



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

**“DIAGNÓSTICO DEL IMPACTO ECONÓMICO EN LOS COMERCIOS DEL
MERCADO CENTRAL DE MONTECRISTI POR COVID-19.”.**

Autor: Franco Mero Juan José

Tutor: Abg. Carlos Cárdenas

PERIODO ACADÉMICO ORDINARIO 2022 (1)

Manta-Ecuador

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD

Manta, 03 de agosto del 2022

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación del estudiante Franco Mero Juan José, en la modalidad de Proyecto de Investigación, su análisis presenta el 9% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:



Document Information


Analyzed document	Proyecto de investigacion Diagnóstico del impacto económico en los comercios del m ercado central de Montecristi por covid-19..docx (D142621885)
Submitted	8/3/2022 6:48:00 AM
Submitted by	
Submitter email	e1351017825@live.ulead.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	carlos.cardenas.ulead@analysis.orkund.com

Lo certifico,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Carlos Cárdenas Medina", written over a horizontal line.

Abg. Carlos Cárdenas Medina

Docente Tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página iii de 75

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

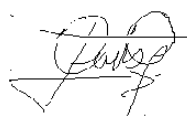
Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante Franco Mero Juan José, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2021-2022, cumpliendo el total de 200 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “Diagnóstico del impacto económico en los comercios del Mercado Central de Montecristi por COVID-19”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 30 de Julio de 2022.

Lo certifico,



Abg. Carlos Cárdenas Medina
Docente Tutor(a)
Área: Administración

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado para dar la aprobación al trabajo final de titulación: “Diagnóstico del impacto económico en los comercios del mercado central de Montecristi por covid-19.” en modalidad Proyecto de Investigación, elaborado por el egresado Franco Mero Juan José, mismo que cumple con lo estipulado por los Reglamentos y disposiciones que fueron determinados por la Facultad de Ciencias Administrativas en la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”

Ing. Ricardo Quijije Anchundia

Presidente del Tribunal de Sustentación

Ing. Karla Marcillo Pin, Mg.

Miembro del Tribunal de Sustentación

Ing. Ana Palma Avellan

Miembro del Tribunal de Sustentación

DEDICATORIA

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por la fuerza que me dio día a día para alcanzar mis objetivos.

A mis padres Lorenzo Franco Anchundia y Gloria Mero Tigua que son la parte más importante en mi vida, los cuales me motivan a seguir adelante, también quiero agradecer a mi Hermanos Anthony, Carlos, Amy, mis amigos y compañeros de estudio, gracias por su apoyo fundamental en este ciclo estudiantil.

Por último y no menos importante quiero agradecer a mis docentes universitarios que compartieron sus conocimientos, con los cuales se formó una bonita amistad basada en el respeto.

Juan Franco Mero

RECONOCIMIENTO

Se les agradece primordialmente a todas las autoridades de la Facultad Ciencias Administrativas por todas sus gestiones para una formación de enseñanza-aprendizaje vital, al Abg. Carlos Cárdenas como tutor de desarrollo de tesis en la modalidad proyecto de investigación por la guía y cada uno de sus consejos de apoyo en el desarrollo del proyecto.

A mi familia y a las personas que estuvieron conmigo a lo largo de todo mi camino de formación profesional.

Juan Franco Mero

RESUMEN

Debido a la pandemia mundial del Covid19, el comercio se ha vuelto clave dentro del desarrollo económico de productos de primera necesidad a los moradores de la ciudad de Montecristi, razón por la cual se procedió a conocer como este comercio ayuda a la generación de ingresos. El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo, determinar de qué manera la pandemia del COVID-19 tuvo Impacto económicamente en los Comercios del Mercado Central del Cantón de Montecristi, se partió de dos variables objeto de estudio lo que permitió potenciar el conocimiento teórico y práctico en base a la relevancia bibliográfica relacionada con las temáticas COVID-19 en la Economía de los Comercios, La metodología que se utilizó fue una investigación documental y de campo, acompañado por los métodos inductivos, de análisis y de síntesis, las técnicas de la observación y la encuesta. La población estuvo compuesta por 72 comerciantes, de los cuales se encuestaron a 68 ya que los 4 restantes no se los pudo encuestar debido a que algunos no abren sus negocios por miedo, otros fallecieron producto de la pandemia, además de las pérdidas económicas y deudas producidas por la reducción de las ventas, Así mismo se pudo conocer que la pandemia COVID-19 tuvo un impacto negativo, porque cada vez se agudiza más esta problemática que afecta directamente a los comercios que están dedicados exclusivamente a la venta de sus productos para generar ingresos y cubrir las necesidades básicas de sus familias.

Palabras clave: Pandemia, Comercios, Ventas, Ingresos, Economía, Precios.

SUMMARY

Due to the global Covid19 pandemic, trade has become key in the economic development of essential products for the residents of the city of Montecristi, which is why it was learned how this trade helps generate income. The objective of this degree work was to determine how the COVID-19 pandemic had an economic impact on the shops of the Central Market of the Canton of Montecristi, it was based on two variables under study, which allowed enhancing theoretical and practical knowledge Based on the bibliographical relevance related to the COVID-19 themes in the Economy of Commerce, the methodology used was a documentary and field investigation, accompanied by inductive, analytical and synthetic methods, observation techniques and the survey. The population was made up of 72 merchants, of whom 68 were surveyed since the remaining 4 could not be surveyed because some do not open their businesses out of fear, others died as a result of the pandemic, in addition to economic losses and debts produced by the reduction in sales. Likewise, it was learned that the COVID-19 pandemic had a negative impact, because this problem that directly affects businesses that are dedicated exclusively to the sale of their products to generate income and meet the basic needs of their families.

Keywords: Pandemic, Shops, Sales, Income, Economy, Prices

INTRODUCCION

La Pandemia, COVID-19 en el Mundo y Ecuador es un virus clasificado como uno de los más fuertes de la historia del país y del mundo, dado que ha causado pérdidas humanas y Económicas.

En este contexto los mercados se desploman principalmente, el Comercio Minorista, el Turismo y Aerolíneas. En Ecuador el golpe de las medidas tomadas para hacer frente la Emergencia Sanitaria también ha impactado a los comerciantes que trabajan por cuenta propia ya sea en ferias libres, plazas, mercados y transporte público.

Mientras que en Manabí los daños colaterales del COVID-19 también han afectado a los mercados, ya que las medidas adoptadas en el País no les permitía abrir sus pequeños negocios los que les ocasiono pérdidas económicas durante los primeros meses de la Emergencia Sanitaria.

En la Provincia de Manabí, entre los cuales se encuentra el Cantón Montecristi se ha observado afectaciones en su Economía principalmente en su zona centro que conforma el corazón comercial del cantón, lo que permitió desarrollar el presente proyecto de investigación, denominado Diagnóstico del impacto económico en los comercios del mercado central de Montecristi por covid-19. El cual a través de los resultados obtenidos se podrá conocer los problemas que presentan los Comercios del Mercado Central de Montecristi. Debido a que en el mercado central están surgiendo una serie de problemas ocasionados por la Emergencia Sanitaria, Covid-19, por lo tanto, interesa conocer cuál es el Impacto Económico en los Comercios del Mercado Central provocado por la emergencia sanitaria Covid-19.

El objetivo del estudio es determinar de qué manera la pandemia COVID-19 Impacto económicamente a los Comercios del Mercado Central del Cantón de Montecristi.

Como tareas científicas para alcanzar el objetivo general se plantea las siguiente:

Establecer cómo han sido las pérdidas materiales de los Comerciantes Minoristas del Mercado Central ocasionadas por COVID-19, además de Especificar cuál es el valor de pérdidas materiales de los Comercios del Mercado Central de Montecristi ocasionadas por el Covid-1 y Analizar cuántas Familias del Mercado Central de Montecristi fueron perjudicadas por la Emergencia Sanitario.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRABAJO	iv
DEDICATORIA.....	v
RECONOCIMIENTO	vi
RESUMEN.....	1
SUMMARY	2
INTRODUCCION	3
ÍNDICE DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
1. Tema de la investigación	10
2. Diseño teórico	11
2.1 Problema:.....	11
2.2 Planteamiento del problema:	11
2.3 Formulación del problema	12
2.3.1 Problema general:.....	12
2.3.2. Problemas específicos:.....	12
2.4 Formulación del objeto de la investigación.....	12
2.5 Formulación de los objetivos de la investigación	12
2.5.1. Objetivo general	12
2.5.2. Objetivos específicos	13
2.6. Delimitaciones.....	13
2.6.1. Delimitación Espacial.....	13
2.6.2. Delimitación Temporal.....	13
2.6.3. Delimitación Conceptual.....	13
2.7. Formulación de la Hipótesis.....	13
2.7.1. Hipótesis General	13
2.7.2. Hipótesis específicas.....	13

2.8.	Determinación de las variables	14
2.8.1.	Variable independiente.....	14
2.8.2.	Variable Dependiente.	14
2.9.	Matriz de consistencia.....	15
2.10.	Justificación de la investigación	16
3.	Marco teórico	17
3.1.	Antecedentes de la investigación.....	17
3.2.	Bases teóricas	23
3.2.1.	El comercio.....	23
3.2.2.	Comercio informal.	23
3.2.3.	El Covid-19 y el comercio informal.	23
3.2.4.	Pandemia.....	24
3.2.5.	Impacto de la COVID-19 en la economía mundial	25
3.2.6.	Factores que inciden en el impacto socioeconómico	25
3.2.7.	Consecuencias económicas de la pandemia en Ecuador.....	26
3.2.8.	Desarrollo económico en el área comercial de Montecristi	27
3.2.9.	Tipos de comercio.....	27
3.2.10.	Comercio mayorista	27
3.2.11.	Comercio Minorista.....	28
3.2.12.	Interno	28
3.2.13.	Exterior.....	28
3.2.14.	Terrestre.....	28
3.2.15.	Desafíos e incidencias en los ingresos familiares.....	28
3.2.16.	Suspensión total o parcial de las actividades.....	29
3.3.	Glosario de términos	29
4.	Metodología	31
4.1.	Tipo y diseño de investigación.....	31
4.2.	Población de estudio.....	31
4.3.	Tamaño de muestra.....	31
4.4.	Técnicas de recolección de datos.....	31

5. Marco Administrativo	32
5.1. Recursos	32
5.1.1. Institucionales	32
5.1.2. Humanos	32
5.1.3. Materiales	32
5.1.4. Económico	33
6. Análisis e interpretación de resultados	34
7. Diseño de la propuesta	53
7.1. Tema	53
7.2. Introducción	53
7.3. Justificación	54
7.4. Objetivos	54
7.4.1. Objetivo general	54
7.4.2. Objetivos específicos	54
7.5. Alcance de la propuesta	55
7.6. Diseño de la propuesta	55
7.7. Desarrollo de la propuesta	58
7.8. Presupuesto del plan de propuesta	60
8. Conclusiones	61
9. Recomendaciones	62
10. Referencias Bibliográficas	63
11. Anexos	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de consistencia	15
Tabla 2: Presupuesto de la investigación.....	33
Tabla 3: Tabla de Genero de los comerciantes	34
Tabla 4: Tabla de rango de edades de comerciantes.....	36
Tabla 5: Comerciante antes de la pandemia	37
Tabla 6: Tabla de Continuidad de los comerciantes	38
Tabla 7: Tabla tipo de comercio	40
Tabla 8: Tabla del tiempo que cerro su negocio.....	41
Tabla 9: Tabla de familias que se beneficiaban	43
Tabla 10: Tabla de personas se benefician	44
Tabla 11: Tabla de familias perjudicadas por COVID-19.....	45
Tabla 12: Tabla de afectación de las familias por COVID-19	46
Tabla 13: Afectación de los negocios por COVID-19.....	47
Tabla 14: Valor de las pérdidas materiales.....	49
Tabla 15: Nivel ingresos mensuales antes del COVID-19	50
Tabla 16: Nivel de ingresos mensuales durante el año 2020.....	51
Tabla 17: Desarrollo de la propuesta	59
Tabla 18: Presupuesto de la propuesta.....	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Genero de los comerciantes	35
Ilustración 2: Rango de edades de comerciantes.....	36
Ilustración 3: Comerciante antes de la pandemia.....	37
Ilustración 4: Continuidad de los comerciantes	39
Ilustración 5: Tipo de comercio	40
Ilustración 6: Tiempo que cerro su negocio	42
Ilustración 7: Cuántas personas se benefician.....	43
Ilustración 8: Cuántas personas se benefician.....	44
Ilustración 9: Familias perjudicadas por COVID-19	45
Ilustración 10: Afectación de las familias por COVID-19.....	46
Ilustración 11: Afectación de los negocios por COVID-19	48
Ilustración 12: Valor de las pérdidas materiales	49
Ilustración 13: Nivel ingresos mensuales antes del COVID-19.....	50
Ilustración 14: Nivel de ingresos mensuales durante el año 2020	51

1. Tema de la investigación

Diagnóstico del impacto económico en los comercios del mercado central de Montecristi por covid-19.

2. Diseño teórico

2.1 Problema:

Bajo nivel de ventas de los comercios del mercado central de la ciudad de Montecristi.

2.2 Planteamiento del problema:

“La propagación del COVID-19 en el mundo ha interrumpido gran parte de las actividades productivas, primero en Asia y posteriormente en Europa, América del Norte y el resto del mundo, como la consecuente reducción de la demanda de bienes y servicios cayendo un 17,7% el comercio mundial de bienes con respecto al mismo mes de 2019. Así mismo se produjo, la mayor contracción de la economía ecuatoriana en su historia, con una caída del PIB de entre un 7.3% y un 9.6%, según las estimaciones el Banco Central de Ecuador, o una contracción del 10.9% según el FMI” (Banco Central de Ecuador , 2020).

En estas circunstancias La emergencia sanitaria también ha generado en las provincias de Ecuador una crisis económica, observando que en el cantón Montecristi un fuerte malestar en los comerciantes del mercado central, que dificulta para ejecutar los actos mercantiles de bienes y servicios, además se ha dado lugar al despido de trabajadores precisamente porque los negocios permanecen cerrados y no han generado ingresos, causando un gran impacto económico de sus dueños y familiares.

De esta manera la Emergencia Sanitaria del COVID-19 incide económicamente en los comerciantes del mercado central del Cantón de Montecristi, causando el malestar de los comerciantes, por la baja demanda de sus productos debido al desempleo que está viviendo el país, aunque los precios se mantienen en el mercado minorista del Cantón Montecristi” además

existe el temor que al momento de ingresar al mercado central no se han implementado las medidas de bioseguridad necesaria, lo que hace que las personas no compren el producto.

En consecuencia, existiendo un problema, se ha considerado realizar un diagnóstico del impacto de los efectos económicos que ha producido el COVID-19 en los comerciantes del mercado central de Montecristi

2.3 Formulación del problema

2.3.1 Problema general:

- ¿Cuál es el impacto económico que está provocando el covid-19 en los comercios del Mercado central de Montecristi?

2.3.2. Problemas específicos:

1. ¿Cuántos son los Comercios afectados del Mercado Central de Montecristi por el Covid-19?
2. ¿Cuál es el valor de pérdidas materiales de los Comercios del Mercado Central de Montecristi ocasionadas por el Covid-19?
3. ¿Cuántas Familias del Mercado Central de Montecristi fueron perjudicadas por la Emergencia Sanitaria?

2.4 Formulación del objeto de la investigación

Este proyecto tiene como objeto de estudio diagnosticar el impacto económico que genero el COVID-19 en los comercios del mercado central de Montecristi

2.5 Formulación de los objetivos de la investigación

2.5.1. Objetivo general

Identificar de qué manera la pandemia del COVID-19 Impacta económicamente a los comercios del mercado central del cantón de Montecristi.

2.5.2. Objetivos específicos

Establecer cuántos son los Comercios afectados del Mercado Central de Montecristi por el Covid-19.

Especificar cuál es el valor de pérdidas materiales de los Comercios del Mercado Central de Montecristi ocasionadas por el Covid-19.

Analizar cuántas Familias del Mercado Central de Montecristi fueron perjudicadas por la pandemia COVID-19.

2.6. Delimitaciones

2.6.1. Delimitación Espacial.

Lugar: Mercado Central del Cantón Montecristi.

2.6.2. Delimitación Temporal.

Diciembre del 2019 a Diciembre del 2020

2.6.3. Delimitación Conceptual.

Diagnóstico del impacto económico en los comercios del mercado central de Montecristi por la pandemia COVID-19.

2.7. Formulación de la Hipótesis

2.7.1. Hipótesis General

El diagnóstico de la pandemia Covid-19 verifica el impacto económicamente en los comercios del mercado central del cantón Montecristi.

2.7.2. Hipótesis específicas

La especificación del cuál es el tipo de comercio más afectado del mercado central permitirá a los nuevos comerciantes innovar y realizar otros tipos de actos mercantiles.

El Covid-19 ocasiono pérdidas materiales de los comercios del mercado central de Montecristi muy altas.

El impacto que genera el Covid-19 en los ingresos familiares de los comerciantes del mercado central nos dará una visión más clara de cuáles son las familias más perjudicadas.

2.8. Determinación de las variables

En el presente proyecto de investigación se encontraron las siguientes variables

2.8.1. Variable independiente.

Como Variable dependiente tenemos al Covid-19.

2.8.2. Variable Dependiente.

Como Variable independiente tenemos a los dueños de los comercios(comerciantes).

2.9. Matriz de consistencia

Tabla 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis General	Variable independiente.	Método
*¿Cuál es el impacto económico que está provocando el covid-19 en los comercios del mercado central de Montecristi?	*Identificar de qué manera la pandemia del COVID-19 Impacta económicamente a los comercios del mercado central del cantón de Montecristi.	*El diagnóstico de la pandemia Covid-19 verifica el impacto económicamente en los comercios del mercado central del cantón Montecristi.	*Como Variable independiente tenemos a los dueños de los comercios(comerciantes).	*Documental, *De Campo.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable dependiente.	Población y Muestra
*¿Cuántos son los Comercios afectados del Mercado Central de Montecristi por el Covid-19?	*Establecer cuántos son los Comercios afectados del Mercado Central de Montecristi por el Covid-19.	*La especificación del cuál es el tipo de comercio más afectado del mercado central permitirá a los nuevos comerciantes innovar y realizar otros tipos de actos mercantiles.	*Como Variable dependiente tenemos al Covid-19	*Para la recopilación de información está conformado por 68 comerciantes que tienen sus comercios dentro del mercado de Montecristi de los cuales se encuesta a todos.
*¿Cuál es el valor de pérdidas materiales de los Comercios del Mercado Central de Montecristi ocasionadas por el Covid-19?	*Especificar cuál es el valor de pérdidas materiales de los Comercios del Mercado Central de Montecristi ocasionadas por el Covid-19.	*El Covid-19 ocasiono pérdidas materiales de los comercios del mercado central de Montecristi muy altas.		
*¿Cuántas Familias del Mercado Central de Montecristi fueron perjudicadas por la Emergencia Sanitaria?	*Analizar cuántas Familias del Mercado Central de Montecristi fueron perjudicadas por la pandemia COVID-19.	* El impacto que genera el Covid-19 en los ingresos familiares de los comerciantes del mercado central nos dará una visión más clara de cuáles son las familias más perjudicadas.		

2.10. Justificación de la investigación

En los actuales momentos una de las principales actividades Económicas que se lleva a cabo en el Cantón Montecristi es el Comercio de los diversos productos alimenticios que se encuentran ubicados en el mercado central, pero que después de sufrir los daños colaterales por el COVID-19 han sido afectados en forma económica todos los comerciantes que laboran en este espacio físico, en pocas palabras el presente trabajo de investigación será de vital ayuda con la intención de informar a todas aquellas personas que quieran conocer los diferentes problemas Económicos que existen en esta área comercial.

El proyecto investigativo se sustenta desde el ámbito metodológico, porque mediante la utilización del estudio descriptivo nos permitirá describir la percepción y expectativas de los Comercios del mercado central del Cantón Montecristi. El cual está basado en técnicas y métodos relacionados en la recolección de datos e información, la cual se centra en darle una gran importancia a los diferentes criterios que se le da a la información recopilada a través de fuentes primarias y secundarias, el cual permitió obtener resultados confiables y que sean de gran ayuda para las personas que desean conocer la incidencia económica del COVID-19 en los comercios del Mercado Central de Montecristi.

La Presente Investigación es de suma importancia para el autor, puesto que de alguna manera permite poner en práctica todos los conocimientos aprendido durante el proceso de formación académica que se llevó a cabo en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por otro lado esta investigación beneficiara a los Comerciantes del mercado central de Montecristi pues así tendrán información relevante de su realidad por consecuencia de la pandemia COVID-

19 con el fin de que la información recolectada le sirva para la toma de decisiones estratégicas las cuales le permita garantizar la sostenibilidad de sus negocios antes futuras externalidades, y de manera indirecta los resultados de la investigación servirán como línea base para las instituciones públicas y privadas que fomenten el desarrollo sostenible de los territorios que se les presente.

3. Marco teórico

3.1. Antecedentes de la investigación.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó la información de autores que han realizados trabajos similares por lo cual se cita a los siguientes autores:

Según el autor Guillot (2020), “de la Facultad de Medicina, Calixto García. La Habana, Cuba” nos dice que: en la historia de la humanidad las grandes pandemias han representado terribles azotes para la raza humana y el desarrollo de la sociedad. Desde hace mucho tiempo en la antigüedad fueron conocidas como peste y hasta épocas posteriores, producidas por diferentes infecciones de causa bacteriana, con expansión por continentes y múltiples países. Su aparición provocaba estelas de desolación a través de los siglos y hasta nuestros días, con la actual pandemia producida por el virus de la influenza SARS-CoV-2, coronavirus causante de la pandemia nombrada por la Organización Mundial de la Salud como COVID-19. El término pandemia significa epidemia que se extiende a muchos países y ataca a muchos individuos en una región, mientras epidemia se refiere a la enfermedad que azota un gran número de personas o animales en un mismo lugar en un período determinado.

De acuerdo a los autores Ernst & Lopez (2020) en su trabajo investigativo sobre “El COVID-19 y el mundo del trabajo en Argentina: impacto y respuestas de política” mencionan en sus reflexiones finales lo siguiente:

“Todas las dimensiones del futuro inmediato estarán afectadas por la pandemia global del COVID-19, cuyo impacto se extiende más allá de los aspectos sanitarios. Los ámbitos económicos, social y de desarrollo se verán impactados en el corto plazo. De hecho, la OIT estimó que podrán perderse 25 millones de empleos en todo el mundo, con recortes de ingresos que alcanzarían los USD 3,4 billones. Unas cifras que, dependiendo de cómo evolucione la pandemia, podrían incluso ser superadas.” (Ernst & Lopez , 2020, pág. 29).

“Por el lado del consumo o la demanda de bienes y servicios, la enorme pobreza y la desigualdad que prevalece en países como el nuestro hace que los consumidores no puedan adquirir los productos ofrecidos en el comercio formal, ya que los precios son más altos que los del comercio informal, porque los primeros son fiscalizados y también porque en algunas ocasiones fijan precios oligopólicos, es decir, muy por encima de sus costos.” (Camargo & Mora, 2005, págs. 6-18)

Un aspecto interesante en este estudio, es que el país donde se desarrolló la investigación presentaba problemas económicos, sociales, laborales y de deuda externa como Ecuador y como muchos de los países de América Latina, siendo mucho más comparable con la situación dada en el país cuando llegó la pandemia, donde hace pocos meses atrás de declarar emergencia sanitaria nacional, la ciudadanía y el país se vio afectado por una serie de medidas tomadas por el Gobierno Nacional y las debidas reacciones sociales que ello acarreo, siendo importante también acotar:

“En este contexto de crisis económica, el mercado de trabajo de Argentina ya acusaba una situación de gran debilidad antes de esta emergencia sanitaria, con una tasa de desempleo cercana a los dos dígitos y con más de 3 de cada 10 asalariados en una situación de no registro. Se trata de una precariedad laboral que afecta mayormente a los sectores y grupos que, de acuerdo con las estimaciones, se verán más afectados por las consecuencias económicas del COVID-19.” (Ernst & Lopez , 2020, pág. 29)

“El sector más vulnerables es el comercio en otras palabras la demanda y oferta de productos y servicios la misma que provoca que cierren fábricas y se pierdan empleos, adicionalmente las pymes y pequeñas empresas no tienen la opción de obtener financiación ya que muchas de estas empresas no cumplen con los requisitos para poder acceder al sector financiero o están en centrales de riesgo, no obstante se debe tener en cuenta que las pequeñas y medianas empresas son importantes ya que con estas empresas se podría hacer una Reactivación de la Economía en nuestro País, necesitando un apoyo para no cerrar sus operaciones en la crisis” (Vargas & Ramírez, 2020).

De acuerdo con Moreno(2020), en su proyecto de investigación “Estrategias de afrontamiento familiar frente a la Crisis Socioeconómica producto del confinamiento en el contexto COVID19”, indica que: el Ecuador, entre el 2015 y 2019 su Crecimiento Económico fue del 0.5 por ciento y a esto se suma la pandemia según las estimaciones del (la República, 2020) será un -9.6 por ciento siendo este el decrecimiento más grande en toda la etapa de la dolarización eso explica esta caída muy importante en la economía del Ecuador que está por encima de las estimaciones de América Latina.

Emergencia Sanitaria Covid-19 en Ecuador llega en momentos bastante complejos que, junto con un débil Crecimiento de la Economía, un deterioro en la calidad del empleo y un crecimiento

de la pobreza crean una crisis fuerte en el Ecuador. Esta crisis específicamente en Ecuador pone presión para articular Políticas Públicas que traten de atenuar estos efectos de la pandemia en especial en lo económico y social.

De esta manera se puede analizar que la pandemia que ha ocurrido en todo el Mundo ha causado graves pérdidas humanas, económicas y materiales, ya que alteran las cuentas del presupuesto general del estado del Ecuador poniendo en graves aprietos las situaciones financieras de las personas que realizan actividades comerciales, claro ejemplo esta las pérdidas económicas y materiales de los comerciantes que expendían sus productos en el Mercado Central de Montecristi.

En un artículo publicado por Mideros (2020), acerca de la “Economía en tiempos de COVID-19”, no dice que “La pandemia del COVID-19 ha generado una contracción de la economía global y para mitigar los impactos se requieren acciones urgentes, en por lo menos cuatro mecanismos de afectación, teniendo como primero en el sector salud, segundo el empobrecimiento, por el deterioro de los ingresos, tercero regular el sector financiero, estableciendo congelamiento de créditos productivos mientras dure el estado de excepción; y activar créditos productivos a baja tasa de interés y por ultimo mantener la liquidez interna”

De acuerdo con lo expuesto con anterioridad, decimos que en estos tiempos de pandemia es primordial es atender las necesidades de salud y mantener la capacidad de consumo de los hogares, de esta manera una vez superada la pandemia se reactive de a poco el comercio, aunque esto no basta para compensar la retracción económica, la disminución de empleo y el progresivo aumento del empobrecimiento, en especial, entre los comerciantes del mercado central que se ven impedidos de mantener sus actividades mercantiles dado que la pobreza va en decadencia.

Valle(2017) en su artículo titulado “Comercio informal y su incidencia en la economía del cantón Quevedo” según su investigación local manifiesta las siguientes conclusiones:

“El comercio informal tiene efectos positivos y negativos dentro de la sociedad. Por una parte, sientan un precedente de negocio que puede apoyarse por instituciones microfinancieras y con una correcta asesoría puede trasladarse de comercio informal a comercio formal y por otro lado absorbe la mano de obra excedentaria, que de uno u otro modo genera ingresos para las familias.” (Valle, 2017, pág. 423)

“Uno de los mayores efectos negativos del comercio informal es que opera fuera del marco legal y reglamentario lo que provoca la evasión fiscal y causa pérdidas al municipio y estado, además de crear una competencia desleal con el comercio formal.” (Valle, 2017, pág. 423)

De igual forma se puede analizar que las pandemias han ocurrido en el Mundo han causado graves pérdidas humanas, materiales y Económicas, ya que alteran las cuentas del presupuesto general del estado del Ecuador, ponen en graves aprietos las situaciones financieras de las personas que realizan actividades comerciales, claro ejemplo esta las pérdidas materiales y económicas de los comerciantes que expendían sus productos en el Mercado Central de Montecristi, además ninguno de ellos estaba preparado para estas calamidad natural, pero que gracias a la intervención de las diferentes autoridades Municipales y con el debido distanciamiento social y bioseguridad hoy en día se está logrando una mayor demanda de sus productos, y que beneficiara de forma directa e indirecta a compradores y vendedores del Cantón de Montecristi.

Así mismo Herrera & Osorio, (2020), en su tesis “La Resiliencia como opción para superar la Economía en medio de las Pandemias”, Universidad Católica de Chile, menciona que:

El Mundo ha vivido varias pandemias que han marcado la historia, una de estas lo fue la gripe Española en 1918 durante La Primera Guerra Mundial y hoy un siglo después afrontamos un nuevo virus llamado COVID -19 el cual también está afectando la historia Económica del Mundo.

Debido a la crisis actual las condiciones de los países han sufrido inestabilidades frente a sus sistemas de Salud, Educación y Empresarial como los cierres de comercios y la reducción significativa en la productividad de todos los sectores, llevando a las personas, empresas y Gobiernos a buscar soluciones para mitigar y convivir con la crisis actual para sobreponerse, adaptarse y mantener su equilibrio emocional y económico mostrando su capacidad resiliente para superar la adversidad y proyectar un mejor futuro y/o recuperando su estado inicial ante la situación actual (Herrera & Osorio, 2020).

Con los antecedentes recopilados se llega a concluir a que la pandemia COVID-19 son eventos o situaciones a los que cualquier país del Mundo les puede ocurrir, ya que son situaciones que no se pueden predecir, pero que, si son eventos que pueden ayudar a los países desarrollados y en vías de desarrollo a tomar medidas de prevención, que ayuden a mitigar el impacto de estos.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. El comercio

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. (SCIÁN, 2002).

3.2.2. Comercio informal.

La definición y estudio de esta actividad económica ha estado en constante desarrollo, tanto así que es complicado darle una definición estructurada que abarque toda la magnitud de este. Diversos investigadores a lo largo de los años se han inclinado a una u otra definición, pero las más globales que se puede aplicar para definir el término sector informal, es exponiendo que el mismo abarca “las acciones de los agentes económicos que no adhieren a las normas institucionales establecidas o a los que se niega su protección” (Feige, 1990, pág. 990).

3.2.3. El Covid-19 y el comercio informal.

La presencia del virus y consecuentemente la pandemia mundial trajo consigo muchos retos y consecuencias en todos los niveles posibles en la sociedad, siendo una de ellas la economía en todas sus niveles y actividades que se rigen bajo la misma.

“La pandemia del COVID-19 es uno de los desafíos más serios que ha enfrentado la humanidad en tiempos recientes. Todavía se desconoce lo que podrá ser su costo total en vidas

humanas. De manera simultánea a la pérdida de vidas y a la profunda crisis de salud, el mundo está siendo testigo de un colapso económico que impactará de manera severa el bienestar de grandes segmentos de la población durante los próximos años. Algunas de las medidas que se están tomando para contrarrestar la pandemia afectarán nuestras vidas en el futuro de manera no trivial.” (Jaramillo & Ñopo, 2020, pág. 3).

3.2.4. Pandemia

De acuerdo con Shah, (2020) en su libro “Pandemia” menciona que: En los últimos cincuenta años, más de trescientas enfermedades infecciosas han surgido en lugares donde nunca se habían visto. Mucho antes de que surgiera el COVID-19, casi todos los epidemiólogos coincidían en que una de ellas causaría una pandemia mortal en las próximas generaciones como ejemplo: el Ébola, la gripe aviar o algo completamente nuevo. Era imposible predecir la aparición del SARS-CoV-2 y tampoco podemos saber qué patógeno causará el próximo brote global.

De acuerdo con Eyong (2020) en su libro,” Med - Chaimas & COVID-19: Soluciones Innovadoras para las Pandemias, nos dice que: se necesita una investigación rápida y coordinada para explicar el brote e identificar las intervenciones recomendadas ya que se espera una respuesta para aplicar medidas de control que sean apropiadas, la gestión pandemia no está completa sin un análisis para determinar que salió bien o mal durante el brote. Esto implica que gestión requiere conocimientos de la salud médica, una buena gestión que requiere una coordinación apropiada de todas las áreas especializadas.

Además, la Emergencia Sanitaria es una carga insoportable en todos los sectores, y por lo tanto tiene que implementar adecuadamente una política de prevención en todos los sistemas de asistencias médicas.

3.2.5. Impacto de la COVID-19 en la economía mundial

Según nos manifiesta Fairlie (2020), son demasiados catastróficos los impactos que la pandemia ha dejado sobre la economía mundial, tomando el caso de Estados Unidos durante el período de febrero a abril de 2020 se vieron afectados alrededor del 22% de los propietarios de negocios activos, lo que generó múltiples pérdidas en esta actividad comercial.

El impacto fue sentido en todos los espacios, las empresas afroamericanas puntualmente experimentaron una disminución del 41% en sus actividades comerciales. Los negocios de propietarios latinos cayeron en un 32%, en tanto que los negocios de propietarios asiáticos redujeron su participación en un 26%. En mayo y junio de 2020 el panorama no fue diferente al de meses anteriores, manteniéndose la afectación en la economía producto de la pandemia. Los continuos rebrotes de la enfermedad suponen que para el futuro se mantenga el impacto en la economía mundial y se generen pérdidas en diversas industrias afectadas (Fairlie, 2020, págs. 1-14).

3.2.6. Factores que inciden en el impacto socioeconómico

“El Impacto Económico del COVID-19 en América Latina será considerable debido a la caída en las exportaciones, la fuga de capitales, el desplome del turismo, el colapso de las remesas y la contracción económica y el desempleo causados por las restricciones impuestas para controlar la pandemia. Lo complicado de esta crisis, aunque la región está acostumbrada a enfrentarse a choques externos, radica sin embargo en el hecho de que esta es la primera vez que

tiene que hacerlo ante tantos retos de manera simultánea. Algunos mitigantes son: contar con una población relativamente joven, estar menos conectada internacionalmente que Europa y EEUU, haber tomado medidas de contención relativamente rápidas y estrictas, los aprendizajes de cómo gestionar choques económicos externos y sanitarios a lo largo de las últimas décadas, tomar medidas para proteger a familias y pymes utilizando los programas sociales ya existentes, y la recuperación de China, que aumentará la demanda de recursos naturales y sus precios. Si bien el impacto inmediato es considerable, la recuperación podría ser acelerada” (Rios, 2020).

3.2.7. Consecuencias económicas de la pandemia en Ecuador

De acuerdo con Silva (2020) en “El Comercio” indica que: las pérdidas por covid-19 en Ecuador llegaron a USD 14 101 millones en mayo, de acuerdo con las cifras oficiales, que abarcan información de empresas públicas, el área comercial es la más afectada, con pérdidas que superan los USD 7 600 millones, le siguen las ramas de servicios, manufactura, agricultura y otros.

“Tres sectores dinamizaron sus actividades en medio de la emergencia: el de alimentos y bebidas, farmacia e insumos médicos y el comercio electrónico. Supermercados, tiendas y mercados registraron un aumento de ventas principalmente en productos de primera necesidad. Según el SRI, las ventas del sector de alimentos y bebidas crecieron 6% en marzo y abril en relación con los mismos meses del 2019” (Silva, 2020).

El Covid-19 nos trae consecuencias Sociales y Económicas, que van desde el confinamiento hasta el cierre de las fronteras y el impacto en los mercados, el empleo, la Economía, (Martines & Hernàez, 2020).

3.2.8. Desarrollo económico en el área comercial de Montecristi

García (2017), en su tesis, menciona que: la ciudad de Montecristi es un centro de comercio y servicios, donde se puede observar que los negocios de tercenas, venta de comidas preparadas, frutas y legumbres tienen mayor incidencia. El GAD Cantonal de Montecristi, señala que se debe mejorar el ordenamiento y control del comercio informal, ya que muchos ciudadanos realizan sus actividades comerciales ofertando sus productos sobre las calles sin conservar las normas básicas de higiene y calidad (García, 2017).

3.2.9. Tipos de comercio

De acuerdo a Arias, (2015), nos menciona que: El Comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio otros tipos de bienes y servicios diferentes de un igual valor, o por un cambio de dinero.

La creación del dinero como un instrumento de cambio ha permitido reducir de manera enorme el comercio, dando facilidades a que una de las partes entregue dinero, en vez de otros bienes o servicios como solía ocurrir.

El comercio existe a través de la división del trabajo y varios recursos. Dado que la mayoría de las personas se enfocan en un pequeño aspecto de la producción, necesitan intercambiar con otros por bienes y servicios que son diferentes a los que producen. El comercio existe entre diferentes regiones principalmente debido a las diferentes condiciones regionales, algunas regiones pueden tener una ventaja comparativa en un producto, a favor de vender a otras regiones. (Arias, 2015).

3.2.10. Comercio mayorista

Es conocido como negocio al por más grande. Hablamos de una actividad de compra y comercialización de mercancía donde el comprador no es consumidor final, sino que es otro

comerciante que tiene un local más muchacho. En los comercios mayoristas se venden los productos en porciones denominadas bultos y acostumbran a tener un costo menor que en los comercios más niños.

3.2.11. Comercio Minorista

Al contrario del anterior, en esta situación se comercia con los productos adquiridos en el mayorista, sin embargo, hablamos de artículos en comercialización por unidad. El cliente, en esta situación, es el consumidor final que continuamente debería costear el porcentaje de Impuesto al Valor Agregado o impuesto al costo añadido.

3.2.12. Interno

Esta clase de negocio es el que se hace entre los individuos de un mismo territorio o zona. Esto quiere decir que no se compran ni se venden artículos del exterior sino productos solamente locales.

3.2.13. Exterior

En esta situación hablamos de negocio que se hace con otros territorios y/o zonas comprando y vendiendo sus productos.

3.2.14. Terrestre

Aquí hacemos mención del comercio cuyos productos se transportan por tierra en camiones o trenes dependiendo las distancias que se requiera.

3.2.15. Desafíos e incidencias en los ingresos familiares

De acuerdo con CEPAL (2020) nos menciona que la intensidad de la reacción frente a la crisis de covid-19 es parte lógica. “Muchos países han implementado políticas para quedarse en

cuarentenas siendo esta una causa real que afecta a la economía. La caída de precios de materias primas, turismo y remesas, así como la fuga de capitales, son factores de vulnerabilidad en una región que ya estaba estancada. Las economías llegan a estas crisis menos preparadas que a la de 2009, por lo que en cierta parte la ayuda internacional será vital” (CEPAL, 2020).

3.2.16. Suspensión total o parcial de las actividades

En Ecuador, para un gran segmento de la población, las medidas de contención implementadas para evitar la propagación de COVID-19 han resultado en una pérdida de ingresos y acceso limitado a alimentos e incluso agua potable. El 60,5% de las familias atendidas antes de la emergencia vieron un cambio en su situación laboral en comparación con la primera semana de confinamiento y el 41% reportó estrés y problemas de convivencia (Bernal, 2016).

La crisis económica derivada de la pandemia ha causado una suspensión parcial o total de actividades productivas. En el informe se identifican grupos sectoriales según el grado de impacto de la crisis.

“Los sectores más afectados son el comercio al por mayor y al por menor; actividades comunitarias individuales y sociales; Hotelería y restaurante; operaciones inmobiliarias, comerciales y de alquiler, y manufactura” (Children Fundación Save the, 2020).

3.3.Glosario de términos

Cambios comerciales: Acción por medio de la que 2 agentes económicos se cambian bienes o servicios, a cambio de una contraprestación.

Venta: Comercialización de bienes sin que dichos cambien su forma elemental.

Mercado: grupo de transacciones de procesos o trueque de bienes o servicios entre personas, que llegan a consenso entre el producto o servicio y el costo que se cobra por éste.

Economía: es la ciencia que estudia de qué manera las familias, organizaciones y gobiernos organizan los recursos disponibles que acostumbran a ser escasos, para saciar las diferentes necesidades y de esta forma tener un más grande confort.

Bienes y servicios: son todos los satisfactores que se elaboran en un proceso de producción para cubrir todas las necesidades que requiere el ser humano.

Comprador: Es el individuo natural o jurídica, sociedad por cierto o de derecho con la que una organización financiera pública o privada instituye, de forma directa o indirecta, eventual o persistente, una interacción contractual de carácter financiero, económico o comercial.

Crisis: Es todos acontecimiento que logre colocar en riesgo los activos críticos, financieros, humanos, la fama e inclusive nuestra continuidad y supervivencia de la compañía.

Competencia: Competencia: Es una mezcla dinámica de conocimientos, habilidades, comportamientos, actitudes y responsabilidades, que describen los resultados de aprendizaje de un programa educativo. En otras palabras, expresa lo que los alumnos son capaces de enseñar al final de un proceso formativo.

Comerciante: Se dedica primordialmente a mercar y vender productos en el mercado a fin de obtener ganancias por esta intermediación. Para lograr ser considerados como tales, los comerciantes tienen que llevar a cabo con una secuencia de requisitos que específica la ley.

4. Metodología

4.1. Tipo y diseño de investigación

Documental. - Se utiliza para la selección de información bibliográfica, para el respaldo de los datos teóricos fundamentados sobre los mercados

De campo. - Permite recopilar información del contexto donde se desarrolla la investigación que comprende el cantón Montecristi, lugar de donde se tomarán los datos necesarios para el desarrollo investigativo.

4.2. Población de estudio

Para la recopilación de información está conformado por 68 comerciantes que tienen sus comercios dentro del mercado de Montecristi de los cuales se encuesta a todos.

4.3. Tamaño de muestra

La muestra estará constituida por todos los dueños que tienen comercio dentro del mercado central del cantón de Montecristi.

4.4. Técnicas de recolección de datos

Se utilizó diversas técnicas para la recopilación de información para el siguiente trabajo de investigación tales como:

Encuesta: estas técnicas de investigación permitieron la recopilación de información mediante la elaboración de preguntas objetivas con el fin de conocer los diferentes problemas que aquejan los Comerciantes del Mercado Central de Montecristi antes y después de la Pandemia COVID-19, por lo que fue de vital importancia para la culminación de este trabajo investigativo.

Observación. – permitió la observación directa del problema de investigación, ya que ayudo a conocer a los comercios afectados por la Emergencia Sanitaria en el Mercado Central de Montecristi.

5. Marco Administrativo

5.1. Recursos

5.1.1 Institucionales

Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

Mercado central de la ciudad de Montecristi

5.1.2 Humanos

Para la ejecución del proyecto de Investigación se contó con el siguiente equipo técnico:

- Tutor del Proyecto: Abg. Carlos Cárdenas
- Autor del proyecto: Juan José Franco Mero
- Los dueños de los comercios del Mercado Central del Cantón Montecristi.

5.1.3 Materiales

Dentro de los recursos materiales necesarios para la investigación tenemos:

- Acceso a internet

- Computadora

- Impresora

- Teléfono celular

- Materiales de oficina.

5.1.4. Económico

Presupuesto

Tabla 2: Presupuesto de la investigación

CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Bolígrafos	3 U	\$0,50	\$1.50
Cuaderno	1 U	\$1,30	\$1,30
Hojas bond	1 Resma	\$3,50	\$3,50
Impresiones	150 Hojas	\$0,20	\$40,00
Pendrive	1 U	\$11,00	\$11,00
Gastos varios		\$260	\$260
Total del Presupuesto			\$317,30

6 Análisis e interpretación de resultados

Resultados de las encuestas a los comerciantes del Mercado central de Montecristi

Los Comerciantes, se encuentran ubicados en el centro de Montecristi, y se dedican a la venta de víveres, legumbres, carnes, queso, entre otros productos que ofrecen los 68 comerciantes del Mercado Central de Montecristi.

Considerando los resultados de las Encuestas a los dueños de los locales del Mercado del Cantón Montecristi, se ha podido realizar los siguientes cuadros y así presentar la incidencia, continuidad, y la bioseguridad de los Comerciantes del Cantón Tomando como referencia las actividades comerciales que realiza los comerciantes del mercado central del cantón Montecristi, se enfatiza los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada a los comerciantes, los mismos que se detallan a continuación.

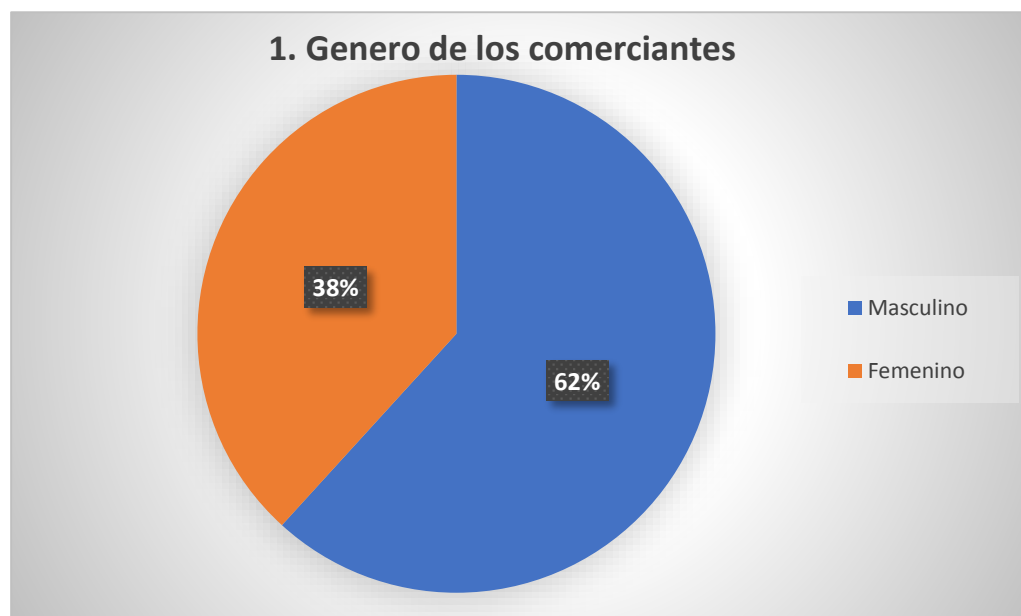
Tabla 3: Tabla de Genero de los comerciantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	42	62%
Femenino	26	38%
Total	68	100%

Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Ilustración 1: Genero de los comerciantes



Análisis e interpretación de resultados:

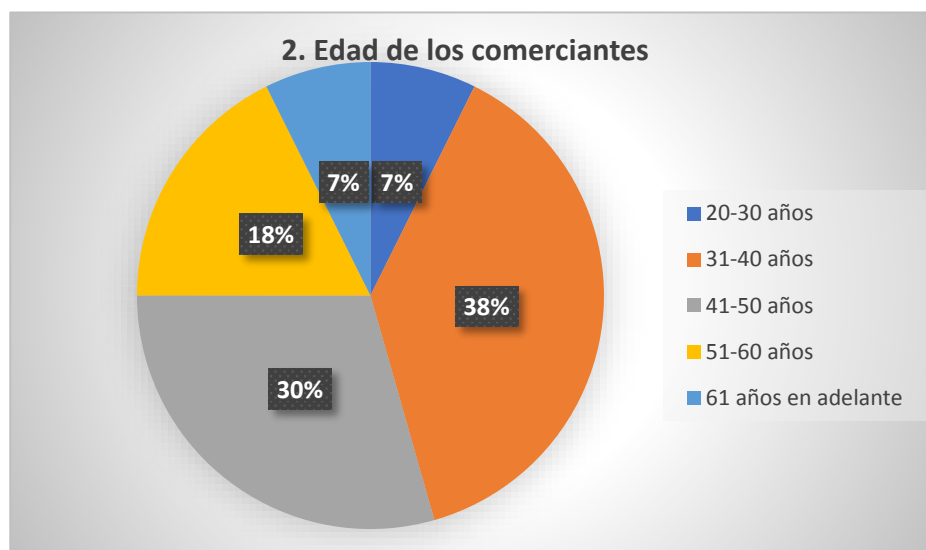
Haciendo un análisis del género de los comerciantes del Mercado Central del cantón Montecristi se puede evidenciar que el 62% son del sexo masculino, y en menor cantidad representados por el 38% son de sexo femenino lo que nos permite evidenciar que el mercado central está conformado tanto hombre como mujeres venden sus productos a diario.

2. Edad de los comerciantes

Tabla 4: Tabla de rango de edades de comerciantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
20-30 años	5	7%
31-40 años	26	38%
41-50 años	20	29%
51-60 años	12	18%
61 años en adelante	5	7%
TOTAL	68	100%

Ilustración 2: Rango de edades de comerciantes



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

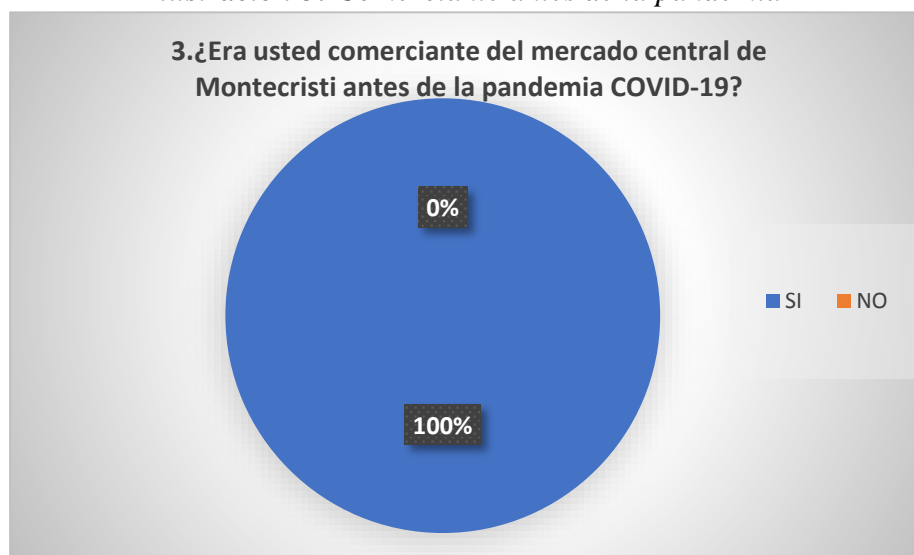
Haciendo un análisis de las edades de los comerciantes del Mercado Central, se logró evidenciar que el 38% está entre los 31-40 años, de 41-50 años el 29%, mientras que en menor cantidad el 18% entre 51-60 años, 7% de 61 años en adelante, y en menor cantidad con un 7% de 20-30 años. Como resultados tenemos que los comerciantes del mercado central del cantón de Montecristi están conformados por personas de todas las edades.

3. ¿Era usted comerciante del Mercado Central de Montecristi antes de la pandemia COVID-19?

Tabla 5: Comerciante antes de la pandemia

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	68	100%
NO	0	0%
Total	68	100%

Ilustración 3: Comerciante antes de la pandemia



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

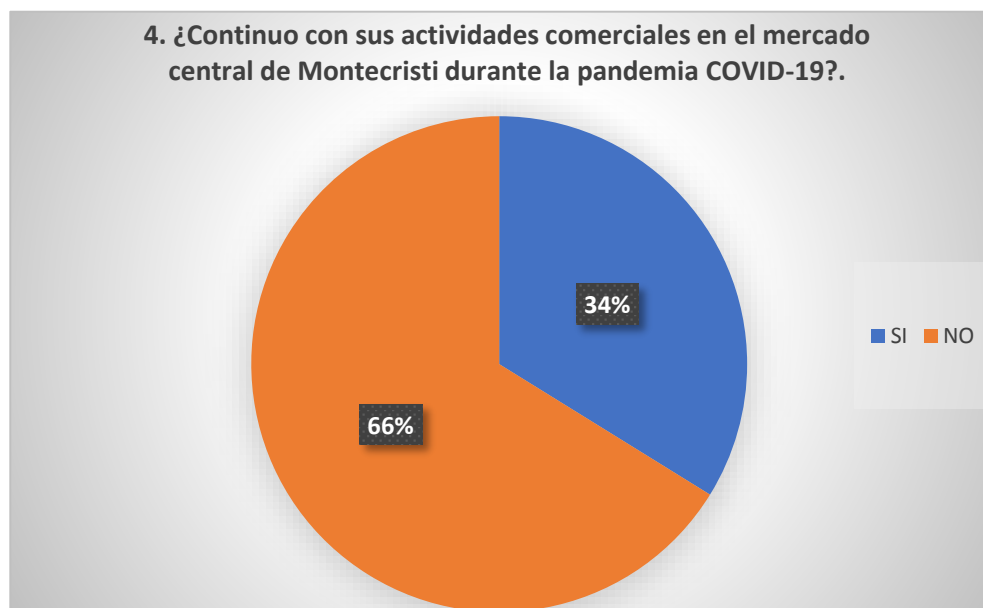
En la encuesta planteada a los comerciantes del mercado central de Montecristi, el 100% son comerciantes que tienen un puesto y realizan actividades comerciales dentro del mercado central tales como venta de legumbres, carnes, panes, abarrotes, etc.

4. ¿Continuo con sus actividades comerciales en el mercado central de Montecristi durante la pandemia COVID-19?

Tabla 6: Tabla de Continuidad de los comerciantes

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	25	34%
NO	45	66%
Total	68	100%

Ilustración 4: Continuidad de los comerciantes



Fuente: Comerciante del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

En la encuesta planteada a los comerciantes del mercado central, el 71% de los comerciantes dejó de ir al mercado después del confinamiento por COVID-19 debido a que ya no era factible seguir con el negocio por que genera más pérdidas que ganancias.

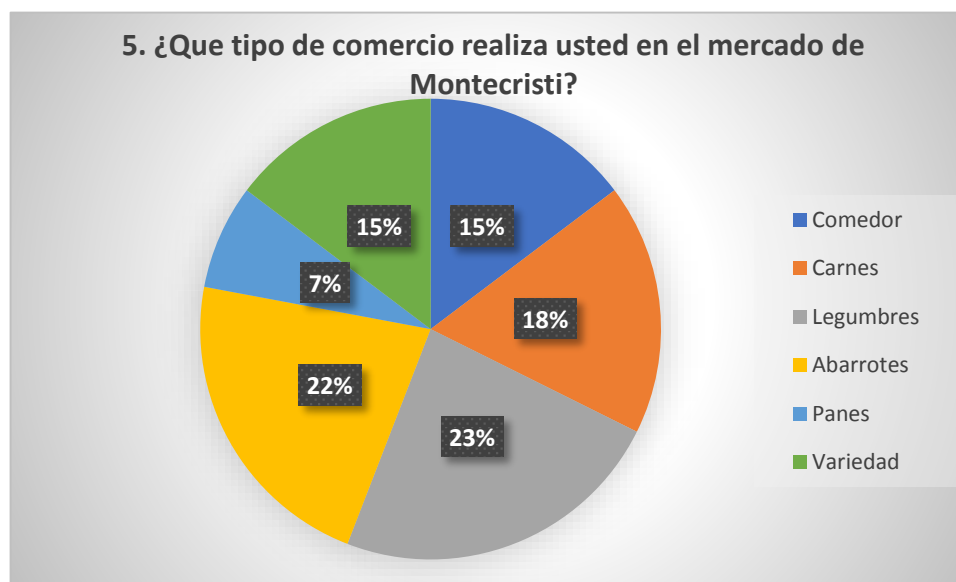
Otra parte de los encuestados con un 29% decidió seguir asistiendo al Mercado Central de Montecristi después del confinamiento por COVID-19 ya que para ellos era el único sustento que tenía para mantener a sus familias.

5. ¿Qué tipo de comercio realiza usted en el mercado de Montecristi?

Tabla 7: Tabla tipo de comercio

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Comedor	10	15%
Carnes	12	18%
Legumbres	16	24%
Abarrotes	15	22%
Panes	5	7%
Variedad	10	15%
TOTAL	68	100%

Ilustración 5: Tipo de comercio



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.
Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

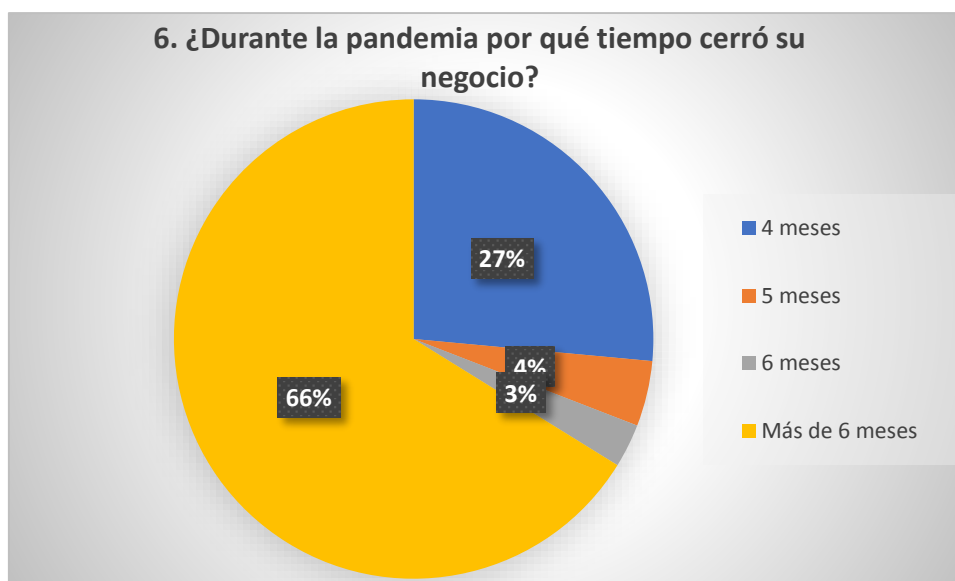
De acuerdo con los 68 encuestados del Mercado Central indicaron que el 23% se dedica a la venta de legumbres, 22% de los comerciantes se dedica a la venta de abarrotes, el 18% a la venta de carnes, 15% se dedica a atender comedores populares en el mercado central, el 15% a la venta de panes y el 7% de los comerciantes encuestados ofrecen la venta de variedad de productos.

6. ¿Durante la pandemia por qué tiempo cerró su negocio?

Tabla 8: Tabla del tiempo que cerro su negocio.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
4 meses	18	26%
5 meses	3	4%
6 meses	2	3%
Más de 6 meses	45	66%
TOTAL	68	100%

Ilustración 6: Tiempo que cerró su negocio



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.
Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

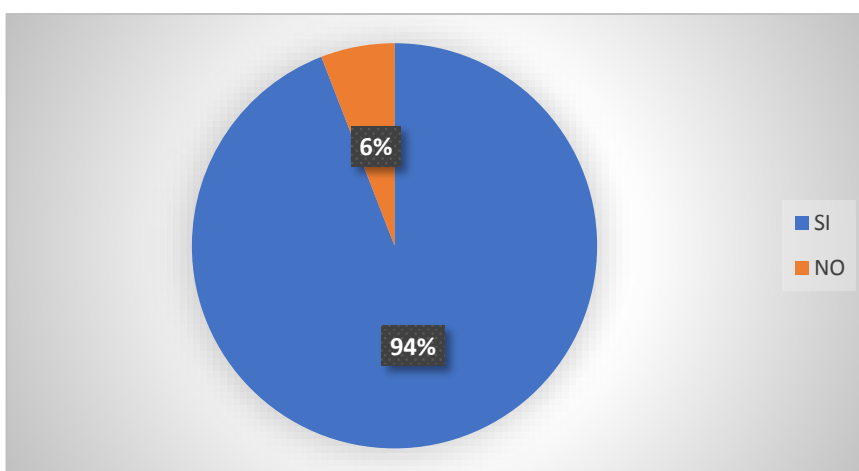
En la encuesta planteada a las comerciantes del mercado central, los encuestados nos indica que el 27% cerró 4 meses debido al confinamiento que en ese entonces hubo, mientras que el 4% indicaron que cerraron su negocio 5 meses, el 3% dijeron que 6 meses, y el 66% más de 6 meses. De acuerdo con los resultados se puede notar que el mayor tiempo que se cerró el comercio fue de más de 6 meses, que fueron los más fuerte de la pandemia debido a que no volvieron abrir más sus negocios.

7. ¿Su familia se beneficiaba de su negocio del mercado central?

Tabla 9: Tabla de familias que se beneficiaban

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	64	94%
NO	4	6%
Total	68	100%

Ilustración 7: Cuantas personas se benefician



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.
Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

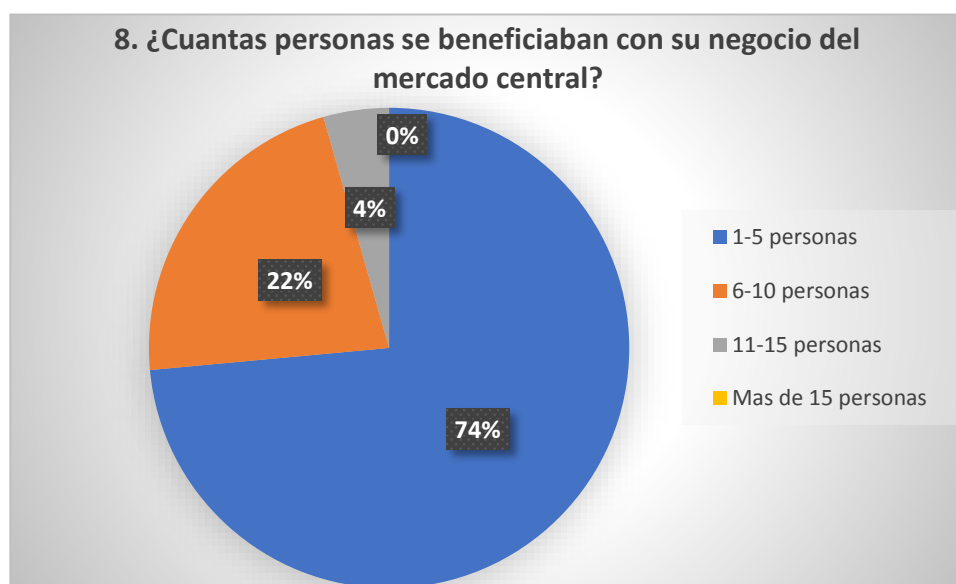
Según el cuadro estadístico #7 de las encuestas aplicadas a los comerciantes del mercado central de Montecristi, al pedirles que respondan si su negocio beneficiaba a sus familias, el 94% respondió Si y el 6% No. Al interpretar la información, se puede comprender que más de la mitad de los comerciantes del mercado central dependen de su trabajo diario para sustentar su economía del hogar.

8. ¿Cuántas personas se beneficiaban con su negocio del mercado central?

Tabla 10: Tabla de personas se benefician

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1-5 personas	52	76%
6-10 personas	15	22%
11-15 personas	1	1%
Mas de 15 personas	0	0%
TOTAL	68	100%

Ilustración 8: Cuantas personas se benefician



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

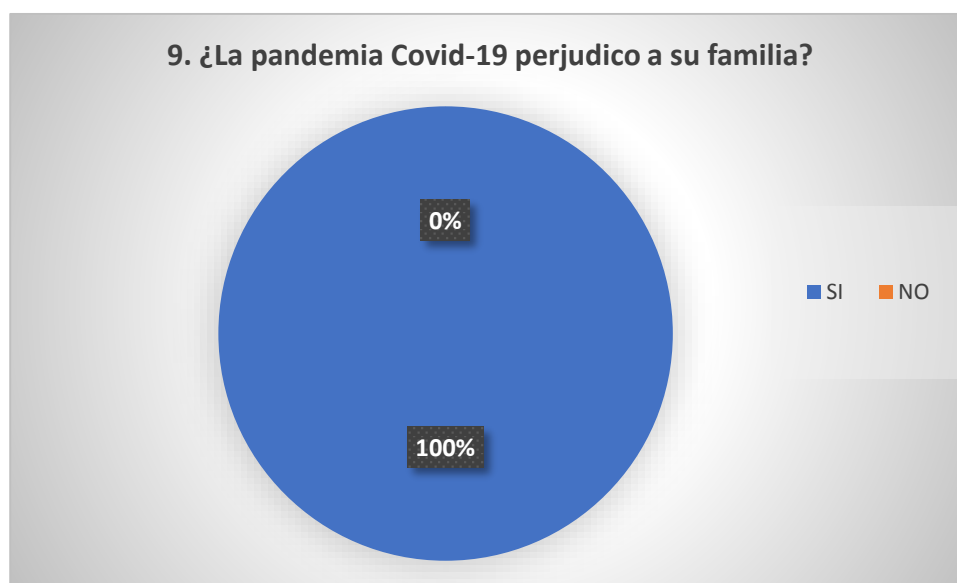
De acuerdo con el criterio de los señores comerciantes encuestados el 74% de 1 a 5 personas, el 22% entre 6 a 10 personas, el 4% de 10 a 15 y el 0% más de 15 personas. Como resultado tenemos que el mayor porcentaje de personas que se beneficiaban del negocio en el mercado central es de 74% entre a 1 a 5 personas

9. ¿La pandemia Covid-19 perjudico a su familia?

Tabla 11: Tabla de familias perjudicadas por COVID-19

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	68	100%
NO	0	0%
Total	68	100%

Ilustración 9: Familias perjudicadas por COVID-19



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José.

Análisis e interpretación de resultados:

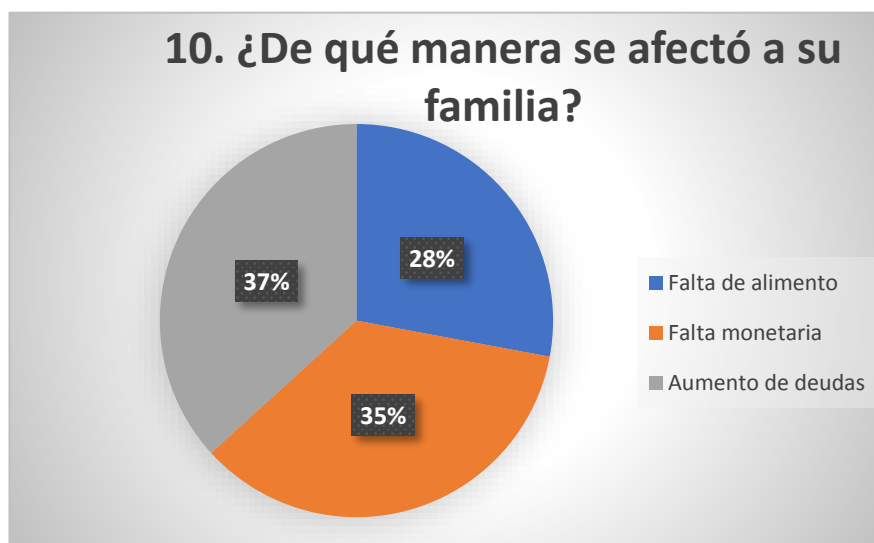
Según las encuestas aplicadas a los comerciantes del mercado Central de Montecristi, al pedirles que seleccionen si la pandemia del Covid-19 afectó a su familia, el 100% respondió Si y el 0% No. Al interpretar la información, se puede observar que el mayor número de comerciantes del mercado central sus familias fueron afectados por la pandemia mundial del Covid-19.

10. ¿De qué manera afecto a su familia la pandemia COVID-19?

Tabla 12: Tabla de afectación de las familias por COVID-19

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falta de alimento	19	28%
Falta monetaria	24	35%
Aumento de deudas	25	37%
TOTAL	68	100%

Ilustración 10: Afectación de las familias por COVID-19



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

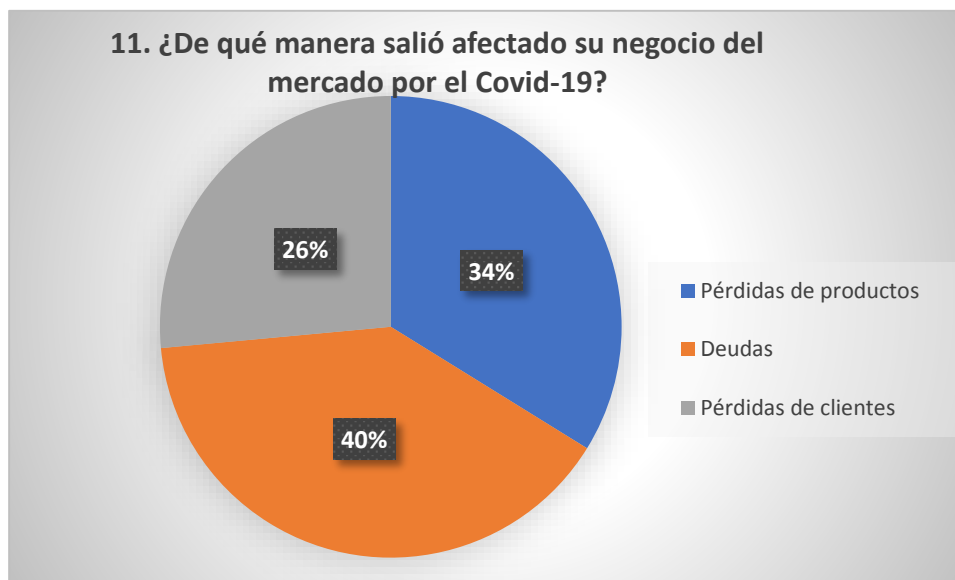
Con respecto a la pregunta, ¿De qué manera afecto a su familia la pandemia COVID-19?, se obtuvo los siguientes resultados, 25 personas que corresponden al 37% manifestaron que su familia salió afectadas con un aumento de deudas, 24 personas que corresponden al 35% manifestaron que salieron perjudicadas con una falta monetaria y 19 personas que corresponden al 28% manifestaron que el aspecto socioeconómico afectado fue la salud, 47 personas que corresponden al 21,46% manifestaron que sufrieron una falta de alimentos. Se determina que la mayor parte de las comerciantes manifestaron que el aspecto más afectado por la pandemia del COVID-19 fue el aumento de deudas por lo que podríamos deducir, que ninguna familia ha estado exenta de presentar dificultades de cualquier índole durante la emergencia sanitaria.

11. ¿De qué manera salió afectado su negocio del mercado por el Covid-19?

Tabla 13: Afectación de los negocios por COVID-19

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Pérdidas de productos	23	34%
Deudas	27	40%
Pérdidas de clientes	18	26%
TOTAL	68	100%

Ilustración 11: Afectación de los negocios por COVID-19



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

Se pudo analizar que la mayor afectación de los comerciantes del mercado central de Montecristi fueron las deudas que fue del 40% debido a los préstamos que realizaron a familiares, chulqueros, banca, etc., para mantener sus negocios. Mientras que el 34% de las personas encuestada manifestaron que las pérdidas de sus productos fue otros de los problemas debido a que estos son productos perecen en un corto tiempo como las: legumbres, embutidos, carnes, etc., de igual manera el 26% nos indicó que las pérdidas de sus clientes se deben al cierre de sus negocios por la emergencia sanitaria, además que sus clientes buscaron otras opciones al momento de comprar algún producto por el miedo a ser contagiado o contagiarse.

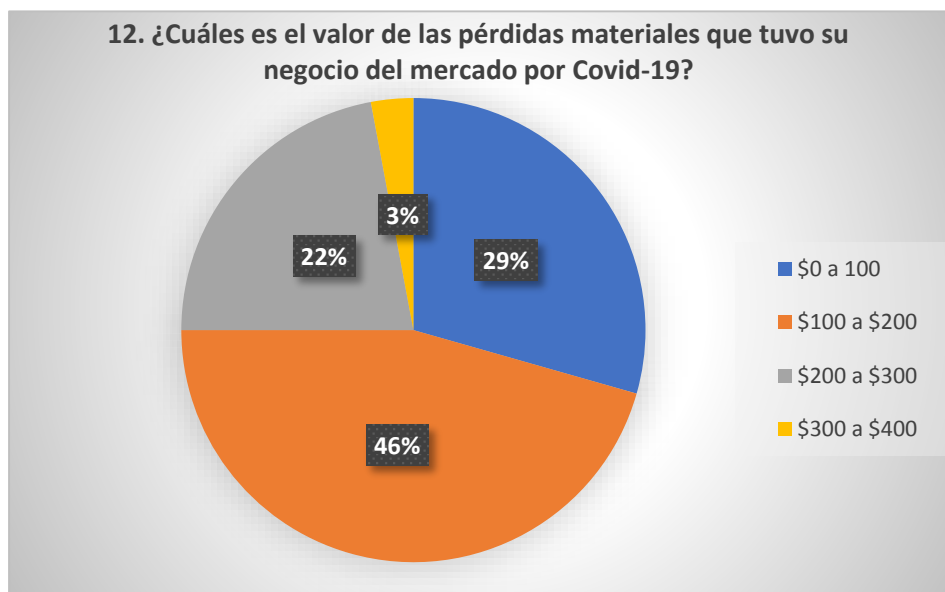
De acuerdo con la información proporcionada por los comerciantes del Mercado Central del cantón Montecristi, determinada por 68 encuestados se evidenció que la principal afectación fueron las deudas adquiridas, la pérdida de sus productos debido al COVID-19.

12. ¿Cuáles es el valor mensual de las pérdidas materiales que tuvo su negocio del mercado por Covid-19?

Tabla 14: Valor de las pérdidas materiales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
\$0 a 100	20	29%
\$100 a \$200	31	46%
\$200 a \$300	15	22%
\$300 a \$400	2	3%
TOTAL	68	100%

Ilustración 12: Valor de las pérdidas materiales



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

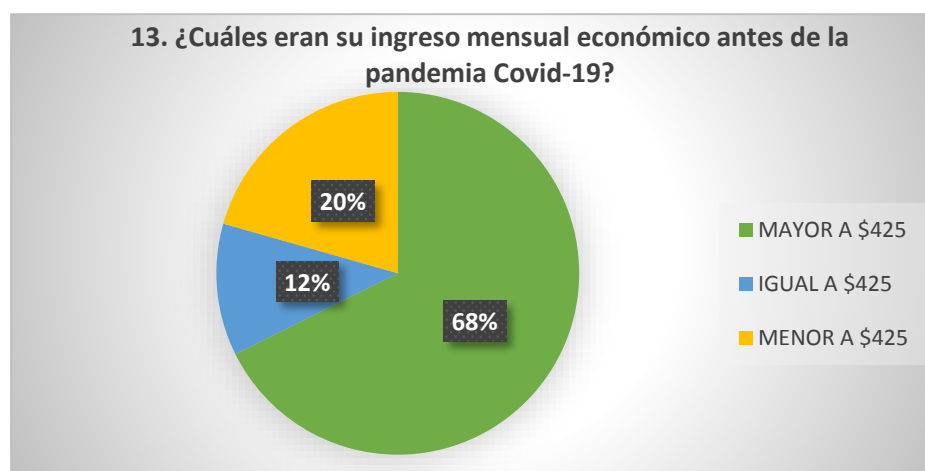
Con respecto a la pregunta, ¿De qué manera afecto a su familia la pandemia COVID-19?, se obtuvo los siguientes resultados, el 46% entre 100 y 200 dólares mensuales, el 29% de 0 a 100, el 22% de 200 a 300 y el 3% de 300 a 400. Como resultado tenemos que 31 comerciantes han tenido mayores pérdidas de 100 a 200 dólares mensuales con un porcentaje del 46% debido a la pandemia COVID-19.

13. ¿Cuáles eran su ingreso mensual económico antes de la pandemia Covid-19?

Tabla 15: Nivel ingresos mensuales antes del COVID-19

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
MAYOR A \$425	46	68%
IGUAL A \$425	8	12%
MENOR A \$425	14	21%
TOTAL	68	100%

Ilustración 13: Nivel ingresos mensuales antes del COVID-19



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

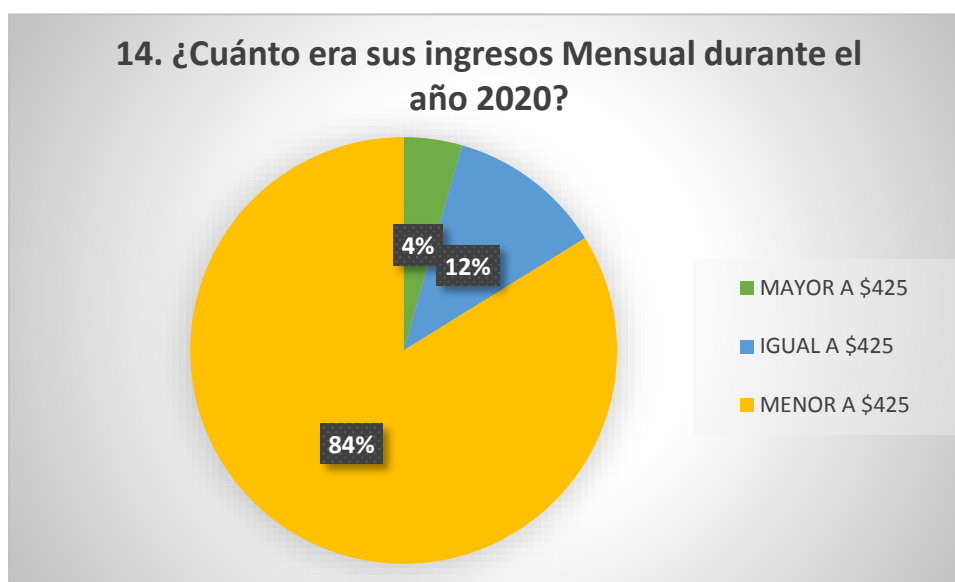
De acuerdo con el criterio de los señores comerciantes encuestados el 68% mayor a 425 dólares mensuales, el 20% de igual a 425 dólares mensuales y el 12% menor a 425 dólares mensuales. Como resultado tenemos que los ingresos de los comerciantes eran mayores a 425 dólares mensuales.

14. ¿Cuánto era sus ingresos Mensual durante el año 2020?

Tabla 16: Nivel de ingresos mensuales durante el año 2020

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
MAYOR A \$425	3	4%
IGUAL A \$425	8	12%
MENOR A \$425	57	84%
TOTAL	68	100%

Ilustración 14: Nivel de ingresos mensuales durante el año 2020



Fuente: Comerciantes del Mercado Central del Cantón Montecristi.

Elaborado por: Franco Mero Juan José

Análisis e interpretación de resultados:

En esta pregunta se puede observar que la evolución en ventas del año 2020 según la respuesta de los comerciantes fue el 84% que equivale a menor a 425 dólares mensuales, el 12% igual a 425 dólares mensuales y 4% mayor a 425 dólares mensuales, esto debido a la caída de la actividad económica que golpeo radicalmente al empleo ocasionando pérdidas en ventas y por ende una situación crítica en sus ingresos familiares, debido a que no cuentan con un respaldo económico que les permita subsistir esta crisis.

7. Diseño de la propuesta

7.1 Tema: Diseño de un plan de acción que permita mejorar la situación de los comercios en tiempos de COVID -19

7.2 Introducción

La presente propuesta se realiza con la finalidad de mejorar y desarrollar acciones necesarias y competentes para generar un impacto en los comerciantes en tiempos de pandemia por COVID-19, incrementando los ingresos familiares del cantón Montecristi, en la actualidad se considera que el apoyo y fortalecimiento a las microempresas es una de las estrategias importantes que se deben de utilizar en estos tiempos de desafíos económicos que enfrenta sobre todo el sector del comercio.

Los ingresos financieros de los comerciantes de la ciudad de Montecristi se han afectado a lo largo de este periodo de confinamiento, dada la falta de clientes que visiten el mercado, debido que no se ha podido vender a lo largo del tiempo, donde ha causado unos escasos en las ventas, sin embargo, pese a esta situación crítica los comerciantes no pierden la esperanza de que habrá mejores días a medida que se vaya reactivando el Mercado poco a poco.

Por lo tanto, para encontrar las posibles soluciones a estas contrariedades tras la pandemia, se desea conocer en primera instancia como ha influido el comercio a través de los ingresos familiares y así mismo, dar respuestas a la situación actual que se presenta en los comercios durante el tiempo del COVID 19, se proponer estrategias a los negocios de del mercado Central, para mejorar sus actividades lucrativas durante el tiempo de la pandemia.

En definitiva, la presente propuesta abordará el bosquejo de acciones para llevar a cabo la mejora necesaria para generar un impacto positivo en los comerciantes del Mercado Central debido a la pandemia por COVID-19 como solución para incrementar los ingresos familiares de los mismos.

7.3 Justificación

Actualmente son muchos los factores a los que se han venido enfrentado los comercios del Mercado Central, durante el tiempo de pandemia, por tal razón, es esencial poner en juego la imaginación y la creatividad, para proponer nuevas alternativas estratégicas que erradiquen el problema que ha generado esta pandemia. Ciertamente el sector va a demorar en reactivarse, pero hay que perseverar para que se vea el alma en cada negocio, más, sin embargo, no hay que dejarse abatir ante esta situación, si no que más bien encontrarle el sentido a lo que se está haciendo y aprovechar durante este tiempo para enseñarles a los hijos el valor tan grande que tiene esta labor.

Es importante recalcar además que el estado no se ha preocupado mucho por los niveles de ingresos familiares de la ciudad de Montecristi, dado que no se ha recibido ningún apoyo, por ende, el presente trabajo es factible, porque se cuenta con la predisposición de los comerciantes para reactivar el Mercado Central, tomando nuevos retos y replanteando nuevas estrategias, para de a poco enfrentar esta difícil situación que ha golpeado duro a todos y así ir mejorando las ventas y por ende los ingresos.

Por esta razón, la presente propuesta abordará el plan de acción, para el desarrollo de la mejora en de los comerciantes en tiempos de pandemia como solución a los niveles de ingresos familiares de la ciudad de Montecristi.

7.4 Objetivos

7.4.1 Objetivo general

Diseñar un plan de acción que permita el mejorar la situación del comerciante en tiempos de COVID – 19

7.4.2 Objetivos específicos

- Establecer estrategias de comercialización mediante gestiones, conciencia y responsabilidad.

- Promover la implementación de medios tecnológicos para la realización de ferias virtuales.

7.5 Alcance de la propuesta

La propuesta a desarrollar espera que cumpla con todo lo propuesto en los objetivos, con la finalidad de fundamentarse a través de los resultados, por lo cual, se puede analizar entonces que el alcance de este es local, por tanto, busca contribuir a la mejora de la productividad en el trabajo, tecnología utilizada y asistencia técnica y capacitación.

Los principales beneficiarios en este plan de propuesta serán comerciantes del mercado central de Montecristi, dado que sus ingresos familiares se han visto afectados, tras la crisis sanitaria por Covid-19, de modo que con la presente propuesta se ayudará a impulsar sus productos y reactivar el sector.

7.6 Diseño de la propuesta

Este plan de acción se diseña con la finalidad de realizar un plan de acción que permita mejorar la situación de los comerciantes en tiempos de pandemia y su repercusión en los niveles de ingresos familiares en la ciudad de Montecristi y mejorar la situación actual para optimizar el impacto de los ingresos familiares en de los comerciantes del Mercado Central de Montecristi.

De esta manera, este plan de acción presenta algunas innovaciones, gracias a que, en primer lugar, se desea consolidar a los comerciantes como generadora de mejores empleos y mayores ingresos, incrementando su participación en la economía nacional, sin embargo, para ello, es importante gestionar estrategias que ayuden a fortalecer el desarrollo de nuevos proyectos que ayuden al crecimiento productivo del sector y el mismo crezca potencialmente; el recurso humano también debe ser altamente calificado, para asegurar la calidad del servicio brindado y fidelizar a los clientes.

7.7.Desarrollo de la propuesta

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	PROGRAMAS	ACCIONES INMEDIATAS	RECURSOS	PLAZOS	RESPONSABLES	METAS	
Establecer estrategias de comercialización mediante gestiones, conciencia y financiamiento.	Gestionar e impulsar mecanismos de gestión para mejorar y fortalecer el comercio.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar eventos de capacitación orientados a comerciantes y habitantes, tales como: Taller de mejora en la prevención de medidas de bioseguridad. Taller para mejorar la comunicación con los clientes por medio de la buena gestión de las redes sociales con el fin de captar su fidelidad y aceptación de los mismos 	Implementar un departamento para llevar a cabo las capacitaciones	Humanos, materiales y económicos	Del 15/09/2022 hasta el 17/09/2021	GAD de Montecristi	Lograr capacitar por lo menos al 90% de los artesanos.	
			Promover la calidad en el servicio de atención	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el servicio de los comerciantes para dinamizar el turismo. Aplicación de las capacitaciones 	Humanos, materiales y económicos.	Del 18/09/2022 hasta el 21/09/2022	GAD de Montecristi	Fortalecer la calidad de atención en un 100% para incrementar las ventas.
			Crear conciencia y responsabilidad en la calidad de los servicios	<ul style="list-style-type: none"> Lograr el desarrollo de la economía local a través del buen trato a los clientes, impulsado y manteniendo las normas de seguridad. Hacer respetar el distanciamiento social. 	Humanos	Del 22/09/2022 hasta el 24/09/2022	GAD de Montecristi	Mejorar en un 100% la comunicación externa de los clientes

		Aplicar un modelo de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal calificado • Evaluar constantemente las actividades que los comerciantes brindar • Cumplir y respetar el aforo y los horarios autorizados 	Humanos, materiales y económicos.	Del 25/09/2022 hasta el 28/09/2022	GAD de Montecristi	Captar la fidelidad y aceptación de los clientes.
	Diversificación de la oferta por parte de los comercios	Implementar nuevas estrategias de marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar el mercado meta • Gestionar con el Gobierno de Turismo, programas que permitan diversificar la oferta de mercado. 	Humanos, materiales y económicos.	Del 31/09/2022 hasta el 04/10/2022	GAD de Montecristi	Disminuir en un 75% la dependencia del turismo local.
Promover la implementación de medios tecnológicos para la realización de ferias virtuales.	Promover la implementación de medios tecnológicos	Plan de capacitación en comercio electrónico y economía digital	Contratación de personal calificado	Humanos, materiales y económicos.	Del 07/10/2022 hasta el 11/10/2022	GAD de Montecristi	Ver a la tecnología como su mejor aliado para promocionar y vender su producto. Mejorar las ventas en un 75% a través de las ventas de productos en línea.
		Realizar eventos de Ferias Virtuales	Potenciar los Productos y servicios de los comerciantes	Humanos, materiales y económicos.	Del 14/10/2022 hasta el 18/10/2022	GAD de Montecristi	Promocionar sus negocios de manera gratuita para llegar a un segmento más grande de la población.

Tabla 17: Desarrollo de la propuesta

7.8. Presupuesto del plan de propuesta

Tabla 18: Presupuesto de la propuesta

COMPONENTE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Departamento para capacitaciones	1	\$500,00	\$500,00
Programas y capacitaciones de concientización sobre la calidad del servicio	2	\$200,00	\$400,00
Personal calificado para aplicar un modelo de gestión de calidad	1	\$400,00	\$400,00
Medidas de Bioseguridad	40	\$15,00	\$600,00
Personal calificado para aplicar estrategias de marketing	1	\$400,00	\$400,00
Ferías Virtuales	2	\$400,00	\$800,00
Personal calificado para capacitar en comercio electrónico y economía digital	2	\$400,00	\$800,00
TOTAL		\$2.315,00	\$3.900,00

8. Conclusiones

El desarrollo de la investigación permite llegar a las siguientes conclusiones:

Tras el impacto negativo derivado de la crisis sanitaria, la situación actual de los comercios del Central de Montecristi, es preocupante debido a la contracción de la economía y la suspensión de actividades que afectó y sigue afectando directamente gran parte de la población, sobre todo a los comerciantes que tras el cierre de sus negocios no recibieron ingresos, disminución de ventas, incapacidad para entregar, lo que a su vez ocasionó que estas personas y obviamente sus hogares pasen a formar parte de la población en situación de pobreza, generando la expansión de las condiciones de desigualdad en el país.

Se establece que las pérdidas materiales de los Comercios del Mercado Central de Montecristi, corresponden en el ámbito económico y comercial destacándose la insostenibilidad de sus deudas, pérdidas materiales productos de corta duración como (legumbres frutas carnes embutidos pan entre otros), así como la perdidas de clientes, en consecuencia los comerciantes bajaron sus ingresos en comparación a lo que les ingresaba normalmente antes de la Emergencia Sanitaria, se encontró casos de comerciantes que optaron por cerrar sus negocios perdiendo su local comercial obligándolos a optar por otras actividades laborales que les ayuden a subsistir, es importante destacar que ningún ciudadano se encontraba preparado para sobrellevar esta pandemia.

El impacto en los ingresos familiares en los comercios del Mercado Central ha sido devastador porque la demanda de bienes ha caído de forma brutal, tanto que se han tenido que hacer préstamos o transferencias de familiares o amigos para ayudar en el hogar, debido a que las familias han priorizado el gasto a productos de primera necesidad.

9. Recomendaciones

El desarrollo de la investigación permite llegar a las siguientes recomendaciones:

Se debería dar mayor apoyo a los comercios que desean formalizar su negocio, encaminándolos en el proceso, brindándoles información y más facilidades para que así puedan aportar de manera significativa a la ciudad y a su vez se benefician ampliando sus negocios y mejorando su economía.

De ser posible, sería recomendable que el GAD de Montecristi les brinde una ayuda económica a los comercios del Mercado Central, sobre todo a los más afectados en su economía del hogar así también a los comercios que tuvieron insostenibilidad de sus deudas y pérdidas materiales, haciéndolos parte de los bonos que ellos dan a los ciudadanos.

Como último punto, se sugiere a la ciudadanía en general dar su apoyo a los comercios locales, consumiendo sus productos y así de tal manera ayudan al crecimiento económico de la ciudad y de los mismos comerciantes que tienen sus negocios en el Mercado Central de Montecristi.

10. Referencias Bibliográficas

- Arias, S. (7 de 10 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Camargo, A. L., & Mora, H. (2005). *Elementos conceptuales para el estudio de la economía informal en Villavicencio: Ventas informales*.
- CEPAL. (2020). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/impactos-la-pandemia-sectores-productivos-mas-afectados-abarcaran-un-tercio-empleo-un#:~:text=Por%20ejemplo%2C%20el%20comercio%20perder%C3%A1,mill%C3%B3n%20de%20puestos%20de%20trabajo>.
- Children Fundación Save the. (2020). *Coronavirus: El 60% de las familias en pobreza han visto empeorada su situación laboral*. Obtenido de <https://www.savethechildren.es/actualidad/coronavirus-el-60-de-las-familias-en-pobreza-ha-visto-empeorada-su-situacion-laboral>
- Ernst, & Lopez, M. (2020). *El COVID-19 y el mundo del trabajo en Argentina*.
- Eyong. (2020). *Med - Chaimas & COVID-19: Soluciones Innovadoras para las Pandemias*.
- Fairlie, R. (2020). *The impact of COVID-19 on small business owners: Evidence from the first 3 months widespread social-distancing restrictions*.
- Feige. (1990). *Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach*.

García, O. (2017). *La Competitividad en el Área Comercial y sus incidencia en los niveles de desempleo de la zona urbana del Cantón Montecristi*.

Guillot, C. (2020). Obtenido de

<http://www.revpediatria.sld.cu/index.php/ped/article/view/1183/549>

Herrera, & Osorio. (2020). *La Resiliencia como opción para superar la Economía en medio de las Pandemias*. Universidad Católica de Chile.

Jaramillo, M., & Ñopo, H. (2020). *COVID-19 y shock externo: impactos económicos y opciones de política en el Perú*.

Martínes, & Hernàez, A. (2020). *Reflexiones antropológicas ante la pandemia de COVID-19*. Publicacions Universitat Rovira I Virgili, Ed.

Mideros, A. (2020). *Economía y Desarrollo*. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/firmas/economia-tiempos-covid-19/>

Moreno, D. (2020). *Estrategias de afrontamiento familiar frente a la Crisis Socioeconómica producto del confinamiento en el contexto COVID19*.

Rios, G. (2020). Obtenido de

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL

SCIAN. (2002).

Shah. (2020). *Pandemia*.

Silva, M. .. (2020). *El comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/perdidas-covid19-ecuador-economia-negocios.html>

Valle. (2017). *Comercial informal y su incidencia en la economía del Canton Quevedo*.

Vargas, & Ramírez. (2020). *Repercusiones del COVID-19, condicionantes y sectores más afectados en la Economía*.

11. Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos (Encuesta)

Encuesta dirigida a los comerciantes del Mercado Central del Cantón de Montecristi.

Se solicita su colaboración en la presente encuesta que servirá para realizar un trabajo de investigación, el mismo que tiene como objetivo: recabar información sobre los comercios del Mercado Central y su contribución en la generación de ingresos del Cantón Montecristi. Por tal motivo se les solicita contestar de acuerdo con lo que considere conveniente. Se le agradece su participación.

1. Genero

- Femenino
 Masculino

2. Edad

3. Era usted comerciante del mercado central de Montecristi antes de la pandemia

- SI
 NO

4. Continuo con sus actividades comerciales en el mercado central de Montecristi durante la pandemia.

- SI
 NO

5. ¿Con que tipo de comercio a trabaja usted en el mercado de Montecristi?

- Comedor
 Carnes
 Legumbres
 Abarrotes
 Panes
 Variedad

6. ¿Durante la pandemia por qué tiempo cerró su negocio?

7. ¿Su familia se beneficiaba de su negocio del mercado central?

SI

NO

8. Cuantas personas se beneficiaban con su negocio del mercado central.

9. La pandemia Covid-19 perjudico a su familia

SI

NO

10. De qué manera se afectó a su familia

Falta de alimento

Falta monetaria

Aumento de deudas

11. ¿De qué manera salió afectado su negocio del mercado por la pandemia mundial?

Pérdidas de productos

Deudas

Pérdidas de clientes

12. ¿Cuáles es el valor mensual de las pérdidas materiales que tuvo su negocio del mercado por Covid-19?

13. ¿Cuáles eran su ingreso económico antes de la pandemia?

MAYOR A \$425

IGUAL A \$425

MENOR A \$425

14. ¿Cuánto era sus ingresos Mensual durante el año 2020?

MAYOR A \$425

IGUAL A \$425

MENOR A \$425

Anexo 2: Registro Fotográfico.



Aplicación de encuesta a dueña de un comercio



Aplicación de encuesta a comerciantes



Aplicación de encuesta a comerciantes de abarrotes



Aplicación de encuesta a comerciantes dueño de una panadería.

Anexo 4: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	Periodo 2022 (1)															
	Abri l				May o				Juni o				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Revisión de proyecto investigativo por Tutor	■	■														
2 Corrección de la Problemática y Objetivos			■	■												
3 Investigación acerca de las problemáticas reales					■											
4 Revisión y Corrección de las Hipótesis investigativas						■										
5 Revisión y Corrección de la Matriz de Consistencia							■									
6 Revisión y Corrección los Antecedentes Investigativos								■								
7 Revisión y Corrección de las Bases Teóricas									■							
8 Elaboración del material de recolección de datos									■							
9 Revisión de preguntas que contiene la encuesta									■							
10 Corrección de material de recolección de datos (Encuesta)										■						
11 Aplicación de las encuestas en el campo de investigación											■					
12 Tabulación de las encuestas aplicada a los comercios												■				
13 Elaboración y Corrección de los análisis de datos recopilados													■			
14 Elaboración de Conclusión y Recomendación														■		
15 Revisión y Corrección del Diseño de la Propuesta															■	■
16 Entrega de Tesis modalidad: Proyecto de investigación																■

Cronograma de actividades de 16 semanas en la elaboración del proyecto de investigación de acuerdo con las tutorías 2022 (1)

