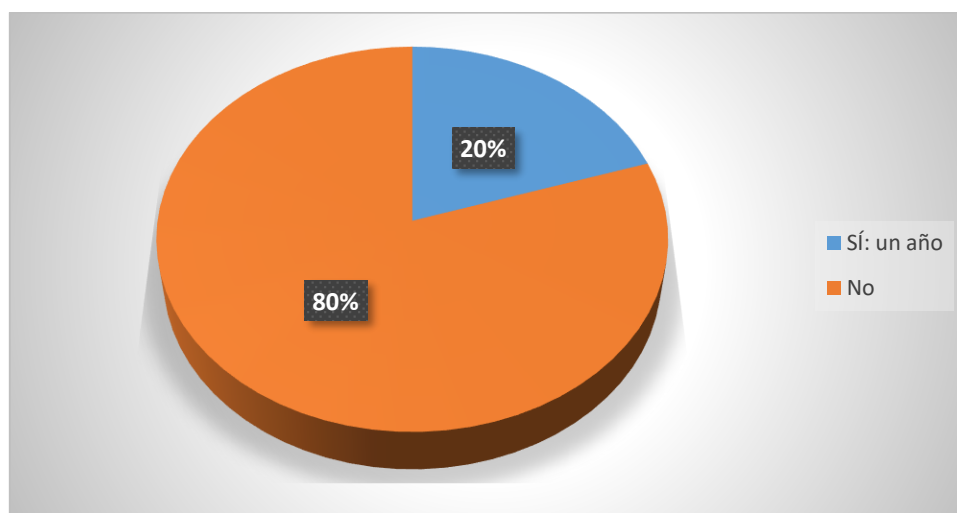


Gráfico 20-3: Posibilidad del cierre del negocio a futuro

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

Interpretación: En la cuarta parte de la encuesta se indagó acerca de la percepción del futuro, cuando la crisis provocada por el COVID-19 sea superada. Una mayoría percibía que en futuro inmediato (3 meses), las cosas iban a estar iguales (45%), aunque un grupo algo similar esperaba que estuviera mejor (40%) (Gráfico 16-3). Esto contrastaba con el criterio de que en el futuro mediano (más de un año) se volvería a la normalidad (55%) (Gráfico 17-3).

Asimismo, los mayores temores de los negocios en la etapa pospandemia se situaban en las condiciones socioeconómicas generales del país, la caída de la demanda y un recrudecimiento de la pandemia (Gráfico 18-3). Preguntando acerca de las posibles estrategias de marketing que el negocio podría usar en los siguientes seis meses para mejorar las ventas, una mayoría respondió que haría publicidad por RRSS (40%), en relación con vender en línea (40%), transformando de cierta forma el negocio hacia una tienda virtual. Finalmente, ante la pregunta de que si las cosas no mejoran, habría la posibilidad de cerrar el negocio: un contundente 80% respondió que No.

3.2. Discusión de resultados

3.2.1. Efectos de la COVID-19 para la ciudad de Riobamba

Chimborazo, al igual que la mayoría de provincias del país, sufrió en embate del coronavirus. Según cifras del Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP), entre marzo y agosto de 2020, el número de fallecidos confirmados y probables se acercaba a 300, mientras que los contagiados de COVID-19 bordeaba los 1.700. Estas cifras representaban –para la fecha– una tasa de letalidad del 13,5%, si solo se toma en cuenta las muertes confirmadas y subiría al 16,9% si se añaden las probables. En efecto, entre marzo y agosto, Chimborazo tuvo 1.521 defunciones por todas las causas, mientras que en mismo período en 2019 fueron 993. Esto significaría que se dieron 528 muertes inusuales, que pudieran atribuirse al COVID-19.

Como ya se refirió anteriormente, la mayor afectación de esta enfermedad se da en sectores con una alta incidencia de pobreza. Precisamente en Chimborazo, son las zonas rurales las que presentan cifras de mayor contagio y letalidad del COVID-17, esto es entre las comunidades indígenas asentadas en la ruralidad, donde la pobreza alcanza altos índices y no hay servicios básicos adecuados (Tuaza C., 2020).

Particularmente, en la ciudad de Riobamba, de acuerdo a un estudio realizado por el Municipio en 440 hogares para analizar la seroprevalencia⁵ del virus en esta ciudad, se determinó que el 12,2% de la población se contagió y que la tasa de letalidad fue del 1% (El Comercio, 2020).

Efectos para el sector comercio.

Hace algunos años, la ciudad de Riobamba se constituía como un motor de desarrollo económico y productivo, pues poseía una gran actividad comercial e industrial que generaba plazas de trabajo y riqueza. Sin embargo, poco a poco, la ciudad fue perdiendo competitividad y las grandes empresas fueron abandonándola.

Actualmente, Riobamba es una ciudad comercial principalmente. A decir del presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba (CCR), el 51% de riobambeños vive del comercio, organizados en pequeños negocios familiares. La mayoría de esos negocios son formales, pero existe también un buen número cuya actividad es informal.

⁵ Porcentaje de personas en una población que tienen unas proteínas en la sangre, llamadas anticuerpos, que indican que han estado expuestas a un virus u otro tipo de organismo infeccioso. Por ejemplo, al estudiar la seroprevalencia de anticuerpos contra un virus específico se puede determinar la cantidad de personas que ese virus ha infectado.

Particularmente las empresas formales son las que poseen patente de funcionamiento, se hallan inscritas en la Cámara de Comercio, pagan impuestos, generan empleo, etcétera. Las informales, por el contrario, son negocios que trabajan en la ilegalidad. Por este motivo, es problemático conocer la situación de estas empresas en situaciones de crisis como la acontecida con el COVID-19.

Sin embargo, no es difícil darse cuenta que la aparición de la pandemia del coronavirus produjo en el sector comercio de Riobamba, formal e informal, una gran afectación. Las medidas de confinamiento y restricción impuestas por el gobierno del Ecuador, en marzo de 2020, obligó a muchos de estos comercios a cerrar sus negocios por varios meses.

El cierre obligatorio causaría sin duda un problema de liquidez para estas empresas, principalmente para las pequeñas y medianas. Esto dificultaría el pago a bancos, proveedores y empleados, muchos de los cuales seguramente perdieron sus puestos de trabajo, incrementando los índices de desempleo y subempleo (Ecuador, INEC, 2021).

En este trabajo se investigó especialmente los efectos de la pandemia del COVID-19 en las microempresas comercializadoras de prendas de vestir, localizadas en el centro de la ciudad de Riobamba.

3.2.2. Impactos de la COVID-19 sobre las microempresas comercializadoras de prendas de vestir

3.2.2.1. Las comercializadoras de prendas de vestir: características generales.

Como ya se mencionó anteriormente, Riobamba se caracteriza por ser una ciudad comercial. El comercio es variado y entre él se hallan los almacenes que venden prendas de vestir. Estos negocios, generalmente, son microempresas⁶ familiares en donde las actividades de las mismas las ejecutan los propios miembros de la familia. La mayoría de negocios tiene una presencia corta en el mercado y solo unos pocos se han mantenido por largo tiempo. Por ende, se entiende que no poseen un criterio técnico de manejo de *branding*.

La cobertura de estos negocios se reduce, en su mayoría, a tener un solo local. En ellos, se ofertan prendas de vestir para hombres, mujeres, jóvenes, niños, ropa formal y casual, etc. Al ser negocios netamente familiares, sirven como actividad comercial para producir otros ingresos a las familias. Por eso, el personal mayoritario que atiende estos locales es femenino: madres de familia o

⁶ Una microempresa es un término utilizado para diferenciar un tipo de empresa que presenta ingresos anuales específicos y un número de empleados que va entre 1 a 10.

esposas, quienes además son sus propietarios. Tanto si atiende el propietario o algún empleado, la atención al cliente no suele ser diferenciado, lo que indicaría que no existe una capacitación en cuanto a la debida atención al cliente.

Además, en el caso de tener empleados no suele ser común la formalidad patrono-empleado, es decir, se contrata personal sin contratos de trabajo, sin afiliación al IESS, sin horarios definidos, sin sueldos fijos, entre otros aspectos. Las obligaciones relacionadas a los sueldos se cancelan de manera semanal o mensual.

Para la renovación y rotación de stock, los comerciantes se basan en crédito directo con los proveedores, a quienes se les cancela generalmente a 30 días plazo. Otros acuden a créditos con entidades financieras para contar con el capital de trabajo necesario para implementar las actividades del negocio.

Con relación al marketing y a la venta en sí misma, la totalidad de estos negocios no cuenta con un plan de ventas técnico. Apenas, aplican ciertas estrategias de venta en función de las temporadas. Sobre el uso de medios de comunicación para dar a conocer sus productos, ofertas y promociones se debe destacar que la mayoría de los negocios no usa ningún medio. Cierta publicidad se la hace a través de hojas volantes y por las redes sociales -Facebook, principalmente.

Todos estos negocios no manejan un concepto de calidad ni en el producto ni en el servicio. La mayoría de estos negocios comercializa prendas de vestir proporcionadas por proveedores nacionales y extranjeros, quienes entregan en el local de cada comerciante esos productos. Una mínima parte de estos comerciantes comercializa prendas confeccionadas por sí mismos, mientras que pocos compran y venden las prendas de vestir y también las producen para venderlas.

La organización de este tipo de negocios dedicados a la comercialización de prendas de vestir es bastante simple. Usualmente laboran de 1 a 3 personas. En los casos, el propietario concentra la gestión administrativa, comercial y logística. El personal adicional (1 o 2 personas en promedio) se dedica a la venta y atención del cliente. No poseen reglamentos internos, manuales administrativos u otras herramientas de gestión.

El desarrollo tecnológico en el sector comercial de prendas de vestir es limitado. Una minoría de establecimientos utiliza puntos de venta con un sistema informático para control de inventarios y facturación. Por lo general, las transacciones comerciales se hacen en dinero en efectivo, y cuando se lo hace con tarjetas de débito o crédito, el valor del producto se incrementa. Por otro lado, la visita a los distintos centros encuestados permitió verificar la inexistencia de equipos tecnológicos para el desarrollo de la actividad comercial, esto es equipos de seguridad como alarmas y cámaras.

Impacto del COVID-19 sobre los negocios encuestados.

En el estudio realizado, se pidió en los negocios de venta de prendas de vestir que evaluaran su situación económica antes de la pandemia. Para este caso se les propuso un parámetro preestablecido que iba desde “mala” hasta “excelente”, pasando por “regular”, “buena” y “muy buena”. Fueron justamente estas tres últimas alternativas las que dominaron en las respuestas, en el siguiente orden: buena (60%), muy buena (20%) y regular (20%). Hay que recordar que antes que la pandemia arribara a Ecuador, la situación económica del país ya se encontraba cursando una crisis que había incrementado las tasas de pobreza, desempleo y subempleo.

Por eso, la consideración de que la situación económica y social era “buena”, desde el punto de vista de estos comerciantes, no sorprende, pues se está hablando de un criterio medio; es decir, las actividades comerciales del negocio daban para mantener el negocio y la economía de las familias que dependían del mismo. Se debe recordar que este tipo de negocios son empresas familiares, donde no existe una gran inversión ni mueven cientos de miles de dólares.

En contraste, se pidió en los negocios que hicieran una nueva evaluación de la situación económica, pero esta vez en pandemia. El parámetro era el mismo. Esta vez las respuestas fueron las siguientes, mostradas en orden de mayor a menor: mala (40%), regular (35%) y buena (25%). Ninguno de los encuestados contestó ni muy buena ni excelente.

Se debe recordar que este tipo de negocios llevan aproximadamente un año trabajando en pandemia. Al inicio de la crisis sanitaria, el gobierno central decretó el estado de emergencia y prohibió la atención de muchos negocios que no tuvieran relación con la salud y las necesidades básicas. Los negocios de venta de prendas de vestir fueron cerrados aproximadamente tres meses. En la ciudad de Riobamba, estos fueron abiertos para la atención en junio de 2020. Como era de esperarse la percepción mayoritaria de la situación económica actual es mala. En la visita que se hizo a estos negocios se pudo observar muchos locales sin clientes y otros con pocos.

Anteriormente se mencionó que estos negocios de ventas de prendas de vestir al por menor estuvieron cerradas unos tres meses: de marzo a junio de 2020. El momento de la apertura, con todas las restricciones que ordenaban las autoridades gubernamentales, llama la atención que la única respuesta de los dueños de estos negocios ante la crisis fuera la de tomar ciertas medidas de bioseguridad.

Se debe indicar que al decidirse la apertura de todo tipo de negocios, las autoridades gubernamentales exigían protocolos de bioseguridad para la atención al público, esto es uso obligatorio de mascarilla, toma de temperatura, gel en manos, desinfección de ropas, aforo limitado en los locales, etcétera.

Particularmente en la ciudad de Riobamba, las autoridades municipales implementaron protocolos de bioseguridad en los lugares donde habitualmente hay mayor flujo de personas; por

ejemplo, mercados. Incluso la Cámara de Comercio de Riobamba (CCR) creó un cuaderno donde se exponían las medidas que debían adoptar sus agremiados en la apertura de sus locales, mismo que fue socializado entre los comerciantes.

Se podría pensar –entonces– que estas medidas fueron adoptadas más por obligación que por iniciativa de este sector. Lo dicho puede reafirmarse con la visita que se hizo a cada uno de los locales a propósito de este estudio, en todos los que se visitaron y luego de algo más de un año en crisis sanitaria, en ningún local se exigió esas medidas de seguridad y en pocos se observó algún tipo de equipamiento para aquello.

También llama la atención acerca de que ciertos negocios refirieron que habían implementado un comercio online, como respuesta a la crisis. Esto básicamente se refiere al hecho de que ciertos locales, ante la obligatoriedad del cierre, intentaron seguir con la atención al público a través de las redes sociales. Sin duda, esto sirvió más como una forma de publicidad más que como un soporte de ventas, pues el cambio de atención personal a uno online lleva tiempo, inversión y conocimiento y, como ya se dijo, en este tipo de actividad comercial no existe la preparación adecuada en la mayoría de sus administradores.

Algo que se presentó como interesante fue lo que un entrevistado afirmó, de que en plena crisis sanitaria, cuando la obligatoriedad del confinamiento y el cierre de los negocios, este cambió su actividad comercial hacia una panadería. Se debe recordar que este tipo de negocios de venta de productos de primera necesidad no tuvieron la imposición de cerrar, más bien trabajaban en horario restringido.

Esto hace recordar lo que también ya se mencionó antes, que se refería a la posibilidad de sobrevivencia a la crisis sanitaria: un rápido giro del negocio hacia una actividad permitida. Sin embargo, es fácil darse cuenta que esto se volvió complicado para la mayoría, pues el arribo de la enfermedad al país fue acelerado y un cambio de la mismas características implicaba poseer un plan de crisis que difícilmente tienen este tipo de negocios.

Montar además otro tipo de negocio implicaba adquirir el equipamiento necesario, el capital de trabajo, posiblemente el personal. Obviamente, se sigue la misma característica de negocio, que se refiere a un negocio familiar, con poca inversión y que funciona como actividad económica para ingresar dinero a las familias.

El estudio también planteó a los negocios que estimaran el grado de afectación que la pandemia del COVID-19 les ha causado. En este caso la valoración iba desde la nula afectación, hasta la una afectación fuerte, pasando por una afectación leve y otra moderada. Se debe recordar que la encuesta determinó un criterio mayoritario de una afectación fuerte. Es claro que este criterio coincide con el relacionado a la percepción actual del negocio en tiempos de pandemia, donde la percepción de la mayoría sobre la situación del negocio hoy era mala.

Relacionado con lo anterior el criterio del tipo de afectación que habían sufrido los negocios por causa de la crisis del COVID-19. De la misma manera, las respuestas, expuestas desde un criterio de mayor a menor, fueron: el cierre de los tres meses, la mayor afectación (100%); al abrir la atención nuevamente al público, la baja demanda (95%), la falta de efectivo para mantener la normalidad de las actividades (80%), la dificultad para pagar deudas (75%) -obviamente esto relacionado con lo anterior-, la dificultad de proveerse de nuevos artículos (55%), la incursión de otros gastos no previstos para la implementación de las medidas de bioseguridad (55%) y, finalmente, la ausencia de empleados (25%) (Gráfico 11-3).

Sin duda, permanecer obligatoriamente tres meses cerrados fue un golpe mortal para muchos negocios y, con certeza, unos dentro del tipo de venta de prendas de vestir. Antes ya se mencionó que para 2016, el GADM de Riobamba podía exhibir 157 patentes de negocios destinados para la venta de prendas de vestir al por menor en lo que es el centro. Para este estudio, el mismo GADM informó que existían 24 patentes para este tipo de comercio.

No es de extrañar la disminución radical de este tipo de negocio. Las razones pueden ser variadas. Por ejemplo, al ser microempresas familiares se entiende que se constituyen como una forma de enfrentar las continuas crisis económicas que vive el país, esto es paliar de cierta manera la pobreza y el desempleo existentes. Son negocios, que se los estructura a partir de la experiencia y sin ningún tipo de estudio de inversión. Por lo general duran de 1 a 3 años.

Con el cierre temporal se negó a este tipo de negocios, de forma abrupta, la posibilidad de liquidez para mantener sus actividades (pago de arriendos, a proveedores, de créditos, de sueldos, de servicios básicos, entre otros). Además, al ser estos negocios el sustento de familias enteras se configura un problema en la economía de esas familias. Pensar que el cierre obligó a cerrar definitivamente es una idea bastante cierta.

Esto se hace aún más creíble al observar que una queja mayoritaria de los negocios encuestados fue la baja demanda de los productos ofertados. Sin lugar a dudas, el Ecuador vive un período de gran recesión económica, coincidente con la recesión que vive Latinoamérica y el planeta entero.

La dificultad para el abastecimiento de nuevos productos para la venta también fue considerada como una afectación. En efecto, de acuerdo al mismo decreto de emergencia sanitaria que se emitió en relación con los meses más críticos de la pandemia (marzo - mayo de 2020), las fronteras del país fueron cerradas para el transporte de personas y de artículos. Incluso, al momento de escribir este trabajo no existe criterios claros en relación con la apertura total de las fronteras, pues esto depende de decisiones binacionales.

Ante la crisis provocada por el COVID-19, es interesante conocer que algunos negocios –al volver a abrir sus puertas al público– intentaron plantearse ciertas estrategias de administración. Desde el hacer ciertos tipos de publicidad con volantes y anuncios (65%), darse a conocer a través de

redes sociales, principalmente Facebook (55%), sacar productos nuevos o personalizados (40%), reprogramar créditos (40%), despedir empleados (25%), implementar ofertas en temporadas (20%), disminuir horas de trabajo a empleados (15%) y buscar nuevos proveedores (15%).

Ciertamente, ante la baja demanda de los productos de este tipo de negocios, es de esperar que se incrementen los esfuerzos de marketing y publicidad. Nuevamente el problema central de este tipo de actividades es la poca capacitación que los administradores tienen para preparar un plan de marketing y tomar acción en base a él.

La acción principal en este sentido es tratar de darse a conocer por Facebook; no obstante, es bastante probable que este tipo de esfuerzo no haya tenido algún resultado mayor. De acuerdo, a un artículo aparecido en la revista Espacios en noviembre de 2020, la crisis sanitaria del COVID-19 había empujado a muchas empresas hacia el *e-commerce*, es decir, la adopción de una modalidad virtual en sus actividades comerciales.

Según esta publicación, en Ecuador, un 82,3% de las mipymes utilizan el internet, en una proporción que va así: microempresas (48,6%), pequeñas (52,9%) y medianas (56,9%). Estas cifras coinciden con lo determinado por la encuesta. “Sin embargo, a pesar del acceso que tienen a internet se limitan a usarlo para enviar correos y realizar funciones administrativas, solo un 27,4% de las mipymes tiene presencia en la web.” (Rodríguez & otros, 2020).

Algo que si fue una estrategia que algunos negocios utilizaron para enfrentar la crisis económica producida para el COVID-19 fue sacar productos relacionados con el mismo problema, esto es juegos de mascarillas y pañuelos de cabeza. De hecho, mientras se hacia la visita a estos negocios se pudo observar en exhibición algunos de estos productos.

Es de suponer que en los meses iniciales de reapertura y con toda la problemática del coronavirus, muchos de estos negocios comercializarían otros productos relacionados con la bioseguridad: trajes, tapabocas, geles, alcohol, etc. Esto en ningún caso se podría considerar un cambio de actividad, simplemente una estrategia de sobrevivencia coyuntural.

La reprogramación de créditos también fue una estrategia adoptada para sobrevivir a la crisis. En efecto, ante la falta de liquidez, la única manera de resolver el pago de créditos era reprogramarlos. Es de notar que esta acción no es mayoritaria y se entiende en el sentido de que la economía de este tipo de negocios no maneja capitales grandes. Luego, la necesidad de implementar un crédito no es lo común. Incluso, el crédito que suele manejarse es informal, es decir, son préstamos que suelen hacerse entre los miembros de una misma familia, sin las formalidades de un banco.

Llamaría la atención que una mínima estrategia adoptaba para soportar la crisis económica provocada por el COVID-19 fue el despido de empleados. De hecho, en muchas empresas, las primeras acciones que se tomaron ante la emergencia fue disminuir la nómina de trabajadores o reducir su horario de trabajo para aliviar la cuenta de sueldos y salarios. Por esta razón, en tiempos

de COVID-19 los índices de pleno empleo, desempleo y subempleo se incrementaron en varios puntos.

Sin embargo, esto se entiende nuevamente al considerar que este tipo de negocios, por lo general, son microempresas familiares. En ese sentido, quienes trabajan en los locales son miembros de una misma familia que colaboran con el negocio, pues es su sustento familiar.

Se entiende también en el hecho de que cuando este tipo de negocios contrata empleados lo hace usualmente de manera informal. No hay contratos de trabajo, no hay afiliación al IESS, no se dan las prestaciones laborales exigidas por la Ley, no hay la formalidad de un horario, etc. Luego, hay ser empleados temporales es bastante fácil despedirlos por cualquier situación.

Por último, sobre la necesidad de buscar nuevos proveedores tampoco es significativo el resultado. Se entiende claramente que el cierre temporal al público de los locales determinó en mantenimiento del mismo inventario por varios meses. De igual forma, la baja demanda obligaría a conservar los mismos artículos en exhibición por mucho más tiempo que los tradicionales. Luego, en ningún caso existía la necesidad de cambiar de proveedores.

Otra cuestión curiosa que se determinó con el estudio fue que en los tiempos de cierre y reapertura –plena crisis de COVID-19–, este tipo de negocios y con seguridad otras microempresas no recibieron ninguna ayuda ni gubernamental ni particular. En cierto local comercial se conversó de que la asociación de comerciantes había prometido alguna ayuda, pero que todo había quedado en palabras.

Se entiende también esto en el sentido de que estas microempresas, al no manejar grandes capitales ni poseer enormes inversiones, no son tomadas en cuenta para ser parte de los gremios de comercios. Suelen estar afiliados a asociaciones de comerciantes con el fin de procurar tener fuerza para enfrentar decisiones locales. En otros casos, tampoco interesa tener ningún tipo de afiliación por cuanto son negocios más bien temporales.

En contrapartida, lo que pedirían los dueños de estos negocios a las instituciones públicas y privadas, especialmente al gobierno central, es que tome medidas de acción para ayudar a la economía de los negocios de venta de ropa. Lo que más importaba era eliminación del impuesto al 2% a las ventas brutas (85%), así también eliminación de aranceles para la importación de productos (75%), créditos blandos (65%), capacitaciones (25%), exenciones tributarias (15%) y subsidios (15%) (Gráfico 15-3).

De hecho, el actual presidente de la República, Guillermo Lasso, en campaña electoral prometió a los microempresarios del país la eliminación del impuesto del 2% sobre los ingresos brutos de sus microempresas, el cual fue dispuesto en la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, publicada el 31 de diciembre de 2019 e instrumentada con su reglamento el 28 de julio de 2020.

El tributo empezó a cobrarse en enero de este año 2021. A más de cien días del nuevo gobierno, esta promesa no se ha cumplido.

Otra petición al gobierno central está relacionada con la eliminación de aranceles para la importación de prendas de vestir. Es bien sabido que mucha mercadería que abastece a estos negocios llega desde Colombia y de los Estados Unidos. Eliminar o bajar los aranceles determinaría un mejor precio de venta y, posiblemente, una mayor demanda.

Es conocido que el gobierno central impulsó una política de reducción o eliminación de aranceles para 667 productos y que entró en vigencia desde el primero de mayo. (Alvarado & Vásquez, 2021). Sin embargo, entre esos productos no se hallan prendas de vestir como las que comercializan los negocios estudiados.

El otorgamiento de créditos blandos, es decir, con intereses bajos y tiempos convenientes para el pago de la deuda también fue una promesa del actual presidente de la República, Guillermo Lasso. Efectivamente, en campaña recorrió el país indicando que de ser elegido presidente de la nación, él concedería créditos productivos al 1 % de interés y a 30 años plazo. No obstante, hasta el momento en que se redacta esta investigación esa promesa tampoco ha sido cumplida.

Un dato interesante, aunque pequeño fue la solicitud de que el gobierno central, a través de las instituciones pertinentes, otorguen capacitaciones a los negocios de venta de prendas de vestir. Antes ya se dijo que este tipo de comercios, en general, se manejan empíricamente y no poseen ni planes de negocio ni de marketing ni de crisis. El mismo hecho de girar la actividad comercial hacia una forma de *e-commerce* implica el conocimiento de cómo hacerlo. En este sentido, la capacitación en cuanto al manejo administrativo del negocio es fundamental. Lastimosamente, existe poca conciencia de aquello.

En relación con exenciones tributarias, apenas un mínimo de encuestados optó por esa alternativa. Hay que tomar en cuenta que las exenciones tributarias son dispensas legales de la obligación tributaria, que se concede por razones de orden social o económico, a favor de determinados grupos. Igual registro se dio con la idea de subsidios. Significaría esto que los comercios de prendas de vestir, al menos los enmarcados en este estudio, desean contribuir con el país a través del pago de impuestos, siempre que el Estado también contribuya para que su actividad comercial mejore.

Situación de la crisis en el futuro.

También se preguntó a los negocios el cómo percibían su situación en el futuro, específicamente, en los próximos tres meses. Aquí se propuso una escala de valoración que iba desde peor hasta mejor, pasando por igual. La opción que marcó el mayor registro fue “igual” (45%), luego “mejor” (40%) y finalmente “peor” (5%).

Esto indica que los comerciantes tienen una apreciación bastante objetiva de la realidad, pues números estudios sugieren que el COVID-19 se mantendrá afectando por algún tiempo más, incluso con la vacunación que ya se está dando de forma mayoritaria en el país.

Súmese a esto que la pandemia del coronavirus afectó la economía mundial y que esta se irá recuperando lentamente a partir de los países desarrollados hasta los países en vías de desarrollo. Sin políticas claras de reactivación económica, el horizonte para el Ecuador no es muy alentador. Sin embargo, queda el optimismo que a futuro las cosas irán para mejor.

Cuando se preguntó a los negocios, cuándo estimarían que se superaría definitivamente la crisis sanitaria del coronavirus (COVID-19), las respuestas nuevamente se enmarcaban entre lo objetivo y el deseo. Así, el 55% de las respuestas se referían a que se superaría en más de un año, el 25% afirmaba que sería en un año, el 15% en nueve meses y las respuestas más optimistas crecían que se lo haría en 6 meses.

Otra vez se debe mencionar que al ser esta crisis de características mundiales, no solo depende del Ecuador como nación tomar acción para superarla. De hecho, sobreponerse a esta crisis depende de acciones multilaterales que partan desde los países desarrollados. Implica un trabajo en conjunto basado en la solidaridad entre las naciones, pues al haber construido un mundo global, cualquier remanente de la enfermedad o de cualquier otra puede incendiar el planeta nuevamente.

Por eso, todo lo que se haga durante la crisis y después de ella deberá centrarse en la construcción de economías y sociedades más equitativas, inclusivas y sostenibles, que sean más resistentes a las pandemias, al cambio climático y a los muchos otros desafíos mundiales.

Al proponerles a los encuestados la valoración, desde 1 (mínima) hasta 5 (máxima), de una serie de posibles amenazas que pudieran afectarles en el futuro, las respuestas en orden decreciente fueron las siguientes: recrudescimiento de la pandemia (4), una mayor caída de la demanda (4), las condiciones socioeconómicas del país (4) y problemas de iliquidez (3). Las otras, como infraestructura, seguridad jurídica, precio de los servicios básicos, coste de mano de obra, amenazas antrópicas y catástrofes naturales tuvieron una valoración mínima (1).

Se entiende que la preocupación principal sea un recrudescimiento de la pandemia y el regreso a medidas como confinamientos y restricciones de horario para la atención. Es comprensible, además, el miedo a que por cualquier circunstancia disminuya aún más la demanda, originando

problemas de iliquidez. Preocupa asimismo que la situación socioeconómica del país no mejore y la crisis se mantenga.

Ante la pregunta, si en los próximos seis meses y para tratar de mejorar las ventas, implementaría alguna estrategia específica, estas fueron las respuestas: publicidad por redes sociales (40%), ventas en línea (*e-commerce*) (30%), publicidad por radio, televisión, periódicos (20%), ventas por catálogo (15%), publicidad con hojas volantes (5%), ninguna (5%).

Analizando las respuestas, es claro que entre los comerciantes de venta de prendas de vestir existe la percepción de la necesidad de repensar sus modelos de negocio ante la catástrofe causada por el COVID-19. Migrar hacia modelos que incluyan las nuevas tecnologías es, hoy por hoy, la estrategia más llamativa. Sin embargo, la puesta en marcha de esta posibilidad aún es bastante compleja entre los actores de este tipo de actividades comerciales.

Como ya se ha mencionado varias veces, la falta de capacitación y, de cierto modo, la falta de capital para invertir, frena la perspectiva de cambiar comercios tradicionales a comercios electrónicos, con todas las características que eso implicaría. De hecho, es una estrategia que llama la atención porque el mundo actualmente vive sumergido en la tecnología que posibilita la realidad virtual, pero ello aún causa incertidumbre, temor y desconfianza en muchos microemprendedores de nuestro país.

Hay que añadir a lo anterior el hecho de que Ecuador ha venido manteniendo enormes deficiencias en infraestructura de telecomunicaciones, de cultura informática y educación. Carencias que impiden el crecimiento de los mercados electrónicos, lo que representa una desventaja competitiva en el escenario mundial. Poco a poco, las insuficiencias van siendo disminuidas a través de iniciativas aisladas, pero eso hace que el comercio electrónico crezca a un ritmo lento.

Las otras alternativas de promoción son las tradicionales que simplemente no producirán resultados efectivos pero que requieren incurrir en gastos que posiblemente en tiempos de COVID-19, los microempresarios de venta de ropa de prendas de vestir no quieran hacerlo.

Por último se preguntó acerca de la posibilidad de cerrar el negocio, si la crisis sanitaria y económica continúa por más tiempo o se agudizaba. La mayoría de respuestas se dirigieron hacia el “no” (80%), lo que significaría que los hombres y las mujeres que están detrás de estos negocios son personas valientes, decididas, tenaces, que buscan mantener un sueño que, sin lugar a dudas, emergió de la necesidad de construir un patrimonio para sus familias. Sueño que seguramente es el de millones de ecuatorianos.

3.3. Estrategias

El cantón Riobamba es una ciudad netamente comercial y, particularmente, su centro es una zona con esas características. Por consiguiente, los negocios que comercializan prendas de vestir ubicados en esta área tienen un sitio privilegiado para atraer al cliente que accede a esta zona por diferentes motivos. A pesar de los problemas causados por la pandemia, los comerciantes mantienen la esperanza de que la crisis termine en la medida y se volverá a la normalidad; por ello, su voluntad de no abandonar esa actividad económica.

Lo anterior es importante en la medida de que esa voluntad de mantener el negocio se vincula con la percepción de que amenazas similares a las del COVID-19 siempre les perjudicarán, si no adoptan otros criterios a la administración de sus tiendas. Por ello, su sentido de que deben adquirir herramientas técnicas que les vinculen con las tecnologías de los nuevos tiempos.

Hoy, las TICs que dominan en el mundo pueden llegar a ser herramientas fundamentales para el giro de este tipo de negocios hacia el comercio electrónico, más aún si quienes los dirigen tienen la predisposición para hacerlo. Es obvio que para ello se debe adquirir la tecnología adecuada y una capacitación en ellas. De esta manera, se cubren, de cierta forma, situaciones como las originadas por la crisis del COVID-19.

Además, es importante que este tipo de negocios asuma una administración técnica. Esto es que posea un plan de negocios con las debidas estrategias en marketing, en operaciones, en desarrollo, en crecimiento y en financiamiento, de tal forma que se conozca dónde se encuentra la empresa hoy, tenga claro hacia dónde desea ir y cómo pretende llegar allí. En este aspecto, la adquisición de mejor tecnología para desarrollar la gestión empresarial ayudará a su mantenimiento y crecimiento. La capacitación en cuestiones básicas de administración de empresas también es mandatorio.

Particularmente es importante establecer un plan de contingencia al que se pueda acceder en caso de que un fenómeno similar al acaecido con el coronavirus afectase nuevamente la cotidianidad del mundo, de Latinoamérica, de Ecuador o de la ciudad de Riobamba. Saber cómo actuar en casos difíciles siempre será una buena estrategia.

Asimismo, no se debe olvidar el marketing. El marketing de una microempresa como las comercializadoras de prendas de vestir debe componerse de aquellas actividades que dirigen la creación, el desarrollo y la entrega de un paquete de satisfactores. Estos deben estar dirigidos a satisfacer las necesidades de los clientes meta. Esto significa que el negocio debe ofrecer a sus compradores no solo un producto de calidad, sino una atención inolvidable.

En este sentido, el cliente se irá convirtiendo en comprador ferviente de la marca y en divulgador, entre familia, amigos y conocidos, de las bondades de ella. Sin duda, aquello haría crecer la posición de la marca en el sitio del mercado. Esta fortaleza adquirida posibilitará que el negocio

pueda soportar las diferentes amenazas que pudieran tenderse en el mundo, el país y la ciudad. Se debe recordar aquí que las medianas y grandes empresas, en general, pudieron resistir de mejor manera los efectos causados por la crisis del COVID-19.

Finalmente, sería conveniente que este tipo de negocios que comercializan prendas de vestir al por menor en el centro de la ciudad de Riobamba pudiera asociarse entre sí. Como dice la sabiduría popular: “la unión hace la fuerza”. Es indiscutible que como un frente amplio, estos negocios pudieran exigir a los diferentes gobiernos ayudas como las que mencionaban en el estudio realizado, esto es la eliminación del 2% del ingreso bruto como impuesto a la renta; la disminución de impuestos, créditos blandos, capacitaciones, etc. Si las grandes compañías pueden asociarse en cámaras de comercio que los representen, estos negocios podrían también hacerlo.

3.4. Propuesta

3.4.1. Análisis FODA de las microempresas comerciales de prendas de vestir luego del primer año de pandemia de la COVID-19

3.4.1.1. Fortalezas.

F1: Las microempresas de venta de prendas de vestir ubicadas en el centro de la ciudad de Riobamba son, en general, negocios familiares. Esto facilita la comunicación y aplicación de estrategias.

F2: La ubicación de estos negocios es idónea, pues se ubican en uno de los sectores comerciales de Riobamba.

F3: Los propietarios/administradores de estos negocios están predispuestos a continuar con esta actividad a pesar de las circunstancias adversas que ha originado el COVID-19.

F4: Los propietarios/administradores de estos negocios están conscientes de la necesidad de capacitarse.

F5: En cada uno de los locales estudiados se observó una buena atención hacia el cliente.

F6: En cada uno de los locales estudiados se observó la exhibición de prendas de vestir de calidad.

3.4.1.2. Debilidades.

D1: La iliquidez causada por la crisis del COVID-19 produjo inestabilidad en las actividades comerciales de estos negocios.

D2: No hay planificación de las actividades a mediano y largo plazo.

D3: No hay un plan de capacitación para quienes trabajan en los negocios.

D4: No hay un plan de marketing, ventas y publicidad que abarque las actividades.

D5: Si existen empleados en el negocio, no se cumple con todas las obligaciones laborales con ellos.

D6: El servicio al cliente es personalizado, pero no es de calidad.

D7: Limitada especialización por nichos de mercado, la mayoría de negocios vende productos similares.

3.4.1.3. Oportunidades.

O1: La ciudad de Riobamba es una ciudad netamente comercial.

O2: La posibilidad de migrar a comercios electrónicos y alcanzar mercados mayores.

O3: La posibilidad de acceder a mejor tecnología para facilitar las actividades comerciales del negocio.

O4: La posibilidad de capacitarse en cualquiera de las diferentes áreas que involucra la administración de empresas actualmente es posible a través de múltiples mecanismos, tanto en la educación formal (universidades, institutos tecnológicos) o informal (educación en línea).

O5: La disminución o eliminación de salvaguardias a productos que tienen relación con el negocio.

3.4.1.4. Amenazas

A1: Un recrudecimiento de la pandemia llevaría a momentos de confinamiento y cierres temporales.

A2: El aumento de la pobreza y el desempleo en el país provocaría una mayor caída de la demanda.

A3: Competencia desleal desde el comercio informal o desde grandes empresas.

A4: El mantenimiento por parte de los gobiernos de políticas tributarias que no tiene conciliación con el momento de crisis actual.

A5: Implementación de políticas económicas y financieras equivocadas por parte del gobierno central que lleven a una mayor crisis socioeconómica en el país.

A6. Falta de acuerdos mínimos multilaterales por parte de los países desarrollados que prolongue las crisis del coronavirus (COVID), afectando más a los países de Latinoamérica y el Caribe.

Tabla 15-3: FODA estratégico

	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Las microempresas de venta de prendas de vestir ubicadas en el centro de la ciudad de Riobamba son, en general, negocios familiares. Esto facilita la comunicación y aplicación de estrategias.</p> <p>F2: La ubicación de estos negocios es idónea, pues se ubican en uno de los sectores comerciales de Riobamba.</p> <p>F3: Los propietarios/administradores de estos negocios están predispuestos a continuar con esta actividad a pesar de las circunstancias adversas que ha originado el COVID-19.</p> <p>F4: Los propietarios/administradores de estos negocios están conscientes de la necesidad de capacitarse.</p> <p>F5: En cada uno de los locales estudiados se observó una buena atención hacia el cliente.</p> <p>F6: En cada uno de los locales estudiados se observó la exhibición de prendas de vestir de calidad.</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: La iliquidez causada por la crisis del COVID-19 produjo inestabilidad en las actividades comerciales de estos negocios.</p> <p>D2: No hay planificación de las actividades a mediano y largo plazo.</p> <p>D3: No hay un plan de capacitación para quienes trabajan en los negocios.</p> <p>D4: No hay un plan de marketing, ventas y publicidad que abarque las actividades.</p> <p>D5: Si existen empleados en el negocio, no se cumple con todas las obligaciones laborales con ellos.</p> <p>D6: El servicio al cliente es personalizado, pero no es de calidad.</p> <p>D7: Limitada especialización por nichos de mercado, la mayoría de negocios vende productos similares.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: La ciudad de Riobamba es una ciudad netamente comercial.</p> <p>O2: La posibilidad de migrar a comercios electrónicos y alcanzar mercados mayores.</p> <p>O3: La posibilidad de acceder a mejor tecnología para facilitar las actividades comerciales del negocio.</p> <p>O4: La posibilidad de capacitarse en cualquiera de las diferentes áreas que involucra la administración de empresas actualmente es posible a través de múltiples mecanismos, tanto en la educación formal (universidades, institutos tecnológicos) o informal (educación en línea).</p> <p>O5: La disminución o eliminación de salvaguardias a productos que tienen relación con el negocio.</p>	<p>F-O</p> <p>Riobamba es una ciudad netamente comercial y en particular su centro es un área con esas características; luego los negocios de venta de prendas de vestir ubicados en esa zona tienen un sitio privilegiado para atraer al cliente que accede a esta zona por diferentes motivos.</p> <p>Las TICs que dominan hoy en mundo pueden llegar a ser herramientas fundamentales para el giro de este tipo de negocios hacia el comercio electrónico, más aún si quienes los dirigen tienen la predisposición para hacerlo, obviamente a través de adquisición de la tecnología adecuada y las debidas capacitaciones. De esta manera cubrirse de cierta forma de situaciones como las originadas por la crisis del COVID-19.</p> <p>La adquisición de mejor tecnología para desarrollar las actividades comerciales de los negocios serviría además para brindar al cliente mejores experiencias de compra y fidelizarle.</p>	<p>D-O</p> <p>Se debe fomentar el uso de tecnologías y herramientas administrativas informáticas que actualmente se hallan disponibles con el fin de respaldar las actividades comerciales de estos negocios, de tal manera que la administración se lo haga a través de procesos técnicos.</p> <p>Se debe utilizar además las TICs para llegar a un mercado más amplio y específico. En este mismo sentido, tratar de diferenciarse de la competencia.</p> <p>Se debe hacer uso de las facilidades que actualmente existen para capacitarse en cuestiones de administración de empresas, de tal forma que se puedan planificar el negocio en el tiempo; crear planes de marketing, de venta de publicidad; conocer las obligaciones que el negocio tiene con respecto a sus empleados, a las políticas tributarias, etc.; implantar calidad con respecto a la atención a la cliente.</p>

Tabla 27-3: FODA estratégico (continuación)

<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Un recrudecimiento de la pandemia llevaría a momentos de confinamiento y cierres temporales.</p> <p>A2: El aumento de la pobreza y el desempleo en el país provocaría una mayor caída de la demanda.</p> <p>A3: Competencia desleal desde el comercio informal o desde grandes empresas.</p> <p>A4: El mantenimiento por parte de los gobiernos de políticas tributarias que no tiene conciliación con el momento de crisis actual.</p> <p>A5: Implementación de políticas económicas y financieras equivocadas por parte del gobierno central que lleven a una mayor crisis socioeconómica en el país.</p> <p>A6. Falta de acuerdos mínimos multilaterales por parte de los países desarrollados que prolongue las crisis del coronavirus (COVID), afectando más a los países de Latinoamérica y el Caribe.</p>	<p>F-A</p> <p>Se debe implementar el cambio de un modelo de comercio tradicional hacia un modelo electrónico, de tal manera que se pueda ampliar el mercado. Esto significa manejar todas las actividades comerciales con criterios profesionales, manejándolas además con herramientas informáticas actuales.</p> <p>Se debe establecer estrategias para posicionar la marca comercial del negocio.</p> <p>Se deben establecer acciones para fidelizar a clientes.</p> <p>Se deben desarrollar planes de contingencia ante las crisis para poder tomar decisiones con criterios técnicos y no desde la incertidumbre.</p> <p>Se deben lograr asociaciones entre los negocios afines para poder exigir a los gobiernos locales y nacionales beneficios para este sector comercial.</p>	<p>D-A</p> <p>Se debe exigir la aplicación de acciones concretas, en el marco de lo legal, a las autoridades respectivas para mitigar la informalidad y la competencia desleal.</p> <p>Establecer nexos con entidades públicas y privadas correspondientes para articular de forma efectiva el ingreso de estos negocios al sistema de economía popular y solidaria, a las cámaras de comercio o cualquier gremio que pudiera beneficiar al negocio en tiempos de crisis.</p> <p>Aplicar permanentemente mecanismos de evaluación de satisfacción al cliente.</p>
--	---	--

Fuente: Análisis FODA, 2021

Elaboración: Pucuna, J., 2021.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación se planteó como objetivo general el “investigar los efectos de la pandemia del COVID-19 sobre las microempresas comercializadoras de prendas de vestir de la ciudad de Riobamba con el fin de conocer la afectación que causó a este sector económico y propender estrategias adecuadas para superarla.” Este objetivo se ha cumplido en la investigación hecha a través de la realización de cada uno de los objetivos específicos también planteados inicialmente en el anteproyecto.

Objetivo uno: Determinar los impactos que el COVID-19 produjo en las microempresas comercializadoras de textiles en relación con su situación económica.

El 2020 es el año que ha dividido por segunda vez a la historia de la humanidad en un AC y un DC: un antes del COVID-19 y un después del COVID-19. En efecto, la realidad anterior al apareamiento de la enfermedad la ha cambiado 180 grados y actualmente se habla incluso de una nueva normalidad. El coronavirus ha determinado –entonces– un punto de inflexión en la historia y un desafío para la humanidad.

La facilidad de contagio de la enfermedad la propagó rápidamente por el planeta, además, favorecida por la globalización social, económica y cultural establecida desde mediados del siglo XX. Pronto millones de personas en el mundo estaban infectadas de COVID-19 y miles morían por las complicaciones que causaba en el organismo.

Con el fin de frenar la propagación y evitar tantas muertes, se determinó el confinamiento de poblaciones enteras, paralizando, casi en su totalidad, todo tipo de actividades no esenciales. De esta manera se cerraron escuelas, colegios y universidades. Se paralizaron sectores como los del turismo, entretenimiento, transporte, comercio, producción. Apenas, podía estar abierto lo básico para la sobrevivencia humana: alimentación, salud y seguridad.

Esto determinó que cadenas de producción y comercialización de bienes y servicios, principalmente de países industrializados como China, Estados Unidos, Rusia, Reino Unido, Francia, etc., se frenaran hasta índices nunca antes vistos.

La caída abrupta de los índices de productividad de los países desarrollados afectó fuertemente a las economías de los países latinoamericanos, pues estos se caracterizan por presentar economías dependientes de la exportación de materias primas. Como la ecuatoriana, que depende principalmente de la exportación de petróleo crudo.

Inmediatamente se da un decrecimiento económico a nivel planetario causando el cierre de miles de empresas, principalmente micro y pequeñas, y la pérdida de millones de empleos. Sin embargo, el confinamiento también produce en ciertos sectores de la economía el incremento de la riqueza

debido al crecimiento de los mercados bursátiles, la apreciación del sector inmobiliario, las bajas tasas de interés y los ahorros imprevistos. Increíblemente esa riqueza generada pasa a manos de 1% más rico del planeta. De esta manera se agudizaron, en el contexto mundial, las asimetrías económicas, sociales y ambientales.

En esta crisis, América Latina y el Caribe perdieron un 11,7% de su riqueza. Además, debido al crecimiento casi nulo de esta región antes de la crisis, sumada a la contracción de 2020 originada por la crisis sanitaria del COVID-19 y a la debilidad del Estado de bienestar y los sistemas de salud y protección social, produjo un aumento sin precedentes del desempleo, la caída de los ingresos y el incremento de la pobreza y la desigualdad, que agravan los problemas sociales.

Se puede afirmar con total seguridad que este impacto dio lugar a un gran número de cierres de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). Tristemente, esto afectaría en mayor proporción a personas vulnerables: mujeres, niños, jóvenes, ancianos, indígenas, afros, pobres.

El panorama del Ecuador no fue muy diferente al del resto de Latinoamérica y el mundo. Ciertamente, la pandemia del COVID-19 produjo en el país cientos de miles de enfermos y decenas de miles de fallecimientos. La economía del país se redujo en 5.571 millones de dólares (7,8%) con respecto a antes de la crisis del coronavirus, según estimaciones del Banco Central.

La contracción de la economía ecuatoriana determinó el aumento de los registros de pobreza, desempleo y subempleo, principalmente en zonas tradicionalmente abandonadas de las políticas estatales; esto es, provincias amazónicas, provincias de la Sierra Central, provincias como Esmeraldas en la Costa. Zonas como las rurales con serias deficiencias de servicios básicos, de salud, de educación, entre otros.

Particularmente, en la provincia de Chimborazo, las zonas rurales, con presencia mayoritaria de comunidades indígenas serían las más afectadas, pues ocurre que estas zonas carecen de todo tipo de servicios y usualmente son olvidadas por los gobiernos locales y nacionales. En estas zonas de comunidades indígenas, antes de la pandemia, ya existían serios problemas de desnutrición infantil. Por consiguiente, es bastante plausible pensar que con el apareamiento del COVID-19 en el país estos índices de desnutrición infantil se hagan incrementado.

En relación con la ciudad de Riobamba, esta seguramente sufrió similares problemas a los registrados en todas las ciudades del país. El obligatorio cierre de las actividades productivas y comerciales no esenciales determinaría una crisis económica total entre las familias riobambeñas. Claro está que no de todas, pues aquellas relacionales con la producción y comercialización de alimentos, no fueron obligados a cerrar. Consecuentemente, es bastante probable que la crisis del COVID-19 haya afectado principalmente la economía de las familias vinculadas con el sector comercial, no relacionado con alimentos.

Particularmente, los comerciantes de prendas de vestir al por menor tuvieron que cerrar la atención al público durante los días más fuertes de la crisis del COVID-19. Fueron tres meses que Riobamba se mantuvo en confinamiento y en ese tiempo la actividad comercial de estas microempresas no generó ingresos. Hay que recordar, sin embargo, que en ese mismo lapso de tiempo sí se seguían generando gastos (pago de arriendos, servicios básicos, sueldos, créditos, etc.). Luego, es totalmente cierta la idea de que en el periodo de los tres meses de confinamiento total, algunos negocios de venta de ropa asentados en el centro de la ciudad hayan decidido cerrar sus puertas definitivamente o al menos hasta que la crisis disminuya.

Al relajarse las medidas de confinamiento y posibilitar la apertura al público de este tipo de negocios, aunque sea en horarios restringidos, se encontrarían con el hecho de que no existía la demanda suficiente para mantener adecuadamente las actividades del negocio. En tiempos de pandemia y con un virus al asecho para atacar, poca gente habría decidido salir de compras por el centro de Riobamba. Luego, estos negocios que ya venían acarreado problemas de iliquidez por el cierre temporal, verían aumentar sus preocupaciones económicas.

Como se determinó en el estudio documental, las medidas para contener la expansión del coronavirus condujo a una inmovilidad de actividades de producción, transporte de materias primas, comercialización de productos y servicios. Exactamente esta misma situación se produjo entre las comercializadoras de prendas de vestir ubicadas en el centro de la ciudad de Riobamba. La falta de iliquidez determinaría el atraso de pagos a proveedores, a bancos, a empleados, a servicios básicos, etc. Determinaría también la reducción del ingreso de las familias que dependían de ese negocio.

Por eso, estos negocios se refieren a este periodo de tiempo como malo en relación a su situación económica, con muchas pérdidas que les ha causado mucha afectación. Sin embargo, subsiste la esperanza de que la crisis del COVID-19 pase en el mediano plazo y se reactive la economía nuevamente.

Objetivo dos: Identificar los efectos que la pandemia del COVID-19 ocasionó en las microempresas comercializadoras de prendas de vestir en relación con sus condiciones sociales.

Para 2016, de acuerdo al GADM de Riobamba existían 157 comercializadoras de prendas de vestir que se localizaban en el centro de la urbe. En junio de 2021 –el momento en que se realizaba este estudio–, se estableció que apenas eran 24. Esta drástica disminución pudiera deberse a que estos negocios son creados como microempresas familiares, que tratan de paliar la situación social y económica de muchas familias de clase media baja y pobre. Son sus trabajos, sus modos de subsistencia, sus medios de vida, de prosperidad, de calidad de vida.

Sin embargo, la misma estructura de estas empresas y su especialización en la venta de ciertos productos, que no son de consumo obligatorio, influyen de manera decisiva sobre el desempeño

de las mismas y en su participación en el mercado. Esta debilidad determinará que cualquier amenaza, como la de la pandemia del COVID-19, desequilibre su economía y, por ende, la situación social de quienes se vinculan a estos negocios.

Como se determinó en la investigación, la pandemia afectó mayoritariamente a los sectores sociales tradicionalmente excluidos, aquellos que se sitúan en la pobreza y la pobreza extrema. El aumento del desempleo, el subempleo y la disminución del empleo pleno en el país, mostraría esa situación.

Si bien es cierto, las comercializadoras de prendas de vestir ubicadas en el centro de Riobamba, por su misma condición de ser negocios familiares, no son fuentes plenas de empleo, algunos de los existentes se habrán perdido, orillando a la desocupación y a la falta de recursos financieros a quienes laboraban en estos lugares como empleados. Así, ese empleo no haya sido un empleo formal. Esas personas que ya no fueron contratadas verían mermar sus condiciones sociales, quizá en algunos casos ya vulnerables.

Lo mismo ocurriría con aquellos que establecieron el negocio como una forma de autoempleo. Incluso más, la crisis abriría la posibilidad de cerrar esos negocios y abrir otros con una diferente actividad comercial; por ejemplo, uno que esté relacionado con la comercialización de alimentos. Es muy probable que algunas de estas microempresas comercializadoras de ropa al por menor que funcionaban en el centro de Riobamba antes del COVID-19, actualmente funcionen con una actividad vinculada a la producción, comercialización o preparación de alimentos. Esto también explicaría la drástica disminución del número de estos negocios situados en el centro de Riobamba.

Objetivo tres: Identificar las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades (FODA) de las microempresas comerciales de prendas de vestir luego del primer año de pandemia de la COVID-19 y estructurar posibles estrategias que ayuden a superar las debilidades de estas microempresas y minimizar las amenazas.

Luego de haber identificado los efectos que la pandemia del COVID-19 ocasionó en las microempresas comercializadoras de prendas de vestir se realizó un análisis FODA para determinar la situación interna y externa de estos negocios en ese momento particular de crisis. Se determinó, por ejemplo, que este tipo de negocios al ser de tipo familiar, poseen la ventaja de la comunicación y el compromiso para con ella. Esto facilita la aplicación de planes y estrategias. La misma ubicación de estos negocios en una zona netamente comercial, como el centro de Riobamba, les da una ventaja sobre otros negocios similares ubicados en otras zonas.

Además, se evidenció la voluntad de propietarios/administradores de estos negocios en continuar con esta actividad a pesar de las circunstancias adversas que ha originado el COVID-19. Para ello, han adquirido la conciencia de capacitarse para gestionar sus negocios más eficientemente –por

una parte– y adaptarlos hacia los nuevos tiempos caracterizados por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación –por otra parte–. Aquello, asimismo, impulsaría al crecimiento del negocio hacia mejores posiciones en el mercado, otorgándole fortaleza para resistir amenazas con las del COVID-19.

Se determinaron además otras amenazas que pudieran desplegarse sobre este tipo de negocios; por ejemplo, el aumento de la pobreza y la desigualdad, fruto del mismo decrecimiento económico causado por la pandemia del COVID-19. Sumado a la enfermedad, malas políticas públicas y decisiones erradas por parte de los gobiernos de turno, que perjudiquen aún más la economía de las familias causando baja demanda.

En tal sentido es conveniente que este tipo de negocios puedan cambiar, parcial o totalmente, hacia un modelo de tiendas electrónicas, ayudadas por las TICs que hoy son tendencia. Indudablemente, ese traspaso debe ser hecho de forma efectiva y eficientemente para que brinde resultados, de lo contrario, solo se volvería pérdida de recursos y tiempo.

Por fin, estas microempresas comercializadoras de prendas de vestir son negocios aislados que se hacen competencia entre ellas, pues poco se diversifican. Asociarse para crear un organismo fuerte que les represente, les ayudaría a soportar amenazas similares con la del coronavirus. Hay que recordar que se obtienen más beneficios o mejores resultados al trabajar en conjunto que individualmente.

RECOMENDACIONES

Los difíciles meses de lucha contra la pandemia han dejado un legado doloroso en lo humano y en lo económico, a nivel mundial y local. Se ha determinado, de acuerdo al estudio, que ni instituciones públicas ni privadas han colaborado con las microempresas comercializadoras de prendas de vestir en función de atenuar los efectos de la crisis del COVID-19 sobre ellas. Todas, sin excepción, debieron manejar los problemas causados por el confinamiento obligatorio: cierre de sus locales, falta de dinero para realizar pagos, afectación a las familias que dependen de la actividad comercial del negocio, entre los principales.

Capitalizar esta problemática y convertirla en un aprendizaje para mejorar el desempeño en el futuro es importante. En un mundo globalizado, como el actual, se vuelve probable que un acontecimiento local en el otro extremo del mundo se convierta en afectación mundial, provocando iguales o peores efectos. Más aún, con la posibilidad cierta de un cambio climático que en el corto plazo provocará enormes daños –como ya se está viendo- a extensas regiones del planeta. Cambio climático, por cierto, provocado por modelo económico individualista, insolidario y depredador.

¿Qué hacer para mejorar el desempeño en el futuro? En lo que corresponde a las microempresas comercializadoras de prendas de vestir hay ciertas estrategias comunes que valen la pena destacar porque pueden generar defensas ante situaciones iguales a las acaecidas con el COVID-19. Estas estrategias están propuestas en este estudio como sugerencias.

Incorporar tecnologías digitales: Antes del COVID-19, a nivel regional y mundial ya se apreciaba un auge de comercios electrónicos. En efecto, la web había dado el espacio para incorporar millones de tiendas virtuales que exhibían todo tipo de productos de bienes y servicios. Unas más complejas que otras, pero todas con la intención de llegar a un cliente potencial. Estos comercios online planteaban ciertas facilidades, pero también algunas complejidades.

En nuestro país, particularmente, este fenómeno se hallaba retrasado. Desconocimiento del manejo digital y recelos ante lo inexplorado, habían relegado el cambio del comercio tradicional al electrónico. Actualmente, se vuelve necesario hacer ese cambio aceleradamente y las acciones deben pasar desde la sensibilización, la alfabetización digital primera hasta acciones más complejas para profundizar los procesos de adopción digital.

Para ello es necesario la asociación entre comerciantes minoristas para que en grupo puedan enfrentar los desafíos de la nueva economía digital. En conjunto también pueden solicitar que instituciones públicas o privadas les ayuden con la enseñanza necesaria para manejar las técnicas, las normas y las estrategias que surgen con el involucramiento en el mundo digital. Los involucrados tienen la predisposición, pero es seguro que le limita la falta de capital para solventar

todos esos nuevos gastos, pero sobre todo el entrar a un mundo extraño y que no sirva para nada. Hasta aquí la primera sugerencia.

Añadir valor a sus operaciones para fidelizar al cliente: En los comercios tradicionales se mantienen los mismos formatos de siempre. Locales limpios y ordenados, con exhibidores mostrando sus productos. Una, dos o tres personas atendiendo. Es como si conocer un local comercial se conociera también al resto.

Antes, también se mencionó acerca de una atención al público sin la calidad necesaria que pueda seducir al cliente y hacerlo volver una y otra vez, incluso que sea un vocero de primera mano de la marca del negocio. En tiempos de pandemia –al menos en la visita que se hizo a los negocios de prendas de vestir para este estudio–, no se evidenció ningún protocolo de bioseguridad, más allá del uso de mascarillas. Esto seguramente desincentivará la visita de quienes exigen seguridad para evitar cualquier posibilidad de enfermarse.

¿Cuál es la sugerencia? Mejorar todos los aspectos que tengan relación con el cliente, adoptando normas de calidad. El objetivo sería entonces llegar a la fidelización del cliente, esto es desarrollar una relación positiva entre la empresa y sus clientes con el fin de que regresen a comprar habitualmente los productos que ofrece.

Un cliente es leal en función de un conjunto de interacciones satisfactorias con el negocio. Así, se desarrollan relaciones de confianza, que tienen que ser mantenidas en el tiempo. Obviamente, esto resulta, al final, más barato que intentar continuamente atraer a uno nuevo. Sin embargo, su aplicación depende del conocimiento de estrategias de calidad y de los gustos del cliente.

La importancia de la fidelización no solo radica en que se vende siempre para el mismo cliente, sino que este sirve como divulgador de la marca entre sus círculos sociales cercanos. Esto obviamente conlleva la posibilidad de más ingresos. Esta es la segunda sugerencia.

Modernizarse para crecer: Es claro que si las microempresas comercializadoras de prendas de vestir –y esto pudiera proyectarse a otras micro y pequeñas empresas– cambian su comercio tradicional y lo modernizan a través de la adopción de técnicas de organización, planificación, dirección y control de los recursos que tienen a su disposición, estas alcanzarán el máximo beneficio posible.

Esto, sin duda, acrecentaría un nivel de presencia mayor en el mercado, pues estos negocios se presentarían como marcas reconocidas. Tal fenómeno marcaría un conjunto de valores (innovación, elegancia, tecnología, juventud, etc.) que se posicionarían inevitablemente en el imaginario colectivo. Esto inevitablemente disminuiría la brecha entre estas microempresas y las grandes empresas. Esta es la tercera sugerencia.

Asociarse en cooperativas: Por último, no es descabellado pensar que la sobrevivencia de las microempresas comercializadoras de ropa no pasa por la indiferencia y la autopreferencia. La tradicional frase: “siempre hemos trabajado así” determinaría solo la posibilidad de irse convirtiendo en el “último de los mohicanos”. Asociarse configurando cooperativas que busquen el interés de todos sus cooperados hará más fuerte la resistencia a eventos como los surgidos por efectos de la pandemia del coronavirus (COVID-19). La última sugerencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (2020). El cononavirus en los tiempos del Ecuador. *Análisis*, 3-10.
- CEPAL. (2020). Informe especial COVID-19: Sectores y empresas frente al COVID-19. Emergencia y reactivación (No. 4). Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2020). Informe especial COVID-19: América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales (No. 1). Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2020). Informe especial COVID-19: Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación (No.2). Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2020). Informe especial COVID-19: El desafío social en tiempos del COVID-19 (No. 3). Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2020). Informe especial COVID-19: Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVID-19 para una reactivación con igualdad: nuevas proyecciones (No.5). Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2020). Informe especial COVID-19: Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística (No. 6). Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2021). Informe especial COVID-19: La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe (No.11). Santiago: Naciones Unidas.
- Corzo, D. (2020). El COVID-19 y los nuevos paradigmas de la globalización. *Revista de Estudios Políticos - UNAB*, 21-24.
- Datosmacro. (28 de agosto de 2021). Ecuador - COVID-19 - Crisis del coronavirus. Obtenido de Expansion / Datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/otros/coronavirus/ecuador>
- Dini, M., & Nuñez, G. (2020). Elementos para la innovación de las políticas dirigidas a las mipymes y para la defensa de la competencia a la luz de los desafíos impuestos por la pandemia y la recuperación económica. CEPAL.
- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. CEPAL.
- Ecuador, INEC. (2019). Boletín Técnico (N° 01-2019-ENEMDU): Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre de 2018. Mercado laboral. Quito: INEC.
- Ecuador, INEC. (2019). Boletín Técnico (N° 01-2019-ENEMDU): Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre de 2018. Pobreza y desigualdad. Quito: INEC.
- Ecuador, INEC. (diciembre de 2019). Ecuador en cifras. Obtenido de Indicadores de pobreza y desigualdad: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Diciembre-2019/201912_PobrezayDesigualdad.pdf

- Ecuador, INEC. (2020). Boletín Técnico (N° 02-2020-ENEMDU): Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre de 2019. Pobreza y desigualdad . Quito: INEC.
- Ecuador, INEC. (2020). Boletín Técnico (No. 01-2020-ENEMDU): Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre de 2019. Mercado laboral. Quito: INEC.
- Ecuador, INEC. (2021). Boletín Técnico (N° 01-2020-ENEMDU): Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre de 2018. Mercado laboral. Quito: INEC.
- Ecuador, INEC. (2021). Boletín Técnico (N° 02-2020-ENEMDU): Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre de 2018. Pobreza y desigualdad. Quito: INEC.
- Ecuador, INEC. (junio de 2021). Boletín Técnico: Registro Estadístico de Defunciones Generales. Quito: INEC.
- Ecuador, Secretaría Técnica de Planificación. (2020). Evaluación Socioeconómica PDNA Covid-19. Quito.
- Filgueira, F., & otros. (2020). América Latina ante la crisis del COVID-19. Vulnerabilidad socioeconómica Y RESPUESRA SOCIAL. CEPAL.
- Gómez Lee, M. (2008). Las políticas públicas en la sociedad globalizada. Ópera, Núm. 8, 175-195.
- OCDE. (2020). Impacto financiero del COVID-19 En Ecuador: desafíos y respuestas.
- OCDE. (2020). Impacto macroeconómico del COVID-19 en el Ecuador: desafíos y respuestas.
- OCDE. (2020). Impacto social del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas.
- Segura B., O. (2020). Economía y COVID-19. Campus, 22.
- Silva, C. (2009). Globalización: Dimensiones y Políticas públicas. Hologramática, Año VI, Número 10, V1, 3-25.



DIRECCION DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
Y LA INVESTIGACION
Ing. Jhonatan Parraño Quiñtas M.E.I.
ANALISTA DE BIBLIOTECA I

ANEXOS

ANEXO A: FICHA DE LA ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: EFECTOS DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORES DE PRENDAS DE VESTIR QUE SE LOCALIZAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, DURANTE EL AÑO 2020.

Objetivo: Efectuar un diagnóstico acerca de los efectos del COVID-19 sobre las microempresas de prendas de vestir del centro urbano del cantón Riobamba en relación con los impactos económicos y sociales que pudieron haber tenido.

- Esta encuesta es anónima y personal, sus respuestas son totalmente confidenciales y para fines académicos.
- Lea cuidadosamente las preguntas y conteste de acuerdo a lo detallado en cada una de ellas.
- Tiempo estimado: 20 minutos.

DESARROLLO:

I. Gestión de la comercializadora de prendas de vestir.

Información del negocio:

- Nombre del local comercial.....
- Dirección:.....
- Parroquia:.....

1.- El negocio está constituido como

Persona natural		Persona jurídica	
-----------------	--	------------------	--

2.- El negocio funciona con

RUC		RISE	
-----	--	------	--

3.- ¿El negocio funciona con patente municipal?

Sí		No	
----	--	----	--

4. Las actividades de su negocio son:

Únicamente comercialización (compra a proveedores y vende las prendas de vestir)	
Producción y comercialización (confecciona las prendas de vestir y las vende)	
Combina las dos anteriores (produce y compra prendas de vestir y las vende)	

II. Caracterización del comerciante

5. Género de la persona que atiende el negocio:

M		F		Otro	
---	--	---	--	------	--

6. Relación con el establecimiento:

Propietario		Empleado	
-------------	--	----------	--

III. Impacto del COVID-19 sobre el negocio

7. ¿Cómo evaluaría la situación económica de la empresa antes de la pandemia?

Mala		Regular		Buena		Muy buena		Excelente	
------	--	---------	--	-------	--	-----------	--	-----------	--

8. ¿Cómo evalúa actualmente la situación económica de la empresa?

Mala		Regular		Buena		Muy buena		Excelente	
------	--	---------	--	-------	--	-----------	--	-----------	--

9. ¿Qué medidas internas tomó su empresa a consecuencia de la pandemia?

Teletrabajo		Ventas online		Medidas de bioseguridad	
Otras (especifique):					

10. Valore la afectación del COVID-19 a las actividades su negocio:

No fue afectado		Fue afectado levemente	
Fue afectado moderadamente		Fue afectado fuertemente	

11. El COVID-19 afectó a su negocio en algunas de las siguientes maneras

Cierre temporal		Ausencia de empleados a trabajar	
Disminución de la demanda		Dificultad para proveerse de artículos	

Falta de efectivo		Dificultad para pagar deudas	
Mayores gastos por bioseguridad		No sabe	
Otra manera (especifique):			

12. ¿La pandemia del coronavirus afectó la capacidad de su negocio para proveerse de los productos que vende?

Sí		No	
----	--	----	--

13. ¿El negocio adoptó alguna de las siguientes estrategias para hacer frente a la crisis?

Despidió empleados		Redujo el horario de trabajo de sus empleados	
Pidió a sus empleados hacer teletrabajo		Reprogramó préstamos bancarios	
Incrementó esfuerzos de marketing		Implementó ventas en línea	
Sacó a la venta productos nuevos o personalizados		Buscó nuevos proveedores	
Ninguna estrategia		No sabe	
Otra estrategia (especifique):			

14. Recibió el negocio algún tipo de ayuda para enfrentar la crisis del COVID-19 por parte de

Gobierno nacional		Gobierno municipal		Cámara de Comercio de Riobamba	
Asociación de comerciantes		Bancos		No ha recibido apoyo	
Otra institución (especifique):					

15. Seleccione las tres principales medidas que el gobierno central debería implementar para ayudar a los negocios de venta de ropa

Exenciones tributarias		Créditos blandos	
Capacitaciones		Eliminación del 2% a las ventas brutas	

Eliminación de aranceles para la importación		Subsidios	
Otro (especifique):			

IV. La pandemia del COVID-19 en el futuro.

16. ¿Qué desarrollo económico espera para el negocio en los próximos 3 meses?

Peor			Igual			Mejor	
------	--	--	-------	--	--	-------	--

17. ¿En qué tiempo estima que su negocio se recupere de esta crisis?

6 meses		9 meses		1 año		+ 1 año	
---------	--	---------	--	-------	--	---------	--

18. ¿Cuáles serían los mayores riesgos para el desarrollo económico de su empresa en los próximos 12 meses? (califíquelos en una escala del 1 al 5: 1 mínimo, 5 máximo)

Infraestructura	
Condiciones socioeconómicas generales del país	
Seguridad jurídica	
Precio de servicios básicos (agua, energía eléctrica, telefonía)	
Coste de mano de obra	
Problemas de iliquidez	
Caída de la demanda	
Recrudescimiento de la pandemia	
Catástrofes naturales	
Amenazas antrópicas	
Otra (especifique):	

19. ¿Para mejorar las ventas, pensaría en los próximos 6 meses implementar alguna de estas estrategias?

Ventas a domicilio		Ventas online	
Marketing por RRSS		Marketing por radio, televisión, periódicos	
Otra (especifique):			

20. Si la crisis sanitaria y económica continúa, ¿pensaría usted cerrar su negocio a futuro?

SÍ	
----	--

NO	
----	--

Si pensara que SÍ, ¿en qué tiempo lo haría?

6 meses		9 meses	
1 año		+1 año	

V. Observaciones (espacio para el encuestador)



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 02/ 12 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JHON JEREMÍAS PUCUNA GUAMÁN
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.

DIRECCION DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
Y LA INVESTIGACION
Ing. Jhonatan Parreño Uquillas MBA
DBRA/UTP ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

2225-DBRA-UTP-2022