



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN LA MANÁ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN COMERCIO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y SU IMPACTO EN LA PANDEMIA  
COVID-19 DE LAS PYMES COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciados en Comercio.

**Autores:**

Bautista Chiluiza Luis Gustavo

Intriago Zambrano Kevin Fernando

**Tutor:**

Dr. Martínez Ortiz Fabián Xavier

**LA MANÁ-ECUADOR**  
**MARZO-2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Bautista Chiluiza Luis Gustavo e Intriago Zambrano Kevin Fernando, declaramos ser los autores proyecto de investigación titulada: “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y SU IMPACTO EN LA PANDEMIA COVID-19 DE LAS PYMES COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ”, siendo el Dr. Martínez Ortiz Fabián Xavier, tutor del trabajo investigación; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, reading "Gustavo Bautista". The signature is enclosed in a large, loopy oval shape.

Bautista Chiluiza Luis Gustavo  
C.I: 050394886-1

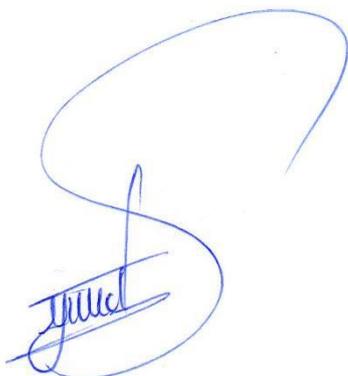
A handwritten signature in blue ink, reading "Kevin Fz". The signature is enclosed in a large, loopy oval shape.

Intriago Zambrano Kevin Fernando  
C.I: 131476877-9

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y SU IMPACTO EN LA PANDEMIA COVID-19 DE LAS PYMES COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ”, de Bautista Chiliza Luis Gustavo e Intriago Zambrano Kevin Fernando, de la carrera de Licenciatura en Comercio, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Martínez', enclosed within a large, stylized blue loop that forms a partial circle around the signature.

La Maná, marzo del 2022

Dr. Martínez Ortiz Fabián Xavier  
**TUTOR**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, del presente trabajo investigativo, de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, y por la Facultad de Ciencias Administrativas, por cuanto, los postulantes: Bautista Chiluzza Luis Gustavo e Intriago Zambrano Kevin Fernando, con el título de Proyectos de Investigación: “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y SU IMPACTO EN LA PANDEMIA COVID-19 DE LAS PYMES COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, marzo del 2022

Para constancia firman:

Ing. M. Sc. Franco Coello Mauricio Rubén

C.I: 050180544-4

**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**

Ing. M. Sc. Cabrera Toscano Eduardo Fabricio

C.I: 171231719-5

**LECTOR 2 (MIEMBRO)**

Ing. M. Sc. Villegas Barros Neuval José

C.I: 120243766-9

**LECTOR 3 (SECRETARIO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por la guía espiritual para terminar la carrera. Mis padres por el apoyo constante para realizar nuestras metas. Al Dr. Martínez Ortiz Fabián Xavier por su apoyo invaluable para el desarrollo del proyecto de investigación.*

*Así mismo a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a la Facultad de Ciencias Administrativas y la Carrera de Licenciatura en Comercio. Por ultimo aquellos docentes, amigos y compañeros agradecerles por el apoyo moral y momentos maravillosos vividos a lo largo de carrera.*

**Luis & Kevin**

## ***DEDICATORIA***

*Este logro académico está dedicado a mi madre Norma Chiluiza, a mi padre David Bautista y a mi hermano Marlon Bautista por ser el motor que me impulsa a seguir adelante y no rendirme, por la confianza depositada, por el apoyo incondicional que me han brindado, al igual que su cariño y comprensión.*

***Luis***

*Dedico esta investigación a mi padre Fernando Intriago, a mi madre Trinidad Zambrano y a mi hermano Jonathan Intriago (+) quienes me inspiraron y mi acompañaron en cada proceso, a mis amigos y mis compañeros con las cuales conté en todo momento de mi etapa como estudiante.*

***Kevin***



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TÍTULO:** “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y SU IMPACTO EN LA PANDEMIA COVID-19 DE LAS PYMES COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ”

**Autores:**

Bautista Chiluiza Luis Gustavo

Intriago Zambrano Kevin Fernando

### RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) comerciales asumen un papel importante en el desarrollo económico de nuestro país. La motivación que llevo a realizar la investigación parte de la problemática en la cual se ven inmersas respecto a la pandemia mundial de la Covid-19. El objetivo pretende conocer el impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia Covid-19 sobre las Pymes comerciales del cantón La Maná. Los beneficiarios directos de la investigación son los propietarios y colaboradores de los establecimientos comerciales, y los beneficiarios indirectos son los organismos gubernamentales y demás interesados en conocer la temática. La metodología para la ejecución del proyecto es la investigación formativa, investigación bibliográfica e investigación de campo. Los métodos de investigación son el deductivo y analítico. Además, se aplicó el alfa de Cronbach a través del sistema estadístico SPSS para demostrar la fiabilidad del instrumento. El instrumento empleado fue la encuesta. La población de estudio está conformada por 1.760 empresas del sector comercial registrado en el Cuerpo de Bomberos del cantón La Maná. Para establecer la muestra se empleó el muestreo por poblaciones finitas considerando el 5% de error y un nivel de confianza del 95% y, una muestra de 326 negocios comerciales. A fin de identificar cuántas empresas y la actividad que realizan se empleó una muestra estratificada. Los resultados alcanzados fueron que en relación con años anteriores los factores sociales fueron afectados por en un 80,1%. En la misma línea, los factores económicos se afectan en un 71,8% en los negocios comerciales del cantón.

**Palabras Clave:** Empresa, Análisis socioeconómico, Pandemia.



# UNIVERSITY TECHNICAL OF COTOPAXI

## FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

**TITLE:** “SOCIOECONOMIC ANALYSIS AND ITS IMPACT ON THE COVID-19 PANDEMIC OF COMMERCIAL SMES IN LA MANÁ CANTON”

**Authors:**

Bautista Chiluiza Luis Gustavo

Intriago Zambrano Kevin Fernando

### ABSTRACT

Small and medium-sized commercial enterprises (SMEs) play an important role in the economic development of our country. The motivation that led to conducting the research is based on the problems in which they are immersed with respect to the global pandemic of Covid-19. The objective is to know the impact of the socioeconomic factors caused by the Covid-19 pandemic on the commercial SMEs in the canton of La Maná. The direct beneficiaries of the research are the owners and collaborators of the commercial establishments, and the indirect beneficiaries are the governmental organizations and others interested in knowing the subject. The methodology for the execution of the project is formative research, bibliographic research, and field research. The research methods are deductive and analytical. In addition, Cronbach's alpha was applied through the SPSS statistical system to demonstrate the reliability of the instrument. The instrument used was the survey. The study population is made up of 1,760 companies in the commercial sector registered in the Fire Department of La Maná. To establish the sample, finite population sampling was used, considering a 5% error rate and a confidence level of 95%, and a sample of 326 commercial businesses. A stratified sample was used to identify the number of businesses and their activities. The results were that in relation to previous years, social factors were affected by 80.1%. In the same line, economic factors were affected by 71.8% of commercial businesses in the canton.

**Keywords:** Company, Socioeconomic analysis, Pandemic.

## ***AVAL DE TRADUCCIÓN***

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y SU IMPACTO EN LA PANDEMIA COVID-19 DE LAS PYMES COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ”** presentado por: **Bautista Chiluiza Luis Gustavo e Intriago Zambrano Kevin Fernando** egresado de la Carrera de: **Licenciatura en Comercio**, perteneciente a la Facultad de **Ciencias Administrativas**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

La Maná, marzo del 2022

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
**SEBASTIAN  
FERNANDO RAMON  
AMORES**

Mg. Ramón Amores Sebastián Fernando  
**DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS**  
**C.I: 050301668-5**

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
ÍNDICE GENERAL .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	4
5.1. Formulación del problema de investigación.....	7
6. OBJETIVOS .....	8
6.1. Objetivo General.....	8
6.2. Objetivos Específicos .....	8
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS .....	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	10
8.1. Antecedentes de a investigación.....	10
8.1. Las Pymes.....	11
8.1.1. Definición de pequeñas empresas.....	11
8.1.2. Definición de medianas empresas .....	12
8.1.3. Características de la pequeña empresa .....	12
8.1.4. Característica de mediana empresa.....	13
8.1.5. Importancia de las Pymes .....	13
8.1.6. Estructura de las Pymes .....	14
8.1.7. Clasificación de las Pymes. ....	14

8.1.8. El Sector Comercial.....	15
8.1.8.1. Comercio al por menor.....	15
8.1.8.2. Comercio al por mayor.....	15
8.2. Factores socioeconómicos.....	16
8.2.1. Factores sociales.....	16
8.2.1.1. Edad.....	16
8.2.1.2. Género.....	16
8.2.1.3. Nivel académico.....	17
8.2.1.4. Situación laboral.....	17
8.2.1.5. Beneficios sociales.....	17
8.2.1.6. Horas de trabajo.....	18
8.2.1.7. Empleo.....	18
8.2.2. Factores económicos.....	19
8.2.2.1. Ventas.....	19
8.2.2.2. Nivel de facturación.....	19
8.2.2.3. Rentabilidad.....	19
8.2.2.4. Productividad.....	20
8.3. Pandemia Covid-19.....	20
8.3.1. Concepto.....	20
8.3.2. Impacto empresarial.....	21
8.3.3. Impacto económico.....	21
8.3.4. Impacto sociales.....	22
8.3.5. Estrategias empresariales.....	22
8.3.6. Protocolos de bioseguridad.....	22
8.3.7. Teletrabajo.....	23
8.3.8. Comercio electrónico (e-commerce).....	23
8.3.9. Apoyo gubernamental.....	23
9. HIPÓTESIS.....	24
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
10.1. Tipo de investigación.....	24
10.1.1. Investigación formativa.....	24
10.1.2. Investigación bibliográfica.....	24
10.1.3. Investigación de campo.....	24

10.2. Métodos de investigación .....	25
10.2.1. Método deductivo .....	25
10.2.2. Método analítico .....	25
10.2.3. Valoración por expertos.....	25
10.3. Técnicas de investigación .....	25
10.3.1. Observación documental .....	25
10.3.2. Encuesta.....	26
10.3.3. Correlación de Spearman.....	26
10.4. Instrumentos utilizados.....	26
10.4.1. Cuestionario.....	26
10.5. Población y muestra.....	27
10.5.1. Población .....	27
10.5.3. Distribución de la muestra estratificada. ....	28
10.5.4. Validación del instrumento.....	29
10.5.5. Procesamiento y análisis de la información. ....	30
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	31
11.1. Número de empresas por actividades comerciales .....	31
11.2. Resultados de las encuestas efectuadas a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná .....	31
11.3. Análisis de las encuestas realizadas a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná. ....	77
11.4. Impacto de los factores sociales .....	79
11.5. Impacto de los factores económicos.....	80
11.6. Relación entre los factores sociales y los factores económicos.....	81
12. IMPACTOS .....	82
13. PRESUPUESTO Y RECURSOS NECESARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN .....	83
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	84
14.1. Conclusiones.....	84
14.2. Recomendaciones .....	86
15. BIBLIOGRAFÍA .....	87
15.1. Referencia en libros en línea .....	87
15.2. Referencias en la web .....	88
15.3. Referencia en revistas en línea. ....	89
15.4. Referencia en tesis .....	91

15.5. Referencia en periódico en línea .....	93
15.5. Referencia en informes gubernamentales.....	94
16. ANEXO .....	95
ANEXO 1. Documento emitido el Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM) .....	95
ANEXO 2. Matriz de consistencia .....	96
ANEXO 3. Método de mapeo .....	97
ANEXO 4. Descomposición de las variables .....	98
ANEXO 5. Cuestionario de encuesta aplicado a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná. ....	99
ANEXO 6. Validación del cuestionario por expertos .....	102
ANEXO 7. Evidencia fotográficas de la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales .....	105
ANEXO 8. Urkund.....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	9
Tabla 2. Clasificación de las Pymes.....	14
Tabla 3. Clasificación de las Mipymes.....	15
Tabla 4. Número de empresas comerciales del cantón La Maná.....	27
Tabla 5. Estratos de los establecimientos comerciales del cantón La Maná.....	29
Tabla 6. Estadística de fiabilidad.....	30
Tabla 7. Número de empresas por actividades comerciales.....	31
Tabla 8. Actividades comerciales.....	32
Tabla 9. Empresa de tipo familiar.....	33
Tabla 10. Números de colaboradores.....	34
Tabla 11. Edad.....	35
Tabla 12. Tipo de género.....	36
Tabla 13. Nivel de estudio.....	37
Tabla 14. Condiciones laborales.....	38
Tabla 15. Pago de horas extras.....	39
Tabla 16. Normas de bioseguridad.....	40
Tabla 17. Desinfectantes y equipo de protección personal.....	41
Tabla 18. Uso del internet y de redes sociales.....	42
Tabla 19. Seguros de salud.....	43
Tabla 20. Exámenes médicos.....	44
Tabla 21. Pruebas PCR.....	45
Tabla 22. Dividendos.....	46
Tabla 23. Décimo tercero y décimo cuarto sueldo.....	47
Tabla 24. Respeta la jornada de trabajo.....	48
Tabla 25. Disminución de la jornada de trabajo.....	49
Tabla 26. Aumento de la jornada de trabajo.....	50
Tabla 27. Mismo número de colaboradores.....	51
Tabla 28. Teletrabajo.....	52
Tabla 29. Vacaciones obligatorias.....	53
Tabla 30. Suspensión temporal de actividades.....	54
Tabla 31. Reducción de salarios.....	55
Tabla 32. Disminución de las ventas en 2020.....	56
Tabla 33. Aumento de las ventas en 2021.....	57

Tabla 34. Expectativa positiva de ventas en 2022.....	58
Tabla 35. Implemento de nuevos productos.....	59
Tabla 36. Pocos clientes.....	60
Tabla 37. Nivel de facturación.....	61
Tabla 38. Promoción por redes sociales.....	62
Tabla 39. Descuentos de productos.....	63
Tabla 40. Nivel de facturación en 2020.....	64
Tabla 41. Nivel de facturación en 2021.....	65
Tabla 42. Afectado la rentabilidad.....	66
Tabla 43. Empresa es rentable.....	67
Tabla 44. Problemas de liquidez.....	68
Tabla 45. Situación financiera.....	69
Tabla 46. Facilidad de proveedores.....	70
Tabla 47. Aumento de gastos.....	71
Tabla 48. Productividad.....	72
Tabla 49. Temor al contagio.....	73
Tabla 50. Efectos de protocolos de bioseguridad.....	74
Tabla 51. La falta de motivación.....	75
Tabla 52. Nuevos hábitos de clientes.....	76
Tabla 53. Impacto de los factores sociales.....	79
Tabla 54. Impacto de los factores económicos.....	80
Tabla 55. Coeficiente de relación de Spearman.....	81
Tabla 56. Correlación de Spearman.....	81
Tabla 57. Presupuesto y recursos necesarios para la investigación.....	83
Tabla 58. Matriz de consistencia.....	96
Tabla 59. Descomposición de las variables.....	98

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Actividades comerciales.....	32
Gráfico 2. Empresa de tipo familiar.....	33
Gráfico 3. Números de colaboradores.....	34
Gráfico 4. Edad.....	35
Gráfico 5. Tipo de género.....	36
Gráfico 6. Nivel de estudio.....	37
Gráfico 7. Condiciones laborales.....	38
Gráfico 8. Pago de horas extras.....	39
Gráfico 9. Normas de bioseguridad.....	40
Gráfico 10. Desinfectantes y equipo de protección personal.....	41
Gráfico 11. Uso del internet y de redes sociales.....	42
Gráfico 12. Seguros de salud.....	43
Gráfico 13. Exámenes médicos.....	44
Gráfico 14. Pruebas PCR.....	45
Gráfico 15. Dividendos.....	46
Gráfico 16. Décimo tercero y décimo cuarto sueldo.....	47
Gráfico 17. Respeta la jornada de trabajo.....	48
Gráfico 18. Disminución de la jornada de trabajo.....	49
Gráfico 19. Aumento de la jornada de trabajo.....	50
Gráfico 20. Mismo número de colaboradores.....	51
Gráfico 21. Teletrabajo.....	52
Gráfico 22. Vacaciones obligatorias.....	53
Gráfico 23. Suspensión temporal de actividades.....	54
Gráfico 24. Reducción de salarios.....	55
Gráfico 25. Disminución de las ventas en 2020.....	56
Gráfico 26. Aumento de las ventas en 2021.....	57
Gráfico 27. Expectativa positiva de ventas en 2022.....	58
Gráfico 28. Implemento de nuevos productos.....	59
Gráfico 29. Pocos clientes.....	60
Gráfico 30. Nivel de facturación.....	61
Gráfico 31. Promoción por redes sociales.....	62
Gráfico 32. Descuentos de productos.....	63
Gráfico 33. Nivel de facturación en 2020.....	64

Gráfico 34. Nivel de facturación en 2021.....	65
Gráfico 35. Afectado la rentabilidad.....	66
Gráfico 36. Empresa es rentable.....	67
Gráfico 37. Problemas de liquidez.....	68
Gráfico 38. Situación financiera.....	69
Gráfico 39. Facilidad de proveedores.....	70
Gráfico 40. Aumento de gastos.....	71
Gráfico 41. Productividad.....	72
Gráfico 42. Temor al contagio.....	73
Gráfico 43. Efectos de protocolos de bioseguridad.....	74
Gráfico 44. La falta de motivación.....	75
Gráfico 45. Nuevos hábitos de clientes.....	76
Gráfico 46. Impacto de los factores sociales.....	79
Gráfico 47. Impacto de los factores económicos.....	80
Gráfico 48. Método de mapeo.....	97

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Título del proyecto:**

“Análisis socioeconómico y su impacto en la pandemia Covid-19 de las Pymes Comerciales del cantón La Maná”

**Fecha de inicio:**

Octubre del 2021.

**Fecha de finalización:**

Marzo del 2022.

**Lugar de ejecución:**

La Maná, provincia de Cotopaxi.

**Unidad académica auspiciante:**

Facultad de Ciencias Administrativas.

**Carrera auspiciante:**

Licenciatura en Comercio.

**Proyecto de investigación vinculado:**

Proyecto macro, Pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el cantón La Maná.

**Equipo de trabajo:**

Dr. Martínez Ortiz Fabián Xavier.

Bautista Chiluiza Luis Gustavo.

Intriago Zambrano Kevin Fernando.

**Área de conocimiento:**

Ciencias sociales, educación comercial y derecho.

**Línea de investigación:**

Administración y economía para el desarrollo humano y local.

**Sub-línea de investigación:**

Estrategias administrativas, productividad y emprendimiento.

**Plan Nacional Toda una Vida:**

El trabajo de investigación está fortalecido por el Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria (SENPLADES, 2017).

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La investigación tiene como objetivo general analizar el impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia Covid-19 sobre las Pymes comerciales del cantón La Maná, que surgió frente a la problemática mundial por el coronavirus. La metodología para la ejecución del proyecto se utilizó la investigación formativa, investigación bibliográfica e investigación de campo. Los métodos de investigación se empleó el deductivo y analítico, además, se aplicó el alfa de Cronbach a través del sistema estadístico SPSS. El instrumento empleado fue la encuesta.

La población de estudio está conformada por 1.760 empresas del sector comercial registrado en el Cuerpo de Bomberos del cantón La Maná. Para establecer la muestra se utilizó el muestreo por poblaciones finitas considerando el 5% de error y un nivel de confianza del 95% dando como resultado 326 empresas. A fin de identificar cuántas empresas y la actividad que realizan se empleó una muestra estratificada para dividir en pymes más homogéneas para la recogida de datos.

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) se han convertido en una fuente importante de empleo y de prosperidad económica, por ende en Ecuador, son responsables de generar 6 de cada 10 empleos (El Comercio, 2021). Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) del año 2016, muchos de los establecimientos se localizan en el sector comercial con un 36.6% (Carranco, 2017). De acuerdo con Gamboa et al. (2018), las empresas comerciales tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes y usuarios por medio de las diferentes actividades a la que se dedican cada una de ellas. La actual crisis sanitaria por la pandemia del Covid-19 ha afectado económicamente a las Pymes hasta el punto de cerrar sus puertas al público de manera parcial para frenar los contagios (CEPAL, 2020). Además, al finalizar las actividades de las Pymes esto contrae la economía al disminuir el empleo en el sector de los trabajadores y en consecuencia en sus hogares (CEPAL, 2020). Por ello, la investigación construirá un gran aporte al cantón La Maná, principalmente a los propietarios de las empresas, trabajadores y la comunidad universitaria. Los resultados alcanzados fueron que en relación con años anteriores los factores sociales fueron afectados por un 80,1%. En la misma línea, los factores económicos se afectan en un 71,8% en los negocios comerciales del cantón.

### 3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El desarrollo de la investigación titulado “Análisis socioeconómico y su impacto en la pandemia Covid-19 de las Pymes comerciales del Cantón La Maná” se justifica porque a lo largo de la existencia, la sociedad siempre han estado expuestas a experimentar cambios, generando una reorganización individual o familiar, para adaptarse a la nuevos cambios (Moratto et al., 2015). La pandemia Covid-19 es una emergencia de salud pública actual de interés global, con alto impacto en la población debido a que entran en cuarentena. Por esa razón, es necesario conocer la realidad del sector comercial de las pequeñas y medianas empresas que han sido afectadas económicamente producto del virus Covid-19 (CEPAL, 2020).

Posee justificación teórica debido a que los conceptos del impacto de la pandemia Covid-19 en las Pymes comerciales no se encuentran estrictamente establecidos, por lo cual se pretende ampliar la teoría que se tiene respecto a esta variable. Además se analizarán los factores económicos que han generado esta crisis sanitaria. De acuerdo con Espinoza y Oré (2017), los factores económicos se reflejan aquellos ingresos económicos y si estos recursos satisfacen las necesidades básicas de una familia. Según la CEPAL (2020), la pandemia del coronavirus ha producido un impacto en la economía, del 42% de las microempresas de América Latina y Caribe que operaban en el año 2016 el 54% pertenecen al sector comercial han sido afectadas por la pandemia, provocando inestabilidad y desempleo.

El valor práctico que tendrá, radica en la producción de información debido a que se analizarán y describirán aquellos factores sociales y económicos que impactaron producto de la pandemia en las empresas comerciales, beneficiando principalmente a dueños de las empresas como a sus colaboradores. Con base en Yance et al., (2017), las pequeñas y medianas empresas (Pymes) es el origen del desarrollo económico y social, incluyendo los temas de producción, comercialización, siendo un factor importante para la creación de riqueza y oportunidades en el mercado laboral.

La relevancia social está representada por los propietarios y colaboradores de las empresas comerciales, siendo ellos los beneficiarios directos del trabajo de investigación, debidos a que se investigara el impacto que el Covid-19 ha provocado en los factores socioeconómicos. Con los resultados de los hallazgos, se beneficiaran indirectamente los organismos gubernamentales y demás interesados en conocer la temática.

Se justifica metodológicamente porque se pretende elaborar un nuevo instrumento de recolección de datos, referente al impacto del Covid-19 en los factores socioeconómicos. La obtención de los hallazgos del trabajo de investigación, serán relevantes para el surgimiento de nuevas investigaciones o simplemente puede utilizarse como un instrumento de análisis y generación de ideas.

#### **4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

Los beneficiarios directos lo conforman aquellos que participan directamente en el trabajo de investigación, estos son los colaboradores y propietarios de las mil setecientas sesenta (1.760) empresas comerciales, debido a que, la investigación se tornará a la afectación que ha producido el Covid-19 en los factores sociales y económicos de los establecimientos comerciales. Los beneficiarios indirectos de la investigación serán los organismos encargada en recaudar los impuestos, como el Servicio de Rentas internas (SRI.), el Municipio de La Maná (GAD.), y todos aquellos interesados en conocer el tema del estudio.

#### **5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Según el SELA (2020), las Pymes son causantes de crear varias fuentes de trabajo, representan el 99% del tejido empresarial en Latinoamérica, producen en torno al 30% del Producto Interno Bruto. Por otra parte, CEPAL (2020), afirma que las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) son un elemento importante del tejido empresarial en Latinoamérica, con una participación del Producto Interno Bruto (PIB) regional en un 25%, a diferencia de un 56% de los países de la Unión Europea. Del total de empresas que existen en Europa, el 99.8% son Pymes (Bartolomé, 2019).

En México, producto de la enfermedad pandémica de Covid-19 está sumido en la peor crisis económica a partir de la Revolución Mexicana, los primordiales analistas e instituciones financieras han anticipado una caída de por lo menos 9.2 por ciento en el aumento del Producto Interno Bruto. Entre los más grandes dañados por este caso permanecen las organizaciones y negocios, de los cuales, hasta el cierre de mayo, 10 mil han desaparecido de los registros del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Según datos del organismo, en abril se dieron de baja 6 mil 689 organizaciones de aquellos registros, mientras que en mayo otras 3 mil 295 hicieron lo mismo. Las organizaciones y negocios, formales e informales, cerrando sus puertas, y varios más suspendiendo temporalmente sus ocupaciones, bastante

más de 12.5 millones de individuos perdieron su trabajo en abril, para mayo, de las 19.4 millones de individuos accesibles para laborar aquel mes, 9.5 millones no lo hicieron gracias a la suspensión de sus tareas sin recibir pago (Soto, 2020).

Rodríguez y Avilés (2020) expresan que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) cumplen en el desarrollo del país, en tareas de producir, comercializar, y prestar servicio, con la finalidad en dinamizar la economía. En Ecuador el 95% de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), son parte del sector empresarial. Según el sistema de información estadística del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE), existen en el Ecuador un total de 899.208 empresas, Microempresa 816.553 representa 90,81%, pequeña empresa 63.117 representa 7,13%, mediana empresa “A” 8.529 representa el 0,95%, mediana empresa “B” 5.749 representa 0,64% y la grande empresa 4.260 representa 0,47% (Avalos, 2020).

En la economía del Ecuador, el 90% de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), son causantes del 60% en generar trabajo y alrededor de un 50% del ala productiva ecuatoriana. Siguiendo la misma línea, las Pymes cuentan con un número reducido de empleados, por lo que se caracterizan por una estructura organizativa resistente a los choques económicos (Ibídem, 2020).

Según el expresidente Lenín Moreno, la realidad social y económica de Ecuador durante la pandemia de marzo a junio de 2020 perdió cerca de 200.000 puestos de trabajo. La pandemia ha provocado el colapso del sistema de distribución comercial y ha reducido los niveles de productividad del sector empresarial ecuatoriano. El Ministro de Finanzas ha asegurado un 4% de caída del Producto Interno Bruto (PIB) a finales de 2020. Según la Cámara de Industrias y Producción, el sector comercial tiene un mal panorama debido a que han cerrado 70% empresas comerciales, sufriendo una pérdida de ingresos de alrededor de \$14,500 millones. Además, se registraron 3.507 despidos en el sector comercial mayorista y minorista durante el período de cuarentena (Plus Valores, 2020).

La actual enfermedad pandémica ha propiciado en el Ecuador un estancamiento económico, costando 900 dólares por cada habitante. Frente a las recientes condiciones, la escuela de Economistas de Pichincha estimó que la mitad de las organizaciones del territorio corren el peligro de quebrar, en especial las pymes y las micro empresas, que conforman en torno al 99% de todos los negocios en el país, (Roa, 2020). Por otra parte, cabe recalcar que las Pymes

se han convertido en fuente importante de empleo y de prosperidad económica, en Ecuador, son responsables de generar 6 de cada 10 empleos (El Comercio, 2021).

De acuerdo con Narea (2020), el segmento de más grande colaboración son las microempresas con un 90,78%, seguido de las pequeñas con 7,22% y las medianas con 1,55%. El conjunto se reúne en las zonas de servicio y negocio, conforme el INEC, generando el 60% de todos los puestos de trabajo en el territorio. El efecto que la Covid-19, no se compara a los desastres económicos actuales, por lo cual las microempresas, actualmente se hallan desprotegidos, por lo cual laborar de manera colaborativa con organizaciones e institutos de averiguación es importante, para hacer estudios y estudio de datos masivos e llevar a cabo encuestas que contribuyan a entender el efecto en las organizaciones, a partir de los efectos en ventas e inversión, hasta las complejidades del teletrabajo. Al respecto resulta primordial disponer de información que posibilite tomar las medidas elementales y de forma adecuada (Cañete, 2020).

En Ecuador, aún no hay cifras definitivas respecto al efecto ya creado por esta emergencia sanitaria, se sabe que numerosas organizaciones se han visto obligadas a hacer ciertos recortes de personal. Además, se registró una caída de 3% en los depósitos a nivel de bancos privados, como resultado instantánea de la paralización de ocupaciones que se otorgó en la segunda mitad del mes de marzo del 2020, donde se intensificó la existencia de la pandemia Covid-19 (Montenegro y Zambrano, 2020).

En el cantón Pelileo, según un informe del pre asociación de Almacenes del Tambo expone la crisis, ya que las ventas decayeron en un 85%. Aquello causó que 80 de los 200 locales comerciales localizados durante la avenida Confraternidad, en el ingreso a Pelileo, cierran sus puertas de manera definitiva. Byron Martínez, presidente del pre asociación de Almacenes del Tambo, comenta que los feriados de Carnaval, Semana Santa y las ferias de fin de semana no colaboran a mejorar las ventas, perjudicando a los dueños de los talleres de fabricación, pues la producción decayó. Se contabilizaban 600 talleres y 20 fábricas hasta previo a la enfermedad pandémica, inclusive plantea que en el mes de diciembre del 2020 apenas lograron recuperarse en un 40% en las ventas, sin embargo nuevamente decae en febrero del 2021. Esto ocurrió pues la prioridad de las familias actualmente es invertir en salud y en alimentos, la compra de prendas de vestir está en un segundo plano (Moreta, 2020).

El cantón La Maná, se caracteriza por un territorio con la existencia de una enorme porción y una diversidad de organizaciones comerciales destinadas a cubrir las necesidades poblacional sin tener que desplazarse a otras localidades, la población ocupada por sectores económicos, el comercio al por menor y menor corresponde al segundo sector económico con el 13,3% (2.471 personas), según los registros de Patentes Comerciales del Municipio del cantón La Maná en el año 2014, se registró seiscientos sesenta y seis (666) establecimientos dedicados a actividades de comercio, ciento cuarenta y tres (143) establecimiento se dedican a prestar servicios, treinta y ocho (38) establecimientos son artesanos y diez (10) establecimientos que se anularon las patentes (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Maná, 2020).

Aunque los más vulnerables ante una inestabilidad económica, más que nada provocada por la enfermedad pandémica, son siempre las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y las microempresas. La Maná, como resto del país, sean paralizado las actividades diarias, el comercio es una de ellas, muchas tiendas tuvieron que cerrar, para frenar los índices de contagios, pero esta medida afectaron la economía de los locales comerciales. Esto da paso al desempleo y al comercio informal, aumentando el índice de pobreza. El Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), manifiesta que el 24% de la Población Económicamente Activa (PEA) tenía un empleo adecuado, nos referimos a jornadas de trabajos de 40 horas a la semana que reciben o por lo menos, el salario básico (Torres, 2021).

### **5.1. Formulación del problema de investigación**

¿Cuál es el impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia del Covid-19 sobre las Pymes comerciales del cantón La Maná?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

- Analizar el impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia Covid-19 sobre las Pymes comerciales del cantón La Maná.

### **6.2. Objetivos Específicos**

- Cuantificar las empresas que desarrollan actividades comerciales en el cantón La Maná.
- Identificar los factores sociales afectados por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón la Maná.
- Determinar los factores económicos afectados por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.
- Conocer la relación entre los factores sociales y económicos por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

**Tabla 1.** Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultados de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
Cuantificar las empresas que desarrollan actividades comerciales en el cantón La Maná.	*Buscar información en los archivos del Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM).	Conocer el número de empresas que desarrollan actividades comerciales.	Observación documental acerca de las empresas comerciales en el cantón La Maná.
Identificar los factores sociales afectados por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón la Maná.	*Elaboración del instrumento. *Aplicación del instrumento. *Tabulación, registro e interpretación de la información.	Conocer los factores sociales afectados.	Encuesta aplicado a los propietarios de las empresas comerciales.
Determinar los factores económicos afectados por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.	*Elaboración del instrumento. *Aplicación del instrumento. *Tabulación, registro e interpretación de la información.	Conocer los factores económicos afectados.	Encuesta aplicado a los propietarios de las empresas comerciales.
Conocer la relación entre los factores sociales y económicos por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.	*Recolección de datos. *Ingreso de datos al programa. *Selección del modelo estadístico *Análisis de los resultados.	Identificación de las relaciones positivas o negativas.	Correlación de Spearman.

**Elaborado por:** Los autores

## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. Antecedentes de a investigación**

El actual proyecto de investigación está fundamentado en investigaciones efectuadas con estructuras similares, constituyendo en una guía y orientación para el desarrollo de la investigación, los mismos que se presentan a continuación de manera resumida:

#### **Proyecto1. Impacto socio-económico del Covid-19 en los micros, pequeñas y medianas empresas.**

La investigación se titula “Impacto socio-económico del Covid-19 en las micros, pequeñas y medianas empresas” ejecutada en la provincia de Loja, en año 2021, el motivo a presentar este tema fue obtener información relevante acerca de los factores socio-económicos que afectan la estabilidad en el desarrollo productivo, por ello, el objetivo general de la investigación fue identificar los impactos sociales como económicos por el Covid-19 en las micros, pequeñas y medianas empresas, en los diversas actividades económicas. La metodología para la ejecución del proyecto se utilizó una investigación de tipo concepción descriptiva, con diseño no experimental observacional. El instrumento utilizado es una encuesta, fue elaborado y aplicado a los gerentes de las Mipymes en la plataforma de formularios de Google Docs. La muestra lo conforman 110 Mipymes de la provincia de Loja. La muestra se empleó la técnica del muestreo estratificado con un nivel de confianza del 95% y el 5% de error. Los principales resultados fueron que, el Covid-19 generó más que una crisis de salud, aumentado la tasa de desempleo, reducción de salarios, disminución de ingresos en las familias, menor poder adquisitivo, ocasionando que las empresas pierdan sus niveles de producción. En las Mipymes de la provincia de Loja, a causa del Covid-19 presentan efectos negativos en el nivel de facturación, rentabilidad, productividad, inversiones, nivel de deuda, liquidez y la gestión de actividades, con perspectivas positivas de mejorar el nivel de ventas en el segundo semestre del 2021 y una alta predisposición de mantener el número de colaboradores (Cueva y Erazo, 2021).

## **Proyecto 2. Análisis del contexto socio-económico, comercial, financiero e internacional de las Pymes ecuatorianas.**

El presente tema de investigación “Análisis del contexto socio-económico, comercial, financiero e internacional de las Pymes ecuatorianas” su ejecución en Ecuador en el año 2018, se motivó a presentar este tema debido a que las Pymes es generadora del desarrollo económico y de fomentar empleo directo o indirecto, por ello, el objetivo general de la investigación fue analizar la realidad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ecuatorianas como motor principal del tejido productivo de la economía país. La metodología para la ejecución del proyecto se utilizó el método descriptivo, basado en una revisión bibliográfica completa, se expuso la literatura y estadísticas que muestran la relación entre los factores socio-económico, comercial, financiero e internacional y los resultados muestran el comportamiento actual de estas empresas, es el objetivo de este trabajo, establecer esta relación a partir de datos cualitativos (fuentes bibliográficas) y datos cuantitativos (porcentaje). Los principales resultados fueron que resalta la importancia de las Pymes en la economía del Ecuador, sin embargo para fortalecer el trabajo en las empresas es necesario mejorar los niveles de tecnología, en cuanto a la producción, máquinas, equipos y mejorar las estructuras organizacionales débiles, en el contexto financiero es fundamental la disponibilidad de líneas de crédito enfocados a la inversiones en tecnología, esto contribuirá a la calidad del producto o servicio, teniendo como objetivo y referencia a los estándares internacionales. Las Pymes ecuatorianas es punto clave en la formación y preparación de emprendedores, por ello, esencial apoyar y respaldar con un plan estratégico de marketing. Además, el compromiso de las universidades, empresarios, el gobierno y otros promover la mejora continua de estas unidades económicas para mejorar su desempeño productivo para competir en mercados locales y abrir paso a mercados internacionales (Loor et al., 2018)

### **8.1. Las Pymes**

#### **8.1.1. Definición de pequeñas empresas**

El origen de una pequeña empresa generalmente se asocia a menudo con el descubrimiento de las necesidades y oportunidades comerciales y la búsqueda de la independencia laboral y financiera. Las empresas deben tener en cuenta factores legales, económicos, familiares, físicos, humanos y económicos. La ubicación del negocio es muy importante en el desarrollo del plan. Confianza en iniciar su propio negocio o adquirir un negocio existente, pero el

siguiente paso es asegurarse de que sea posible iniciar un negocio y cuáles son las condiciones favorables para hacerlo, para ello es vital realizar un estudio con la finalidad de determinar si es factible. (Filion y Cisneros, 2011).

Los indicadores del tamaño de la empresa se suelen emplear por volumen de ventas, el número de empleados y el patrimonio. Una clasificación posible es considerar una empresa con menos de 50 empleados como pequeña. Sin embargo, estas cifras, u otras que se pueden utilizar, no dejan de ser subjetivas y relativas por ejemplo una fábrica de autos con 50 trabajadores sería muy pequeña, mientras que una farmacia con el mismo número de trabajadores sería muy grande. (Soriano et al., 2015).

### **8.1.2. Definición de medianas empresas**

La definición de organización en la que destacan el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la Organización Internacional del Trabajo. Este último utiliza criterios de empleo y se define como microempresa a aquella que tiene en su establecimiento cinco empleados, pequeña empresa a la que tenga desde seis hasta veinte empleados, y mediana y gran empresa a la que tenga más de veintiuna personas empleadas. El Banco Mundial se enmarca entre las definiciones globales, considerando como medianas empresas a las que tengan menos de 300 empleados y activos o ganancias anuales que no superen los 15 millones de dólares (Álvarez, 2009).

Las empresas medianas tienen diferentes necesidades debido a su tamaño y, a menudo, enfrentan muchos desafíos diferentes en el mismo campo por lo general, el presupuesto y los recursos humanos suelen estar limitados con respecto a una gran empresa. Sin embargo, puede ser difícil de determinar, ya que depende de dónde se enfoque. Los indicadores del tamaño de la empresa se suelen emplear por volumen de ventas, el número de empleados y el patrimonio. Una clasificación posible es considerar una empresa mediana a la que tiene entre 50 y 250 trabajadores (Soriano et al., 2015).

### **8.1.3. Características de la pequeña empresa**

De acuerdo con Fleitman (2000), las características de las pequeñas empresas se caracteriza porque el nivel de crecimiento de este tipo de empresa es alto en comparación con micro, mediana y gran empresa, existe mayor descomposición del personal, mayor disponibilidad de

los recursos humanos, financieros, materiales y técnicos. También, cuentan con la capacidad de cubrir los mercados locales, regionales y nacionales. Además, emplean mano de obra directa, a pesar que muchas de estas empresas utilizan maquinarias en sus procesos productivos.

Caballero y Freijeiro (2007) menciona que las características de las pequeñas empresas son que la dirección del establecimiento esta encargo por el dueño del negocio, los beneficios personales son iguales a las de la empresa, poseen poca mano de obra fija, no poseen un diagrama del establecimiento, cubren solo mercados locales y en tema de inversión es poca en activos fijos.

#### **8.1.4. Característica de mediana empresa.**

Según con Espinosa (2012), las característica de la medianas empresas son aquellas que tiene mayor acceso de fuentes de financiamiento, son capaces de obtener asistencia técnica, poseen una buena organización y las funciones de la empresa están conformado por personal calificado.

De acuerdo con Caballero y Freijeiro (2007), las medianas empresas se caracterizan en que las funciones de la empresa están distribuidas de manera clara, existe poca participación del dueño del negocio, existe un constante asesoramiento externo, existe una amplia cobertura en la oferta de productos y prestación de servicio, la competitividad está basada en la calidad, flexibilidad y ligereza de respuestas, las redes de distribución son propias, el mercado que manejan es local y utilizan tecnología de empresas externas.

#### **8.1.5. Importancia de las Pymes**

La importancia de las Pymes está clara desde muchos ángulos. En primer lugar, es una de las principales generadoras de trabajo; por tanto, es una interesante herramienta de promoción laboral siempre que solo requiera la inversión inicial y permita el acceso a personas de bajos ingresos. En segundo lugar, puede potencialmente convertirse en apoyo importante a las grandes empresas resolviendo algunos cuellos de botella en la producción Esto brinda a las personas desempleadas con recursos financieros limitados la oportunidad de crear sus propios trabajos y contribuir a la producción de grandes corporaciones (Tello et al., 2017).

Las Pymes juegan un papel fundamental, porque constituye un eslabón decisivo en la cadena de actividad económica y creación de empleo a través de la producción, oferta de bienes y servicios, la demanda y compra de bienes. En este sentido, aportan cierta estabilidad al mercado laboral debido a que emplean a una gran cantidad de personas con menores costos salariales por trabajador. Por su tamaño, las Pymes tienen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado e implementar proyectos de innovación (Mendoza y Gómez, 2017).

### 8.1.6. Estructura de las Pymes

Los propietarios de pequeñas y medianas empresas a menudo desempeñan el papel de una “hombre orquesta” que solo se preocupa por la intuición de realizar muchas funciones y distribuir su trabajo. A menudo asigna algunas de las funciones comerciales a la familia. De esta forma, la estructura familiar está estrechamente relacionada con la estructura empresarial (Filion y Cisneros, 2011).

Las pequeñas y medianas empresas, además de articular tecnologías, capitales intangibles e interacción con los mercados, es básicamente una agrupación de individuos, con diversos matices culturales y psicológicos. En su interior se crea una acumulación de patrimonio, conocimientos, cultura, valores expertos y morales, que poseen como protagonistas a toda la gente que la incorporan (Peña y Vega, 2017).

### 8.1.7. Clasificación de las Pymes.

La clasificación de las Pymes es diversa, atendiendo a determinados parámetros como: los ingresos, costo de facturación anual, la magnitud, volumen y número de empleados. El Código Orgánico de producción, comercio e inversiones, en el artículo 53 y artículo 56 se detallan el registro de las pequeñas y medianas empresas mostrando dos parámetros tal como se indican en la siguiente tabla (Chávez et al., 2018)

**Tabla 2.** Clasificación de las Pymes.

<b>Tipo de empresa</b>	<b>Colaboradores</b>	<b>Ventas</b>
Micro	Entre 1 a 9	Menores o iguales a los \$100.000,00
Pequeña	Entre 10 a 49	\$100.001,00 a \$1'000.000,00
Mediana	Entre 50 a 199	\$1'000.001,00 a \$5'000.000,00

**Fuente:** Código orgánico de producción, comercio e inversiones.

**Elaborado por:** Los autores

Por otro lado, el Ministerio de Industria y Productividad de Ecuador (2011), la clasificación de la micro, pequeña y mediana empresa (Mipymes), tomado en cuenta tres variables como: la cantidad de empleados, total de activos y las ventas o ingresos brutos obtenidos y se resume la clasificación en el siguiente tabla (Ibídem, 2018).

**Tabla 3.** Clasificación de las Mipymes

<b>Clasificación</b>	<b>Colaboradores</b>	<b>Ventas</b>	<b>Activos Totales</b>
Microempresa	Menor de 10	Menor a \$100.000	Menores a \$100.000
Pequeña Empresa	Entre 11 – 49	\$100.001 - \$1'000.000	\$100.000 - \$700.000
Mediana Empresa	Entre 50 – 199	\$1'000.001 - \$5'000.000	\$700.001 - \$4'000.000

**Fuente:** Ministerio de Industria y Productividad de Ecuador

**Elaborado por:** Los autores

### **8.1.8. El Sector Comercial**

Es la transacción o intercambio de algo de igual valor, una actividad comercial es aquella que realiza tanto el intercambio de bienes o prestación de servicios realizado a través de un una persona llamando comerciante. Un comerciante es una persona natural o jurídica que realiza regularmente actividades de compra y venta, en un establecimiento comercial (Instituto Nacional de Estadística, 2012). El sector comercial es aquella actividad económica que se refiere a la compraventa de bienes. Una actividad comercial está dada la diferencia en el margen de negociación entre la compra y la venta. Se ocupa de todo lo relacionado con marketing, ventas y marketing (Jiménez, 2014).

#### **8.1.8.1. Comercio al por menor**

Son aquellas que dedican a la compra y venta de productos en pequeñas cantidades abasteciendo para consumo individual o abasteciendo a miembros de un hogar, el comercio al por menor se caracteriza porque intervienen una serie de comerciantes que actúan como agentes y venden a consignación o comisión (Instituto Nacional de Estadística, 2012).

#### **8.1.8.2. Comercio al por mayor**

Son aquellas que dedican a la compra y venta de productos en grandes cantidades abasteciendo a comerciantes minoristas, empresas industriales, empresas comerciales, (Ibídem, 2012).

## **8.2. Factores socioeconómicos**

De acuerdo con Reyes (2017), los factores socioeconómicos se consideran una parte importante y esencial de la sociedad, en la actualidad, la carencia de solvencia económica en ciertos grupos sociales el problema va en aumento, el bajo nivel económico puede enfrentar más dificultades en diferentes ámbitos de su vida, como en la educación, el aprendizaje, la salud, entre otras. Un estudio socioeconómico implica realizar análisis en un determinado campo mediante la recopilación de información sobre cómo interactúan la sociedad, económicamente hablando, y en qué condiciones sociales vive, porque permite darse cuenta de la realidad y tendencias de un grupo de personas (Girón et al., 2013).

De acuerdo con Mochón y Beker (2008), la economía se ocupa de los problemas que surgen al satisfacer las necesidades individuales y sociales a satisfacción de las necesidades materiales como la alimentación, vestimenta o vivienda e inmateriales como la educación o el entretenimiento, de una sociedad requiere que sus miembros se dediquen a determinadas actividades productivas. En cambio con Espinoza y Oré (2017), los factores económicos son aquellas retribuciones de una actividad económica, siendo los recursos obtenidos satisfacer las necesidades de integrantes de un hogar. Así mismo, como elemento fuerte en las relaciones familiares, posibilitar la tranquilidad material y mental es fundamental para la vida humana.

### **8.2.1. Factores sociales**

#### **8.2.1.1. Edad**

Hace referencia a la edad biológica; es decir, aquella que refleja el tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento hasta un punto en el presente de cierto individuo, comúnmente dicho, los años de vida que tiene determinada persona, entonces una vez determinado este, se puede etiquetar al individuo dentro de un grupo al que pueda pertenecer, como: bebe, niño, adolescente, adulto, adulto mayor o del modo que se lo considere (Rincón, 2011).

#### **8.2.1.2. Género**

Es la categoría en la que se establece al ser humano está en categorías diferentes; es decir hombre y mujer y porque este concepto se relaciona con las ciencias sociales desde los años 80, pues por el hecho que la característica de cada género se determina con las diferencias sociales pre establecidas, y más que una condición bilógica este se basa a una construcción

social entre mujeres y hombres, colocando en el terreno simbólico, cultural e histórico los determinantes de la desigualdad entre los sexos (Lamas, 1986).

#### **8.2.1.3. Nivel académico**

Es el nivel académico en el que una determinada persona se sitúa es decir la formación educativa que ha recibido hasta un determinado punto en el tiempo así como puede que el individuo sea de nulo nivel de estudio o tener nivel primario, secundario, universitario, masterados, doctorados u otros más. Aunque la educación formal no toma en cuenta un conjunto de destrezas y conocimientos independientes, su conocimiento es de gran relevancia en la inserción en el mercado laboral, especialmente en las ciudades y las brechas que conllevan a la desigualdad en oportunidades de empleo (López y Gentile, 2010).

#### **8.2.1.4. Situación laboral**

A raíz de la emergencia sanitaria por el Covid-19, se desencadenó una de las peores crisis económicas de la historia, específicamente en el mercado laboral. De acuerdo con Márquez (2021), la situación laboral refleja el estado de un individuo en relación con su trabajo, es decir si la persona está trabajando en una empresa o no lo está, cada país posee sus propias leyes para que la empresa como el trabajador cumpla con sus derechos y obligaciones.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), realizó su encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, donde el año 2020 la tasa de empleo adecuado bajó al 17%, cuando en 2019 era del 39%. A lo largo del año, esta caída en la tasa de empleo se debe por despidos, reducción del tiempo de trabajo y disminución de salarios. Esta reducción tiene un cambio en el subempleo ya que pasó del 18% en el 2019 al 35% en el 2020 (Cabezas, 2020).

#### **8.2.1.5. Beneficios sociales**

De acuerdo con Jiménez (2007), los beneficios sociales son aquellos que la empresa da a sus empleados con carácter genérico, se otorgan por pertenecer a la empresa o desempeñar un puesto de trabajo, pero no son contraprestación al trabajo realizado, además esta definición abarca mucho más que un salario normal.

Rimsky (2005) menciona que los beneficios sociales como remuneración económica-financiera, pero es indirecta porque por lo general el dinero no se le entrega directamente al

empleado sino a instituciones, como empresas de seguro, que proveen el beneficio cuando el empleado lo necesita. De acuerdo al Ministerio de Relaciones Laborales, los beneficios sociales son aquellos derechos reconocidos a los colaboradores de carácter obligatorio, superiores a la remuneración normal y periódica que perciben por su trabajo (Ecuador Legal Online, 2019).

#### **8.2.1.6. Horas de trabajo**

Según la OIT (2018), define horas de trabajo como el tiempo durante el cual el trabajador está a disposición de un empleador, dicho de otra manera, las horas de trabajo es el período de tiempo dedicado para realizar actividades que contribuyen a la producción de bienes y servicios. En el Ecuador, en el Art. 47 del Código del Trabajo señala que, la jornada máxima de trabajo, será de ocho horas diarias, de manera que no excedan de cuarenta horas semanales, salvo por disposición de la ley en contrario (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2019).

Para Antúnez (2012) considera que la jornada laboral es el tiempo que cada trabajador dedica a la ejecución del trabajo para el cual fue contratado, expresado en horas, días, semanas o meses por lo tanto es una de las disposiciones fundamentales debido a que de este término se determinara el salario que se fija en el contrato. Por esto se determina que la jornada laboral es el tiempo utilizado en una actividad por un determinado tiempo, así que al cumplir con estos requisitos si cumplirá con la obligación de un salario.

#### **8.2.1.7. Empleo**

Para Mendoza y Méndez (2016) este concepto es diferente del término trabajo, pues éste es cualquier tipo de actividad o tarea por la que se recibe una remuneración o salario necesaria para cubrir las necesidades básicas del ser humano (alimentación, limpieza, higiene, educación). Además aporta a su presentación que los trabajos los tiene toda la población, pero empleo no. su aporte de ideas hacer frente a la cobertura de las necesidades básicas en las sociedades que se necesitan ingresos económicos para poder subsistir dentro de una sociedad.

Se considera empleo aquella persona que tiene una determinada edad y que durante un periodo de referencia, sea una semana, un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: con un empleo asalariado o con un empleo independiente (Neffa et al., 2014).

## **8.2.2. Factores económicos**

### **8.2.2.1. Ventas**

De acuerdo con García (2009), la venta es un proceso, es una secuencia de pasos específicos y ordenado para conseguir que el comprador y vendedor llegar al objetivo final que es la venta. En cambio para Sastre (2009), la venta es el proceso de comunicación que interviene un vendedor y un comprador por medio del cual se transfiere un producto o servicio a cambio de una contraprestación económica. En este proceso se verifica la argumentación del producto, el tratamiento de las objeciones y, en su caso, la negociación.

El proceso de análisis de ventas es otra aplicación importante de información e implica la recopilación, clasificación, comparación y estudio de datos corporativos en el campo. El aspecto más fundamental del análisis de ventas es resaltar los productos, clientes, pedidos o áreas en las que se centran las ventas de la empresa (Johnston y Marshall, 2016).

### **8.2.2.2. Nivel de facturación**

El nivel de facturación o ventas es la cantidad total de un bien, producto o idea vendido en un período de tiempo determinado, generalmente 12 meses. Esta cantidad se expresa en términos monetarios, pero también puede expresar en unidades de inventario o productos vendidos (Tracy, 2013). En cambio para Jiménez (2014), el nivel de facturación es la cantidad total de las ventas que realiza una de una empresa durante un período determinado. Se puede medir en términos monetarios o por su volumen físico

### **8.2.2.3. Rentabilidad**

Según Zamora (2008), la rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. La rentabilidad se suele analizar a partir de los dos aspectos básicos ya apuntadas: por un lado, la rentabilidad de los propietarios de la empresa, esto es, la rentabilidad financiera; por otro lado, la rentabilidad económica es generalmente el conjunto de activos utilizados en la actividad de la empresa (Lizcano, 2015).

Los indicadores de rentabilidad, también conocidos como rendimiento o lucratividad, se utilizan para medir la efectividad de la gestión de una empresa, para controlar los costos y gastos y de esta manera convertir las ventas en utilidades (Contreras, 2006).

#### **8.2.2.4. Productividad**

Según Joseph (1989), la productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla. La productividad también puede definirse como la relación entre los resultados y el tiempo que lleva conseguirlos. La productividad es aquella que nos permitirá determinar cuánto trabajo se requiere por cada unidad de producto. Por lo tanto, la productividad es la cantidad de bienes y servicios producidos por cada hora de trabajo (Mochón y Beker, 2008).

La productividad es el uso eficiente de recursos trabajo, capital, tierra, materiales, energía e información en la producción de diversos bienes y servicios. De igual forma la productividad es la capacidad de incrementar la producción a partir de un incremento en cualquiera de los factores de producción antes mencionados. (Sladogna, 2017).

### **8.3. Pandemia Covid-19**

#### **8.3.1. Concepto**

El Covid-19 pertenece a una amplia familia de coronavirus, algunos tienen la capacidad de transmitirse de los animales a las personas (Mantilla, 2020). De acuerdo con el Ministerio de Salud Pública (2020), estos producen desde los resfriados comunes hasta enfermedades graves, como el coronavirus causante de la sintomatología respiratorio agudo grave nombre científico SARS-CoV y el coronavirus causante de la sintomatología respiratorio de Oriente Medio nombre científico MERS-CoV. El nuevo coronavirus causante de millones de muertes en todo el mundo se llama SARS-CoV-2, la enfermedad se llama “Corona Virus Disease 2019=COVID19”

El origen del virus que causa Covid-19 es un tema de discusión constante en las redes sociales. Pero los científicos están tratando de proporcionar datos sólidos que expliquen lo que les sucedió a los humanos en esta epidemia. Se desconoce su origen, pero los estudios filogenéticos investigados en informes anteriores sugieren que es muy probable que el virus se derive de los murciélagos, de los cuales infecta a los humanos mediante mutaciones o

recombinación en huéspedes intermediarios. Puede ser un animal vivo en el mercado de Wuhan, donde se comercializaba pescado o marisco también animales vivos). Se ha sugerido que este animal pudiera ser el pangolín, ya sea directo o indirectamente pero aún no existen conclusiones definitivas (Torres, 2020).

### **8.3.2. Impacto empresarial**

La crisis económica derivada de la pandemia ha llevado a la suspensión total o parcial de las actividades productivas, donde los sectores más afectados son el comercio mayorista y minorista; las actividades comunitarias sociales y personales; hoteles y restaurantes; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, y las manufacturas. La gran mayoría de las empresas de la región han registrado importantes caídas de sus ingresos y presentan dificultades para mantener sus actividades, ya que tienen serios problemas para cumplir con sus obligaciones salariales y financieras, y dificultades para acceder a financiamiento para capital de trabajo (CEPAL 2020).

Según Bárcena (2020), en la presentación del informe, la crisis golpea con mayor intensidad a los sectores industriales potencialmente de mayor dinamismo tecnológico. Además acoto que el impacto será muy diferente según el sector y el tipo de empresa correspondiente al sector comercio, el sector hotelero y las cadenas de restaurantes entre los más afectados y muchas de ellas dependiente de una gran cantidad de Pymes, que serán las más golpeadas. Finalizo su informe manifestando que el sector comercial perderá 1,4 millones de empresas y 4 millones de puestos de trabajo formales, mientras que el sector hotelero y los restaurantes perderán por lo menos 290.000 empresas y un millón de puestos de trabajo.

### **8.3.3. Impacto económico**

En general la crisis sanitaria no solo tiene efectos sobre la salud, pues afecta aspectos económicos, sociales, culturales, sanitarios entre otros; es este momento de incertidumbre cuando se destacan las competencias de los líderes del mundo que han hecho emerger sus empresas mediante habilidades, la pandemia ha llegado a tocar los indicadores económicos de mercados globales (Ortiz y Méndez, 2020).

La paralización de las economías mundiales y el confinamiento obligatorio al que fuimos sometidos para evitar la propagación del virus paso factura a varias empresas. El impacto

económico ha sido grave más para unos, que para otros. Existieron líderes capaces de transformar la situación de crisis en una oportunidad; elevar sus competencias gerenciales y destacarse dentro de sus pares siendo este el principal motivo de esta investigación (Ibídem, 2020).

#### **8.3.4. Impacto sociales**

Los impactos sociales, referidos, asociados a la Covid-19 en Ecuador, son argumentos para indicar que uno de los principales impactos causados por la Covid-19, es el empleo y la pobreza, dadas las desigualdades económicas y sociales existentes en el país, los que constituyen efectos que afectan de manera desproporcionada a los pobres y a los estratos vulnerables de ingresos medios. Además la OIT hace referencia que antes de la presencia de la Covid-19, sobre la probabilidad que la crisis presente en Ecuador sea causante del aumento del empleo informal como estrategia de supervivencia, lo que resulta significativo analizar debido a que en la actualidad esta forma de empleo es la que prevalece en el país (CEPAL, 2019).

#### **8.3.5. Estrategias empresariales**

La pandemia del Covid-19, es un hecho que ha marcado la historia actual de la humanidad, actualmente el mundo vive situaciones difíciles que se creía nunca iba a suceder. Las estrategias empresariales cobran un rol preponderante, porque las empresas requieren un enfoque gerencial que permita a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección. Esto conlleva superar la tradicional gestión e involucrar desde sus intereses financieros hasta el manejo de sus recursos organizacionales, lo cual implica elegir y desarrollar acciones tomando unos caminos y descartar otros, con el fin de modificar el equilibrio competitivo y volver a estabilizar la empresa (Useche et al., 2021).

#### **8.3.6. Protocolos de bioseguridad**

En el ámbito internacional se han impulsado protocolos de bioseguridad ante la pandemia y deben ser implementos obligatoriamente al realizar transacciones físicas personales o instituciones. A nivel internacional se impulsar el teletrabajo, flexibilizar las jornadas laborales, agrupar a los empleados por turnos y horarios para minimizar la exposición física

frente al virus, reportar casos sospechosos a instancias de salud públicas, buscar apoyo en materia de identificación y valoración del riesgo sobre la prevención de la enfermedad, promover entre todos los involucrados con las pymes el uso inteligencia artificial desde herramientas digitales, por ejemplo: aplicaciones de salud, como CoronApp, para registrar su estado de salud, entre otros (González et al., 2020).

### **8.3.7. Teletrabajo**

La modalidad de Teletrabajo ha sido una oportunidad para algunas empresas para seguir produciendo. La pandemia superó uno de los retos dentro de la industria en Ecuador, la digitalización en los negocios, las Pymes ahora para seguir operando utilizan el teletrabajo, y para ofertar productos adoptaron el e-commerce como nuevo método de comercialización, hoy la mercadotecnia es una tendencia y más accesible para algunas empresas de servicios, mientras que para los sectores más tradicionales esto puede resultar sumamente difícil o imposible (Huilcapi et al., 2020).

### **8.3.8. Comercio electrónico (e-commerce)**

Los negocios tradicionales enfrentan nuevos retos para comercializar su producción, generando cambios y avanzando hacia lo digital pueden adaptarse al escenario comercial del e-commerce. La comercialización por redes digitales, es una modalidad de comercio, llegando a conquistar nuevos mercados, además, es una modalidad más segura de adquirir productos sin salir de su hogar, mas aun en tiempos de pandemia. Es de vital importancia que las Pymes ecuatorianas se adapten al e-commerce, visto hoy como la nueva metodología para comercializar sus productos, en el momento en que nos encontramos y en un futuro cercano (Rodríguez et al., 2020).

### **8.3.9. Apoyo gubernamental.**

Según estadística del Ministerio de trabajo, en marzo del 2020 alrededor de un 70% de actividades productivas tuvieron que paralizar, para mayo del mismo año 60.000 trabajadores fueron separados de sus actividades de trabajo. Este mismo escenario se reflejó en otros países, dando como respuesta por el Covid-19, reducir la tasa de desempleo, mitigar a las obligaciones tributarias y crediticias, además de facilitar el financiamiento a través de créditos en instituciones financieras (Heredia y Dini, 2021).

La Asamblea del Ecuador aprobó la Ley de apoyo humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19, en respuesta a la ayuda solicitada por las micros, pequeñas y medianas empresas, para mitigar las relaciones entre el empleador y trabajador, regular el pago de servicios básicos, facilitar el acceso de financiamiento en instituciones financieras y llegar acuerdos entre deudores y acreedores, es decir buscar soluciones de problemas generadas por el Covid-19 (Asamblea de la República del Ecuador, 2020).

## **9. HIPÓTESIS.**

¿Existe un impacto en los factores socioeconómicos en las empresas comerciales del cantón La Maná?

## **10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **10.1. Tipo de investigación**

#### **10.1.1. Investigación formativa**

La investigación de tipo formativa, nos ayudó a que nuestra investigación sea como una herramienta de enseñanza y aprendizaje. La investigación al difundir nuestros hallazgos e información que hemos recolectado de la encuesta ejecutada a las empresas comerciales, se generarán nuevos conocimientos y desarrollarán un aprendizaje referente al impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia Covid-19 (Miyahira, 2009).

#### **10.1.2. Investigación bibliográfica**

La investigación bibliográfica es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de información. Este tipo de investigación nos ayudó a sustentar con información científica, la justificación, la contextualización del problema, los antecedentes investigativos, el marco teórico, entre otras (Gómez et al., 2014).

#### **10.1.3. Investigación de campo**

La investigación de campo nos ayudó a recopilar toda la información necesaria de forma directa, así mismo, conocer la población de estudio, seleccionar la muestra, para proceder a la recolección y análisis de los datos. Dentro de esta investigación fue necesario acudir al lugar

de los hechos para recopilar información de fuentes primarias mediante la aplicación del instrumento de encuesta (Arias, 2020).

## **10.2. Métodos de investigación**

### **10.2.1. Método deductivo**

El método deductivo busca extraer conclusiones válidas de un conjunto de suposiciones que va de lo más general, a hechos más precisos (Campos, 2017). Este método nos permitió guiarnos de la información contrastada, tener una idea más clara del tema de la investigación, a través de la información bibliográfica, ayudo a establecer un marco teórico con relación al objeto de estudio para la realización de los objetivos.

### **10.2.2. Método analítico**

Es el proceso cognitivo, implica descomponer el objeto de estudio, sacando cada parte del todo para estudiarlas individualmente (Morán y Alvarado, 2010). La aplicación del método analítico cobró relevancia en el desarrollo de la investigación porque permitió efectuar un análisis minucioso al descomponer el objeto de estudio para el análisis para mayor comprensión del tema. Además, este método nos ayudó a la descomposición de las variables para poder realizar el cuestionario de encuesta para identificar el impacto de los factores socioeconómicos por el Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.

### **10.2.3. Valoración por expertos**

La aplicación del método criterio de expertos nos posibilita a que un componente de investigación sea llevado a la práctica. Este método nos ayudó a validar el instrumento de encuesta y conocer la factibilidad que tendrá en los resultados. Este método se ha convertido en uno más habituales por los investigadores para validar algún componente de una investigación (Díaz et al., 2020).

## **10.3. Técnicas de investigación**

### **10.3.1. Observación documental**

De acuerdo Rojas (2011), la observación documental es el la recuperación de información que se consulta en documentos. Se optó por la técnica de observación documental para obtener

información precisa y sustentada sobre el número de empresas que desarrollan actividades comerciales en el cantón La Maná. El organismo que nos proporcionó la información es el Cuerpo de Bomberos del cantón La Maná (CBLM), la cual nos emitió un documento sobre los datos requeridos (véase Anexo 1).

### **10.3.2. Encuesta**

La técnica de encuesta es un instrumento de recolección de datos, muy común y ampliamente utilizada en las investigaciones, permitiendo obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz (Casas et al., 2003). La encuesta se aplicó a los 326 dueños de las empresas comerciales, con el propósito de recopilar información sobre el impacto de los factores socioeconómico por el Covid-19 en sus establecimientos comerciales.

### **10.3.3. Correlación de Spearman**

De acuerdo con Martínez y Campos (2015), la correlación de Spearman es una técnica estadística no paramétrica, prácticamente permite relacionar dos o más variables. Esta correlación nos ayudó a conocer las relaciones entre los factores sociales y los factores económicos, cuyo valor cuantitativo es de 0.387, según la tabla de coeficiente de correlación se considera una relación positiva baja.

## **10.4. Instrumentos utilizados**

### **10.4.1. Cuestionario**

Es un proceso estructurado de recolección de información a través de un documento constituido por una serie de preguntas, dichas preguntas deben ser estandarizadas y estructuradas para facilitar a los encuestados contestar las interrogantes (García et al., 2006). El cuestionario lo conforman 45 ítems, distribuidas por dos dimensiones, la primera son los factores sociales, cuyos indicadores son la edad, género, nivel académico, situación laboral, beneficios sociales, horas de trabajo y empleo. La segunda dimensión son los factores económicos, cuyos indicadores son las ventas, nivel de facturación, rentabilidad y productividad (véase en Anexo 4). El cuestionario se aplicó a los 326 dueños de los establecimientos comerciales del cantón La Maná, con el fin de recopilar información de fuente primaria respecto al tema de estudio (véase en Anexo 5).

## 10.5. Población y muestra

### 10.5.1. Población

La población de estudio se entiende un conjunto de todos los factores que cumplen una característica particular para la cual se desea estudiar un fenómeno en particular (Arias, 2016). La población de la investigación está constituida por 1.760 empresas comerciales, según datos del Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM), (véase en el Anexo 1)

**Tabla 4.** Número de empresas comerciales del cantón La Maná

N°	Actividades Comerciales	Cantidad
1	Tienda de abarrotes	350
2	Librerías	150
3	Venta de celulares	75
4	Almacén de ropa	150
5	Ferreterías	25
6	Panaderías	250
7	Bazares	80
8	Depósito de madera	50
9	Depósito de gas	35
10	Farmacias	80
11	Otros	515
<b>Total</b>		<b>1.760</b>

**Fuente:** Archivos del Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM)

**Elaborado por:** Los autores

### 10.5.2. Cálculo de la muestra de las empresas comerciales del cantón La Maná

La técnica de muestreo es el proceso de asegurar que los individuos que componen una muestra sean representativos de la población a la que pertenecen. Existen varias razones para estudiar una muestra en lugar de las poblaciones son: ahorran tiempo y ahorran recursos (Arias, 2016). Para efectuar las encuestas dirigidas a las empresas comerciales del cantón La Maná, fue indispensable la aplicación del muestreo por poblaciones finitas, considerando el 5% de error y un nivel de confianza del 95%, cuyos resultados se mencionan a continuación:

<p><b>Formula:</b></p> $n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$	<p><b>Datos:</b></p> <p><b>n</b> =Tamaño de la muestra =?</p> <p><b>N</b> =Población a investigarse = 1760</p> <p><b>E</b> =Índice de error máximo admisible = 0,05</p>
---	---

**Desarrollo:**

$$n = \frac{1760}{(0,05)^2(1760 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{1760}{(0,0025)(1759) + 1}$$

$$n = \frac{1760}{5,3975} = 326,07$$

$$n = 326$$

El resultado de la muestra es de 326 empresas comerciales

### 10.5.3. Distribución de la muestra estratificada.

Según Casas et al. (2003), la muestra estratificada consiste en que la población se divide en subpoblaciones, llamados estratos, ayudando asegurar que todos los estratos estarán representados en la muestra. La fórmula del coeficiente de proporción se aplicó para conocer de manera precisa los estratos de las empresas por actividades comerciales.

<p><b>Formula:</b></p> $f = \frac{n}{N}$	<p><b>Datos:</b></p> <p><b>f</b> = Los estratos (?)</p> <p><b>n</b> = Resultado de la muestra (326)</p> <p><b>N</b> = Total de la población (1.760)</p>
--	---

**Desarrollo:**

$$e = \frac{326}{1760} = 0,185227$$

**Tabla 5.** Estratos de los establecimientos comerciales del cantón La Maná

<b>Actividades Comerciales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Coefficiente</b>	<b>Muestra</b>
Tienda de abarrotes	350	0,185227	65
Librerías	150	0,185227	28
Venta de celulares	75	0,185227	14
Almacén de ropa	150	0,185227	28
Ferreterías	25	0,185227	5
Panaderías	250	0,185227	46
Bazares	80	0,185227	15
Depósito de madera	50	0,185227	9
Depósito de gas	35	0,185227	6
Farmacias	80	0,185227	15
Otros	515	0,185227	95
<b>Total</b>	<b>1.760</b>	<b>0,185227</b>	<b>326</b>

**Fuente:** Archivos del Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM)

**Elaborado por:** Los autores

#### **10.5.4. Validación del instrumento**

Para determinar la validez y confiabilidad del instrumento es válido si se ha determinado su validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo. La validez de contenido se refiere a la medida en que el instrumento representa todas las dimensiones de la variable (ítems), se evalúa a través de la opinión de expertos, la validez de criterio se aplica cuando queremos validar un instrumento nuevo, validez de constructo el instrumento cuenta modelo teórico tiene como objetivo cubrir, analizar, explicar y presentar de forma ordenada todos los aspectos del fenómeno para construir la escala. La validación del instrumento se realizó con el apoyo de tres docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi (véase en el Anexo 6). Se utilizó el sistema estadístico SPSS para calcular el Alfa de Cronbach, obteniendo la fiabilidad del cuestionario (Moreno, 2018).

#### **Estadística de prueba piloto para validación del instrumento**

Se realizó una prueba piloto con una muestra de 22 empresas comerciales con la finalidad de analizar la aplicación de la encuesta, obteniendo en el sistema estadístico SPSS una fiabilidad del 0,767, tal como se visualiza en la siguiente tabla.

**Tabla 6.** Estadística de fiabilidad

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Número de elementos</b>
0,767	39

**Fuente:** Prueba de fiabilidad en SPSS

**Elaborado por:** Los autores

### **10.5.5. Procesamiento y análisis de la información.**

Al validar el cuestionario, se aplicó las encuestas a los 326 dueños de los establecimientos comerciales, los datos se procesaron en el sistema estadístico SPSS, con el fin de elaborar las 45 tablas de frecuencias y sus 45 gráficas de manera rápida y eficaz. Además, se agrupo y recodifico la información, para calcular la correlación de Spearman entre los factores sociales y económicos.

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 11.1. Número de empresas por actividades comerciales

Los resultados en relación con el número de empresas comerciales del cantón La Maná, cuyos datos fue proporcionada por el Cuerpo de bombero de La Maná (CBLM) (véase en el Anexo 1). Con un total de 1.760 empresas, divididas por 11 actividades comerciales, detallada de la siguiente manera: tienda de abarrotes con 350 establecimientos, librerías con 150 establecimientos, venta de celulares con 75 establecimientos, almacén de ropa con 150 establecimientos, ferreterías con 25 establecimientos, panaderías con 250 establecimientos, bazares con 80 establecimientos, depósito de madera con 50 establecimientos, depósito de gas 35 establecimientos, farmacias con 80 establecimientos, y otros con 515 establecimientos.

**Tabla 7.** Número de empresas por actividades comerciales

N°	Actividades Comerciales	Cantidad
1	Tienda de abarrotes	350
2	Librerías	150
3	Venta de celulares	75
4	Almacén de ropa	150
5	Ferreterías	25
6	Panaderías	250
7	Bazares	80
8	Depósito de madera	50
9	Depósito de gas	35
10	Farmacias	80
11	Otros	515
<b>Total</b>		<b>1.760</b>

**Fuente:** Archivos del Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM)

**Elaborado por:** Los autores

### 11.2. Resultados de las encuestas efectuadas a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná

Los resultados de la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná, sobre la afectación que el Covid-19 ha producido en los factores sociales y los factores económicos se detallan a continuación:

## Pregunta 1. ¿Actividad comercial?

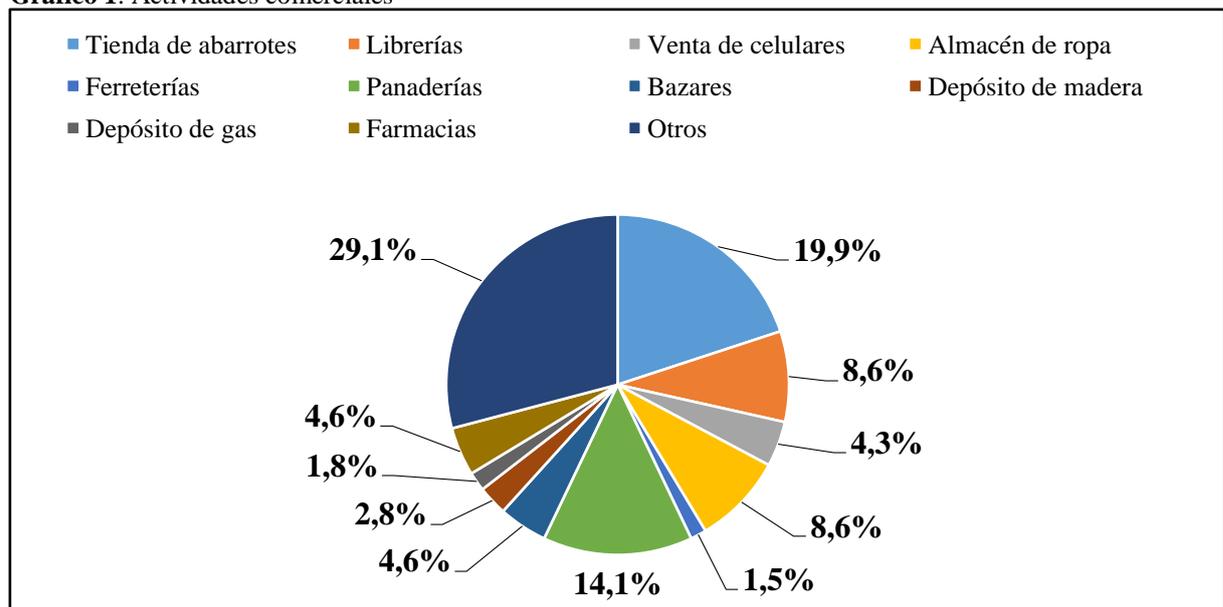
**Tabla 8.** Actividades comerciales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Tienda de abarrotes	65	19,9	19,9	19,9
Librerías	28	8,6	8,6	28,5
Venta de celulares	14	4,3	4,3	32,8
Almacén de ropa	28	8,6	8,6	41,4
Ferreterías	5	1,5	1,5	42,9
Panaderías	46	14,1	14,1	57,1
Bazares	15	4,6	4,6	61,7
Depósito de madera	9	2,8	2,8	64,4
Depósito de gas	6	1,8	1,8	66,3
Farmacias	15	4,6	4,6	70,9
Otros	95	29,1	29,1	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 1.** Actividades comerciales



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

### Interpretación:

Los resultados indican las actividades comerciales que pertenecen las empresa encuestadas con un 29,1% otros, un 19,9% tienda de abarrotes y un 14,1% panaderías, un 8,6% librerías y almacén de ropa, un 4,6% bazares y farmacias, un 4,3% venta de celulares, un 2,8% depósito de madera, un 1,8% depósito de gas y el 1,5% ferreterías.

## Pregunta 2. ¿Es una empresa familiar?

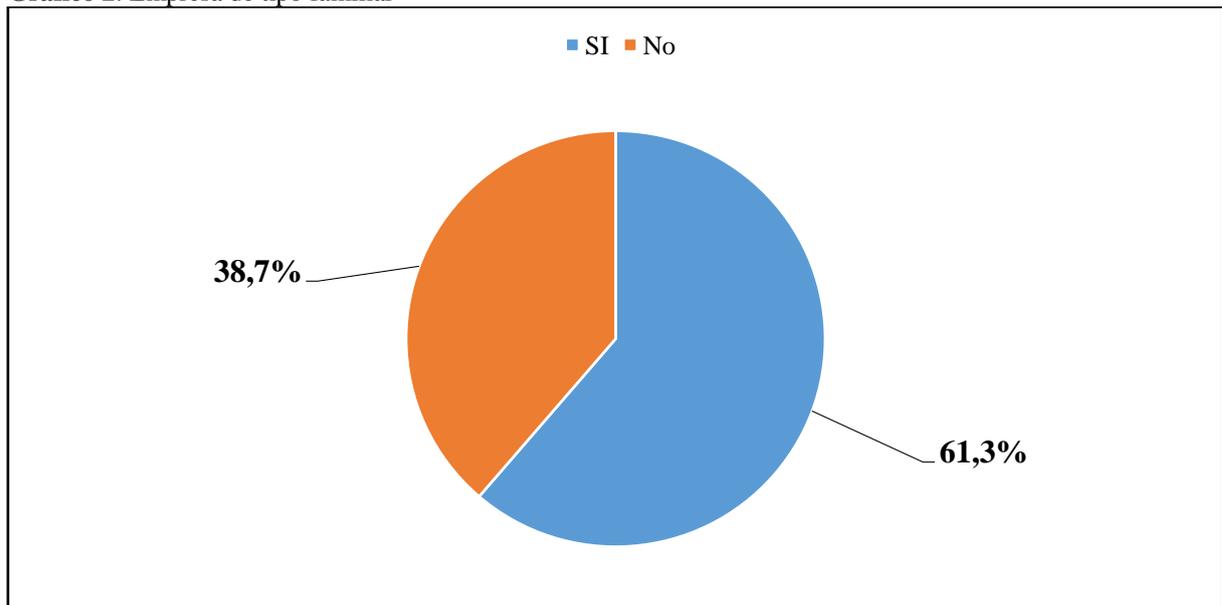
**Tabla 9.** Empresa de tipo familiar

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	200	61,3	61,3	61,3
No	126	38,7	38,7	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios en las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 2.** Empresa de tipo familiar



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborados por:** Los autores

### Interpretación:

En el ítem 2, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 61,3% manifiestan ser empresa de tipo familiar, a diferencia de un 38,7% de los encuestados manifestando que son establecimientos personales.

### Pregunta 3. ¿Cuántos colaboradores cuentan actualmente?

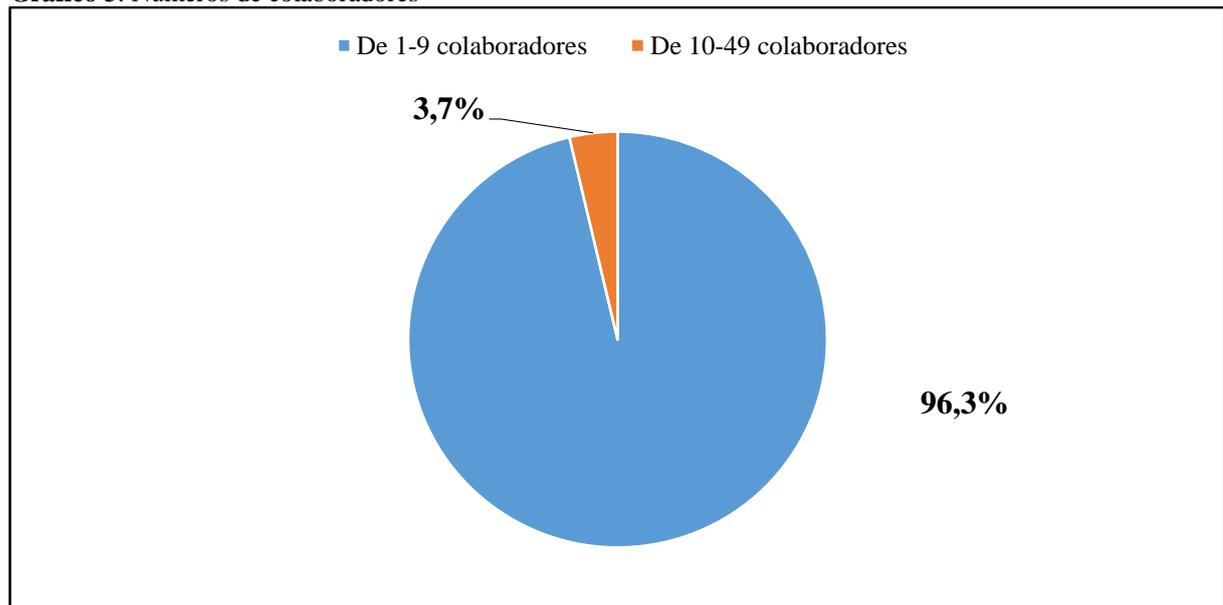
**Tabla 10.** Números de colaboradores

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 1-9 colaboradores	314	96,3	96,3	96,3
De 10-49 colaboradores	12	3,7	3,7	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 3.** Números de colaboradores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

### Interpretación:

En el ítem 3, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que el 96,3% cuentan entre 1 a 9 colaboradores, mientras que el 3,7% solo cuentan entre 10 a 49 colaboradores laborando en sus respectivos establecimientos

#### Pregunta 4. ¿Edad actual?

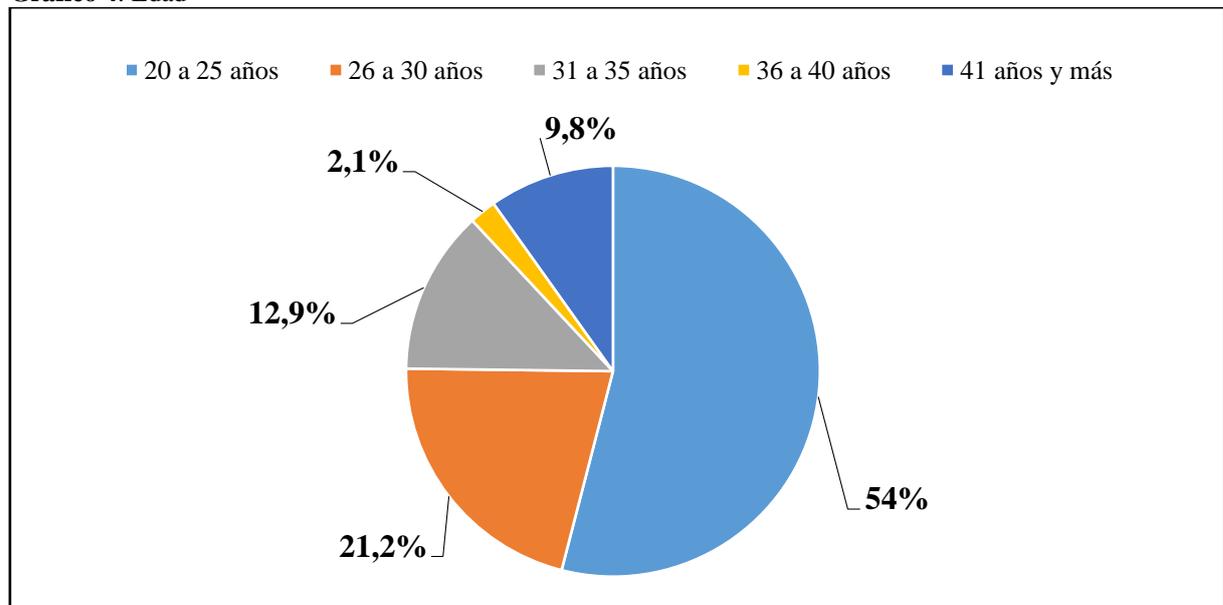
**Tabla 11.** Edad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20 a 25 años	176	54	54	54
26 a 30 años	69	21,2	21,2	75,2
31 a 35 años	42	12,9	12,9	88
36 a 40 años	7	2,1	2,1	90,2
41 años y más	32	9,8	9,8	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 4.** Edad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

#### Interpretación:

En el ítem 4, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que el 54% poseen una edad entre 20 a 25 años, el 21,2% entre 26 a 30 años, el 12,9% entre 31 a 35 años, el 2,1% entre 36 a 40 años y el 9,8% poseen una edad de 41 años en adelante.

### Pregunta 5. ¿Cuál es su género?

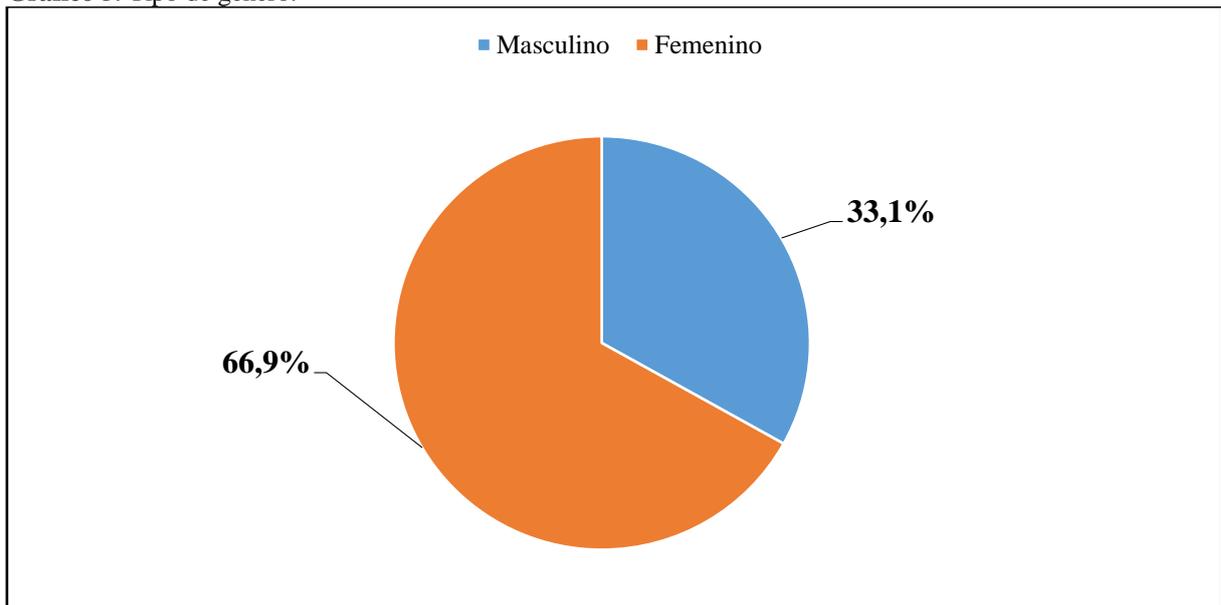
**Tabla 12.** Tipo de género.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	108	33,1	33,1	33,1
Femenino	218	66,9	66,9	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 5.** Tipo de género.



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

### Interpretación:

En el ítem 5, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 66,9% de los propietarios de estos establecimientos son de género femenino, a diferencia de un 33,1% que manifiestan ser de género masculino.

### Pregunta 6. ¿Cuál es su nivel de estudios?

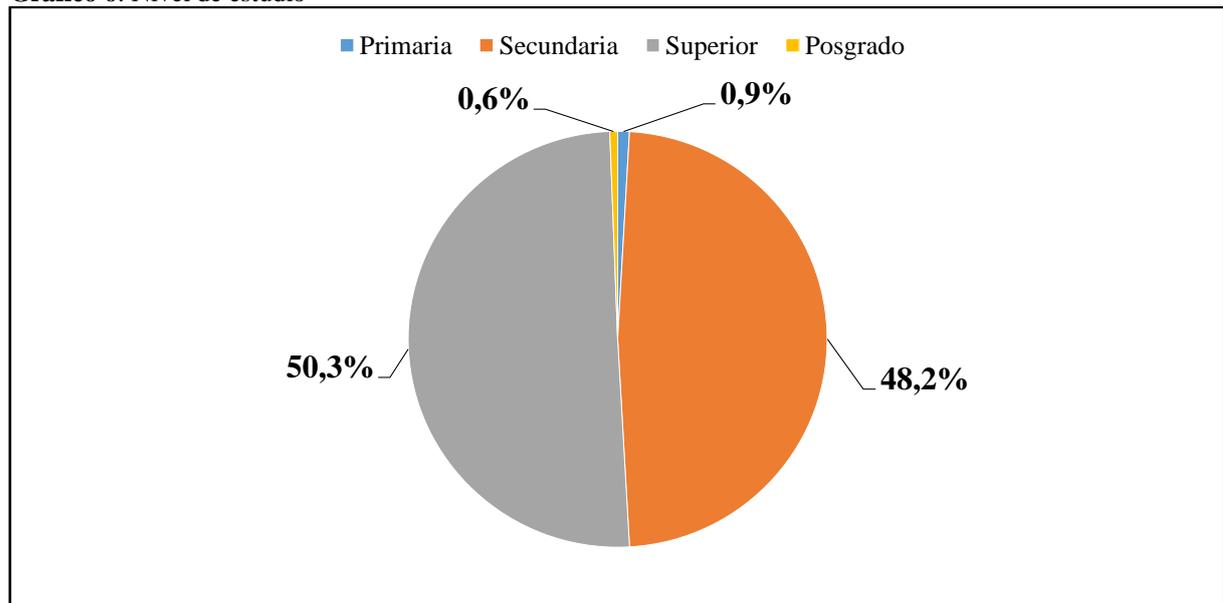
**Tabla 13.** Nivel de estudio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	3	0,9	0,9	0,9
Secundaria	157	48,2	48,2	49,1
Superior	164	50,3	50,3	99,4
Posgrado	2	0,6	0,6	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 6.** Nivel de estudio



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

### Interpretación:

En el ítem 6, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que el 50,3% de los propietarios poseen un nivel académico superior, cerca de esta cifra obtenemos que el 48,2% poseen formación secundaria, el 0,9% poseen formación primaria y el 0,6% poseen formación de postgrado.

**Pregunta 7. ¿Las condiciones laborales se han visto afectadas, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

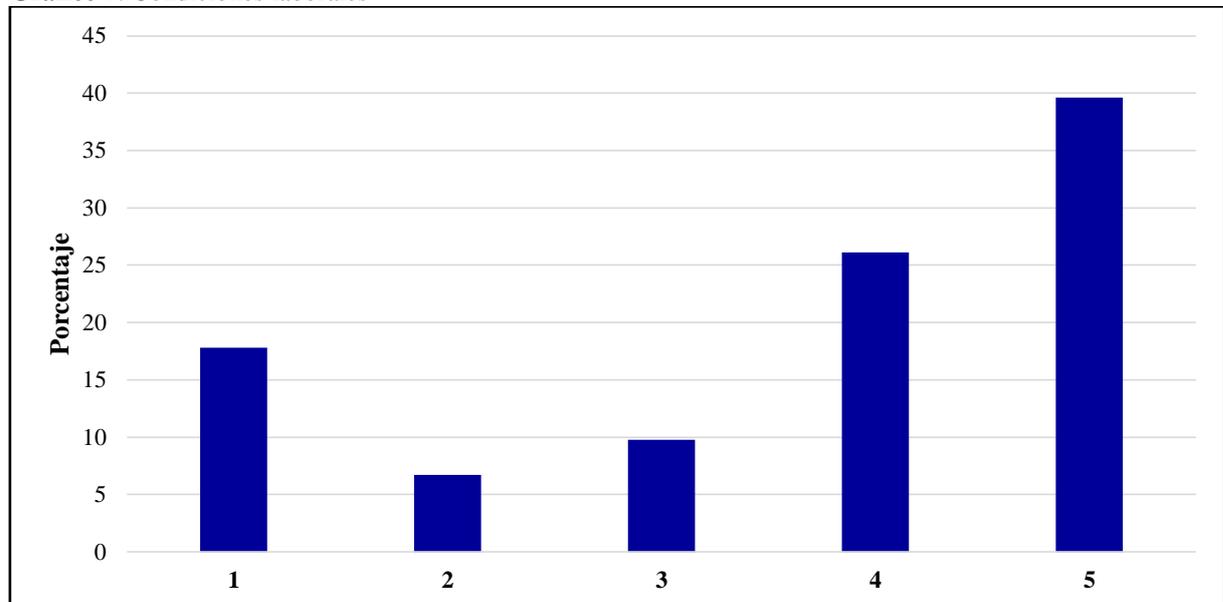
**Tabla 14.** Condiciones laborales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	58	17,8	17,8	17,8
2	22	6,7	6,7	24,5
3	32	9,8	9,8	34,4
4	85	26,1	26,1	60,4
5	129	39,6	39,6	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 7.** Condiciones laborales



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 7, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 39,6% está totalmente de acuerdo, un 26,1% está de acuerdo, un 17,8% está totalmente en desacuerdo, un 9,8% está indeciso y un 6,7% está en desacuerdo que las condiciones laborales se han visto afectadas por el Covid-19.

**Pregunta 8. ¿Es más frecuente el pago de horas extras por tiempo de trabajo adicional, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

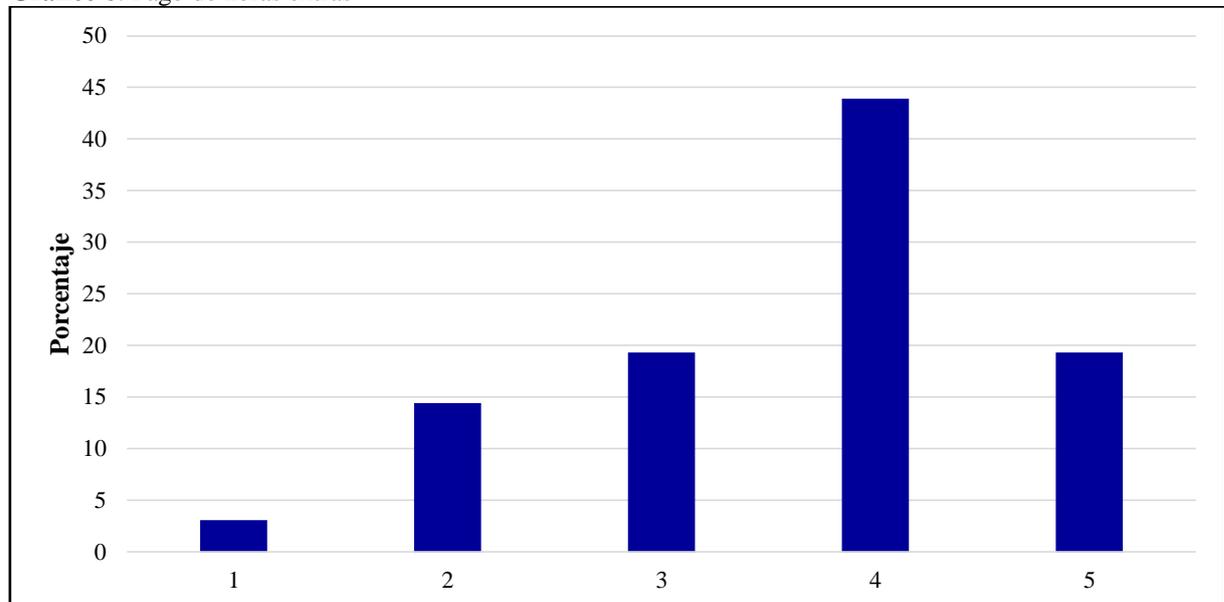
**Tabla 15.** Pago de horas extras

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	10	3,1	3,1	3,1
2	47	14,4	14,4	17,5
3	63	19,3	19,3	36,8
4	143	43,9	43,9	80,7
5	63	19,3	19,3	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 8.** Pago de horas extras



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 8, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 43,9% está de acuerdo, un 19,3% está en totalmente de acuerdo, un 19,3% están indeciso, un 14,4% está de acuerdo y un 3,1% está en totalmente en desacuerdo que por el Covid-19 es más frecuente el pago de horas extras del trabajo adicional que realizan colaboradores en estos establecimientos.

**Pregunta 9. ¿Se ha implementado normas de bioseguridad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

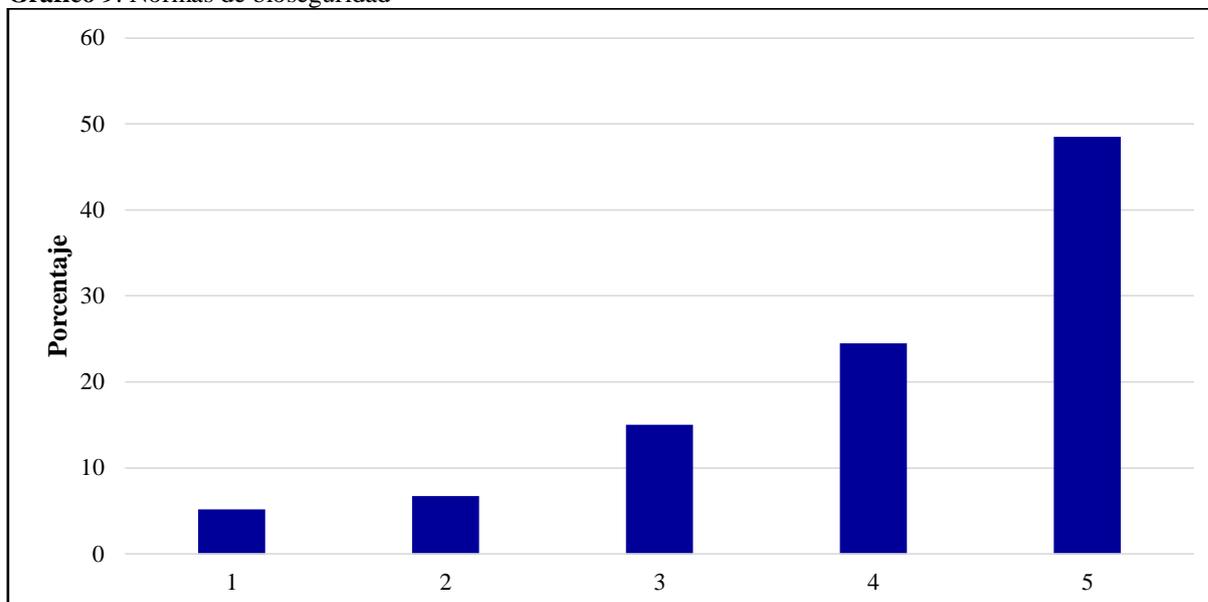
**Tabla 16.** Normas de bioseguridad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	17	5,2	5,2	5,2
2	22	6,7	6,7	12
3	49	15	15	27
4	80	24,5	24,5	51,5
5	158	48,5	48,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 9.** Normas de bioseguridad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 9, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 48,5% está totalmente de acuerdo, un 24,5% está de acuerdo, un 15% está indeciso, un 6,7% está en desacuerdo y un 5,2% está totalmente en desacuerdo que ha implementado normas de bioseguridad por el Covid-19 para frenar los contagios.

**Pregunta 10. ¿Se ha dotado de desinfectantes y equipo de protección personal, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

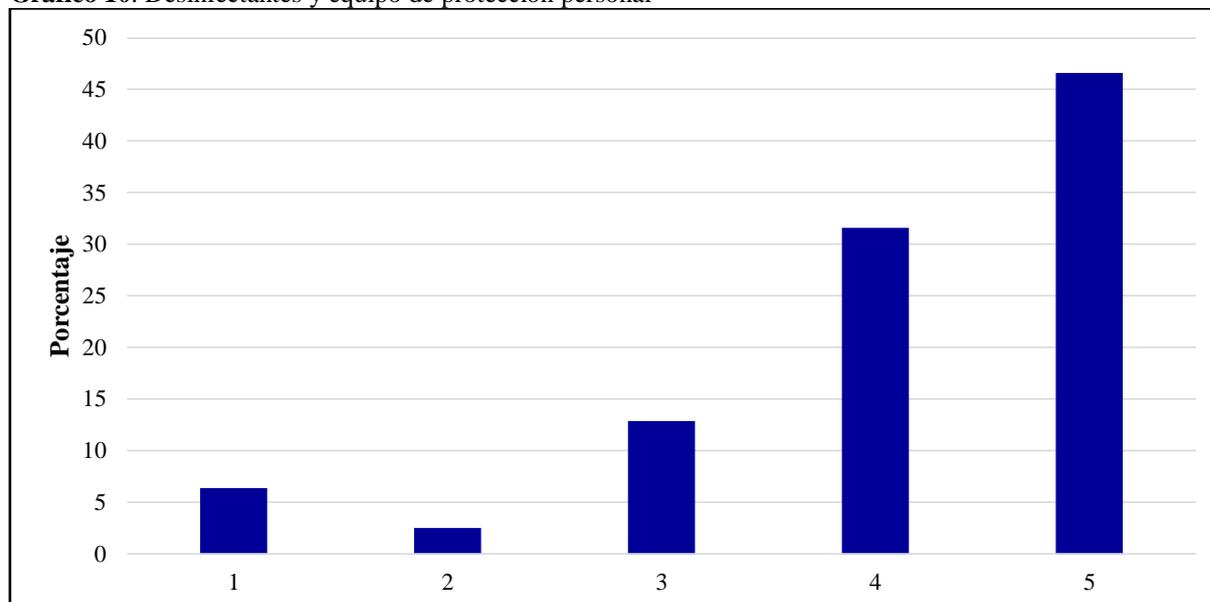
**Tabla 17.** Desinfectantes y equipo de protección personal

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	21	6,4	6,4	6,4
2	8	2,5	2,5	8,9
3	42	12,9	12,9	21,8
4	103	31,6	31,6	53,4
5	152	46,6	46,6	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 10.** Desinfectantes y equipo de protección personal



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 10, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 46,6% está totalmente de acuerdo, un 31,65% está de acuerdo, un 12,9% está indeciso, un 6,4% está totalmente en desacuerdo y un 5,2% está en desacuerdo que han dotado de desinfectantes y equipos de protecciones personales por el Covid-19.

**Pregunta 11. ¿Ha aumentado el uso del internet y de redes sociales, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

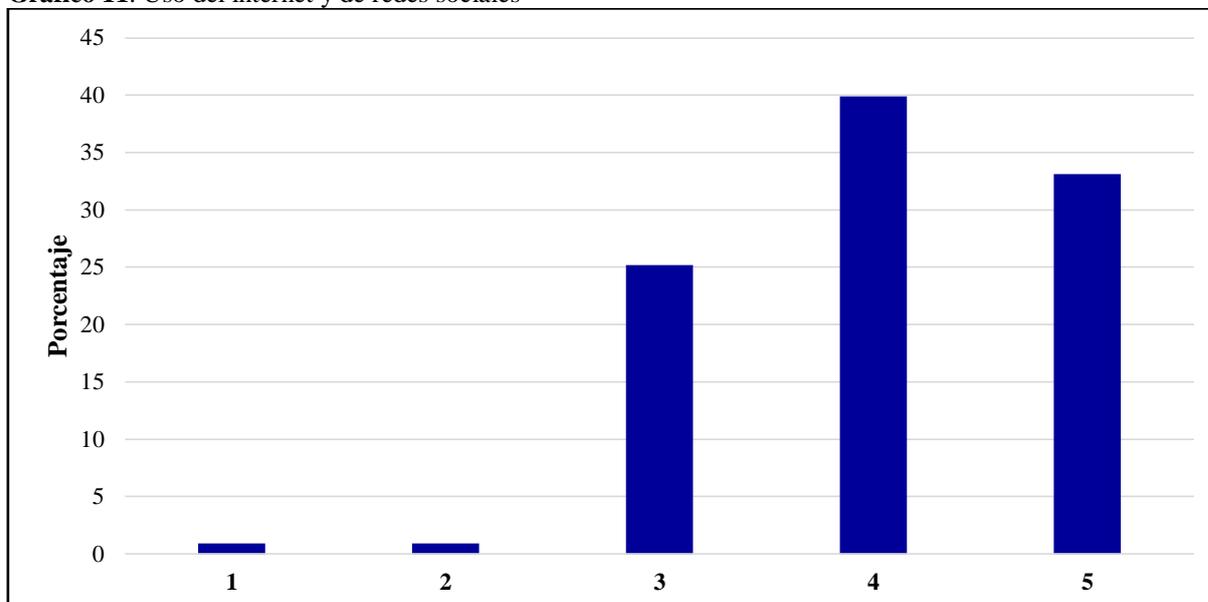
**Tabla 18.** Uso del internet y de redes sociales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	3	0,9	0,9	0,9
2	3	0,9	0,9	1,8
3	82	25,2	25,2	27
4	130	39,9	39,9	66,9
5	108	33,1	33,1	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 11.** Uso del internet y de redes sociales



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 11, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 39,9% está de acuerdo, un 33,1% está totalmente de acuerdo, un 25,2% está indeciso, 0,9% está en desacuerdo y un 0,9% está totalmente en desacuerdo que el uso del internet y de redes sociales ha aumentado en sus establecimientos por el Covid-19.

**Pregunta 12. ¿La empresa ha implementado seguros de salud, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

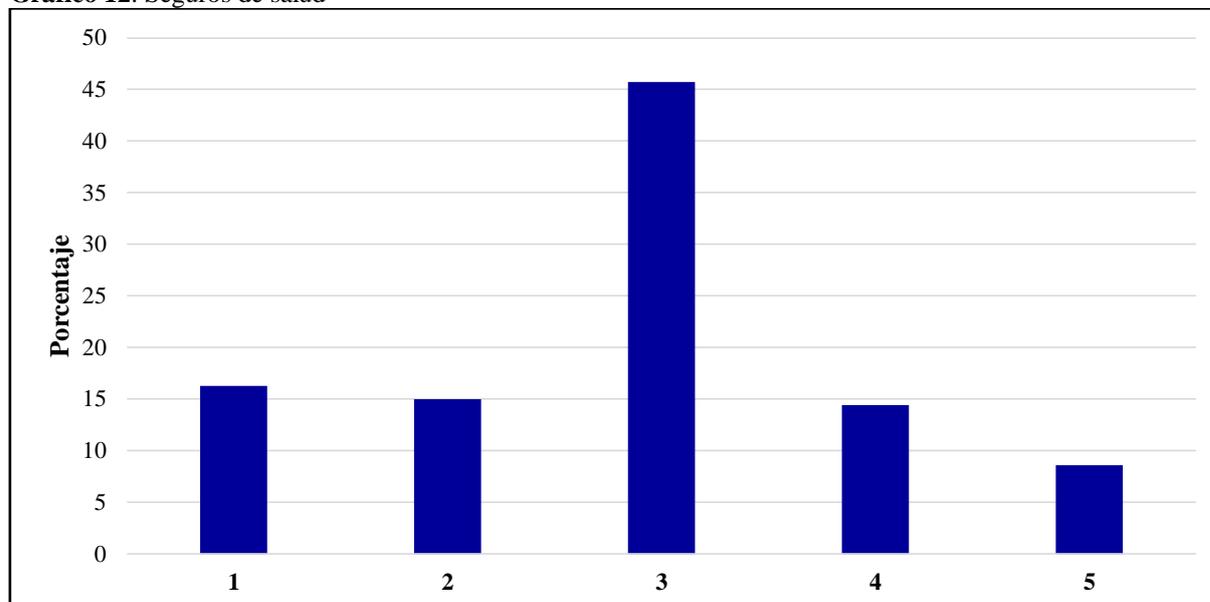
**Tabla 19.** Seguros de salud

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	53	16,3	16,3	16,3
2	49	15	15	31,3
3	149	45,7	45,7	77
4	47	14,4	14,4	91,4
5	28	8,6	8,6	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 12.** Seguros de salud



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 12, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 45,7% está indeciso, un 16,3% está totalmente en desacuerdo, un 15% está en desacuerdo, un 14,4% está de acuerdo y un 8,6% está totalmente de acuerdo que las empresas ha implementado seguros de salud por el Covid-19.

**Pregunta 13. ¿La empresa ha implementado exámenes médicos, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

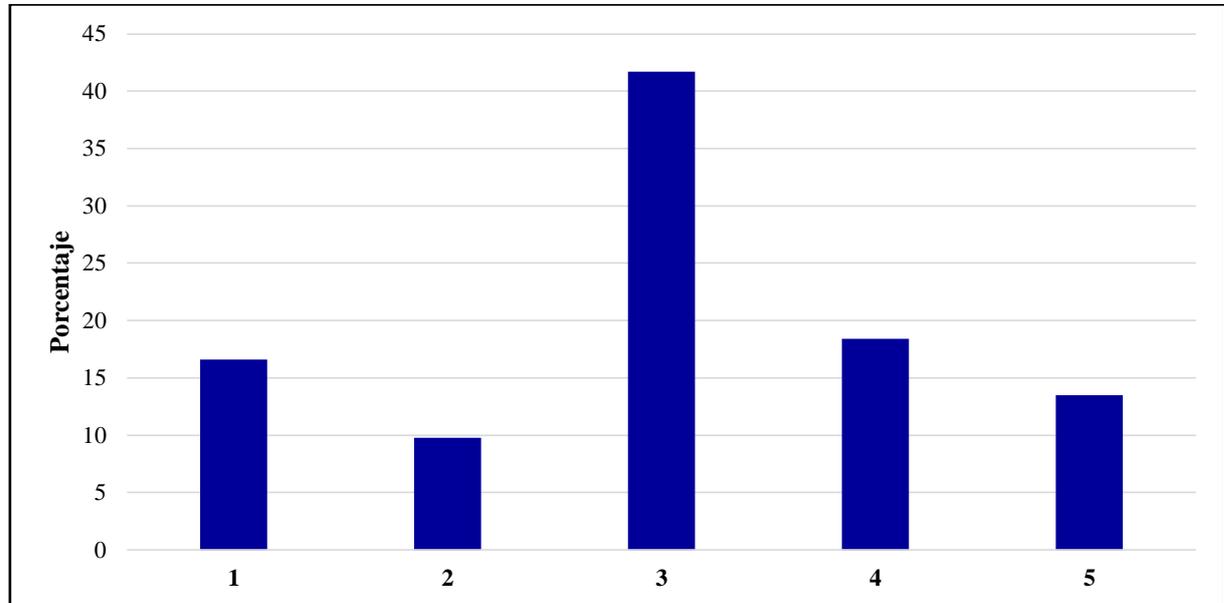
**Tabla 20.** Exámenes médicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	54	16,6	16,6	16,6
2	32	9,8	9,8	26,4
3	136	41,7	41,7	68,1
4	60	18,4	18,4	86,5
5	44	13,5	13,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 13.** Exámenes médicos



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 13, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 41,7% está indeciso, un 18,4% está de acuerdo, un 16,6% está totalmente en desacuerdo, un 13,5% está totalmente de acuerdo y un 9,8% está totalmente en desacuerdo que las empresas han implementado exámenes médicos por el Covid-19

**Pregunta 14. ¿La empresa ha implementado pruebas PCR, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

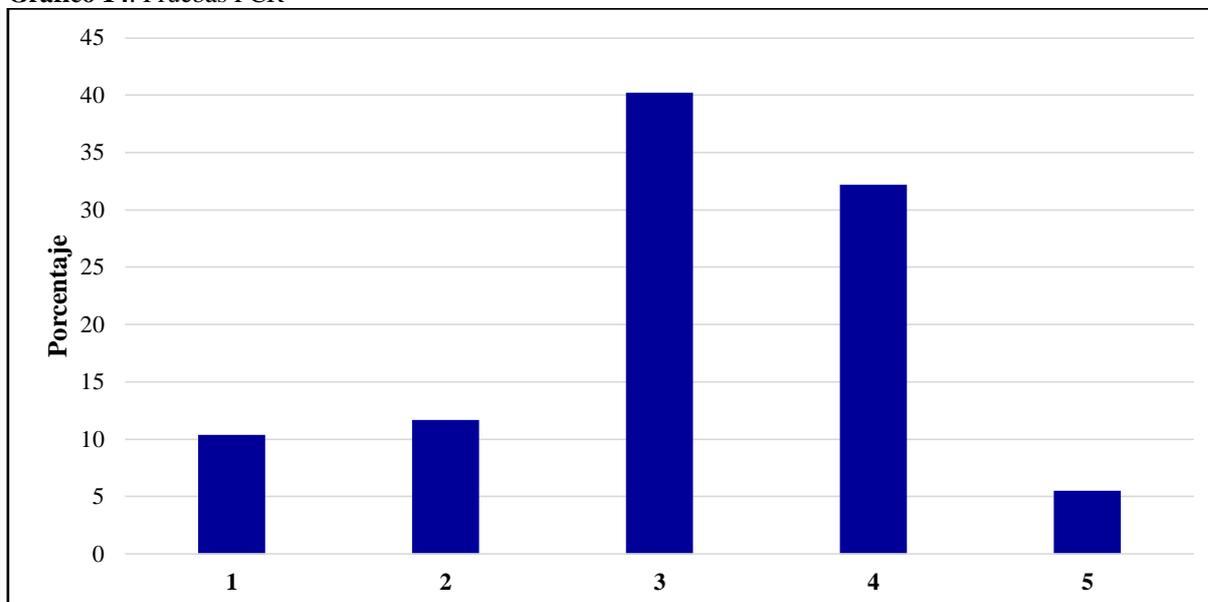
**Tabla 21.** Pruebas PCR

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	34	10,4	10,4	10,4
2	38	11,7	11,7	22,1
3	131	40,2	40,2	62,3
4	105	32,2	32,2	94,5
5	18	5,5	5,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 14.** Pruebas PCR



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 14, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 40,2% está indeciso, un 32,2% está de acuerdo, un 11,7% está en desacuerdo, un 10,4% está totalmente en desacuerdo y un 5,5% está totalmente de acuerdo que la empresa ha implementado pruebas PCR por el Covid-19.

**Pregunta 15. ¿Ha sido afectado el pago de dividendos, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

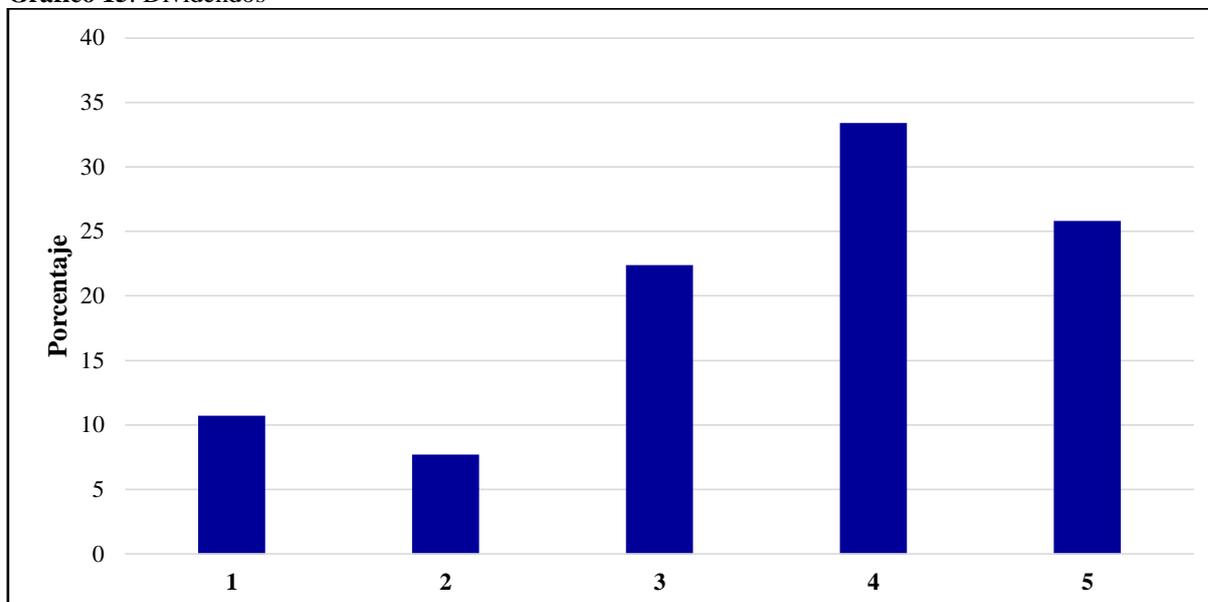
**Tabla 22.** Dividendos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	35	10,7	10,7	10,7
2	25	7,7	7,7	18,4
3	73	22,4	22,4	40,8
4	109	33,4	33,4	74,2
5	84	25,8	25,8	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 15.** Dividendos



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 15, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 33,4% está de acuerdo, un 25,8% está totalmente de acuerdo, un 22,4% está indeciso, un 10,7% está totalmente en desacuerdo y un 7,7% está en desacuerdo que los pagos de dividendos han sido afectados por Covid-19.

**Pregunta 16. ¿Ha tenido problema en el pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldo, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

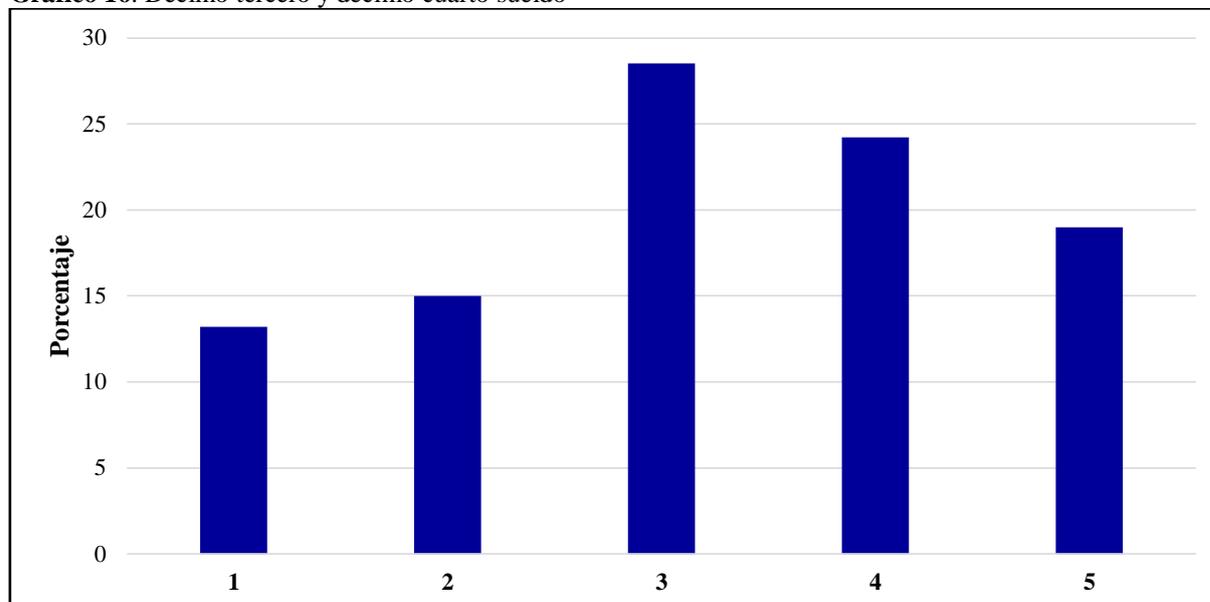
**Tabla 23.** Décimo tercero y décimo cuarto sueldo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	43	13,2	13,2	13,2
2	49	15	15	28,2
3	93	28,5	28,5	56,7
4	79	24,2	24,2	81
5	62	19	19	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 16.** Décimo tercero y décimo cuarto sueldo



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 16, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 28,5% está indeciso, un 24,2% está de acuerdo, un 19% está totalmente de acuerdo, un 15% está en desacuerdo y un 13,2% está totalmente en desacuerdo que la empresa por el Covid-19 se retrasó el pago del décimo y cuarto sueldo a sus colaboradores.

**Pregunta 17. ¿Se respeta la jornada de trabajo de 8 horas, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

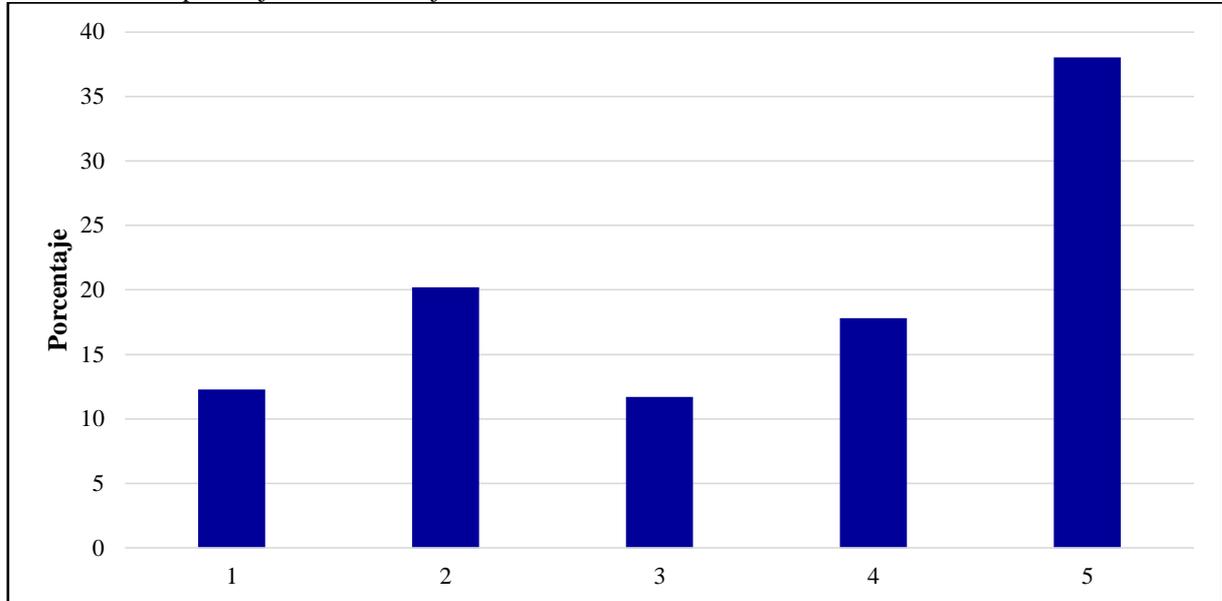
**Tabla 24.** Respeta la jornada de trabajo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	40	12,3	12,3	12,3
2	66	20,2	20,2	32,5
3	38	11,7	11,7	44,2
4	58	17,8	17,8	62
5	124	38	38	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 17.** Respeta la jornada de trabajo



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 17, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 38% está totalmente de acuerdo, un 20,2% está en desacuerdo, un 17,8% está de acuerdo, un 12,3% está totalmente en desacuerdo y un 11,7% está indeciso que la empresa cumplieron con la normativa de trabajo contemplado una duración de trabajo diario de 8 horas respectivamente.

**Pregunta 18. ¿Se ha disminuido la jornada de trabajo, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

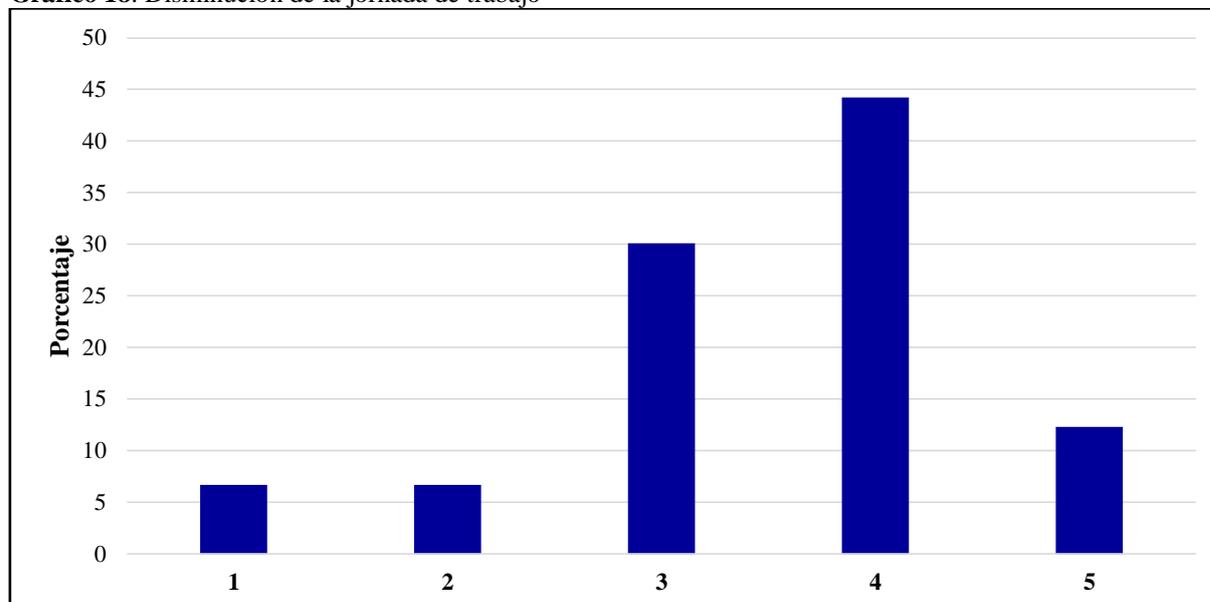
**Tabla 25.** Disminución de la jornada de trabajo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	22	6,7	6,7	6,7
2	22	6,7	6,7	13,5
3	98	30,1	30,1	43,6
4	144	44,2	44,2	87,7
5	40	12,3	12,3	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 18.** Disminución de la jornada de trabajo



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 18, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 44,2% está de acuerdo, un 30,1% está indeciso, un 12,3% está totalmente de acuerdo, un 6,7% está en desacuerdo y un 6,7% está totalmente en desacuerdo que la empresa por dar cumplimiento a las disposiciones del gobierno acogieron la disminución de la jornada laboral.

**Pregunta 19. ¿Se ha aumentado la jornada de trabajo, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

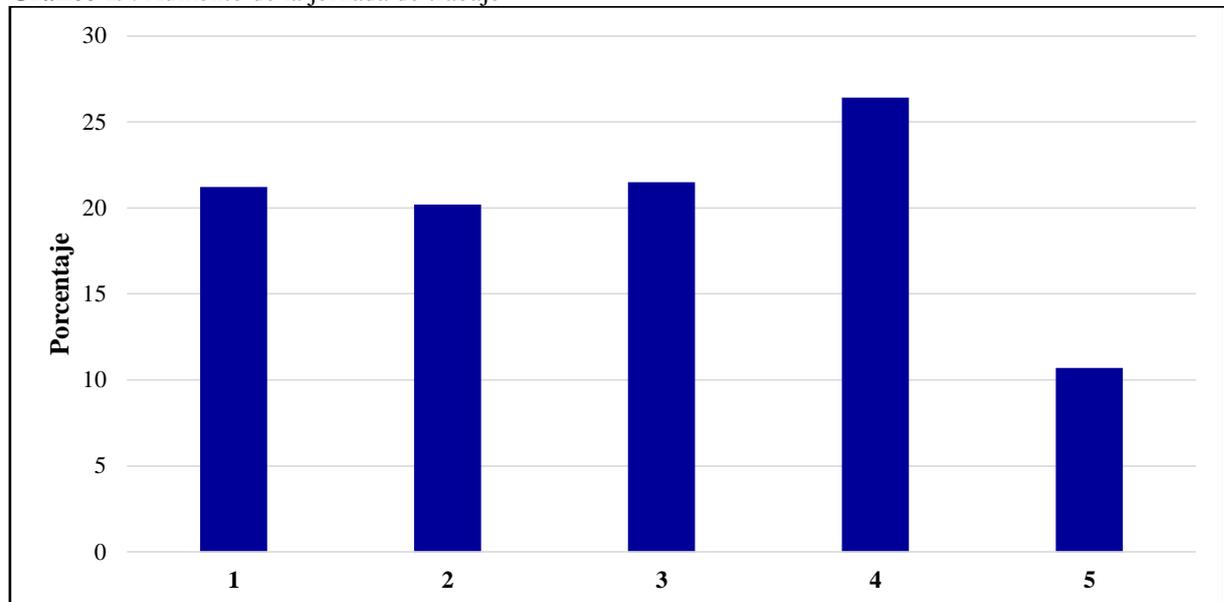
**Tabla 26.** Aumento de la jornada de trabajo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	69	21,2	21,2	21,2
2	66	20,2	20,2	41,4
3	70	21,5	21,5	62,9
4	86	26,4	26,4	89,3
5	35	10,7	10,7	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 19.** Aumento de la jornada de trabajo



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 19, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 26,4% está de acuerdo, un 21,5% está indeciso, un 21,2% está totalmente en desacuerdo, un 20,2% está en desacuerdo y un 10,7% está totalmente de acuerdo que la empresa no ha aumentado la jornada de trabajo por el Covid-19.

**Pregunta 20. ¿Se ha mantenido el mismo número de colaboradores, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

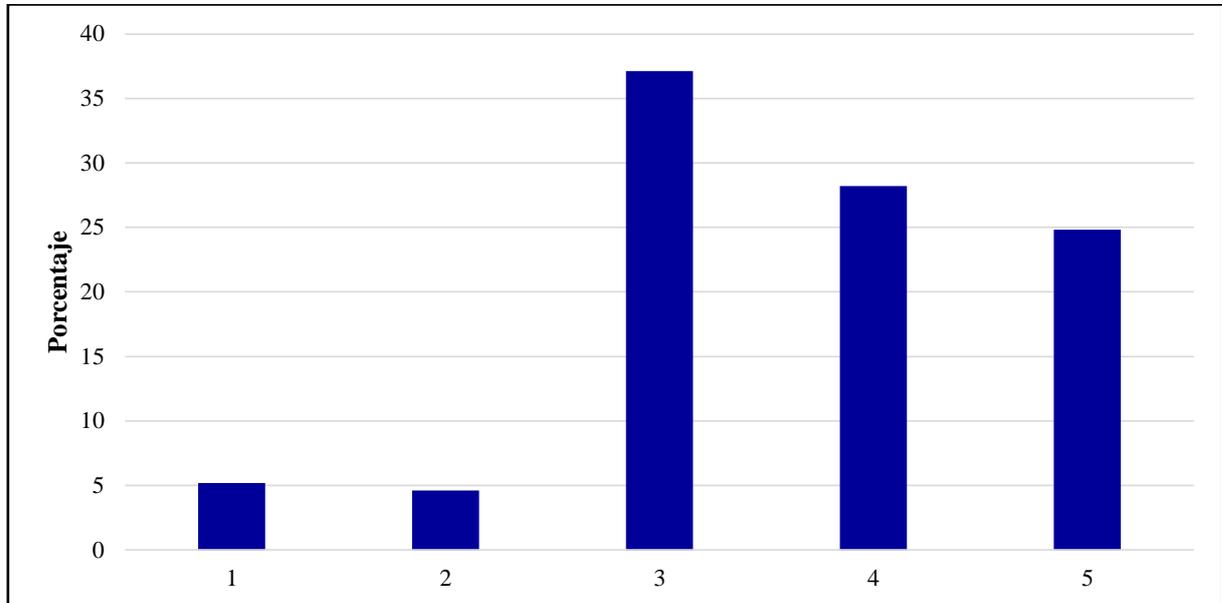
**Tabla 27.** Mismo número de colaboradores

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	17	5,2	5,2	5,2
2	15	4,6	4,6	9,8
3	121	37,1	37,1	46,9
4	92	28,2	28,2	75,2
5	81	24,8	24,8	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 20.** Mismo número de colaboradores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 20, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 37,1% está indeciso, un 28,2% está de acuerdo, un 24,8% está totalmente de acuerdo, un 5,2% está totalmente en desacuerdo y un 4,6% está en desacuerdo que se ha mantenido el mismo número de colaboradores.

**Pregunta 21. ¿El teletrabajo se ha implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

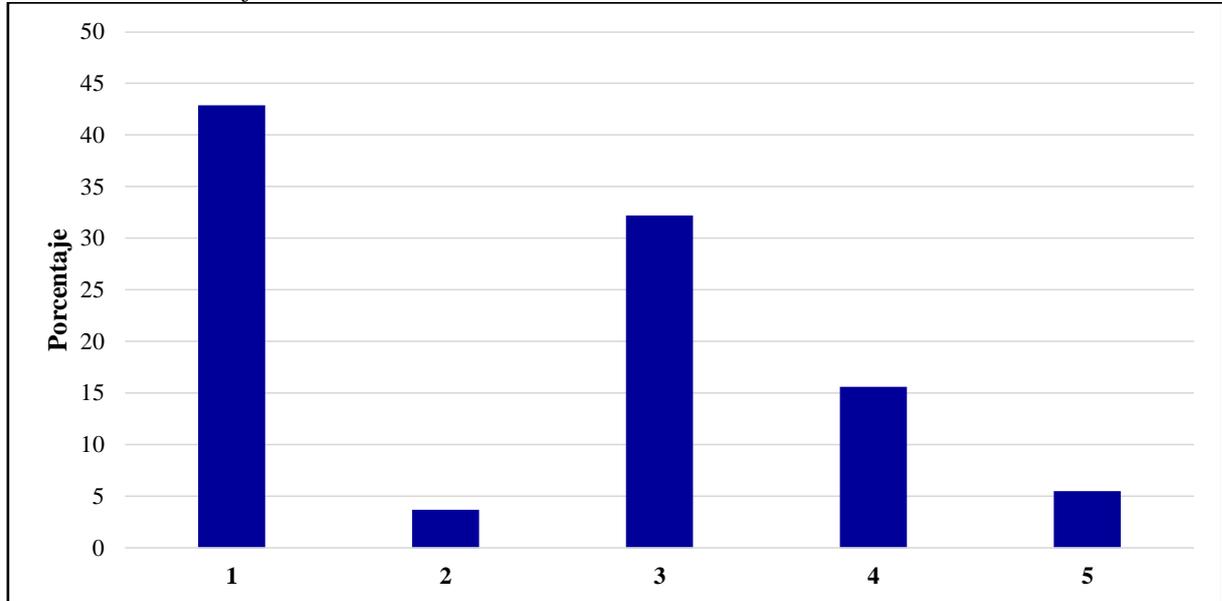
**Tabla 28.** Teletrabajo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	140	42,9	42,9	42,9
2	12	3,7	3,7	46,6
3	105	32,2	32,2	78,8
4	51	15,6	15,6	94,5
5	18	5,5	5,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 21.** Teletrabajo



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 21, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 42,9% está totalmente en desacuerdo, un 32,2% está indeciso, un 15,6% está de acuerdo, un 5,5% está totalmente de acuerdo y un 3,7% está en desacuerdo que el teletrabajo se ha implementado como medida laboral ante el Covid-19.

**Pregunta 22. ¿Las vacaciones se han implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

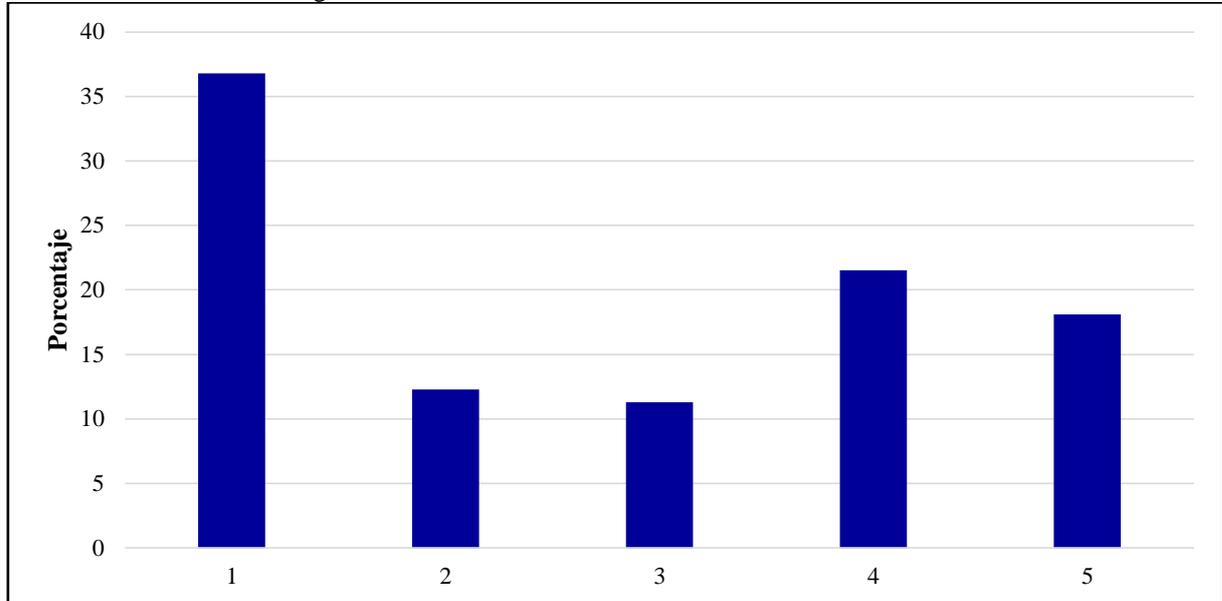
**Tabla 29.** Vacaciones obligatorias

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	120	36,8	36,8	36,8
2	40	12,3	12,3	49,1
3	37	11,3	11,3	60,4
4	70	21,5	21,5	81,9
5	59	18,1	18,1	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 22.** Vacaciones obligatorias



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 22, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 36,8% está totalmente en desacuerdo, un 21,5% está de acuerdo, un 18,1% está totalmente de acuerdo, un 12,3% está en desacuerdo y un 11,3% está indeciso la empresa optó por vacaciones obligatorias como medida laboral ante el Covid-19.

**Pregunta 23. ¿La suspensión temporal de actividades se ha implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

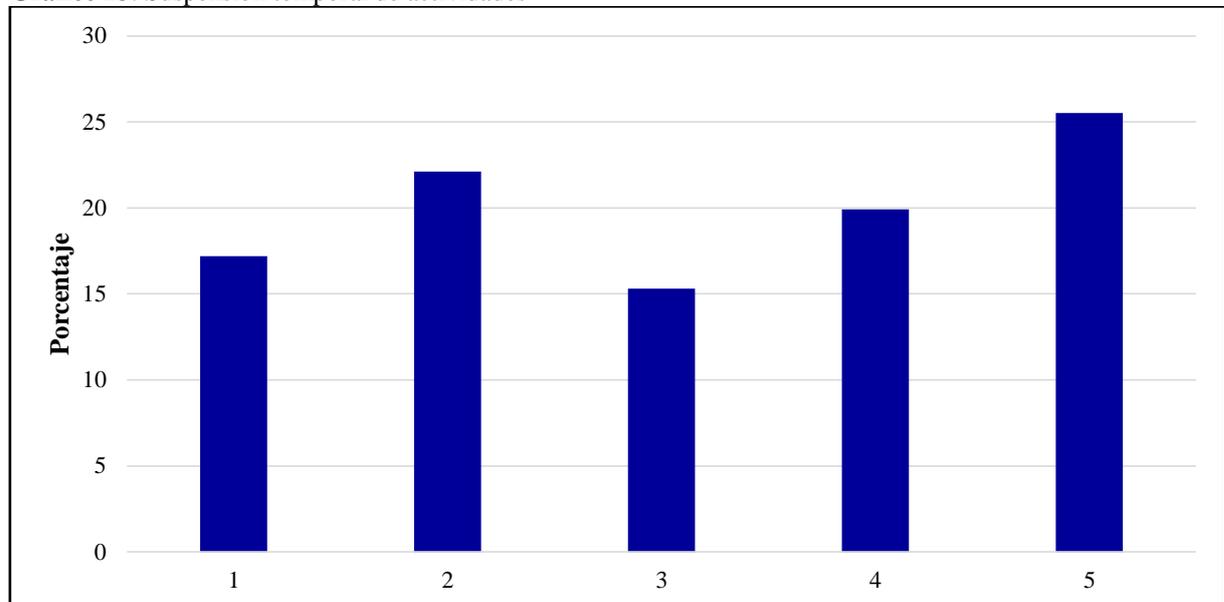
**Tabla 30.** Suspensión temporal de actividades

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	56	17,2	17,2	17,2
2	72	22,1	22,1	39,3
3	50	15,3	15,3	54,6
4	65	19,9	19,9	74,5
5	83	25,5	25,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 23.** Suspensión temporal de actividades



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 23, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 25,5% está totalmente de acuerdo, un 22,1% está en desacuerdo, un 19,9% está de acuerdo, un 17,2% está totalmente en desacuerdo y un 15,3% está indeciso que las empresa optó por la suspensión temporal de sus actividades como medida laboral por el Covid-19.

**Pregunta 24. ¿La reducción de salarios se ha implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

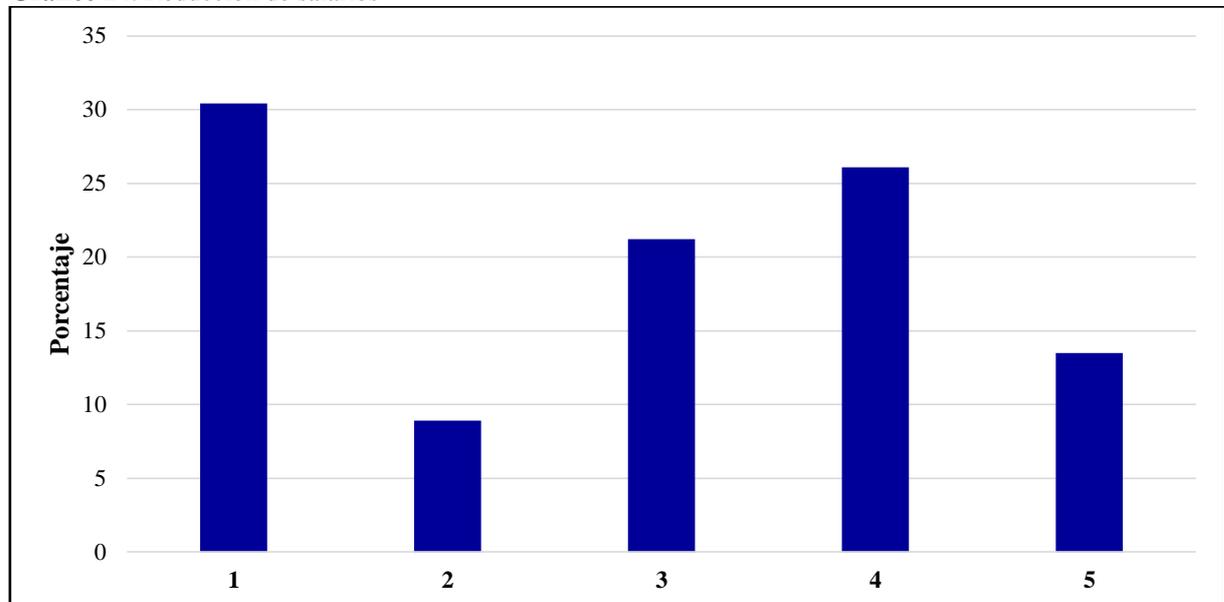
**Tabla 31.** Reducción de salarios

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	99	30,4	30,4	30,4
2	29	8,9	8,9	39,3
3	69	21,2	21,2	60,4
4	85	26,1	26,1	86,5
5	44	13,5	13,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 24.** Reducción de salarios



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 24, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 30,4% está totalmente en desacuerdo, un 26,1% está de acuerdo, un 21,2% está indeciso, un 13,5% está totalmente de acuerdo y un 8,9% está en desacuerdo que reducción de salarios se optó como medida laboral por el Covid-19.

**Pregunta 25. ¿Las ventas han disminuido por el Covid-19 en el año 2020, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

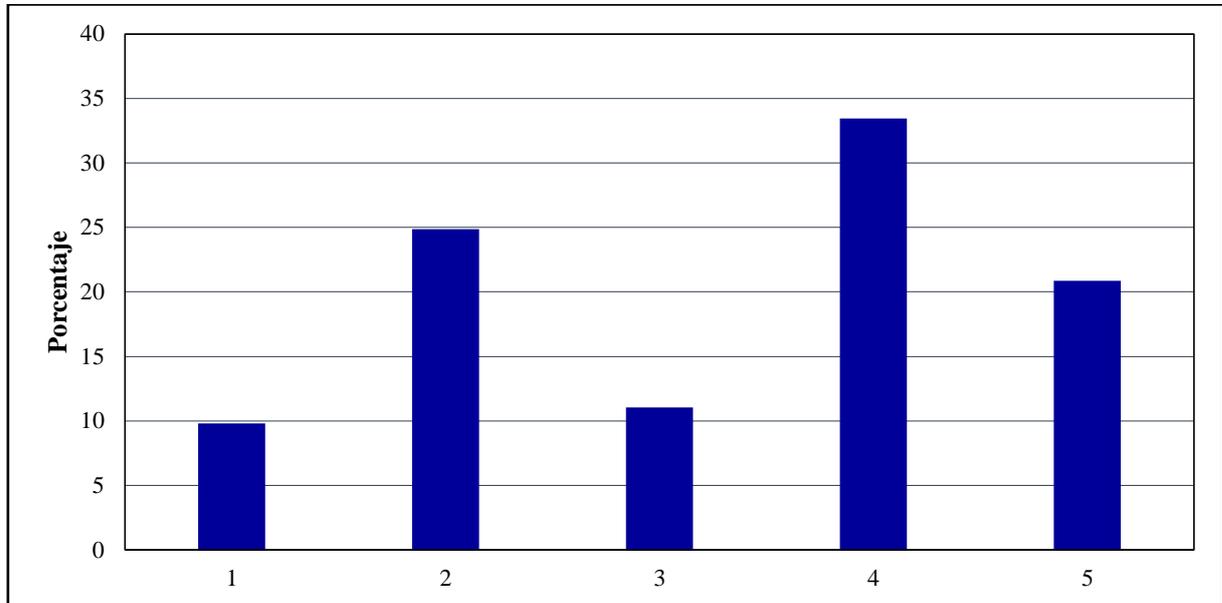
**Tabla 32.** Disminución de las ventas en 2020

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	32	9,8	9,8	9,8
2	81	24,8	24,8	34,7
3	36	11,0	11,0	45,7
4	109	33,4	33,4	79,1
5	68	20,9	20,9	100,0
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 25.** Disminución de las ventas en 2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 25, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 33,4% está de acuerdo, un 24,8% está en desacuerdo, un 20,9% está totalmente de acuerdo, un 11% está indecisos y un 9,8% está totalmente en desacuerdo que las ventas han disminuido por el Covid-19 en el año 2020.

**Pregunta 26. ¿Las ventas han aumentado en el año 2021, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

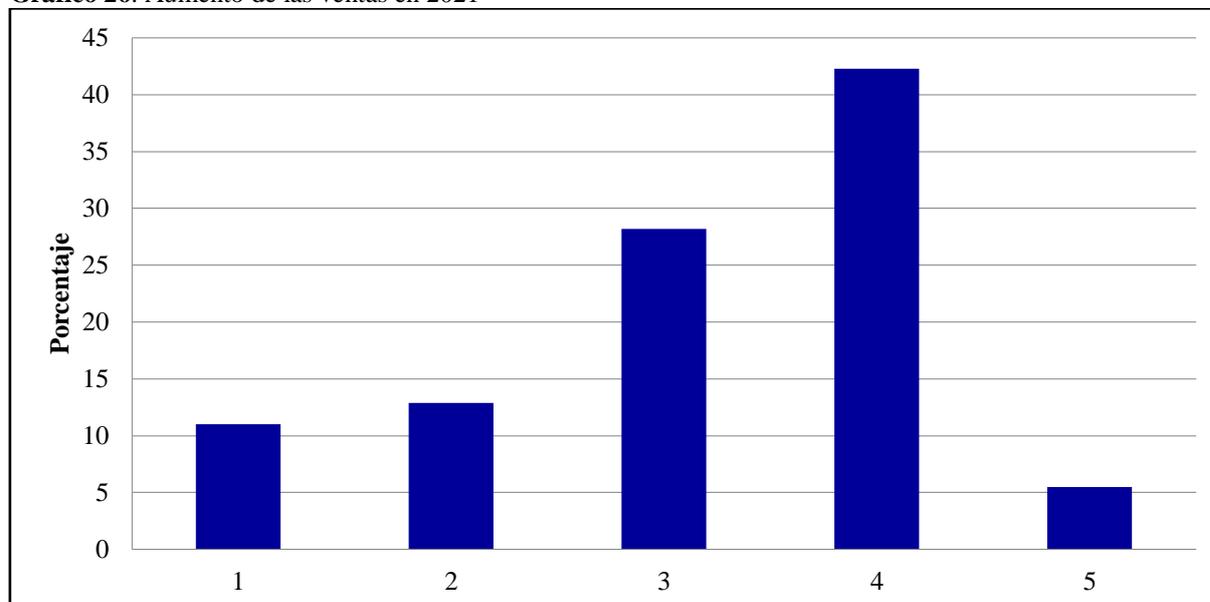
**Tabla 33.** Aumento de las ventas en 2021

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	36	11	11	11
2	42	12,9	12,9	23,9
3	92	28,2	28,2	52,1
4	138	42,3	42,3	94,5
5	18	5,5	5,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 26.** Aumento de las ventas en 2021



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 26, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 42,3% está de acuerdo, un 28,2% está indeciso, un 12,9% está en desacuerdo, 11% está en totalmente en desacuerdo y un 5,5% está totalmente de acuerdo que las ventas han aumentado en año 2021.

**Pregunta 27. ¿La expectativa de las ventas para el año 2022 será positiva, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

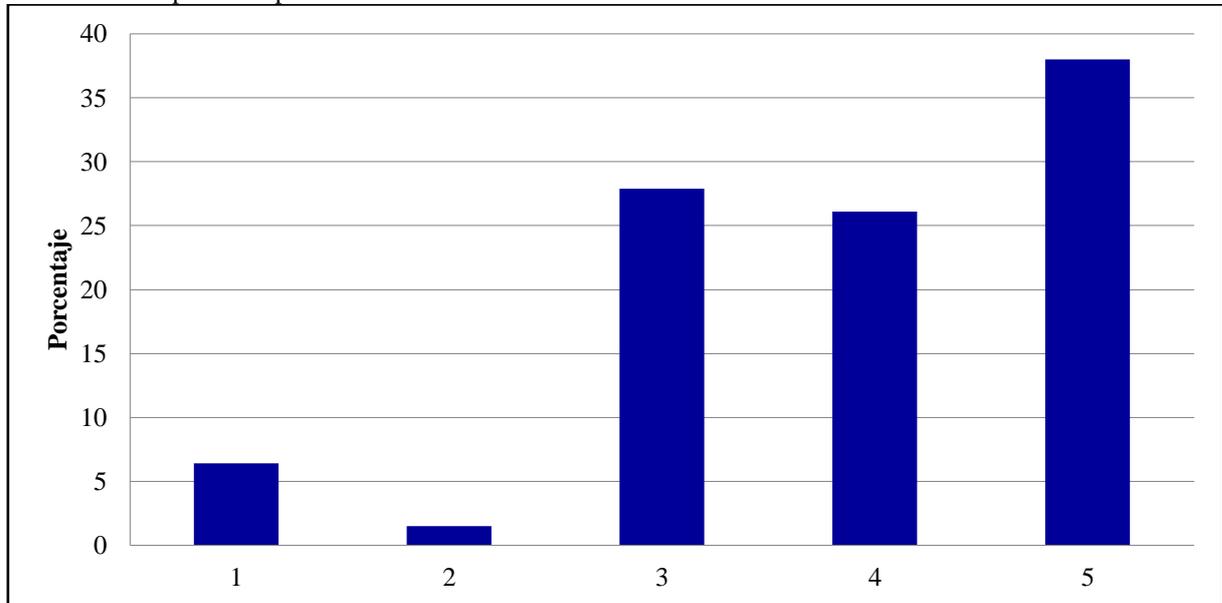
**Tabla 34.** Expectativa positiva de ventas en 2022

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	21	6,4	6,4	6,4
2	5	1,5	1,5	8
3	91	27,9	27,9	35,9
4	85	26,1	26,1	62
5	124	38	38	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 27.** Expectativa positiva de ventas en 2022



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 27, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 38% está totalmente de acuerdo, un 27,9% está indeciso, un 26,1% está de acuerdo, un 6,4% está totalmente en desacuerdo y un 1,5% está en desacuerdo que la expectativa de las ventas para el año 2022 será positiva.

**Pregunta 28. ¿Ha implementar nuevos productos, en relación con años anteriores sin el Covid-19, para adaptarse a las necesidades del mercado y elevar las ventas?**

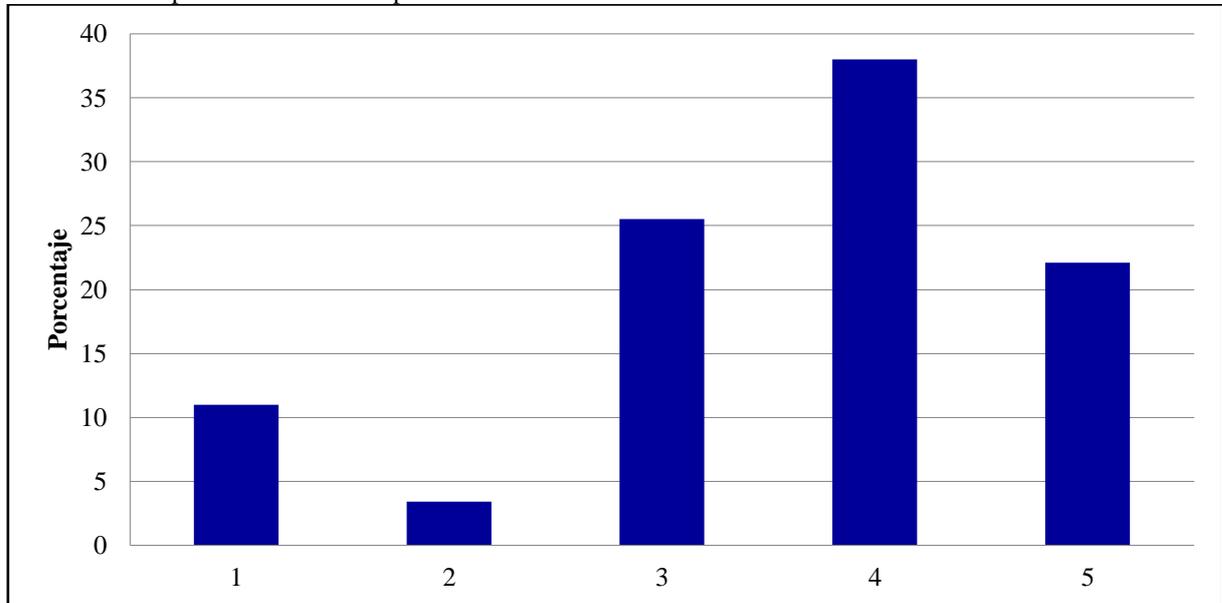
**Tabla 35.** Implemento de nuevos productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	36	11	11	11
2	11	3,4	3,4	14,4
3	83	25,5	25,5	39,9
4	124	38	38	77,9
5	72	22,1	22,1	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 28.** Implemento de nuevos productos



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 28, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 38% está de acuerdo, un 25,5% está indeciso, un 22,1% está totalmente de acuerdo, un 11% está totalmente en desacuerdo y un 3,8% está en desacuerdo que ha implantado nuevos productos para adaptarse a las necesidades del mercado y elevar las ventas.

**Pregunta 29. ¿Han existido pocos clientes, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

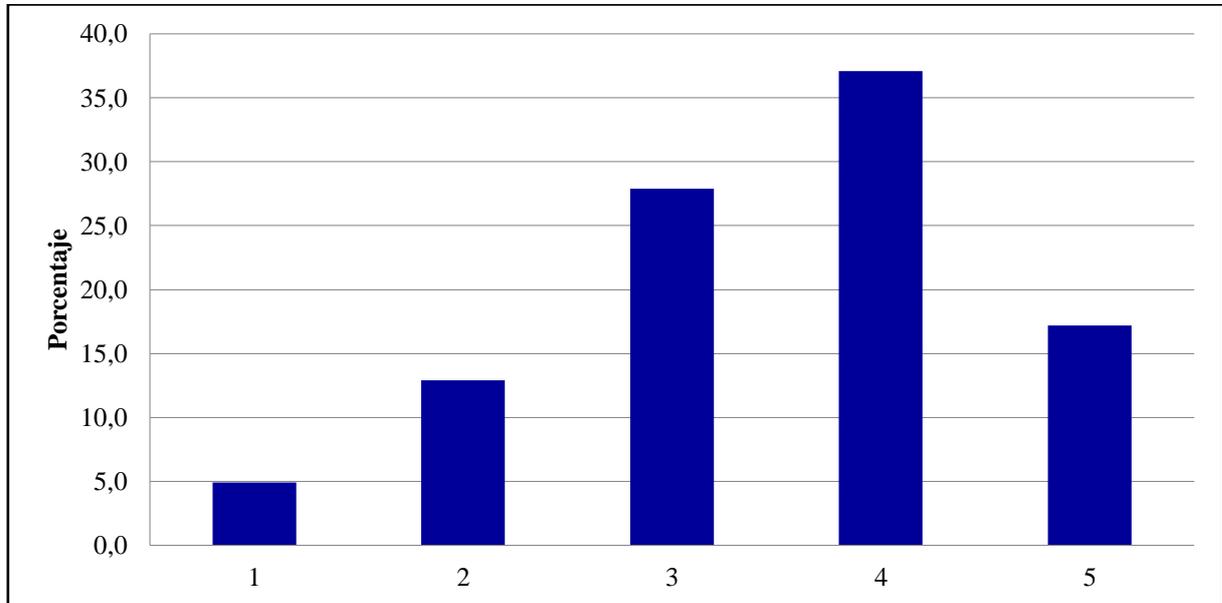
**Tabla 36.** Pocos clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	16	4,9	4,9	4,9
2	42	12,9	12,9	17,8
3	91	27,9	27,9	45,7
4	121	37,1	37,1	82,8
5	56	17,2	17,2	100,0
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 29.** Pocos clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 29, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 37,1% está de acuerdo, un 27,9% está indeciso, un 17,2% está totalmente de acuerdo, un 12,9% está en desacuerdo y un 4,9% está en total desacuerdo que han existido pocos clientes por el Covid-19.

**Pregunta 30. ¿Se han visto afectados el nivel de facturación, en relación con años anteriores?**

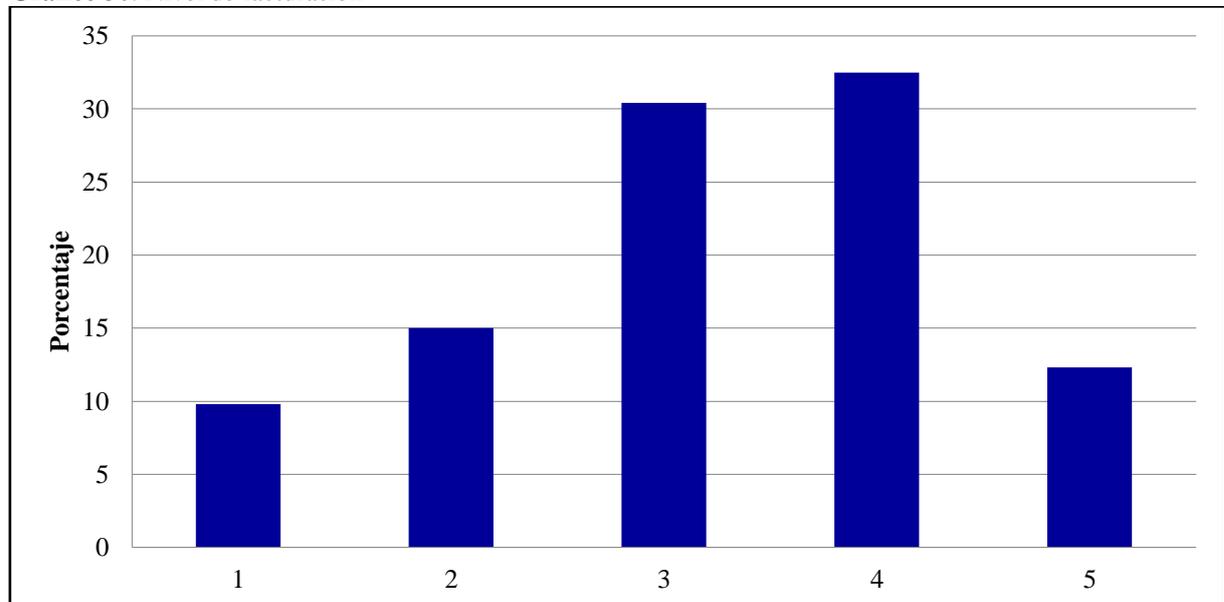
**Tabla 37.** Nivel de facturación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	32	9,8	9,8	9,8
2	49	15	15	24,8
3	99	30,4	30,4	55,2
4	106	32,5	32,5	87,7
5	40	12,3	12,3	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 30.** Nivel de facturación



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 30, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 32,5% está de acuerdo, un 30,4% está indeciso, un 15% está en desacuerdo, un 12,3% está en totalmente de acuerdo y un 9,8% está totalmente en desacuerdo que el nivel de facturación se han visto afectados por el Covid-19.

**Pregunta 31. ¿Ha tenido que promocionar los productos por redes sociales, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

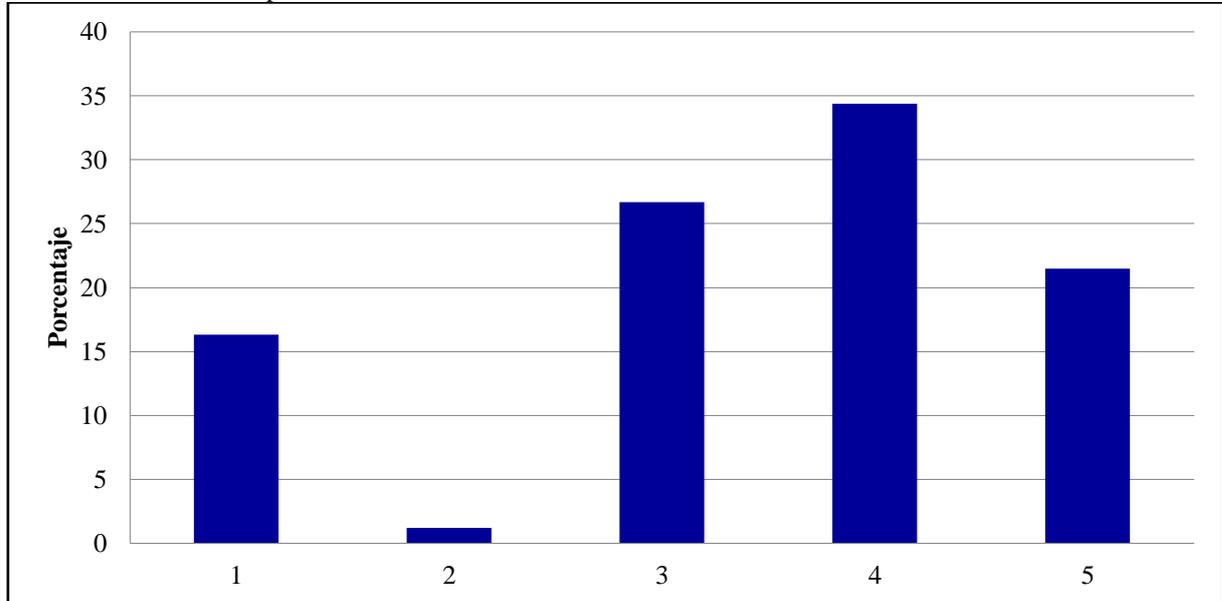
**Tabla 38.** Promoción por redes sociales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	53	16,3	16,3	16,3
2	4	1,2	1,2	17,5
3	87	26,7	26,7	44,2
4	112	34,4	34,4	78,5
5	70	21,5	21,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 31.** Promoción por redes sociales



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 31, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 34,4% está de acuerdo, un 26,7% está indeciso, un 21,5% está totalmente de acuerdo, un 16,2% está totalmente en desacuerdo y un 1,2% está en desacuerdo que ha tenido que promocionar los productos por redes sociales por el Covid-19.

**Pregunta 32. ¿Ha tenido que hacer descuentos en los productos que expende, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

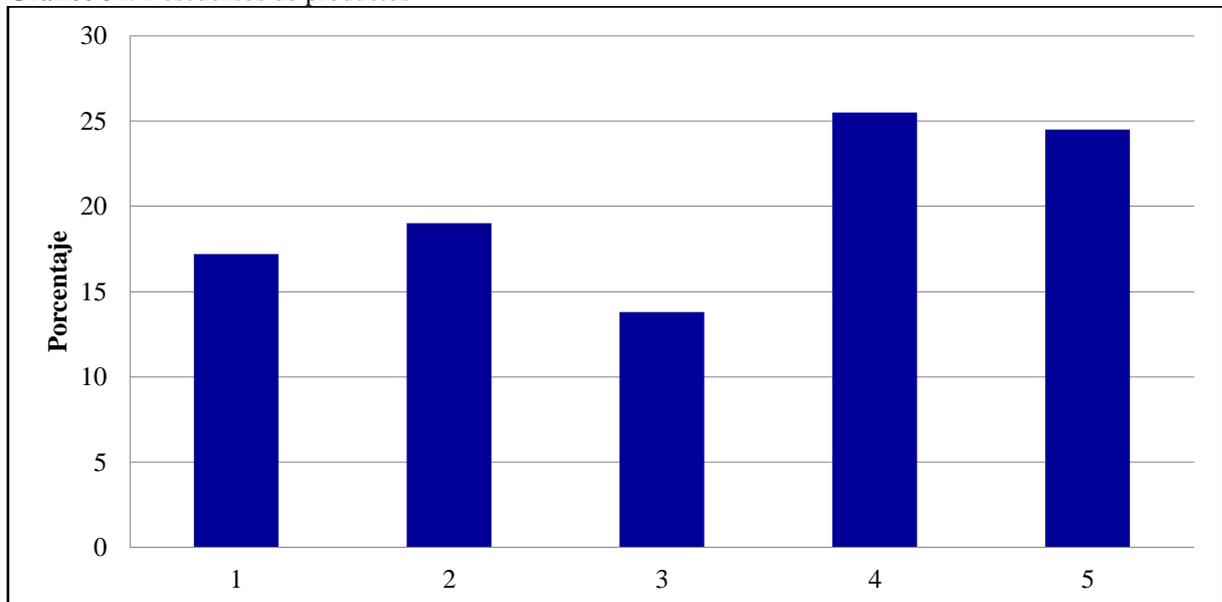
**Tabla 39.** Descuentos de productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	56	17,2	17,2	17,2
2	62	19	19	36,2
3	45	13,8	13,8	50
4	83	25,5	25,5	75,5
5	80	24,5	24,5	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 32.** Descuentos de productos



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 32, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 25,5% está de acuerdo, un 24,5% está totalmente de acuerdo, un 19% está en desacuerdo, un 17,2% está totalmente en desacuerdo y un 13,8% está indeciso que ha tenido que hacer descuentos de los productos que expende por el Covid-19

**Pregunta 33. ¿Ha mejorado el nivel de facturación del año 2020, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

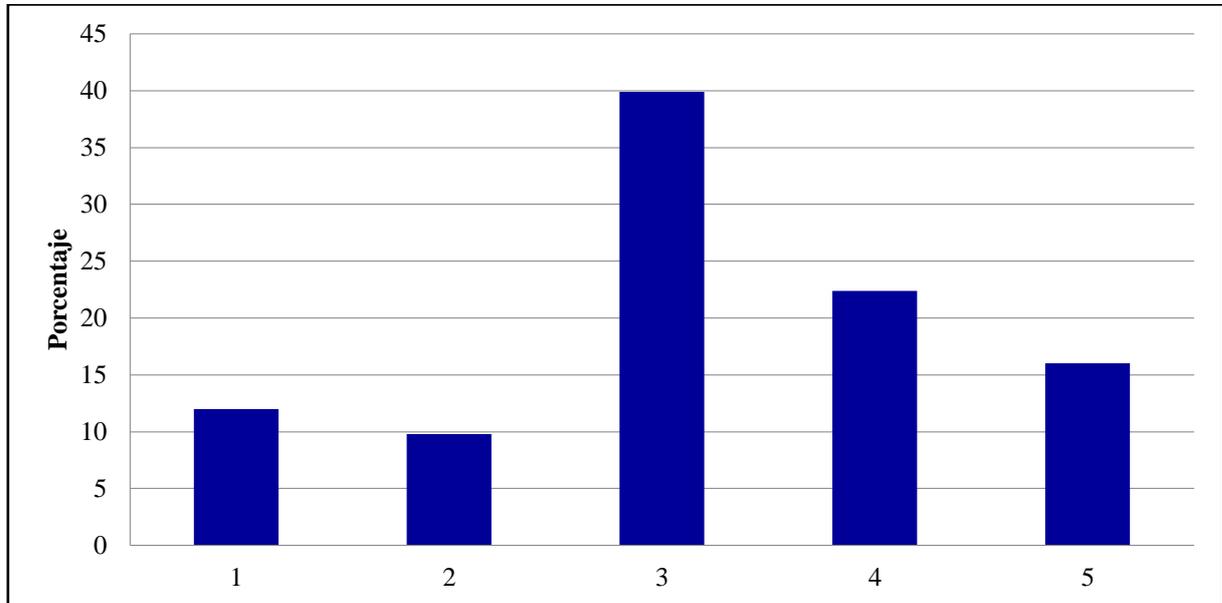
**Tabla 40.** Nivel de facturación en 2020

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	39	12	12	12
2	32	9,8	9,8	21,8
3	130	39,9	39,9	61,7
4	73	22,4	22,4	84
5	52	16	16	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 33.** Nivel de facturación en 2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 33, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 39,9% está indeciso, un 22,4% está de acuerdo, un 16% está totalmente de acuerdo, un 12% está totalmente en desacuerdo y un 9,8% está en desacuerdo que ha mejorado el nivel de facturación en el año 2020.

**Pregunta 34. ¿Ha mejorado el nivel de facturación del año 2021, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

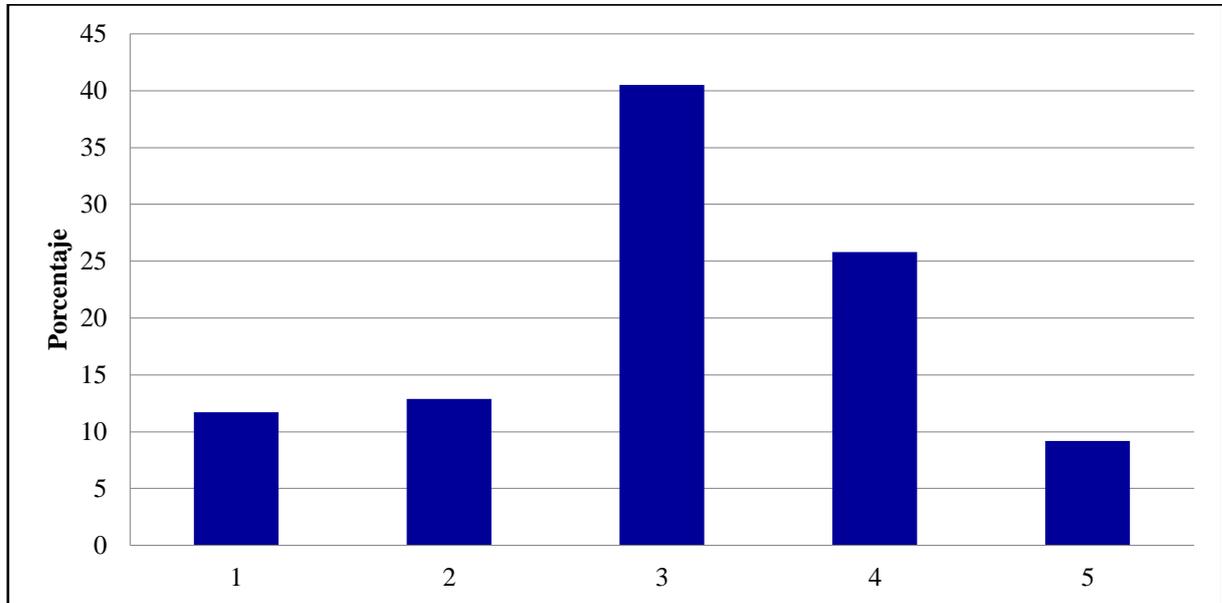
**Tabla 41.** Nivel de facturación en 2021

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	38	11,7	11,7	11,7
2	42	12,9	12,9	24,5
3	132	40,5	40,5	65
4	84	25,8	25,8	90,8
5	30	9,2	9,2	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 34.** Nivel de facturación en 2021



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 34, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 40,5% está indeciso, un 25,8% está de acuerdo, un 12,9% está en desacuerdo, un 11,7% está de totalmente en desacuerdo y un 9,2% está en totalmente de acuerdo que ha mejorado el nivel de facturación en el año 2021.

**Pregunta 35. ¿Se ha visto afectados la rentabilidad de forma significativa, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

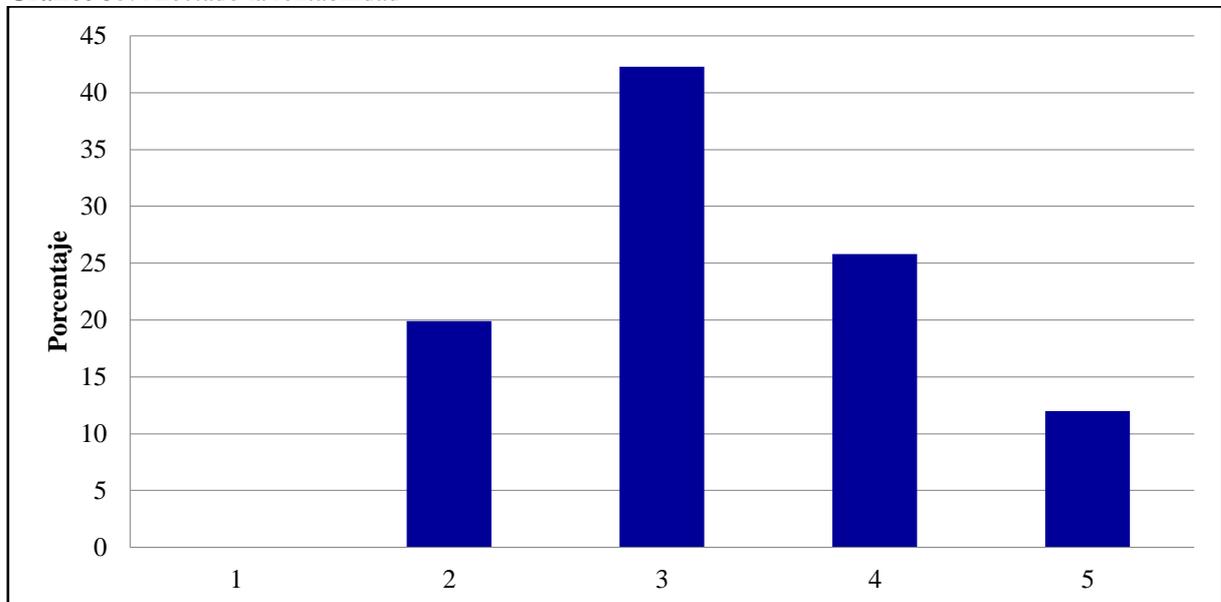
**Tabla 42.** Afectado la rentabilidad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	0	0	0	0
2	65	19,9	19,9	19,9
3	138	42,3	42,3	62,3
4	84	25,8	25,8	88
5	39	12	12	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 35.** Afectado la rentabilidad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 35, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 42,3% está indeciso, un 25,8% está de acuerdo, un 19,9% está desacuerdo y un 12% está totalmente de acuerdo que la rentabilidad se ha visto afectado por el Covid-19.

**Pregunta 36. ¿La empresa es rentable, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

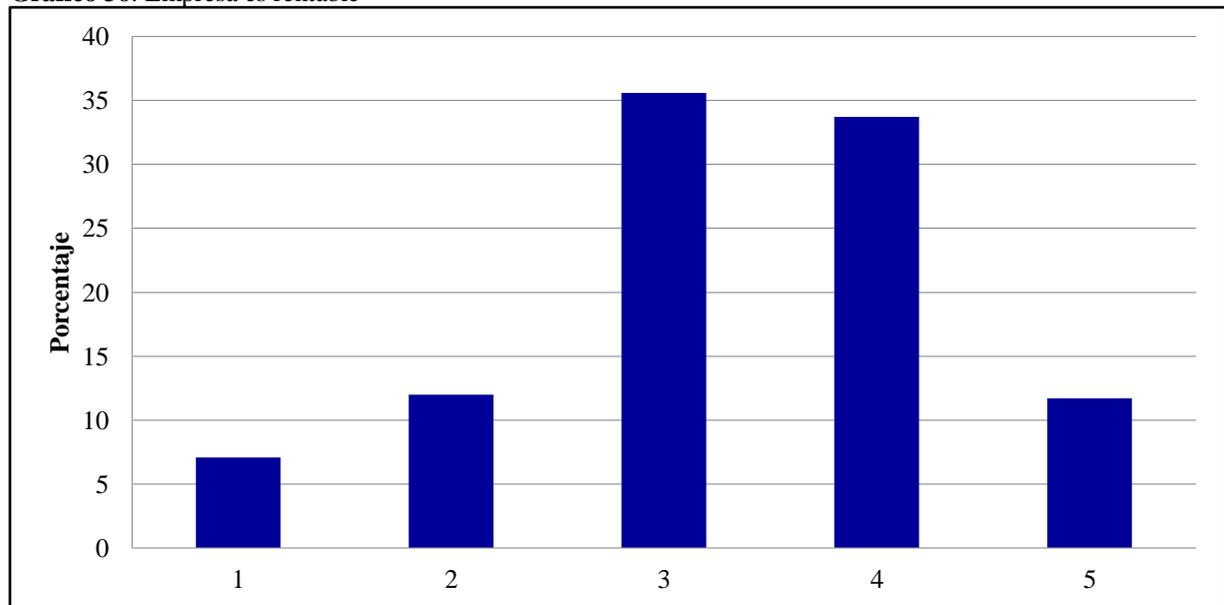
**Tabla 43.** Empresa es rentable

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	23	7,1	7,1	7,1
2	39	12	12	19
3	116	35,6	35,6	54,6
4	110	33,7	33,7	88,3
5	38	11,7	11,7	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 36.** Empresa es rentable



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 36, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 35,6% está indeciso, un 33,7% está de acuerdo, un 12% está en desacuerdo, 11,7% está totalmente de acuerdo y un 7,1% está totalmente en desacuerdo que la empresa es rentable.

**Pregunta 37. ¿Ha tenido problemas de liquidez, en relación con años anteriores, para la compra de mercadería?**

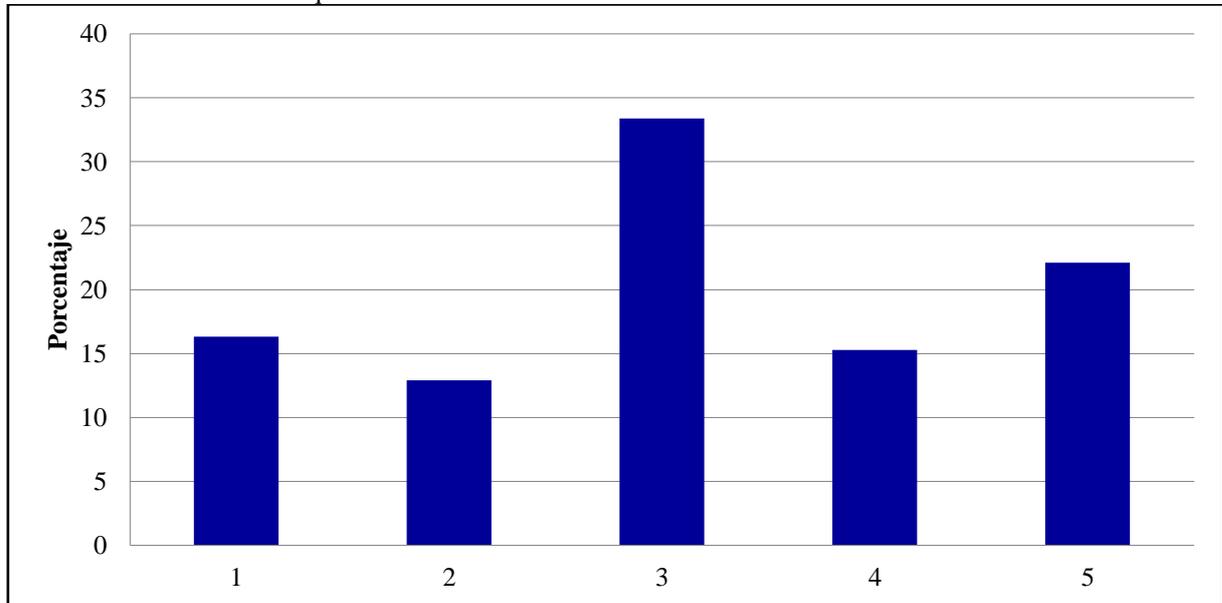
**Tabla 44.** Problemas de liquidez

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	53	16,3	16,3	16,3
2	42	12,9	12,9	29,1
3	109	33,4	33,4	62,6
4	50	15,3	15,3	77,9
5	72	22,1	22,1	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 37.** Problemas de liquidez



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 37, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 33,4% está indeciso, un 22,1% está totalmente de acuerdo, un 16,3% está totalmente en desacuerdo, un 15,3% está de acuerdo y un 12% está en desacuerdo que ha tenido problema de liquidez por el Covid-19.

**Pregunta 38. ¿Existe una favorable situación financiera, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

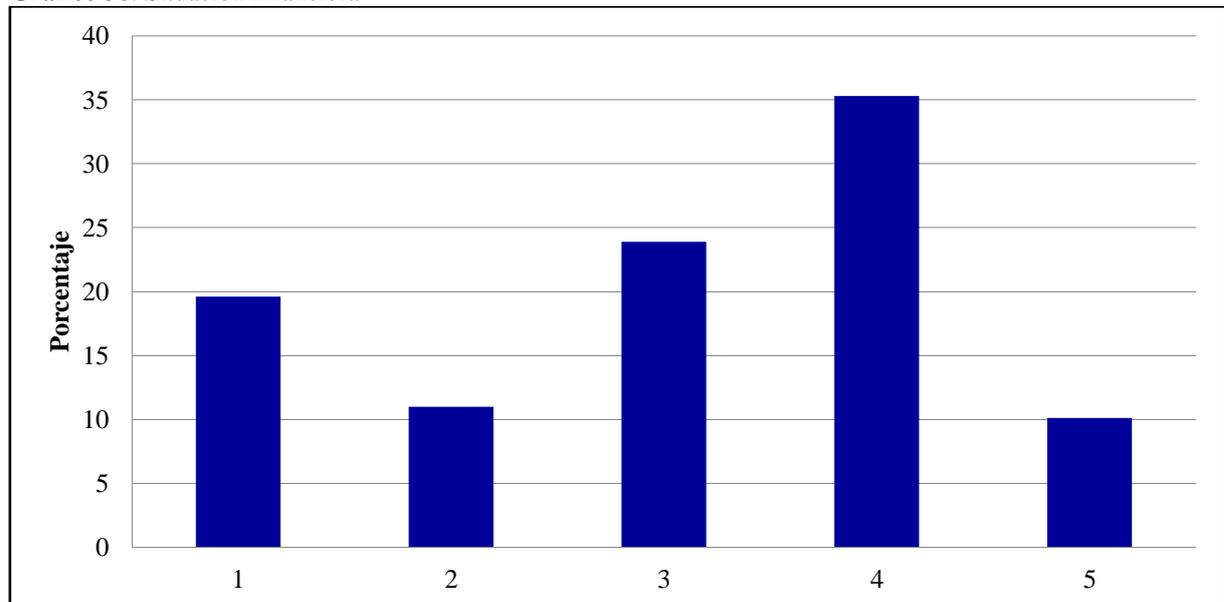
**Tabla 45.** Situación financiera

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	64	19,6	19,6	19,6
2	36	11	11	30,7
3	78	23,9	23,9	54,6
4	115	35,3	35,3	89,9
5	33	10,1	10,1	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 38.** Situación financiera



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 38, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 35,3% está de acuerdo, un 23,9% está indeciso, un 19,6% está totalmente en desacuerdo, un 11% está en desacuerdo y un 10,1% está totalmente de acuerdo que existe una favorable situación financiera en su establecimiento comercial.

**Pregunta 39. ¿Los proveedores han facilitado la compra y el pago de mercaderías, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

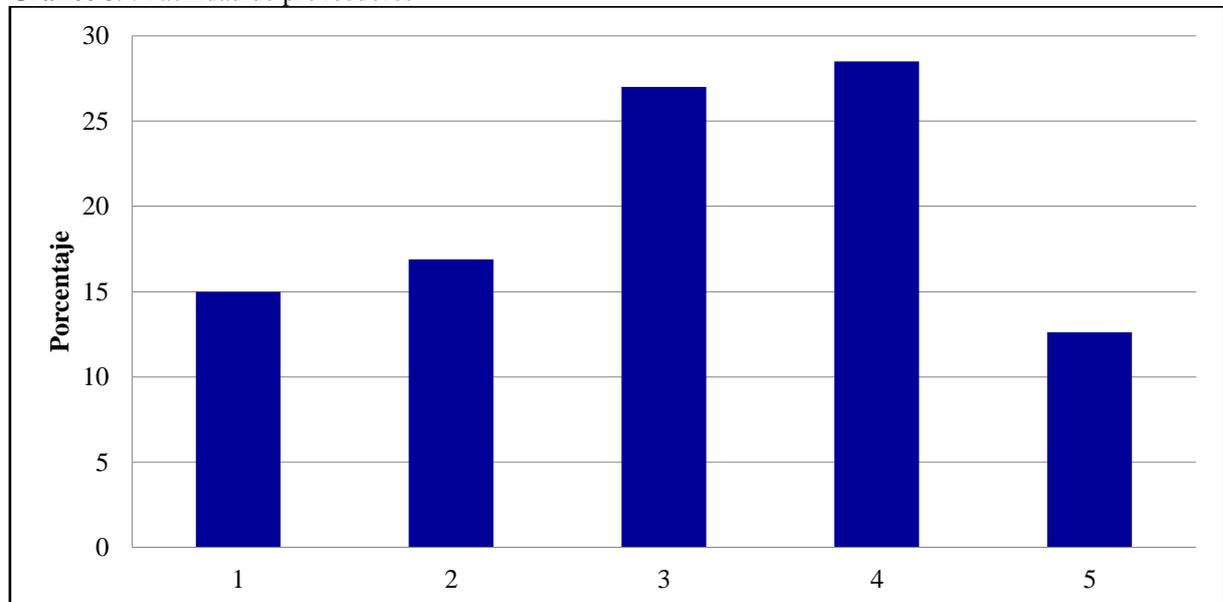
**Tabla 46.** Facilidad de proveedores

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	49	15	15	15
2	55	16,9	16,9	31,9
3	88	27	27	58,9
4	93	28,5	28,5	87,4
5	41	12,6	12,6	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 39.** Facilidad de proveedores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 39, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 28,5% está de acuerdo, un 27% está indeciso, un 16,9% está en desacuerdo, un 15% está totalmente en desacuerdo y un 12,6% está totalmente de acuerdo que los proveedores han facilitado la compra y pago de mercaderías por el Covid-19.

**Pregunta 40. ¿Ha aumentado los gastos, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

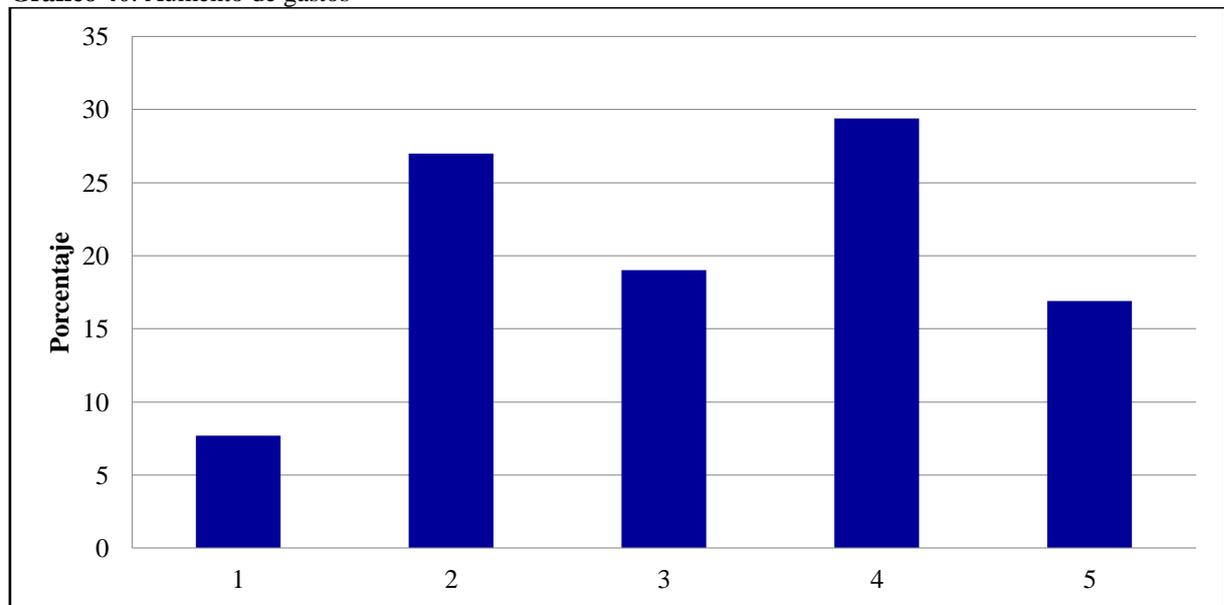
**Tabla 47.** Aumento de gastos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	25	7,7	7,7	7,7
2	88	27	27	34,7
3	62	19	19	53,7
4	96	29,4	29,4	83,1
5	55	16,9	16,9	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 40.** Aumento de gastos



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 40, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 29,4% está de acuerdo, un 27% está en desacuerdo, un 19% está indeciso, un 16,9% está totalmente de acuerdo y un 7,7% está totalmente en desacuerdo que ha aumentado los gastos por el Covid-19.

**Pregunta 41. ¿Se ha visto afectada negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

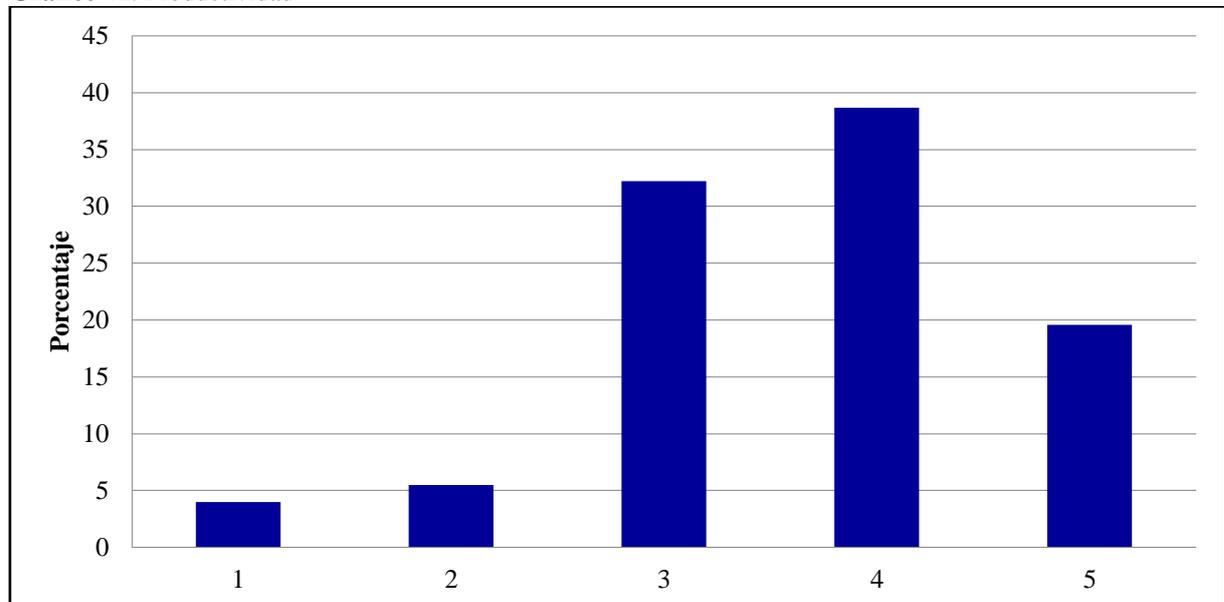
**Tabla 48.** Productividad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	13	4	4	4
2	18	5,5	5,5	9,5
3	105	32,2	32,2	41,7
4	126	38,7	38,7	80,4
5	64	19,6	19,6	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 41.** Productividad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 41, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 38,7% está de acuerdo, un 32,2% está indeciso, un 19,6% está totalmente de acuerdo, un 5,5% está en desacuerdo y un 4% está totalmente en desacuerdo que se han visto afectados negativamente la productividad por el Covid-19.

**Pregunta 42. ¿El temor a contagiarse ha afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

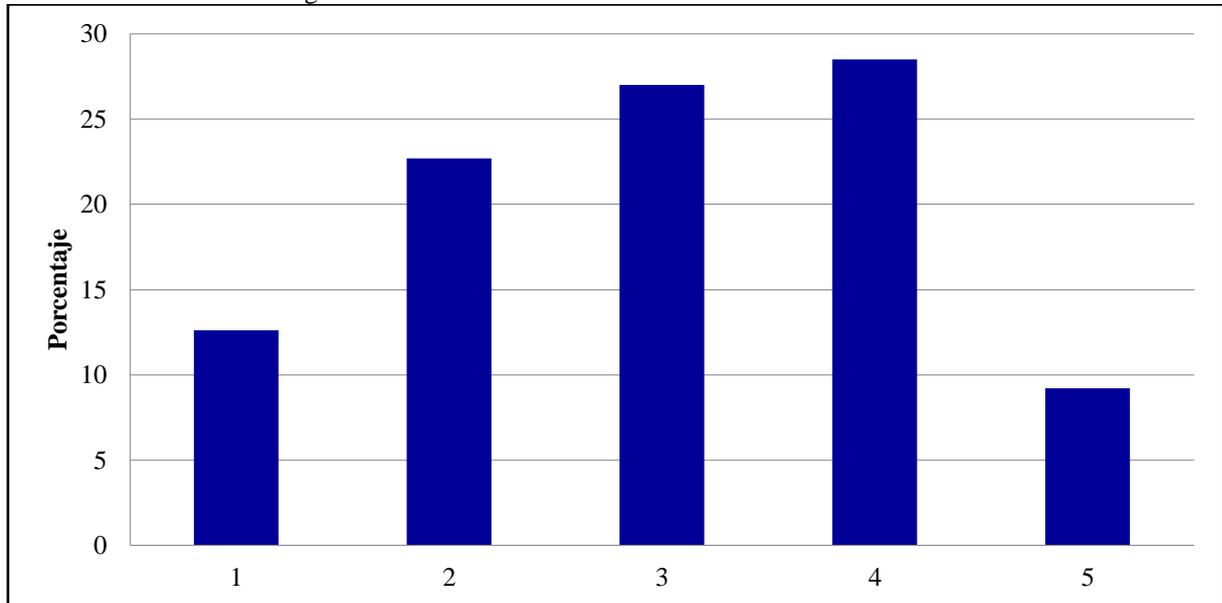
**Tabla 49.** Temor al contagio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	41	12,6	12,6	12,6
2	74	22,7	22,7	35,3
3	88	27	27	62,3
4	93	28,5	28,5	90,8
5	30	9,2	9,2	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 42.** Temor al contagio



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 42, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 28,5% está de acuerdo, un 27% está indeciso, un 22,7% está en desacuerdo, un 12,6% está totalmente en desacuerdo y 9,2% está totalmente de acuerdo que el temor a contagiarse por el Covid-19 ha afectado negativamente la productividad.

**Pregunta 43. ¿Los protocolos de bioseguridad han afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

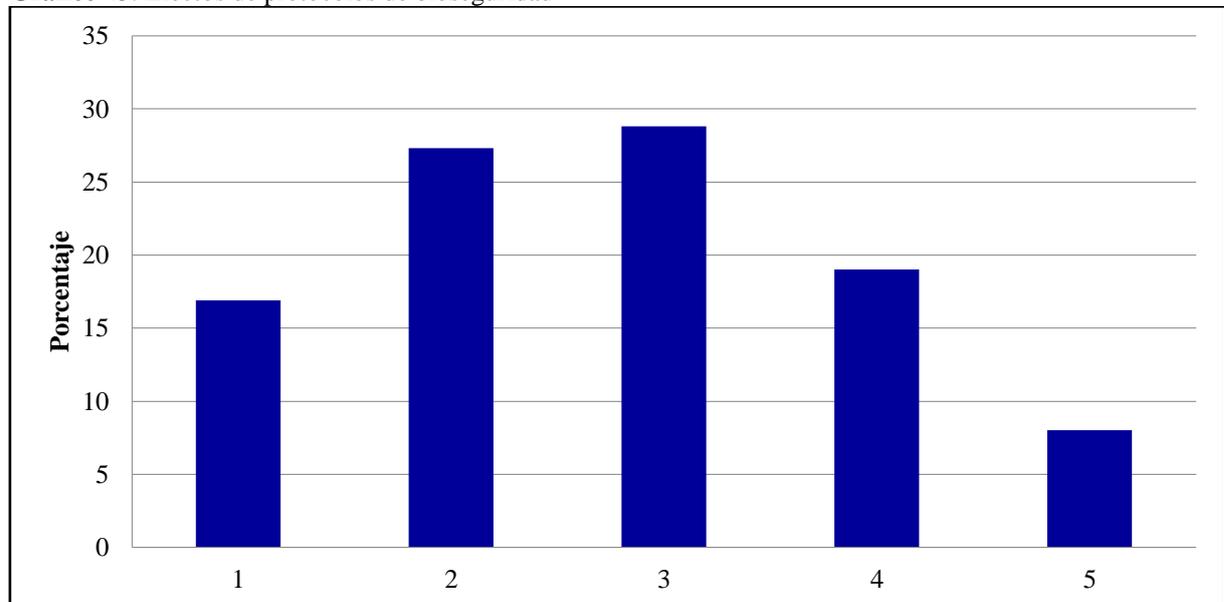
**Tabla 50.** Efectos de protocolos de bioseguridad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	55	16,9	16,9	16,9
2	89	27,3	27,3	44,2
3	94	28,8	28,8	73
4	62	19	19	92
5	26	8	8	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 43.** Efectos de protocolos de bioseguridad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 43, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 28,8% está indeciso, un 27,3% está en desacuerdo, un 19% está de acuerdo, un 16,9% está totalmente en desacuerdo y un 8% está totalmente de acuerdo que los protocolos de bioseguridad por el Covid-19 han afectado negativamente la productividad de los establecimientos comerciales.

**Pregunta 44. ¿La falta de motivación ha afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

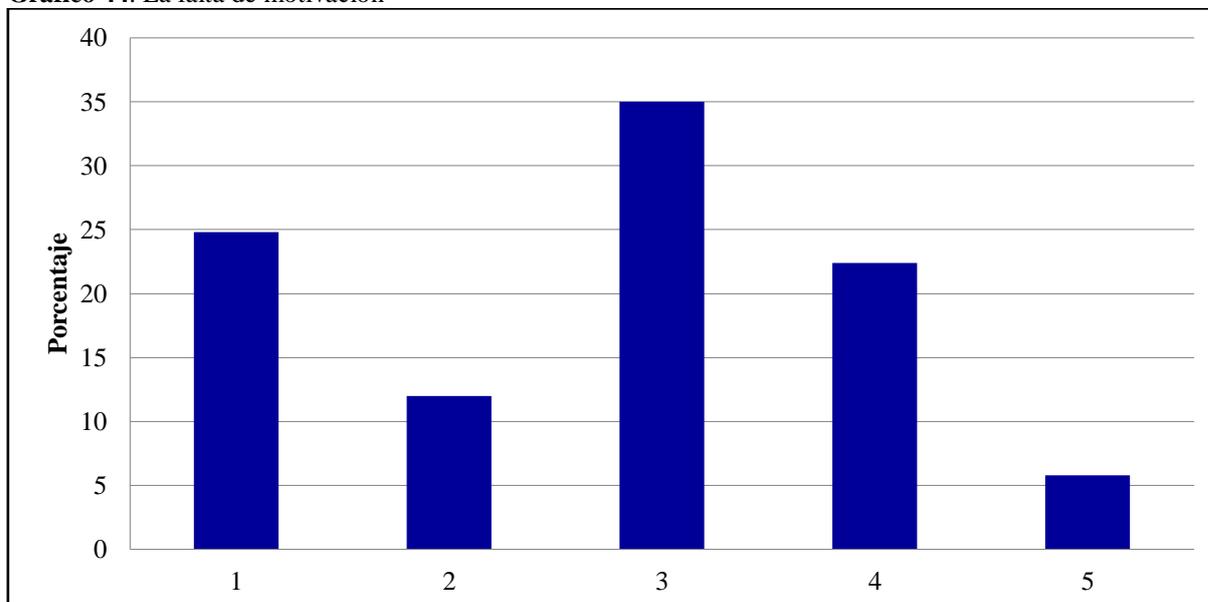
**Tabla 51.** La falta de motivación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	81	24,8	24,8	24,8
2	39	12	12	36,8
3	114	35	35	71,8
4	73	22,4	22,4	94,2
5	19	5,8	5,8	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 44.** La falta de motivación



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 44, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 35% está indeciso, un 24,8% está totalmente en desacuerdo, 22,4% está de acuerdo, un 12% está en desacuerdo, y un 5,8% está totalmente de acuerdo que la falta de motivación generada por el Covid-19 ha afectado negativamente la productividad.

**Pregunta 45. ¿Los nuevos hábitos de los clientes han afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?**

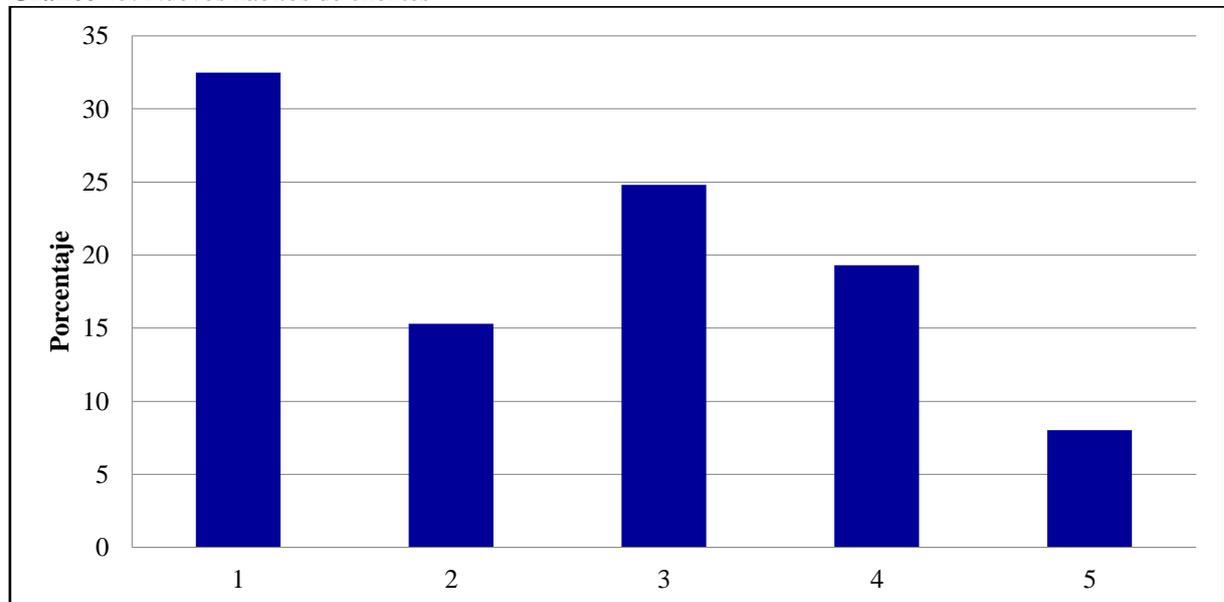
**Tabla 52.** Nuevos hábitos de clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	106	32,5	32,5	32,5
2	50	15,3	15,3	47,9
3	81	24,8	24,8	72,7
4	63	19,3	19,3	92
5	26	8	8	100
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 45.** Nuevos hábitos de clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas comerciales

**Elaborado por:** Los autores

**Interpretación:**

En el ítem 45, de acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales, reflejan que un 32,5% está totalmente en desacuerdo, un 24,8% está indeciso, un 19,3% está de acuerdo, un 15,3% está en desacuerdo y un 8% está en totalmente de acuerdo que los nuevos hábitos de los clientes por el Covid-19 han afectado negativamente la productividad.

### **11.3. Análisis de las encuestas realizadas a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná.**

De acuerdo a las encuestas realizadas a los propietarios de las empresas comerciales del cantón La Maná sobre la afectación que el Covid-19 ha producido en los factores sociales y los factores económicos son los siguientes: En los factores sociales, los resultados indican que un 61,3% de las empresas son familiares, manteniendo a personas externas para brindar oportunidades laborales, por ende, un 96,3% indican tener entre 1 a 9 colaboradores laborando en los establecimientos comerciales. Así mismo, el 66,9% los propietarios de las empresas son de género femenino, a diferencia de un 33,1% son de género masculino, por último, el nivel de formación académica que predomina es el nivel superior con un 50,3%.

La dimensión en relación con la situación laboral, el 39,6% está totalmente de acuerdo en que el Covid-19 afectó las condiciones laborales. Así mismo, un 48,5% está totalmente de acuerdo en que se tuvieron que implementar medidas de bioseguridad para evitar contagios, igualmente, un 46,6% está totalmente de acuerdo en que se tuvieron que dotar de desinfectantes y equipos de protección personal, para cuidar la salud de los clientes y de sus colaboradores.

La dimensión en relación con los beneficios sociales, el 41,7% está indeciso que de haber implementado exámenes médicos, indicando que es necesario, pero en la actualidad no cuenta con los recursos para implementar estos beneficios. En la misma línea, un 33,4% está de acuerdo en que se ha visto afectado el pago de dividendos. Además, el 28,5% está indeciso en que ha tenido problema en el pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldo.

La dimensión en relación con las horas laborales, el 38% está totalmente de acuerdo que respeta la jornada de ocho horas. En cambio, el 44,2% está de acuerdo que han tenido que reducir la jornada de trabajo por las medidas y restricciones que regían en su momento. Además, el 26,4% está de acuerdo que ha tenido que aumentar la jornada laboral, para la recuperación del tiempo que la empresa se vio interrumpida por el Covid-19.

La dimensión en relación con el empleo, el 42,9% está totalmente en desacuerdo que las empresas, el teletrabajo se ha implementado como medida laboral por la pandemia, así mismo, el 36,8% está en total desacuerdo que el establecimiento optó por las vacaciones obligatorias como medida laboral por el Covid-19. Por el contrario, un 25,5% está totalmente

de acuerdo en que la empresa optó por la suspensión temporal de actividades como mediada laboral por el coronavirus, sin embargo, el 30,4% indican estar en totalmente en desacuerdo que optaron por la reducción salarios como media laboral en tiempo de pandemia.

Los factores económicos está divididas en 4 dimensiones. En la primera dimensión, en relación con relación a las ventas, los resultados muestran que un 33,4% está de acuerdo de que las ventas han disminuido por el Covid-19. En la misma línea, se ha evidenciado que un 42,3% está de acuerdo que en el año 2021 las ventas han mejorado, manifestando que el año 2021 las empresas mejoraron sus ingresos, recuperándose del impacto que sufrieron por Covid-19. Además, indican que un 38% está totalmente de acuerdo que la expectativa de las ventas para el año 2022 será positiva, según las empresas estudiadas manifiestan que se espera que el virus se neutralice de manera definitiva, normalizando sus actividades como en años anteriores sin el Covid-19.

En la segunda dimensión con relación al nivel de facturación, los resultados indican que el 32,5% está de acuerdo que el nivel de facturación se ha visto afectado por el Covid-19. Así mismo, se ha constatado que el 34,4% está de acuerdo que ha tenido que promocionar sus productos por redes sociales para elevar el nivel de facturación. Por otro lado, observamos que el 25,5% está de acuerdo que ha tenido que hacer descuentos en los productos que expenden, para aumentar el nivel de facturación.

En la tercera dimensión en relación con la rentabilidad, los resultados más relevantes muestran que un 42,3% está indeciso de haber sido afectado de manera significativa la rentabilidad por el Covid-19, del mismo modo, un 35,6% está indeciso sobre si la empresa es rentable. Por otro lado, el 35,3% está de acuerdo en que ha tenido problemas de liquidez para la compra de mercadería, igualmente, un 29,4% está de acuerdo en que ha aumentado los gastos como consecuencia del Covid-19, afectando negativamente la rentabilidad.

En la cuarta dimensión en relación con la productividad, los resultados indican que el 38,7% está de acuerdo en que se ha visto afectado negativamente en término de productividad. Así mismo, un 28,5% está de acuerdo en que el temor a contagiarse por el Covid-19 ha afectado negativamente a la productividad. Sin embargo, un 32,5% está totalmente en desacuerdo con que los nuevos hábitos de los clientes generados por el coronavirus han afectado negativamente la productividad.

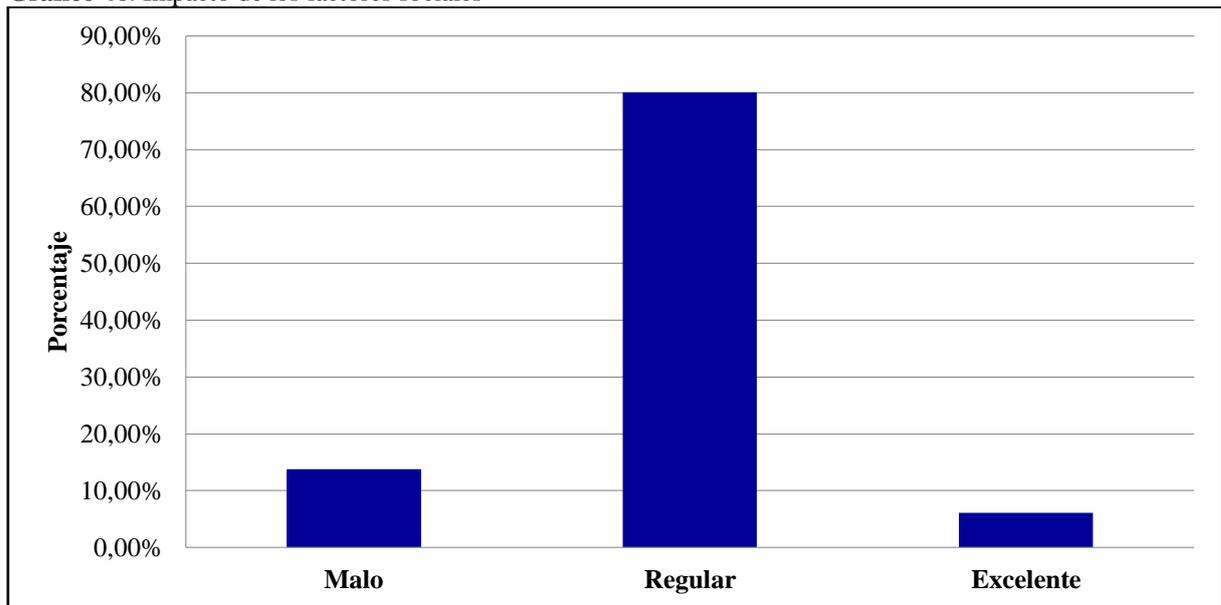
#### 11.4. Impacto de los factores sociales

**Tabla 53.** Impacto de los factores sociales

<b>Resultados_ Sociales.</b>		
	<b>N</b>	<b>%</b>
Malo	45	13,80%
Regular	261	80,10%
Excelente	20	6,10%

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 46.** Impacto de los factores sociales



**Elaborado por:** Los autores

#### **Interpretación:**

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicado a los propietarios de las empresas comerciales en torno a los factores sociales, desde el ítem 7 al 24 se agrupó y recodificó los datos en el sistema estadístico SPSS, considerando desde el 18 al 48 como malo, del 49 al 79 como regular y del 80 al 90 como excelente. Identificando que existe un impacto regular en un 80,1% que el Covid-19 ha afectado los factores sociales en relación con la situación laboral, beneficios sociales, horas de trabajo y empleo.

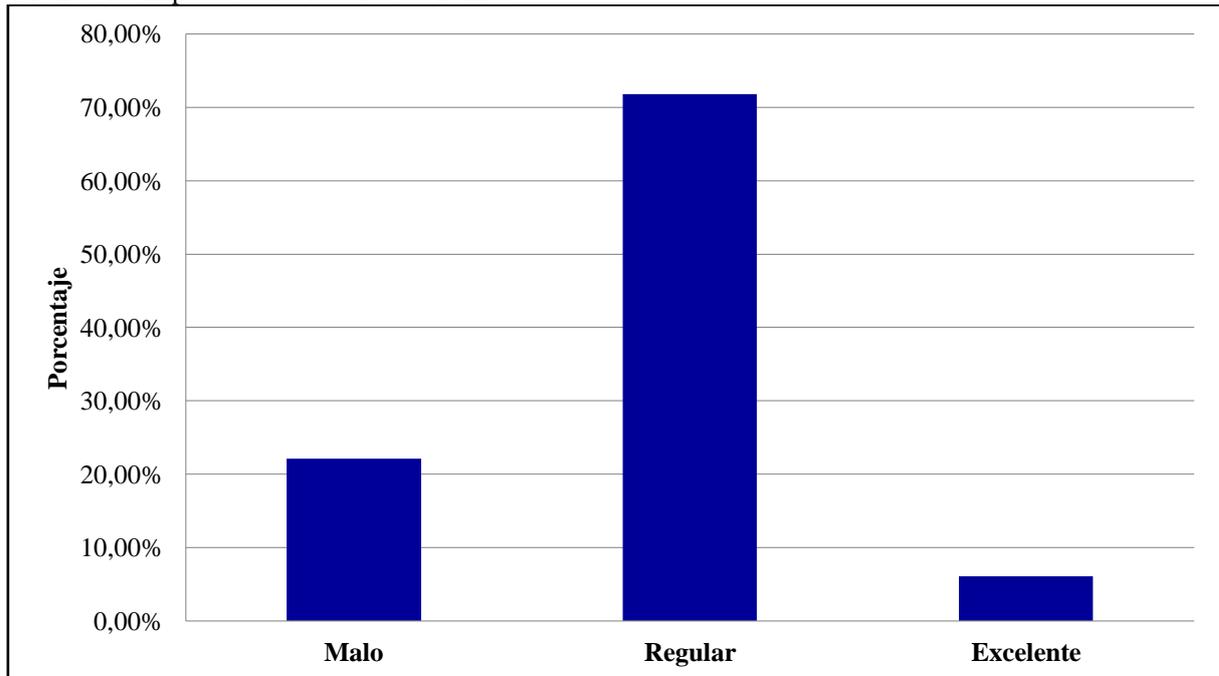
### 11.5. Impacto de los factores económicos

**Tabla 54.** Impacto de los factores económicos

<b>Resultados_ Económicos.</b>		
	<b>N</b>	<b>%</b>
Malo	72	22,10%
Regular	234	71,80%
Excelente	20	6,10%

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 47.** Impacto de los factores económico



**Elaborado por:** Los autores

#### **Interpretación:**

Según la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales en torno a los factores económicos, desde el ítem 25 al 45 se agrupó y recodificó los datos a través del sistema estadístico SPSS, considerando del 21 al 56 como malo, del 57 al 92 como regular y del 93 al 105 como excelente. Determinando un impacto regular en un 71,8% que el Covid-19 ha afectado los factores económicos en relación con las ventas, nivel de facturación, rentabilidad y productividad.

### 11.6. Relación entre los factores sociales y los factores económicos

De acuerdo con Martínez y Campos (2015), en la interpretación del coeficiente de relación de Spearman, apunta desde (-) 1.00 hasta (+) 1.00. Para la interpretación se utiliza la tabla de coeficiente de correlación, cuyos rangos se describen en la siguiente tabla:

**Tabla 55.** Coeficiente de relación de Spearman.

Rangos	Relación
(-) 1.00	Relación negativa perfecta.
(-) 0.90 al (-) 0.99	Relación negativa muy alta.
(-) 0.70 al (-) 0.89	Relación negativa alta.
(-) 0.40 al (-) 0.69	Relación negativa considerable.
(-) 0.20 al (-) 0.30	Relación negativa muy baja.
(-) 0.01 al (-) 0.19	Relación negativa baja
0.00	No existe relación.
(+) 0.01 al (+) 0.19	Relación positiva muy baja.
(+) 0.20 al (+) 0.39	Relación positiva baja.
(+) 0.40 al (+) 0.69	Relación positiva considerable.
(+) 0.70 al (+) 0.89	Relación positiva alta.
(+) 0.90 al (+) 0.99	Relación positiva muy alta
(+) 1.00	Relación positiva perfecta

Fuente: Martínez y Campos, 2015.

**Tabla 56.** Correlación de Spearman

CORRELACIONES				
			Resultados_ económicos	Resultados_ sociales
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Resultados_ económicos</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,387
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	326	326
	<b>Resultados_ sociales</b>	Coeficiente de correlación	,387	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	326	326

Elaborado por: Los autores

El cálculo de la correlación de Spearman, se lo realizó en sistema estadístico SPSS. Los resultados muestran que existe una la relación entre los factores sociales y los factores económicos de un 0.387, según la tabla de coeficiente de relación, nos indica una relación positiva baja. Con esta relación, la agrupación y recodificación de los datos, respecto a los factores sociales y los factores económicos, se acepta la hipótesis del trabajo de investigación planteada: ¿Existe un impacto en los factores socioeconómicos en las empresas comerciales del cantón La Maná?

## **12. IMPACTOS**

El desarrollo de la investigación sobre el análisis socioeconómico y su impacto en la pandemia Covid-19 de las Pymes comerciales del cantón La Maná, presenta los siguientes impactos:

### **12.1. Impacto Social**

El desarrollo de la investigación posee un impacto social, porque estuvo dirigido las empresas comerciales, donde constamos de fuente primarias los efectos provocados por la pandemia Covid-19 en estos establecimientos, contribuyendo a la formación de conocimientos en beneficio de estudiantes, autoridades y toda la población en general.

### **12.2. Impacto Económico**

Posee un impacto económico la investigación, debido a que se estudia a las empresas, al ser una actividad económica las empresas, generan trabajo y desarrollo económico. El impacto generado por la pandemia Covid-19 en el ámbito económico sobre las empresas comerciales del cantón La Maná, ha sido una realidad, siendo en Ecuador el sector terciario el más afectado a nivel económico. En la misma línea, la alta afectación provocada por la crisis sanitaria por la falta de demanda en el sector comercial, provoca que la economía de las empresas decayera, desde el inicio de la pandemia del Covid-19 en marzo del 2020.

### **12.3. Impacto Ambiental**

El desarrollo de la investigación se obtiene que las empresas aunque su impacto en el ámbito ambiental que se produce de manera individual puede ser pequeño, su impacto agregado puede causar serios problemas para el ambiente y la población a futuro.

### 13. PRESUPUESTO Y RECURSOS NECESARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN

**Tabla 57.** Presupuesto y recursos necesarios para la investigación

RECURSOS	PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>EQUIPOS</b>			
Laptop	1	750,00	750,00
Internet (Mensual)	6	30,00	180,00
Pendrivel	2	10,00	20,00
Impresora	1	300,00	300,00
<b>TRANSPORTE</b>			
Gastos de transporte	2	50,00	100,00
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>			
Cuadernos	2	2,50	5,00
Esferos	2	0,30	0,60
Carpetas	2	0,60	1,20
Grapadora	1	3,00	3,00
Perforadora	1	3,00	3,00
Resma de hojas A4	2	4,00	8,00
Anillados	1	6,00	6,00
<b>GASTOS VARIOS</b>			
Alimentación	2	60,00	120,00
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>\$ 1.496,80</b>
<b>IMPREVISTOS 10%</b>			<b>\$ 149,68</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.646,48</b>

Elaborado por: Los autores

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 14.1. Conclusiones

Al culminar el trabajo de investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Dando cumplimiento a nuestro objetivo, gracias a la visita al departamento de inspección del Cuerpo De Bomberos del cantón La Maná (CBLM), que facilitaron la información acerca del tema estudiado. Se logra cuantificar las empresas que desarrollan actividades comerciales en el cantón La Maná, existiendo 1.760 establecimientos, las cuales se encuentran divididas en 11 actividades comerciales, distribuidos de la siguiente manera: tienda de abarrotes con 350 establecimientos, librerías con 150 establecimientos, venta de celulares con 75 establecimientos, almacén de ropa con 150 establecimientos, ferreterías con 25 establecimientos, panaderías con 250 establecimientos, bazares con 80 establecimientos, depósito de madera con 50 establecimientos, depósito de gas con 35 establecimientos, farmacias con 80 establecimientos, y otros con 515 establecimientos (Tabla 7).
- Dentro de los factores sociales, la mayoría de las empresas encuestadas, un 61,3% son de tipo familiar (Tabla 9), un 96,3% indicando tener entre 1 a 9 colaboradores en sus establecimientos (Tabla 10). Con un 66,9% el género femenino predomina en los propietarios de los establecimientos comerciales (Tabla 12), así mismos, con un 50,3% la formación académica que prima es el nivel superior (Tabla 13). Además, los resultados en relación con la situación laboral, el 39,6% está totalmente de acuerdo en que el Covid-19 afectó las condiciones laborales (Tabla 14). Así mismo, un 48,5% está totalmente de acuerdo en que se tuvieron que implementar medidas de bioseguridad para evitar contagios (Tabla 16), igualmente, un 46,6% está totalmente de acuerdo en que se tuvieron que dotar de desinfectantes y equipos de protección personal, para cuidar la salud de los clientes y de sus colaboradores (Tabla 17). En relación con los beneficios sociales, un 33,4% está de acuerdo en que se ha visto afectado el pago de dividendos (Tabla 22). Además, el 28,5% está indeciso en que ha tenido problema en el pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldo (Tabla 23). En relación con las horas laborales, el 38% está totalmente de acuerdo que respeta la jornada de ocho horas (Tabla 24). En cambio, el 44,2% está de acuerdo que han tenido que reducir la jornada de trabajo por las medidas y restricciones que regían en su momento (Tabla 25). Además, el 26,4% está de acuerdo que ha tenido que aumentar la jornada laboral, para la recuperación del tiempo que la empresa se vio interrumpida por el Covid-19 (Tabla 26). En

relación con el empleo, un 25,5% está totalmente de acuerdo en que la empresa optó por la suspensión temporal de actividades como mediada laboral por el coronavirus (Tabla 30).

- En virtud de los resultados respecto a las ventas, un 33,4% está de acuerdo de que las ventas han disminuido por el Covid-19 (Tabla 32). En la misma línea, se ha evidenciado que un 42,3% está de acuerdo que en el año 2021 las ventas han mejorado, manifestando que el año 2021 las empresas mejoraron sus ingresos, recuperándose del impacto que sufrieron por Covid-19 (Tabla 33). Además, indican que un 38% está totalmente de acuerdo que la expectativa de las ventas para el año 2022 será positiva, según las empresas estudiadas manifiestan que se espera que el virus se neutralice de manera definitiva, normalizando sus actividades como en años anteriores sin el Covid-19 (Tabla 34). Con relación al nivel de facturación, indican que el 32,5% está de acuerdo que el nivel de facturación se ha visto afectado por el Covid-19 (Tabla 37). Así mismo, se ha constatado que el 34,4% está de acuerdo que ha tenido que promocionar sus productos por redes sociales para elevar el nivel de facturación (Tabla 38). Por otro lado, observamos que el 25,5% está de acuerdo que ha tenido que hacer descuentos en los productos que expenden, para aumentar el nivel de facturación (Tabla 39). En relación con la rentabilidad, los resultados más relevantes muestran que un 42,3% está indeciso de haber sido afectado de manera significativa la rentabilidad por el Covid-19 (Tabla 42), del mismo modo, un 35,6% está indeciso sobre si la empresa es rentable (Tabla 43). Por otro lado, el 35,3% está de acuerdo en que ha tenido problemas de liquidez para la compra de mercadería (Tabla 44), igualmente, un 29,4% está de acuerdo en que ha aumentado los gastos como consecuencia del Covid-19, afectando negativamente la rentabilidad (Tabla 47). En relación con la productividad, indican que el 38,7% está de acuerdo en que se ha visto afectado negativamente en término de productividad (Tabla 48). Así mismo, un 28,5% está de acuerdo en que el temor a contagiarse por el Covid-19 ha afectado negativamente a la productividad (Tabla 49).

- La relación entre los factores sociales y los factores económicos, se calculó con el método de Spearman, cuyo valor cuantitativo de la relación entre estas dos variables fue un 0.387, la cual en la tabla de coeficiente de correlación se considera relación positiva baja (Tabla 56).

- Se acepta la hipótesis del trabajo de investigación planteada: ¿Existe un impacto en los factores socioeconómicos en las empresas comerciales del cantón La Maná?, con la relación, agrupación y recodificación de datos, respecto a los factores sociales y los factores

económicos, se identificó que existe un impacto regular en un 80,1% que el Covid-19 ha afectado los factores sociales (Tabla 53). Así mismo, se determinó que existe un impacto regular en un 71,8% que el Covid-19 ha afectado los factores económicos (Tabla 54).

#### **14.2. Recomendaciones**

De acuerdo a las conclusiones del trabajo se llegó a las siguientes recomendaciones:

- Actualizar constantemente la base de datos del departamento de inspectoría del Cuerpo de Bomberos del cantón La Maná (CBLM), para que dicha información se pueda llevar a cabo políticas, ordenanzas y estudios en beneficio de las empresas comerciales.
- Los organismos del Estado, autoridades provinciales y municipales, realizar políticas en beneficio de los emprendedores, que quieren crear empresa, dado que una unidad económica es importante, por ser fuente en la generación de empleos, satisface las necesidades de los hogares de los ecuatorianos y aporta al desarrollo económico del país.
- Además, se recomienda a las instituciones financieras trabajar en beneficio de los comerciantes, para incentivar la reactivación económica de las empresas, planificando de manera adecuada, el otorgar créditos a baja tasas de interés, para que el sector comercial siga mejorando para los siguientes años.

## 15. BIBLIOGRAFÍA

### 15.1. Referencia en libros en línea

- Álvarez, M. (Eds.). (2009). *Manual de la micro, pequeña y mediana Empresa*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual\\_Micro\\_Pequenha\\_Mediana\\_Empresa\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_es.pdf)
- Arias, J. (2020). (Eds.). *Proyecto de Tesis: Guía para la elaboración*. Biblioteca Nacional del Perú. [https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/AriasGonzales\\_ProyectoDeTesis\\_libro.pdf](https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/AriasGonzales_ProyectoDeTesis_libro.pdf)
- Caballero, G. y Feijeiro, A. (Eds.). (2007). *Dirección estratégica de las pequeñas y medianas empresas*. Editorial ideas propia. <https://books.google.com.ec/books?id=wPI-Uam3zm4C&pg>
- Campos, M. (2017). (Eds.). *Métodos de investigación académica fundamentos de investigación bibliográfica*. Universidad de Costa Rica. [http://www.icomoscr.org/m/investigacion/%5BMETODOS%5DFolleto\\_v.1.1.pdf](http://www.icomoscr.org/m/investigacion/%5BMETODOS%5DFolleto_v.1.1.pdf)
- Espinosa, R. (Eds.). (2012). *Manual para la promoción de las PYMES Mexicanas: Elementos administrativos y jurídicos a considerar en la planeación integral de utilidades*. México. Universidad de Guanajuato. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1081/index.htm>
- Filion, L. y Cisneros, F. (Eds.). (2011). *Administración de PYMES*. Editorial Pearson Educación. [https://documentop.com/queue/administracion-de-pymes-emprender-dirigir-y-desarrollar-empresas\\_5a162e301723ddaea88e022f.html](https://documentop.com/queue/administracion-de-pymes-emprender-dirigir-y-desarrollar-empresas_5a162e301723ddaea88e022f.html)
- Fleitman, J. (Eds.). (2000). *Negocios exitosos: Cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. McGraw-Hill. <https://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html#notas>
- García, L. (Eds.). (2007). *Ventas*. ESIC Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=p-4owDnjUawC&oi>
- Jiménez, M. (Eds.). (2014). *Diccionario de Administración Finanzas*. Palibrio. <https://books.google.com.ec/books?id=8q0KBAAAQBAJ&pg>
- Johnston, M. y Marshall, G. (Eds.). (2016). *Administración de ventas*. McGraw Hill. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1323>
- Joseph, P. (Eds.). (1989). *La Gestión de la Productividad, Manual Práctico*. Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra <https://docplayer.es/23869681-la-gestion-de-la-productividad.html>
- Lizcano, J. (Eds.). (2015). *Rentabilidad Empresarial: Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación*. Cámaras. [https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab\\_emp.pdf](https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf)
- Mochón, F. y Beker, V. (Eds.). (2008). *Economía Principios y aplicaciones*. McGraw Hill.

- [https://www.academia.edu/36484604/Econom%C3%ADa\\_Principios\\_y\\_Aplicaciones\\_Moch%C3%B3n\\_y\\_Beker](https://www.academia.edu/36484604/Econom%C3%ADa_Principios_y_Aplicaciones_Moch%C3%B3n_y_Beker)
- Morán, G. y Alvarado, D. (Eds.). (2010). *Métodos de investigación*. Pearson Custom Publishing. <https://edupointvirtual.com/wp-content/uploads/2020/03/Metodos-de-Investigaci%C3%B3n-Moran-Gabriela.pdf>
  - Neffa, J., Panigo, D., Pérez, P. y Giner, V. (Eds.). (2014). *Actividad, empleo y desempleo: conceptos y definiciones*. Ceil Piette Conicet. [https://www.researchgate.net/publication/302883208\\_Actividad\\_empleo\\_y\\_desempleo\\_Conceptos\\_y\\_definiciones](https://www.researchgate.net/publication/302883208_Actividad_empleo_y_desempleo_Conceptos_y_definiciones)
  - Rincón, C. (Eds.). (2011). *Costos para pyme: Guía de costos para micro y pequeños empresarios: una manera fácil y sencilla de crecer*. Ecoe ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Costos-para-pyME-1ra-edici%C3%B3n.pdf>
  - Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). (Eds.). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
  - Sastre, M. (Eds.). (2009). *Diccionario de dirección de empresas y marketing*. Ecobook. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aA0rAwAAQBAJ&oi=fnd&pg>
  - Soriano, M., Viscarri, J., Torrents, J. y García, M. (Eds.). (2015). *Economía de la empresa*. Iniciativa nacional Politecnica. <https://books.google.com.pa/books?id=tT5pBgAAQBAJ&printsec=>

## 15.2. Referencias en la web

- Bárcena, A. (2020) *Informe Especial Covid-19 N°4: Sectores y empresas frente al Covid-19*. CEPAL. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf)
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2019). *40 reformas al código del Trabajo para la creación de empleos e impulso de la Competitividad*. <https://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2019/05/CCG-40-Reformas-al-C%C3%B3digo-del-Trabajo-2019-web.pdf>
- Cañete, N. (2020, marzo 21). El Covid-19: *Como apoyar desde la Innovación a las pequeñas y medianas empresas*. Puntos de la I. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Panorama Social de América Latina*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44969-panorama-social-america-latina-2019>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *Informe especial Covid-19 N°1: Efectos económicos y sociales*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/6/S2000264\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/6/S2000264_es.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *Impacto del Covid-19 en los sectores productivos*.

[https://www.cepal.org/sites/default/files/presentation/files/final-finalde\\_la\\_crisis\\_a\\_la\\_reactivacion\\_ppt\\_-ab4.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/presentation/files/final-finalde_la_crisis_a_la_reactivacion_ppt_-ab4.pdf)

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), (2020). *Micro, pequeña y mediana empresa (Mipymes), un frágil desempeño y desafío para las políticas de fomento*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44603/1/S1900091\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44603/1/S1900091_es.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *Mipymes y el Covid-19*. <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>
- Ecuador legal online. (2019, Marzo 6). *Beneficios Sociales del Trabajador en Ecuador*. <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/beneficios-sociales-del-trabajador/>
- Heredia, A. y Dini, M. (2021). *Análisis de políticas a las pequeñas y medianas empresas para enfrentar al Covid-19*. CEPAL. <https://intranet.eulacfoundation.org/es/content/an%C3%A1lisis-de-las-pol%C3%ADticas-de-apoyo-las-pymes-para-enfrentar-la-pandemia-de-covid-19-en>
- Mantilla, D. (2020, marzo 27). *COVID-19*. Dr. Danilo Mantilla Centro de diagnóstico médico de otorrinolaringología. Danilo Mantilla. <https://www.danilomantilla.org/post/coronavirus>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). *Descripción del indicador: Horas de trabajo*. <https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/description-hours-of-work/>
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA). (2020). *Las pequeñas y medianas empresas y las pos pandemia*. <http://www.sela.org/es/eventos/e/66606/>

### 15.3. Referencia en revistas en línea.

- Arias, J., Villasís, A. y Miranda, G. (2016). La población de estudio. *Revista alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Avalos, G. (2020). Análisis sobre Pymes en Ecuador. *Plus Valores*. 1(1), 1-5. <https://plusvalores.com.ec/pymes-ecuador/>
- Carranco, R. (2017). Aportación de las Pymes en la Economía del Ecuador. *Revista de ciencia administrativa*, 2017 (2), 146-158. [https://redib.org/Record/oai\\_articulo1919408-la-aportaci%C3%B3n-de-las-peque%C3%B1as-y-medianas-empresas-pymes-en-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana](https://redib.org/Record/oai_articulo1919408-la-aportaci%C3%B3n-de-las-peque%C3%B1as-y-medianas-empresas-pymes-en-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana)
- Casas, A., Repullo, R. y Donado J. (2003). Encuesta como técnica de investigación. *Revista atención primaria*, 31(8), 527-538. <http://www.unidadocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Chávez, G., Campuzano, J. y Betancourt, V (2018). Las Mipymes. *Revista Conrado*, 14(65), 247-255. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442018000500247](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000500247)

- Contreras, I. (2006). Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario. *Visión gerencial*, (1), 13-28. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545874003.pdf>
- Cueva, X. y Erazo J. (2021). Impacto social y económico por el Covid-19 en las Mipymes. *Revista arbitrada interdisciplinaria Koinonía*, 6 (12), 77-113. <https://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/revistakoinonia/article/view/1275/pdf>
- Díaz, F., Cruz, R., Pérez, C. y Cárdenas T. (2020). Método de criterio por expertos en trabajos de investigación. *Revista Cuba Edu. Superior*, 39 (1), 1-12. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0257-43142020000100018&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0257-43142020000100018&lng=es&nrm=iso)
- Gamboa, J., Jordán, J. y Pérez, M. (2018). Aplicación Básica de la Contabilidad Comercial. *Revista Ecuatoriana de Investigaciones Agropecuaria*, 1, 1-242. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/comedit/article/view/3>
- García, F., Alfaro, A., Hernández, A. y Molina, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(5), 232–236. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169617616006>
- Gómez, L., Navas, D., Aponte, G. y Betancourt, A. (2014). Metodología para la revisión de fuentes bibliográfica y gestión de temáticas científicas. *Revista DYNA*, 81(154), 158-163. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/dyna/article/view/37066/53960>
- González, N. y Pombo, C. (2020). ¿Cómo puede la inteligencia artificial ayudar en una pandemia? *Banco Interamericano de Desarrollo* <http://dx.doi.org/10.18235/0002300>
- Huilcapi, N., Troya, K. & Ocampo, W. (2020). Impacto del COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *Revista ReciMundo* <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/851>
- Lamas, M. (1986). La antropología feminista y la categoría “género.” *Nueva Antropología*, VIII (30), 173–198. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15903009>
- Loor, H., Ureta, D., Rodríguez, G. y Cano E. (2018). Análisis del contexto socio-económico, comercial, financiero e internacional de las pymes ecuatorianas. *Revista Científica Ecociencia*, 5(4), 1-20. <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/upload/php/files/agosto18/04.pdf>
- Martínez, A., y Campos, W. (2015). Correlación entre actividades de interacción social registradas con nuevas tecnologías y el grado de aislamiento social en los adultos mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36(3), 181-190. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmib/v36n3/v36n3a4.pdf>
- Miyahira, J. (2009). La investigación formativa y la formación para la investigación en el pregrado. *Revista médica herediana*, 20(3), 119-122. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rmh/v20n3/v20n3e1.pdf>
- Moratto, N., J Zapata, J. y Messenger, T. (2015). Conceptualización de ciclo vital familiar: una mirada a la producción durante el periodo comprendido entre los años

- 2002 a 2015. *CES Psicología*, 8(2), 103–121. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=423542417006>
- Moreno L., Vaca, S., Martínez D., Suasnavas, P., Cárdenas, I. y Gómez, A. (2018). Diseño y Validación de un Cuestionario para el Diagnóstico de Riesgos Psicosociales en Empresas Ecuatorianas. *Ciencia y Trabajo*, 20(63), 160–168. <https://doi.org/10.4067/s0718-24492018000300160>
  - Peña, M. y Vega, N. (2017). Estructura de las PyMEs en la economía ecuatoriana. Sur Academia: *Revista Académica-Investigativa de La Facultad Jurídica, Social Y Administrativa*, 4(8). <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/519>
  - Plus Valores. (2020). Escenario poco prometedor para ciertos sectores económicos del Ecuador. *Plus Valores*, 1(3), 1-3. <https://plusvalores.com.ec/wp-content/uploads/2020/07/Analisis-Sectores-afectados-post-covid.pdf>
  - Rodríguez, G., Ortiz, J., Quiroz, I. y Parrales, L. (2020). El comercio electrónico (e-commerce) y micro, pequeñas y medias empresas en tiempos de Covid-19. *Revista espacios*, 41(42), 1-19. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n42/20414209.html>
  - Rodríguez, R. y Avilés, V. (2020). Las Pymes en Ecuador: Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 5-1(5), 191–200. [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/337](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/337)
  - Rojas, R. (2011). Diseño de técnica de investigación. *Revista tiempo de educar*, 12(24), 277-297. <https://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/38942>
  - Sladogna, M. (2017). Productividad-Definiciones y perspectivas para la negociación colectiva. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. <http://www.relats.org/documentos/ORGSladogna2.pdf>
  - Torres, L. (2020). El Origen del Covid-19. *Revista médica del IMSS*, 58 (1), 1-2. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=93880&id2=>
  - Useche, M., Vásquez, L., Salazar, F. y Gavilanes, M (2021). Fórmula empresarial para que las pequeñas y medianas empresas ante el Covid-19. *Revista universidad y empresa*, 23(40), 1-22. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9309>
  - Yance, C., Solís, G., Burgos I. y Herminia, H. (2017). Importancia de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. *Revista Eumed*, 1-17. <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.zip>

#### 15.4. Referencia en tesis

- Antúnez, L. (2012). *Análisis de la protección de la familia en ámbito laboral de conformidad con el derecho positivo venezolano y los convenios emanados de la organización internacional del trabajo*. [Tesis de grado, Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín] <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0106651/cap02.pdf>
- Espinoza, A y Oré, E. (2017). *Factores sociales y económicos que influyen la calidad de vida de jóvenes entre los 18 años a los 25 años*. [Tesis pregrado, Universidad

- Nacional de San Agustín de Arequipa]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5084/TSescaae.pdf?sequence=1>
- Girón, G., León, M. y Villavicencio, J. (2013). *Estudio Socioeconómico para determinar las oportunidades de emprendimiento para los pobladores en el barrio Cuba en la ciudad de Guayaquil en los meses de Junio a Agosto del 2011*. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4113>
  - Jiménez, G. (2007). *Diseño de un programa de beneficios sociales para los trabajadores de la Ferretería Alfaca*. [Tesis de grado, Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín]. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0100880/cap02.pdf>
  - López, M, y Gentile, N. (2018). *Sistema de indicadores económicos y sociales: la importancia del análisis integrado*. [In IX Encuentro Nacional de la Red de Economías Regionales en el Marco del Plan Fénix y II Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales, Universidad Nacional del Mar de Plata]. <http://nulan.mdp.edu.ar/1037/1/00408.pdf>
  - Mendoza, M. y Gómez, R. (2017). *Importancia de las pequeñas y medias empresas (Pymes) en la económica de los ecuatorianos*. [Tesis de pregrado, Universidad Santiago de Guayaquil, Facultad de ciencias económicas]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7991>
  - Mendoza, R. y Méndez, G. (2016). *Análisis de la situación socio-económica de los negocios informales ubicados en el sector noroeste de Guayaquil entre el km 11.5 y 12.5 de la vía Daule* [Tesis de grado, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Administrativas. Ingeniería Comercial]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11273/1/TESIS%20INVESTIGACION%20AN%c3%81LISIS%20DE%20SITUACION%20SOCIO%20ECON%c3%93MICA%20C1.pdf>
  - Ortiz, N & Méndez, S. (2020). *Caso de estudio en empresas de Barrancabermeja, Santander: liderazgo en tiempos de Covid-19*. [Trabajo de Grado, Universidad Cooperativa de Colombia. Colombia]. [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20451/1/2020\\_caso\\_estudio\\_empresas.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20451/1/2020_caso_estudio_empresas.pdf)
  - Reyes, S. (2017). *Los factores socioeconómicos y su relación con la motivación laboral en el área de producción de una empresa carrocera de la ciudad de Ambato*. [Tesis de grado, Universidad Católica del Ecuador: Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1937/1/76439.pdf>
  - Rinsky, F. (2005). *Diseño de un programa de beneficios sociales para los trabajadores de la Ferretería Alfaca*. [Tesis de grado, Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín]. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0100880/cap02.pdf>
  - Zamora, A. (2008). *Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de Guayaba en el Estado de Michoacán*. [Tesis de grado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. [http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB\\_UMICH/914/ININEE-M-2008-0001.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/914/ININEE-M-2008-0001.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

### 15.5. Referencia en periódico en línea

- Bartolomé, L. (2019, febrero 19). Las pymes ya representan el 99,8% de empresas europeas. *El Economista*. <https://www.economista.es/gestion-empresarial/noticias/9709265/02/19/Las-pymes-ya-representan-el-998-de-empresas-europeas.html>
- Cabezas, D. (2020, noviembre 12). Situación Laboral Ecuador 2020. *ACTUARIA: Asesoramiento Estratégico*. <https://actuaria.com.ec/situacion-laboral-ecuador-2020/>
- Del Riego, C. (2021, junio 13). La colaboración entre empresas, una oportunidad en tiempos de crisis. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/politica/20210613/7526303/derecha-protesta-dividida-colon-indultos-condenados-proces.html>
- El Comercio (2021, abril 25). Las pymes, un instrumento para la reactivación productiva. <https://www.elcomercio.com/blogs/economia-de-a-pie/pymes-instrumento-reactivacion-productiva-opinion.html>
- Márquez, E. (2021, agosto 15). *La situación laboral. Mi Trabajo*. <https://www.mitrabajo.news/reclutadores/Que-es-la-situacion-laboral-que-tipos-hay-y-ejemplos-de-ella-20210815-0007.html>
- Montenegro, J. y Zambrano L. (2020, abril 30). El Covid-19: perjudicó a las pequeñas empresas. *El Expreso*. <https://www.expreso.ec/actualidad/cuarentena-liquido-pequenas-empresas-coronavirus-10344.html>
- Moreta, M. (2020, abril 21). La producción y venta del famoso jean de Pelileo disminuyen por la crisis. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/pelileo-jean-textiles-tungurahua-produccion.html>
- Narea, W. (2019, junio 27). Micros, pequeñas y medianas empresas conforman el 99% de negocios del territorio ecuatoriano. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais/>
- Roa, C. (2020, junio 28). Las más afectadas: Pymes serán, las que sufrirán por la crisis económica por el Covid-19. *Diario GK*. <https://gk.city/2020/06/28/pymes-crisis-covid19-ecuador/>
- Soto, G. (2020, julio 23). Diez mil empresas cierran sus puertas por el Covid-19. *El financiero: Economía, mercados, y negocios en alianzas con bloomberg*. <https://www.elfinanciero.com.mx/bloomberg-businessweek/la-pandemia-vino-a-devorarlas-10-mil-empresas-y-negocios-ya-no-estan/>
- Torres, W. (2021, abril 16). La cobertura del seguro de desempleo incrementó al 120% por el Covid-19. *La Primicia*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/oit-seguro-desempleo-iess/>
- Tracy, S. (2013, diciembre 13). Definición de volumen de ventas. *La Voz Texas*. <https://pyme.lavoztx.com/definicion-de-volumen-de-ventas-10570.html>

### 15.5. Referencia en informes gubernamentales

- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020). *Ley orgánica de la de apoyo humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del covid-19*. Oficio AN-SG-2020-0355-O. Registro Oficial N° 229. República del Ecuador. [https://www.emov.gob.ec/sites/default/files/transparencia\\_2020/a2\\_41.pdf](https://www.emov.gob.ec/sites/default/files/transparencia_2020/a2_41.pdf)
- Municipio de La Maná. (2021). Plan de ordenamiento territorial. <http://lamana.gob.ec/download/plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-del-canton-la-mana/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2012). *Comercio y servicios*. <https://www.ine.cl/estadisticas/economia/comercio-servicios-y-turismo/estructura-del-comercio>
- Ministerio de Salud Pública. (MSP). (2020). *Coronavirus COVID-19*. <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>
- Ministerio de Trabajo. (2013) *¿Qué es la Seguridad Social?* <https://www.mintrabajo.gov.co/empleo-y-pensiones/empleo/subdireccion-de-formalizacion-y-proteccion-del-empleo/que-es-la-seguridad-social>
- Ministerio de Trabajo. (2020). *Salarios Mínimos Sectoriales 2021*. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/ANEXO-1%E2%80%9CEstructuras-ocupacionales-%E2%80%93-salarios-m%C3%ADnimos-sectoriales-y-tarifas-sa.pdf>
- Ministerio Salud Pública. (MSP). (2015). *Salud Publica*. <https://www.salud.gob.ec/>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2017). <https://issuu.com/todaunavida/docs/misiontodaunavida-i8>

## 16. ANEXO

## ANEXO 1. Documento emitido el Cuerpo de Bomberos de La Maná (CBLM)



**CUERPO DE BOMBEROS DE LA MANÁ**  
**LA MANÁ – COTOPAXI**  
**RUC: 0560022270001**  
**INSPECTORIA**

La Maná, 07 de diciembre del 2021  
 INFORMES Núm.: CBLM-009-CF-INS-2021

**PARA:** ING. TATIANA GALLO - JEFE CBLM  
**DE:** TNLGO. CHRISTIAN FREIRE – INSPECTOR CBLM  
**ASUNTO:** CONTESTACION SOLICITUD ESTUDIANTES UTC

Elevo para su conocimiento mi Comandante, que en contestación a oficio sin número con fecha 03 de diciembre de 2021, ingresado por estudiantes de la Licenciatura en Comercio de la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, donde solicita: "(...) nos faciliten datos del nuero de empresas por actividades comerciales que se localizan en el cantón La Maná".

Con el antecedente expuesto, me permito informarle la información requerida, cabe recalcar que dicha información está actualizada a la fecha.

ACTIVIDADES	CANTIDAD
TIENDAS DE ABARROTOS	350
LIBRERIAS	150
VENTA DE CELULARES	75
ALMACEN DE ROPA	150
FERRETERIAS	25
PANADERIAS	250
BAZARES	80
DEPOSITOS DE MADERA	50
DEPOSITO DE GAS	35
FARMACIA	80
OTROS	515
TOTAL	1760

Informo parta los trámites pertinentes.

Atentamente,

Tnlgo. Christian Freire  
 INSPECTOR CBLM



Dirección: Calle Benjamín Sarabia y Av. 19 de Mayo,  
 La Maná - Cotopaxi - Ecuador  
 Teléfono: 03 2688 102 / 032687375 email- [bombroslamana@hotmail.com](mailto:bombroslamana@hotmail.com)



## ANEXO 2. Matriz de consistencia

Tabla 58. Matriz de consistencia.

Tema	Variables	Formulación del problema	Objetivo general	Objetivos específicos	Hipótesis	Esquema	Técnica
Análisis socioeconómico y su impacto en la pandemia Covid-19 de las pymes comerciales del cantón La Maná	Socioeconómico Covid-19	¿Cuál es el impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia del Covid-19 sobre las Pymes comerciales del cantón La Maná?	Analizar el impacto de los factores socioeconómicos por la pandemia Covid-19 sobre las Pymes comerciales del cantón La Maná.	<p>*Cuantificar las empresas que desarrollan actividades comerciales en el cantón La Maná.</p> <p>*Identificar los factores sociales afectados por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón la Maná.</p> <p>*Determinar los factores económicos afectados por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.</p> <p>*Conocer la relación entre los factores sociales y económicos por la pandemia Covid-19 en las empresas comerciales del cantón La Maná.</p>	¿Existe un impacto en los factores socioeconómicos en las empresas comerciales del cantón La Maná?	<p><b>Pequeñas y medianas empresas</b>            Definición de pequeña empresa            Definición de mediana empresa            Características de la pequeña empresa            Característica de la mediana empresa            Importancia de las Pymes            Estructura de las Pymes            Clasificación de las Pymes            Sector comercial</p> <p><b>Factores socioeconómicos.</b>  <b>Factores sociales</b>            Edad            Género            Nivel académico            Situación laboral            Beneficio sociales            Horas de trabajo            Empleo</p> <p><b>Factores económicos</b>            Ventas            Nivel de facturación            Rentabilidad            Productividad</p> <p><b>Pandemia Covid-19</b>            Concepto            Impacto empresarial            Impacto económico            Impacto sociales            Estrategias empresariales            Protocolo de bioseguridad            Teletrabajo            Comercio electrónico            Apoyo gubernamental</p>	Mapeo

Elaborado por: Los autores

**ANEXO 3. Método de mapeo**

**Gráfico 48.** Método de mapeo



**Fuente:** Sampieri et al.  
**Elaborado por:** Los autores

#### ANEXO 4. Descomposición de las variables

**Tabla 59.** Descomposición de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Factores socioeconómicos	Cuestionario de encuesta conformado por 45 ítems	Factores sociales	Edad	Razón
			Género	Nominal
			Nivel de académico	Ordinal
			Situación laboral	Ordinal
			Beneficios sociales	Ordinal
			Horas de trabajo	Ordinal
		Factores económicos	Empleo	Ordinal
			Ventas	Ordinal
			Nivel de facturación	Ordinal
			Rentabilidad	Ordinal
			Productividad	Ordinal

**Elaborado por:** Los autores



NIVEL ACADÉMICO						
6	¿Cuál es su nivel de estudios?	Primaria	Secundaria	Superior	Posgrado	
		1	2	3	4	5
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>						
7	¿Las condiciones laborales se han visto afectadas, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
8	¿Es más frecuente el pago de horas extras por tiempo de trabajo adicional, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
9	¿Se ha implementado normas de bioseguridad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
10	¿Se ha dotado de desinfectantes y equipo de protección personal, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
11	¿Ha aumentado el uso del internet y de redes sociales, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>BENEFICIOS SOCIALES</b>						
12	¿La empresa ha implementado seguros de salud, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
13	¿La empresa ha implementado exámenes médicos, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
14	¿La empresa ha implementado pruebas PCR, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
15	¿Ha sido afectado el pago de dividendos, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
16	¿Ha tenido problema en el pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldo, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>HORAS DE TRABAJO</b>						
17	¿Se respeta la jornada de trabajo de 8 horas, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
18	¿Se ha disminuido la jornada de trabajo, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
19	¿Se ha aumentado la jornada de trabajo, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>EMPLEO</b>						
20	¿Se ha mantenido el mismo número de colaboradores, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
21	¿El teletrabajo se ha implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
22	¿Las vacaciones se han implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
23	¿La suspensión temporal de actividades se ha implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
24	¿La reducción de salarios se ha implementado como medida laboral, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>FACTORES ECONÓMICOS</b>						
<b>VENTAS</b>						
25	¿Las ventas han disminuido por el Covid-19 en el año 2020, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5

26	¿Las ventas han aumentado en el año 2021, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
27	¿La expectativa de las ventas para el año 2022 será positiva, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
28	¿Ha implementar nuevos productos, en relación con años anteriores sin el Covid-19, para adaptarse a las necesidades del mercado y elevar las ventas?	1	2	3	4	5
29	¿Han existido pocos clientes, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>NIVEL DE FACTURACIÓN</b>						
30	¿Se han visto afectados el nivel de facturación, en relación con años anteriores?	1	2	3	4	5
31	¿Ha tenido que promocionar los productos por redes sociales, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
32	¿Ha tenido que hacer descuentos en los productos que expende, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
33	¿Ha mejorado el nivel de facturación del año 2020, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
34	¿Ha mejorado el nivel de facturación del año 2021, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>RENTABILIDAD</b>						
35	¿Se ha visto afectados la rentabilidad de forma significativa, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
36	¿La empresa es rentable, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
37	¿Ha tenido problemas de liquidez, en relación con años anteriores, para la compra de mercadería?	1	2	3	4	5
38	¿Existe una favorable situación financiera, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
39	¿Los proveedores han facilitado la compra y el pago de mercaderías, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
40	¿Ha aumentado los gastos, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>PRODUCTIVIDAD</b>						
41	¿Se ha visto afectada negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
42	¿El temor a contagiarse ha afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
43	¿Los protocolos de bioseguridad han afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
44	¿La falta de motivación ha afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
45	¿Los nuevos hábitos de los clientes han afectado negativamente la productividad, en relación con años anteriores sin el Covid-19?	1	2	3	4	5
<b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN. QUE TENGA UN BUEN DÍA...</b>						

## ANEXO 6. Validación del cuestionario por expertos

### Experto 1.

#### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

#### Apreciación cualitativa

El instrumento cumple con los parámetros de presentación, calidad de redacción, relevancia del contenido, y factibilidad de aplicación.

#### Observaciones

Continuar con su proyecto de investigación.

**Validado por:** Ing. M. Sc. Mayra Elizeth Valencia Neto

**Firma:**



C.I. 050312446-3

**Experto 2.**

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

#### Apreciación cualitativa

Es aplicable.

#### Observaciones

Ninguna.

**Validado por:** Ing. M. Sc. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

**Firma:**



**C.I.** 171231719-5

**Experto 3.**

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

#### Apreciación cualitativa

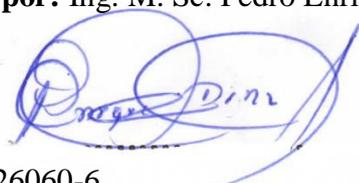
Cumple con los criterios de presentación, redacción, contenido y de factibilidad de aplicación.

#### Observaciones

Ninguna.

**Validado por:** Ing. M. Sc. Pedro Enrique Díaz Córdova

**Firma:**



**C.I.** 060226060-6

## ANEXO 7. Evidencias fotográficas de la encuesta realizada a los propietarios de las empresas comerciales

**Foto 1.** Encuesta a los dueños de farmacias



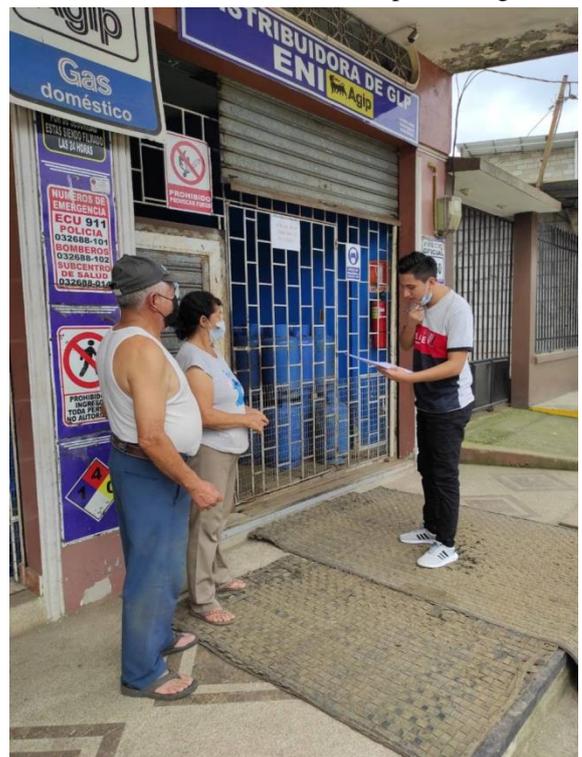
**Foto 2.** Encuesta a los dueños de librerías



**Foto 3.** Encuesta a los dueños de almacén de ropa



**Foto 4.** Encuesta a los dueños de depósito de gas



**Foto 5.** Encuesta a los dueños de tienda de abarrotes



**Foto 6.** Encuesta a los dueños de panaderías



**Foto 7.** Encuesta a los dueños de ferreterías



**Foto 8.** Encuesta a los dueños de venta de celulares



## ANEXO 8. Urkund



## Document Information

Analyzed document	Intriago-Bautista.docx (D132991968)
Submitted	2022-04-07T23:08:00.0000000
Submitted by	Marilyn
Submitter email	marilyn.albarrasin@utc.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	marilyn.albarrasin.utc@analysis.orkund.com

## Sources included in the report

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / PROYECTO COMPLETO CUSCO Y LASTRA - MARZO 03 DEL 2022 (1) (1).docx</b>		
<b>SA</b>	Document PROYECTO COMPLETO CUSCO Y LASTRA - MARZO 03 DEL 2022 (1) (1).docx (D129673432) Submitted by: mauricio.franco5444@utc.edu.ec Receiver: fabian.martinez.utc@analysis.orkund.com	4
<b>Informe Trabajo de Titulación 25 Sep - Mesías Pino Manuel, Muñoz Muñoz Mercedes.docx</b>		
<b>SA</b>	Document Informe Trabajo de Titulación 25 Sep - Mesías Pino Manuel, Muñoz Muñoz Mercedes.docx (D58449376)	1
<b>Trabajo de titulación - Tesistas_Bajaña_Velásquez.pdf</b>		
<b>SA</b>	Document Trabajo de titulación - Tesistas_Bajaña_Velásquez.pdf (D96746991)	2
<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / BAUTISTA E INTRIAGO--PROYECTO TITUACION I_ Final.pdf</b>		
<b>SA</b>	Document BAUTISTA E INTRIAGO--PROYECTO TITUACION I_ Final.pdf (D110796284) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.orkund.com	91
<b>TRABAJO+DE+TITULACI%C3%93N+3.docx</b>		
<b>SA</b>	Document TRABAJO+DE+TITULACI%C3%93N+3.docx (D121219703)	1