

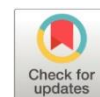


Perspectiva de reactivación económica post COVID en el sector comercial del Ecuador

Perspective of post-COVID economic reactivation in the commercial sector of Ecuador

- ¹ Edison Becerra Molina.  <https://orcid.org/0000-0002-6397-9493>
Universidad Católica de Cuenca, Carrera de Contabilidad y Auditoría, provincia Azuay
jbecerram@ucacue.edu.ec
- ² Remigio Ojeda Orellana  <https://orcid.org/0000-0003-2691-0638>
Universidad de Cuenca, Ciencias Económicas y Administrativas, provincia Azuay,
remigio.ojeda@ucuenca.edu.ec



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 07/10/2022

Revisado: 22/11/2022

Aceptado: 05/12/2022

Publicado: 05/01/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v7i1.2461>

Cítese:

Becerra Molina, E., & Ojeda Orellana, R. (2023). Perspectiva de reactivación económica post COVID en el sector comercial del Ecuador. *Visionario Digital*, 7(1), 118-136.
<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v7i1.2461>



VISIONARIO DIGITAL, es una revista científica, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://visionariodigital.org>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

Palabras**claves:**

Análisis,
Estrategias,
Post-COVID,
Empresas
comerciales,
Reactivación
económica.

Keywords:

Analysis,
Strategies,
Post-COVID,
Commercial
companies,
Economic
reactivation.

Resumen

Introducción. Para impulsar la reactivación económica y mitigar los efectos negativos de la pandemia, es esencial promover la sostenibilidad de las finanzas públicas y mejorar la delicada situación de inseguridad que atraviesa el Ecuador. **Objetivo.** Obtener una perspectiva de reactivación económica post COVID en el sector comercial del país. **Metodología.** El diseño partió del paradigma de investigación positivista, con diseño de campo no experimental y transversal, apoyo documental y nivel descriptivo. La muestra utilizada fue dirigida a 600 micro, pequeños y medianos empresarios. **Resultados.** Las estrategias financieras y de gestión que ha optado el sector comercial para la reactivación económica viene dadas por la diversificación de productos 15,60%, 12,39% renegociación de deuda con acreedores, 11,93% descuentos por venta al contado y pronto pago, 11,47% liquidez, teletrabajo 11,01%, uso de herramientas tecnológicas 10,09%, otorgamiento de financiamiento de una institución financiera 9,17%, mejorar la imagen de las empresas comerciales 8,26%, implementación de comercio online 5,50% y análisis de vigencia del actual modelo de negocios el 4,59%, destrezas que han permitido potenciar la economía, mejorar la productividad mediante la innovación y aprovechar las oportunidades para un crecimiento sostenido ya que están constituidos en un alto porcentaje por pequeñas y medianas empresas que para desarrollar sus actividades comerciales dependen del apoyo esencialmente del Gobierno y demás instituciones privadas. **Conclusión.** A más de dos años del inicio del COVID-19, las cifras del capital productivo siguen estando en un 20% por debajo de los niveles anteriores a la pandemia. Se necesita de verdaderas políticas gubernamentales para ayudar a las empresas a impulsar la inversión y el crecimiento.

Abstract

Introduction. To promote economic reactivation and mitigate the negative effects of the pandemic, it is essential to promote the sustainability of public finances and improve the delicate situation of insecurity that Ecuador is going through. **Purpose.** Obtain a perspective of post-COVID economic reactivation in the commercial sector of the country. **Methodology.** The design was based on the positivist research paradigm, with a non-experimental and cross-sectional field design, documentary support and a descriptive level. The sample used was addressed to 600 micro, small and medium-sized

entrepreneurs. **Results.** The financial and management strategies that the commercial sector has chosen for economic reactivation are given by the diversification of products 15.60%, 12.39% renegotiation of debt with creditors, 11.93% discounts for cash sales and prompt payment, 11.47% liquidity, teleworking 11.01%, use of technological tools 10.09%, granting of financing from a financial institution 9.17%, improving the image of commercial companies 8.26%, implementation of online commerce 5.50%; and, analysis of the validity of the current business model 4.59%, skills that have allowed to boost the economy, improve productivity through innovation, take advantage of opportunities for sustainable growth, since they are constituted, in a high percentage, by small and medium-sized companies that depend essentially on the support of the Government and other private institutions to develop commercial activities. **Conclusion.** More than two years after the start of COVID-19, productive capital figures are still 20% below pre-pandemic levels. Real government policies are needed to help companies drive investment and growth.

Introducción

La pandemia del Covid-19 comenzó en el año 2020 por lo cual las economías mundiales fueron afectadas ya que casi en su totalidad no contaban con planes de contingencia por si algún tema como estos llegara a suceder; por consiguiente, las empresas obtuvieron pérdidas. La economía del país en el año 2020 disminuyó a causa de la pandemia y la cuarentena.

El Ecuador se encontraba en el octavo lugar de disminución de la economía mundial y la escasez de trabajo y muchas empresas optaron por reducir empleados, algunas con liquidación y otras no. Muchas de las empresas manufactureras dependían de los insumos mayormente provenientes de China, ellos siendo el epicentro de la pandemia en un inicio ocasionó que en Ecuador aumentara su crisis causando así una pérdida aproximadamente de siete mil millones de dólares.

La presente investigación radica en la búsqueda constante de mejorar la dinámica económica con la finalidad de contar con medidas eficientes para reactivar la economía y así procurar la estabilidad de los sectores productivos y comerciales.

Según, Becerra et al. (2021a), las empresas de Comercio se dedican a la transferencia e intercambio de bienes y servicios entre personas o entre entidades económicas, son las encargadas de la distribución, el traslado, almacenaje y venta de los productos.

El crecimiento económico post COVID-19 fue una oportunidad para el progreso de los modelos de producción y comercialización más innovadores, ya que, por una parte, se encontraron apoyados en las plataformas digitales para afrontar cualquier desafío económico, poniendo en marcha los sistemas de teletrabajo que garantizaban la actividad laboral en los sectores productivos; y, y por otra, por las bondades que trae el comercio electrónico. Al respecto Becerra et al. (2021b), manifiesta que todavía es joven y se está formando el futuro que se ve brillante de las empresas que se deciden a conducir sus negocios en línea, que solo hay que mirar a las empresas como Amazon.com y eBay.com, como se han posesionado en el mercado online y las utilidades y servicios que éstas han generado. En esta fase de crecimiento se encuentra la oportunidad de identificar qué políticas de desarrollo se necesita para remediar fallas del mercado que atentan contra la continuidad o expansión de empresas que conlleven a la transformación productiva y la generación de empleo formal.

Por consiguiente, para hacer frente a la crisis económica se requiere poner atención al sector comercial que encamina al crecimiento económico, considerando aspectos de sostenibilidad económica, manejo eficiente de recursos, los costos de adquisición, control de la informalidad laboral, tasas de interés y servicios financieros.

La presente investigación forma parte del proyecto de investigación denominado **“La importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las MiPymes en el entorno de los negocios en la región 6” (2022)**, que fue abordado por docentes y estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca en base a la imperiosa necesidad de contribuir desde una perspectiva teórica académica con una línea de base que permita identificar los problemas desde el punto de vista contable, tributario y financiero que enfrentan las pequeñas y medianas empresas comerciales, considerando la información financiera como la columna vertebral de las finanzas en el mundo de los negocios (Becerra et al., 2022).

Metodología

En este apartado de la investigación corresponde examinar algunos aportes teóricos sobre el análisis financiero que se utilizó para llevar a cabo el estudio, el paradigma de la investigación fue positivista y el tipo de investigación está basada en un diseño de campo no experimental y transeccional o transversal con apoyo documental. Según Tamayo (2003), en la investigación de campo, los datos primarios que se recogen directamente de

la realidad permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas (p.65).

El nivel de investigación fue la descriptiva. Al respecto Arias (2016), señala que: “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.24), de allí que se corresponde con el nivel descriptivo en función de los objetivos planteados. La población de las microempresas está conformada por tres sectores escogidos considerando la base del catastro del SRI, del 2021; así, Azuay con 45.814, Cañar 10.497 y Morona Santiago con 11.300, dando un total de 67.611 microempresas de la Zona 6 del Austro. Las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías por el año 2021 alcanzan a 9.678 de las cuales en Azuay son de 8.843, Cañar 494 y Morona Santiago 341. La muestra es de 600 casos (n) y el error es del 4%. La validez del contenido fue realizada mediante el juicio de tres expertos con experiencia en el área del análisis financiero, contabilidad y metodología de la investigación.

Por su parte, fue importante analizar en primer lugar, la pertinencia del coeficiente de consistencia interna de Cronbach, la misma trata sobre el grado en que los ítems miden la homogeneidad. Para determinar la confiabilidad del cuestionario elaborado, se procedió aplicar una prueba piloto a 30 empresas, que no forman parte de la muestra, todos ellos con características similares a los sujetos de este estudio, administrando una escala, de 7 ítems, a una muestra de $n = 30$. De acuerdo con los resultados anteriores, se concluyó que la escala tiene una confiabilidad de consistencia suficientemente alta como para ser considerada fiable. En conclusión, la confiabilidad del instrumento fue de 0,9 -bien alta-; así mismo, fue sustancial la utilización de la herramienta estadística para el desarrollo de la investigación, recurriéndose a la estadística descriptiva, lo que permitió la recolección, organización, análisis y presentación de datos con el apoyo de tablas y figuras. Los resultados obtenidos de la aplicación de los cuestionarios en relación con los objetivos planteados del presente estudio se basaron en la estadística descriptiva del software libre SPSS, versión 28.

El análisis de los datos es una parte esencial de toda investigación, en tal sentido Hernández et a., (2016), sostienen que “el procedimiento que se sigue para analizar los datos consiste en: Una vez que los datos se han codificado, transferido a una matriz, guardado en un archivo y “limpiado” los errores, el investigador procede a analizarlos utilizando un programa computacional” (p.272). En tal virtud, se procedió a inspeccionar, limpiar y transformar datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones, y apoyo a la toma de decisiones.

Posterior a los procedimientos que condujeron a reunir datos con el propósito específico de estructurar el análisis correspondiente, se procedió a revisar la información obtenida mediante *Google forms*. Las respuestas a los cuestionarios se recopilan de forma

automática y ordenada en formularios, con figuras y datos de las respuestas en tiempo real, mismos que fueron procesados, analizados e interpretados, considerando el uso de la triangulación, validez, confiabilidad y contrastación de los instrumentos.

Fundamentación Teórica

En este apartado de la investigación corresponde examinar algunos aportes teóricos sobre el emprendimiento, se utilizó para llevar a cabo el estudio, indicando el paradigma de investigación positivista, tipo de investigación, diseño de campo no experimental y transeccional o transversal con apoyo documental. Tamayo (2003), establece que en la investigación de campo, los datos se recogen directamente de la realidad, razón por lo que se les denomina primarios, lo cual, según el precitado autor su valor radica en que permite cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas (p.65).

La edición 2020 del informe anual Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe elaborado por la -Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2021), señala que la facilitación del comercio es probablemente aquel en que existen menores divergencias entre países y mecanismos de integración dentro de la región. En efecto, existe un diagnóstico compartido sobre la importancia de la agilización de los procedimientos transfronterizos para la participación en cadenas de valor dentro y fuera de la región, así como para la internacionalización de las Mipymes. Asimismo, existe una comprensión cada vez mayor de que el impacto positivo de los avances en facilitación del comercio se multiplica cuando estos trascienden el ámbito nacional y se convierten en iniciativas de alcance regional.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2022), Ecuador incrementará sus ingresos tributarios y aduaneros para impulsar la competitividad económica y mejorar el clima para el comercio internacional obteniendo un crédito de US\$ 84 millones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Los fondos, que se desembolsarán a lo largo de cinco años, permitirán optimizar la eficacia operativa del Servicio de Rentas Internas y del Servicio Nacional de Aduana respecto al control impositivo y aduanero, facilitando las operaciones del comercio exterior. Del total de US\$ 84 millones, el BID aportará US\$ 49 millones y la Facilidad de Corea de Cofinanciamiento para el Desarrollo de Infraestructura para América Latina y el Caribe, administrada por el Banco, los otros US\$ 35 millones. El Gobierno de Ecuador participará con US\$ 4,53 millones adicionales en fondos de contraparte local. El financiamiento permitirá impulsar la transformación digital de los servicios tributarios y aduaneros, combatir la evasión fiscal, reforzar los controles de comercio exterior, agilizar el intercambio de bienes y servicios; y promover las inversiones.

Según Bueno (2006), las empresas ejercen un papel muy importante en el tejido económico de un país ya que ofrecen muchos puestos de empleo, realizan inversiones, desarrollan productos y servicios, generan beneficios, pagan tributos, entre otros, de ahí que en un mercado tan complejo y globalizado como el actual, existe una gran interdependencia empresarial, pues son pocas las compañías que realizan todo el proceso productivo que se inicia desde la obtención de la materia prima, pasando por la comercialización, hasta llegar al consumidor final.

La Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal (2021), tiene como objeto promover la sostenibilidad de las finanzas públicas, el reordenamiento del sistema tributario y fiscal ecuatoriano; y, la seguridad jurídica para la reactivación económica del Ecuador, tras haber afrontado la pandemia de COVID-19.

Según el art. 237, la antedicha ley promueve el comercio, la inversión, y el desarrollo económico, a través de buenas prácticas regulatorias, tendientes a reducir o eliminar regulaciones innecesarias, onerosas, repetitivas o contradictorias.

En el art. 1 del Código de Comercio (2019), rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles; y, los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Según el art. 7 del Código de Comercio (2019), se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico.

Es oportuno mencionar que la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario (2020), insta medidas de apoyo humanitario para enfrentar los efectos de la crisis sanitaria, promoviendo la reactivación económica y productiva.

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020), para dinamizar la economía y la generación de tributos, determina como ejes transversales de la política pública y económica al emprendimiento e innovación, promoviendo la exportación y la generación de nuevos emprendimientos.

Por otro lado, El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI, 2010), caracteriza a las Micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de comercio, servicios, productos o insumos para otras compañías de amplia cobertura del mercado local, regional, nacional e internacional; aportando significativamente al desarrollo productivo y económico del país.

Finalmente, el Plan Nacional de Creación de Oportunidades (2021-2025), en su objetivo 2, nos habla de impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional, de allí que la economía mundial es una fantástica red de cooperación humana, en la cual cada uno de nosotros nos especializamos en producir una o pocas cosas de manera abundante, esta red mundial de especialización y división del trabajo puede incrementar el nivel de bienestar de las personas, es así como nace el comercio internacional como una herramienta fundamental para el crecimiento económico de toda economía. Con esto se logra que los países estén más interconectados y se masifique la producción de bienes y servicios de aquellos en los que una economía posee una mayor ventaja.

En efecto, se prevé una realidad empresarial diferente y desafiante para las organizaciones dentro de las MiPymes, donde se requerirá gran capacidad de innovación y adaptación al cambio para estar en sintonía con los requerimientos de futuros mercados y también de las preferencias de los usuarios post - pandemia (Orellana, 2020).

Resultados

Los resultados, constituyen hallazgos derivados del presente estudio, en correspondencia con los objetivos planteados en la investigación, con el objeto de analizar la reactivación económica post Covid-19 en las empresas que tienen como actividad económica el comercio en una relación sinérgica entre las micro, pequeñas y medianas empresas y las estrategias financieras y de gestión adoptadas.

Tabla 1

Actividades principales de las empresas

Actividades principales de las empresas	Tamaño de las empresas										Total	
	Microempresa (1-9)		Pequeña (10-49)		Mediana A (50-99)		Mediana B (100-199)		Grande (De 200 en adelante)			
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Servicios en general	120	25,16%	33	44,00%	4	21,05%	2	14,29%	7	46,67%	166	27,67%
Comercio	178	37,32%	22	29,33%	7	36,84%	5	35,71%	6	40,00%	218	36,33%
Industria	30	6,29%	8	10,67%	2	10,53%	3	21,43%	2	13,33%	45	7,50%
Exportación	4	0,84%	1	1,33%	2	10,53%	1	7,14%	0	0,00%	8	1,33%
Construcción y actividades inmobiliarias	25	5,24%	4	5,33%	2	10,53%	1	7,14%	0	0,00%	32	5,33%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	60	12,58%	2	2,67%	2	10,53%	1	7,14%	0	0,00%	65	10,83%
Artesanal	60	12,58%	5	6,67%	0	0,00%	1	7,14%	0	0,00%	66	11,00%
Total	477	100,00%	75	100,00%	19	100,00%	14	100,00%	15	100,00%	600	100,00%

Nota: Tomado del proyecto de investigación la importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las Mipymes en el entorno de los negocios en la región 6. Becerra

Fuente: Becerra et al. (2022)

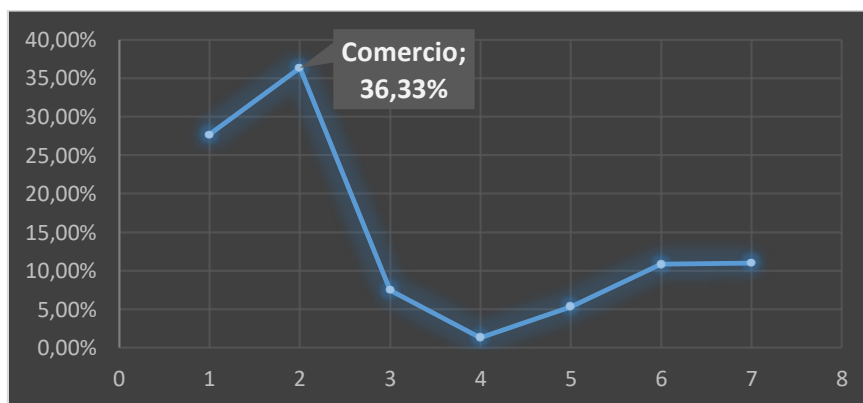
De acuerdo con el cuestionario aplicado a las actividades principales de las empresas en la Zona 6 se determinaron que el 36.33% corresponden a empresas de comercio que son las encargadas de la distribución, el traslado, almacenaje y venta de los productos, este dato que es importante demuestra que se deben enfocar esfuerzos para que el comercio este en constante innovación y conquistar nuevos retos tecnológicos. Por su parte con el 27.67% se dedican a actividades de servicios en general, esta se encarga de brindar servicios, entre los que se incluyen médicos, abogados, contadores, operaciones de mantenimiento, adecuaciones e instalaciones de todo tipo, logística, marketing, ventas; este tipo de empresas, luego del gran golpe a sus ingresos, por la pandemia están reactivándose. Se ha podido analizar que las actividades económicas del comercio, así como los servicios en general, son las de mayor importancia en la región 6 del Austro, sumando las dos actividades económicas representan el 64%, mismas que se encuentran empeñadas en la reactivación económica.

Así, mismo con el 11% se encuentran las actividades artesanales, el 10,83%, son actividades dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el 7,50% son organizaciones dedicadas a la Industria, el 5,33% corresponde a la construcción e inmobiliarios, finalmente el 1.33% se dedica a actividades de exportación, esto en global nos da el 36% que es un porcentaje considerable, estas empresas generan el pago de impuestos representativos para el estado y son pilar fundamental para la generación de fuentes de trabajo.

Las actividades principales de las empresas lo podemos representar en la figura 1, donde ocupan el primer tablero en preferencia el comercio con respecto al resto de actividades empresariales, que lo representamos de siguiente forma:

Figura 1

Actividad del comercio



Nota: Tomado del proyecto de investigación la importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las Mipymes en el entorno de los negocios en la región 6.

Fuente: Becerra et al. (2022)

Tabla 2
Principales actividades comerciales

Descripción	Valor	%
Otras actividades comerciales	14	6,42%
Comercio pastelería y panadería	15	6,88%
Comercio de electrodomésticos	20	9,17%
Librerías	21	9,63%
Ferreterías	25	11,47%
Comercio ropa, zapatos y accesorios	28	12,84%
Comercio de productos farmacéuticos	36	16,51%
Comercio de productos primera necesidad	59	27,06%
Total	218	100,00%

Nota: Tomado del proyecto de investigación la importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las Mipymes en el entorno de los negocios en la región 6.

Fuente: Becerra et al. (2022)

Del análisis de la tabla 2, tenemos que el comercio de productos de primera necesidad ocupa el primer lugar de preferencias con el 27,06%, es decir artículos orientados a satisfacer las carencias básicas del ser humano como el caso alimentación, luego tenemos el comercio de productos farmacéuticos con el 16,51%, éstos productos se fabrican en diferentes presentaciones, como comprimidos, cápsulas, líquidos, cremas y parches, especialmente utilizados para contrarrestar tanto la influenza (gripe) como el COVID-19 que son enfermedades respiratorias contagiosas y que son provocadas por virus diferentes, además de afecciones persistentes al COVID-19 que pueden tardar más en aparecer y pueden ser contagiosos por períodos más prolongados y que casi al cierre del 2022 siguen causando malestar en la salud de la población.

De igual manera el comercio de ropa, zapatos y accesorios representa el 12,84%, es decir comercios dedicadas a la comercialización de zapatos, botas, calzado deportivos, ropa de todo tipo para damas, caballeros, niños y demás accesorios. Por otra parte, el comercio de materiales de construcción y ferretería con el 11,47% que incluye el comercio al por mayor de productos de ferretería y afines, distribuidora de aceros y materiales de la construcción.

Por su parte, con el comercio de Librería con el 9,63%, es decir venta de todo tipo de cuadernos, libros, esferos, hojas, entre otros, tanto para oficina y profesionales, como para estudiantes de escuela, colegio y universidad.

Así mismo, el comercio de electrodomésticos con el 9,17%, que incluye el segmento de electrodomésticos, que agrupa lo que es línea blanca, como, refrigeradoras, cocinas, lavadoras, televisores, secadoras, licuadoras, entre otros y la línea café, es decir todos

aqueellos electrodomésticos relacionados con el vídeo y el audio de última tecnología, está integrada también por hornos empotrables, estufas, parrillas, refrigeradores, fábricas de hielo, lavavajillas, microondas y campanas.

De igual forma, Comercio pastelería y panadería con el 6,88%, son negocios que tienen a su cargo la producción y comercialización de panes, pasteles, tortas, postres y otros productos alimenticios. Por último, con el 6,42% tenemos otras actividades comerciales tales como juguetería, tiendas de cosméticos, perfumería, entre otros.

Tabla 3

Problemas de las empresas comerciales en la reactivación económica post Covid-19

Descripción	Valor	%
Escases de mercadería	7	3,21%
Ninguna dificultad	13	5,96%
Pérdida de cartera de clientes y ventas	14	6,42%
Rentabilidad del negocio	34	15,60%
Disminuyeron las ventas	41	18,81%
Inseguridad	51	23,39%
Problemas de liquidez (retraso de pagos)	58	26,61%
Total	218	100,00%

Nota: Tomado del proyecto de investigación la importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las Mipymes en el entorno de los negocios en la región 6.

Fuente: Becerra et al. (2022)

Con respecto a los problemas en la reactivación económica post Covid-19 de las empresas comerciales, tenemos con el 26,61%, problemas de liquidez, es decir retrasos en los pagos, de facturas, porque las empresas comerciales no tuvieron liquidez, debido a que las ventas bajaron y tuvieron algunas facturas a crédito que no pudieron cobrar, porque sus clientes desaparecieron.

En la actualidad la inseguridad representa el 23,39%; al respecto, solo entre agosto de 2021 y 2022 ha habido en Ecuador 146 atentados”, sostiene la experta en seguridad Carolina Andrade, quien agrega que Ecuador está superando récords de homicidios. En 2022 podemos cerrar con una tasa de homicidios de 25 por cada 100.000 habitantes, la tasa de homicidios, que es el principal indicador de la violencia en el país, casi se duplicó en la última década, además la extorsión a negocios se ha extendido a distintas ciudades ecuatorianas, como Quito, Guayaquil, Esmeraldas y ahora Cuenca, delincuencia causada por las bandas criminales. No obstante, les deben pagar a los delincuentes del área para que los dejen trabajar a los comerciantes, de lo contrario los asaltan o los matan, algunos negocios han reportado extorsiones con valores mensuales de entre USD 1.500 y USD 2.000.

De igual manera, con el 18,81% disminuyeron las ventas debido a una disminución de la demanda, ya sea por disminución del consumo medio de los clientes o por la pérdida de estos. Asimismo, tenemos con el 15,60% la rentabilidad del negocio que consiste en la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de la utilidad obtenida con respecto a la inversión realizada, mismo que durante la pandemia tubo una baja, pero paulatinamente se van recuperando debido a que se va reactivando la economía.

Así mismo, la pérdida de cartera de clientes y ventas con el 6,42%, es decir las ventas a crédito, han visto reflejadas en índices tales como cartera vencida, periodo de recuperación de cartera elevados e iliquidez, lo cual sumado a la pandemia que atravesó el Ecuador y el mundo, generó grandes pérdidas y despidos del personal operativo y de cobranzas.

Por otra parte, escasas de mercadería con el 3,21%, este problema alteró el ritmo del flujo del comercio internacional en la época pandémica, cuando aumenta el consumo en varios países a la misma vez, los puertos, las vías oceánicas, los trenes y aviones que transportan los productos no dan abasto, actualmente en épocas post Covid-19, esta normal la actividad comercial. El 5,96%, sostienen que no ha tenido mayor dificultad ya que los supermercados, farmacias, hospitales, clínicas, entre otras, se mantienen.

Tabla 4

Estrategias implementadas en la reactivación económica post Covid-19

Descripción	Valor	%
Análisis de la vigencia del actual modelo de negocios	10	4,59%
Implementación de comercio online	12	5,50%
Mejorar la Imagen de la Empresa	18	8,26%
Solicito financiamiento a una institución financiera	20	9,17%
Uso de herramientas tecnológicas	22	10,09%
Implementación de teletrabajo	24	11,01%
Aumento la liquidez	25	11,47%
Descuentos por venta al contado y pronto pago	26	11,93%
Renegociación de deuda con acreedores	27	12,39%
Diversificar los productos	34	15,60%
Total	218	100,00%

Nota: Tomado del proyecto de investigación la importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las Mipymes en el entorno de los negocios en la región 6.

Fuente: Becerra et al. (2022)

Dentro de diversificar los productos está el 15,60%, al respecto, si anteriormente se fabricaba un producto, hoy ese mismo producto se fabricará en diferentes maneras, en diferentes presentaciones, con diferente sabor, precios, por la imaginación y la creatividad esto ha permitido mantener los negocios. Con el 12,39%, tenemos la renegociación de deuda con acreedores, esto implicó que sí se pagarán todos los valores adeudados tanto de intereses como de capital. De ninguna manera es un perdón de los valores, ni mucho menos la irresponsabilidad del pasado de declararla ilegítima para simplemente no pagarla. Es la forma responsable de cumplir con los acreedores mediante un convenio de pagos, inclusive considerando tiempos y valores, tomando en cuenta su capacidad de pago.

Del mismo modo, con el 11,93% tenemos los descuentos por venta al contado y pronto pago. En las operaciones comerciales es frecuente que se pacten descuentos en el momento de la venta al contado o pronto pago, como una disminución del precio de un bien, por tales razones es una herramienta utilizada como una estrategia comercial.

De igual forma, está la estrategia del aumento la liquidez, con el 11,47%, se refiere a la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero en efectivo de manera inmediata sin que pierdan su valor. Cabe mencionarse que mientras más fácil es convertir un activo, es decir las mercaderías disponibles para la venta, en dinero, significa que hay mayor liquidez.

De acuerdo con Implementación de teletrabajo el 11,01%, las empresas comerciales establecieron un horario parecido al que empleamos en la oficina para estar pendientes de los pedidos, las entregas, y predisponer la mente para trabajar. Igualmente, con el 10,09% el uso de herramientas tecnológicas, son necesarias para la ejecución de ciertas actividades en el trabajo o en el hogar. Estos programas y aplicaciones pueden ser utilizados por muchas personas y se caracterizan por ser de fácil uso y ofrecer intercambio de información y conocimientos.

Por otro lado, con el 9,17% solicitó financiamiento a una institución financiera, al respecto los encuestados sostienen que han optado por préstamos del sector financiero para atender el pago de compromisos con sus proveedores antes y después de la pandemia, es importante indicar que los préstamos especialmente los créditos de las oportunidades del 1% promovidos por el gobierno nacional para el sector comercial no está cubriendo las expectativas de los comerciantes, por cuanto los recursos son limitados.

Igualmente, mejorar la imagen de la empresa, con el 8,26%, esto implica que los negocios comerciales ofrecen productos de calidad, trabajan con excelencia, minimizando errores y engaños, además atienden al cliente como él espera, por consiguiente, poner atención en la comunicación con el cliente.

Implementación de comercio online con el 5,50%. Según Becerra & Calle (2020), la información recogida, da cuenta que el comercio electrónico elimina la necesidad de una tienda física, por tanto, la empresa puede ahorrar dinero en arrendamiento, mantenimiento, servicios públicos y contratación de personal. Además, dado que no hay límite para la cantidad de artículos que se pueden vender en línea, las existencias de una tienda virtual pueden expandirse de manera exponencial en un modelo de comercio electrónico, y puede permanecer abierta las 24 horas para que los consumidores puedan comprar sus productos a la hora que deseen; respecto al tema de los hábitos, el cambio más claro es que han aumentado individuos que han tomado la decisión de preferir las compras online de productos o servicios vía comercio electrónico, para evitar salir a la calle y exponerse a la pandemia.

En relación con el análisis de la vigencia del actual modelo de negocios el 4,59%, el modelo de negocio es un documento de importancia empresarial puesto que permite planificar qué es lo que va a pasar con el negocio, es decir conocer con claridad el tipo de negocio que está en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos.

Discusión

Los resultados de la investigación concuerdan con el estudio de Becerra et al. (2021b), quien sostiene que las empresas dentro del tejido nacional empresarial aportan de manera significativa al desarrollo productivo y económico del país. De sus beneficios líquidos, retribuyen con el pago de tributos al erario nacional.

Bueno (2006), las estrategias son planes de acción general diseñados para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosa, por tanto es conveniente buscar el mayor número de alternativas para lograr cada objetivo y evaluar cada una de ellas, analizando sus ventajas y desventajas, por tanto las estrategias constituyen una gran ayuda para alcanzar los objetivos ya que sirven de guía y fomentan la creatividad en la solución de problemas; por consiguiente, para que las estrategias sean eficientes, deben ser consistentes y claras.

Del mismo modo Salazar (2017), sostiene que en el siglo XXI las principales fuentes de empleo y el sustento del desarrollo económico del Cantón Cuenca ha sido el sector comercial, sin embargo, las consecuencias que dejó la emergencia sanitaria mundial son numerosas y ha influido para que se convierta en un sector poco rentable y se haya detenido su crecimiento.

De acuerdo con el Plan Nacional de Creación de Oportunidades (2021-2025), el objetivo 1 del eje económico se refiere a incrementar y fomentar de manera inclusiva las oportunidades de empleo y las condiciones laborales, en correspondencia con una mejor

política social, es por ello que el papel del gobierno se limita a la creación de las condiciones adecuadas para que el sector privado sea el responsable de la creación de empleos, para ello es esencial la existencia de una economía de libre mercado.

Según Ortiz (2020), el impacto generado, por la presencia del Covid-19 en los países miembros de la CAN, ha significado una reducción en la prospectiva de crecimiento del PBI, un aumento en el desempleo y un incremento de la vulnerabilidad de las poblaciones en pobreza y pobreza extrema. Por ello, los gobiernos han implementado medidas para amortiguar los efectos socioeconómicos de la pandemia y reactivar sus economías.

Conclusiones

- El impacto generado por la presencia del Covid-19 en el Ecuador ha significado una reducción en la prospectiva del crecimiento del PBI, un aumento en el desempleo y un incremento de la vulnerabilidad de las poblaciones en pobreza y pobreza extrema. Es evidente los efectos socioeconómicos de la pandemia y por eso hay que continuar reactivando la economía.
- La crisis del coronavirus ha ocasionado modificaciones claves en las empresas comerciales que no estaban preparadas, algunas de ellas incluso han optado por el teletrabajo para mantener en pie sus negocios. No obstante, el COVID también ha dado paso a nuevas oportunidades de negocios comerciales y de emprendimiento.
- La inseguridad impacta en la confianza, en el desarrollo, la inversión y en el consumo de los negocios. Esta situación muestra cómo la inestabilidad es una de las principales preocupaciones que tienen los empresarios de los negocios comerciales y que incide en sus planes de expansión.
- El aporte de las actividades comerciales de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) al desarrollo del país es muy representativo, tanto en la generación de empleo como en el pago de sus obligaciones con el Estado, constituyendo por tanto el nervio motor de la economía del país.
- La mayor parte de las empresas encuestadas ha estado monitoreando la actividad comercial, midiendo las métricas de resultados tales como facturación de ventas, renegociación de obligaciones pendientes de cobro y pago, diversificación de productos, descuentos por ventas al contado, aumento de liquidez, uso de herramientas tecnológicas, recurrir a un préstamo bancario, entre los más importantes.
- Las empresas comerciales siempre estarán mejorando sus procesos de gestión mediante la capacitación y formación de la fuerza de ventas, especialmente en el uso de plataformas de trabajos online. Es cada vez más importante mejorar las técnicas de ventas, escucha activa, empatía y negociación en los negocios.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

Referencias bibliográficas

- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. (7ª Edición), Caracas - Venezuela. Editorial El pasillo, C.A.
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2022). Ecuador fortalecerá su gestión tributaria y aduanera con apoyo del BID. <https://www.iadb.org/es/noticias/ecuador-fortalecera-su-gestion-tributaria-y-aduanera-con-apoyo-del-bid>.
- Becerra, E. & Calle, O. (2020). El comercio electrónico en la región del Austro, como dinámica de la productividad. *Conciencia Digital*, 3(4), 6–25. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/1422>
- Becerra, E., Jaramillo, Y., & Astudillo, P. (2021a). La importancia de la información contable ante la incertidumbre del Covid-19, en las Mipymes en el entorno de los negocios en la región 6. *Visionario Digital*, 5(3), 111–132. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i3.1779>
- Becerra, E., Jaramillo, Y., & Flores, M. (2021b). El comercio electrónico en tiempos de COVID-19, en el entorno de los negocios de la región 6. *Visionario Digital*, 5(4), 94–113. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/issue/view/127>
- Becerra, E., Jaramillo, Y., Astudillo, P., Cuadrado, G., & Flores, M. (2022). *La importancia de la información contable y financiera ante la incertidumbre del COVID-19 en las MiPymes en el entorno de los negocios en la región 6*. Proyecto de Investigación. Universidad Católica de Cuenca. Archivo digital. Desktop/INFORME%20CIERRE%20DE%20PROTECTO%20INVESTIGACION%2010-01-2023/PROYECTO%20INVESTIGACION%20-%.pdf
- Bueno, E. (2006). *Los elementos de las políticas comerciales de las diversas empresas*. 1ª Edición), España. Ideaspropias Editorial.
- Código de Comercio (2019). Esta Ley fue publicada en el Suplemento del Registro Oficial N°497, del 29 de mayo del 2019. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.pudeleco.com/files/SRO497_20190529.pdf

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión [COPCI]. (2010), Publicada en el Suplemento del Registro Oficial N°351, del 29 de diciembre del 2010. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2021). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46613/S2000805_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2016). *Metodología de la Investigación*. (6ta. Edición). México: Mc Graw Hill Educación.

Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal (2021). Publicada en el Suplemento del Registro Oficial N°587, del 29 de noviembre del 2021. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/Ley-Organica-para-el-Desarrollo-Economico-y-Sostenibilidad-Fiscal-tras-la-Pandemia-Covid-19.pdf

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020), publicada en el Suplemento del Registro Oficial N°151, del 28 de febrero del 2020. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Ley Orgánica de Apoyo Humanitario. (2020). Asamblea Nacional. Gaceta oficial N° 229 del 22 de junio del 2020. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.emov.gob.ec/sites/default/files/transparencia_2020/a2_41.pdf

Orellana, D. (2020). Impacto económico y social de la pandemia COVID-19 sobre el sector de la construcción en la ciudad de Cuenca en el año 2020. Universidad Politécnica Salesiana,30(502),1–38.<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20657/1/UPS-CT009217.pdf>

Ortiz, E. (2020). Reactivación económica post Covid-19 y la mitigación del Cambio Climático en los países de la CAN. Elaborado por La Comunidad Andina (CAN)

<https://www.kas.de/documents/273477/8706787/Reactivaci%C3%B3n+econ%C3%93>

Plan Nacional de Creación de Oportunidades. (2021-2025). Publicada en el Suplemento del Registro Oficial N°544, del 23 de septiembre del 2021. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf

Salazar, G. (2017). *Factores determinantes del desempeño financiero en el sector manufacturero en la República del Ecuador*. Universidad de Cartagena, 25(2), 243–254.

<https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/2076/1698>

Tamayo, M. (2003). *El Proceso de Investigación Científica* (4ª edición). México. Editorial Limusa.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Visionario Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Visionario Digital**.



Indexaciones

