



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**
Seréis mis testigos

ESMERALDAS

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**

ESCUELA:

COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS DE GRADO:

"EL EFECTO DEL COVID-19 EN EL COMERCIO DE PRODUCTOS
DE PRIMERA NECESIDAD EN LIMONES - ESMERALDAS"

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

AUTOR:

SIMISTERRA KLINGER PEDRO LUIS

ASESOR:

MGT. MÓNICA VERGARA

ESMERALDAS, 2024

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCE-Esmeraldas, previo a la obtención del título de LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

Presidente Tribunal de Graduación

Lector 1

Lector 2

Coordinador de la Escuela de Comercio Exterior

Mgt. Andrea Dueñas

Director de Tesis

Mgt. Mónica Vergara

Esmeraldas, de..... de 2021

AUTORÍA

Yo, Pedro Luis Simisterra Klinger, declaro que la presente investigación enmarcada en el trabajo de tesis es absolutamente original, autentica y personal. En virtud que el contenido de esta investigación de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la PUCESE.

Pedro Luis Simisterra Klinger

C.I. 0803560853

AGRADECIMIENTO

Por medio de la presente quiero expresar mi total gratitud a Dios, quien con su bendición ha llenado mi vida a diario así mismo con toda mi familia.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Pontificia Universidad Católica gracias por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo este proceso, a mis profesores que con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al *Mgt Vera Moran Fredy Paul*, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico primeramente a Dios, por ser el inspirador y darme las fuerzas necesarias para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

Gracias padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

Gracias a todas las personas que se han hecho presente en colaborar con un granito de arena en este tan largo proceso infinitas gracias por sus conocimientos y apoyo para conmigo.

ÍNDICE

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	I
AUTORÍA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema	2
Justificación	4
Objetivos	5
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
Bases teórico-científicas	6
Base conceptual	7
Antecedentes	8
Marco legal	12
CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	15
Tipo de estudio	15
Operacionalización de las variables	15
Métodos	17
Población y muestra	17
Técnicas de observación científica	18
Análisis de datos	19
CAPITULO III: RESULTADOS	20
Análisis de los resultados	20
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	33
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	38
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
ANEXOS	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Impacto general en las ventas diarias en las tiendas de Limones al inicio de la pandemia

Figura 2. Distribución porcentual de productos de primera necesidad que más se vendieron durante la pandemia.

Figura 3. Distribución porcentual de ventas de productos de primera necesidad antes de la pandemia.

Figura 4. Distribución porcentual de ventas de productos de primera necesidad durante los primeros meses de la pandemia.

Figura 5. Número de clientes de productos de primera necesidad que se reciben a diario en las tiendas de Limones.

Figura 6. Implementación de estrategias de comercialización para el mantenimiento de ventas.

Figura 7. Técnicas de comercialización utilizadas para el mantenimiento de ventas.

Figura 8. Percepción sobre el incremento de los gastos de logística para abastecimiento de productos de primera necesidad

Figura 9. Percepción sobre las dificultades para el abastecimiento de productos de primera necesidad

Figura 10. Percepción sobre las variaciones en los precios de venta de los productos de primera necesidad

Figura 11. Percepción sobre las variaciones en los precios de venta de los productos de primera necesidad

Figura 12. Distribución porcentual sobre los productos de primera necesidad que se encarecieron durante la pandemia

Figura 13. Percepción sobre la alternativa de cerrar los locales comerciales a causa de la pandemia

RESUMEN

Debido a la pandemia COVID-19, la disponibilidad de transporte se notó reducida, afectando claramente la comercialización de productos y la movilidad de los pobladores de la isla Limones. Por ello, el presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de identificar el efecto que causó la pandemia del COVID-19 en el abastecimiento y comercio de productos de primera necesidad en la comunidad de Limones. La investigación se apoyó en el método deductivo, teniendo un enfoque cuantitativo basado en el muestreo probabilístico aleatorio. Para cumplir con los objetivos de la investigación se aplicó una encuesta conformada por 13 preguntas a una muestra representativa de los emprendedores o dueños de 26 locales comerciales en la isla de Limones con un margen de error de 5%. Las variables que se analizaron fueron las ventas, la comercialización, la logística, el abastecimiento y las variaciones del precio de los productos. Los resultados determinaron que antes y durante la pandemia las tiendas de Limones registraron una ligera disminución en las ventas de productos de primera necesidad, y entre las principales dificultades que tuvieron para abastecerse de estos productos se encontraron al incremento en los precios de combustibles, los costos de transporte y las variaciones en los precios de los productos básico. Finalmente se recomienda la implementación de estrategias comerciales como el uso delivery y las ventas de productos a través de las redes sociales.

Palabras claves: logística, abastecimiento, productos de primera necesidad, pandemia, COVID-19.

ABSTRACT

Due to the COVID-19 pandemic, the availability of transport was reduced, clearly affecting the commercialization of products and the mobility of the inhabitants of Limones Island. Therefore, this research work was carried out in order to identify the effect caused by the COVID-19 pandemic in the supply and trade of basic necessities in the community of Limones. The research was supported by the deductive method, having a quantitative approach based on random probability sampling. To meet the objectives of the research, a survey consisting of 13 questions was applied to a representative sample of entrepreneurs or owners of 26 commercial premises on the island of Limones with a margin of error of 5 %. The variables that were analyzed were sales, marketing, logistics, supply, and product price variations. The results determined that before and during the pandemic, Lemons stores registered a slight decrease in the sales of basic necessities, and among the main difficulties they had to stock up on these products were the increase in fuel prices, costs transport and variations in the prices of basic products. Finally, the implementation of commercial strategies such as the use of delivery and the sales of products through social networks is recommended.

Keywords: logistics, supply, basic necessities, pandemic, COVID-19

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos poseen derechos a tener una vida digna, es por ello, por lo que la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su Artículo 3 numeral 1 sostiene que: “es prioridad del Estado precautelar sin distinción alguna que los ciudadanos gocen de derechos escritos en la carta magna y los instrumentos internacionales, principalmente la educación, salud, alimentación y agua para los ecuatorianos” (p. 9).

La pandemia COVID-19 ha causado un gran desbalance en la economía de la provincia de Esmeraldas, en especial a los sectores que lamentablemente carecen de facilidad de acceso a la movilidad para conectarse con otros sectores aledaños. Dentro de la provincia Esmeraldas, cantón Eloy Alfaro se encuentra una isla llamada Limones; esta isla es una comunidad con una población que se sustenta de la pesca, agricultura y el turismo en fechas especiales, que vive en medio de altos niveles de pobreza y a la cual la pandemia COVID-19 desfavoreció en gran cantidad.

Limones siendo una isla parte del sector rural, necesita del transporte fluvial para conectarse con los sectores aledaños y para transportar productos, especialmente los artículos de primera necesidad que son indispensables en cualquier hogar.

En muchos países en desarrollo el transporte rural está asociado no solamente con la comercialización de productos agroalimentarios, o con las tareas hogareñas de consecución de alimentos y otros insumos esenciales tales como agua y leña, sino también con las necesidades básicas de movilización y acceso a los mercados y a los servicios sociales incluyendo escuelas y centros de salud (De León, De León, Catalano, Rodríguez, & Neira, 2004).

Debido a la pandemia COVID-19, la disponibilidad de transporte se notó reducida, afectando claramente la comercialización de productos y la movilidad de los pobladores de la isla Limones. Por ello, el presente trabajo de investigación pretende determinar qué efecto causó la pandemia del COVID-19 en el abastecimiento y comercio de productos de primera necesidad en la comunidad de Limones, teniendo en cuenta que los productos de primera línea son indispensables en los hogares de toda localidad, ya que resultan determinantes para la alimentación de las personas.

Planteamiento del problema

En Ecuador, el consumo de productos de primera necesidad varía acorde a las condiciones de cada familia, del mismo modo, el abastecimiento y precio de los productos cambia acorde a las diferentes zonas del país, sean estas urbanas o rurales.

Por ello, es importante indicar que las zonas urbanas tienen acceso a la compra de productos de primera necesidad de forma más fácil y menos costosa, debido a su gran número de habitantes y a los beneficios que gozan en esa zona, en gran parte debido a la infraestructura vial que facilita la logística; por otro lado, las zonas rurales son sectores periféricos que mantienen carencias muy notorias, entre estas se encuentran las conexiones viales y el transporte de alimentos que logran abastecer a las tiendas y consecuentemente a los hogares de estos asentamientos, agravándose la situación cuando se trata de islas densamente pobladas en la que el acceso es la vía marítima o fluvial.

Por ese motivo Bureau (2011) señala que se debe mantener un equilibrio entre el stock de mercancías, la producción y el transporte para evitar fallos por escasez o acumulación excesiva de productos. Sin embargo, en la pandemia se evidenció que las políticas públicas no fueron efectivas para solventar la problemática y en realidad contribuyeron como agravante al desabastecimiento, ya que, se vio en gran medida la falta de atención e infraestructura en la comunidad.

La localidad de Limones no cuenta con una vía directa de acceso terrestre, por esta razón se mantiene latente la problemática en cuanto al transporte de productos alimenticios. Además, el proceso de abastecimiento de víveres es complicado, riesgoso y costoso, lo que origina carencias a menudo de estos productos, Evidenciándose en gran magnitud en tiempos de la pandemia de COVID-19.

En relación con lo antes mencionado, se plantean la siguiente pregunta de investigación, general y específicas:

- General
 - ¿Cómo afectó la pandemia del COVID-19 al abastecimiento de productos de primera necesidad en la Isla Limones?

Preguntas subsidiarias:

¿Cómo se vieron afectadas las ventas en las tiendas locales de la Isla Limones durante la pandemia de COVID-19?

¿Cuáles fueron los cambios en la logística para el abastecimiento de productos de primera necesidad en Limones durante el confinamiento por la pandemia?

¿Cuál fue la variación de precios de los productos de la canasta básica durante el tiempo de pandemia?

¿Cuáles fueron las alternativas comerciales que se utilizaron en las tiendas de Limones para mantener su actividad comercial durante el periodo de la pandemia?

Justificación

Mediante esta investigación se logrará aportar con una visión clara sobre la comercialización de productos de primera necesidad en la isla Limones, desde la logística de compra hasta el precio de venta de estos, detallando así un cúmulo de información pertinente que permitirá determinar cómo estuvo afectado su sector comercial durante este periodo.

Por ello, esta investigación se justifica con el cambio radical que se efectuó en todo el mundo debido confinamiento causado la pandemia COVID-19, en especial referente al comercio de productos de primera necesidad en localidades de difícil acceso como lo es la isla Limones, una zona muy afectada, debido a su ubicación geográfica, en si a su separación del continente, donde la comercialización es a través de tiendas de abarrotes que abastecen a las pequeñas tiendas de barrio y por ende su logística de abastecimiento se ve afectada.

Finalmente, esta investigación es importante porque permitirá conocer la situación del sector comercial de la localidad de Limones en tiempos de pandemia, determinando así que afectación tuvo en la cadena de suministro de la comunidad.

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la afectación que causó la pandemia del COVID-19 en el abastecimiento de productos de primera necesidad en la localidad de Limones.

Objetivos específico

- Medir las variaciones de las ventas en las tiendas de Limones a causa de la pandemia del Covid-19.
- Identificar la variación en la logística de abastecimiento de productos de primera necesidad durante el tiempo de confinamiento.
- Examinar la alteración en los precios de los productos de la canasta básica en las tiendas de Limones durante el tiempo de pandemia.
- Analizar las alternativas comerciales que se utilizaron en las tiendas de Limones para mantener su actividad comercial.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

Bases teórico-científicas

Existen condiciones de transporte como la movilización fluvial de pequeña escala, la cual da acceso a las personas pobres que viven en zonas rurales donde se tiene agua y riberas aledañas a los ríos, que no son tenidas en cuenta por los planificadores del desarrollo y por lo tanto son invisibles y contribuyen a agudizar la situación de pobreza (Ramírez, 2007). Es en estas zonas en donde se hace más complicada realización de las actividades económicas, ya que la logística de transporte de la cadena de suministro se hace más costosa por el simple hecho de su sistema de movilización.

Para Chopra & Meindl (2008):

Una Cadena de suministro está formada por todas aquellas partes involucradas de manera directa o indirecta en la satisfacción de una solicitud de un cliente. La cadena de suministro incluye no solamente al fabricante y al proveedor, sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle (o menudeo) e incluso a los mismos clientes. (p.3)

Una cadena de suministro típica puede abarcar varias etapas que incluyen:

- Clientes
- Detallistas
- Mayoristas/distribuidores
- Fabricantes
- Proveedores de componentes y materias primas

Siendo importante en la investigación, identificar la logística para poder llevar productos en sintonía con cada uno de los actores o eslabones que intervienen, ya que, “Cada etapa en la cadena de suministro se conecta a través del flujo de productos, información y fondos. Estos flujos ocurren con frecuencia en ambas direcciones y pueden ser administrados por una de las etapas o un intermediario” (Chopra & Meindl, 2008, p. 5).

La importancia de una correcta logística en la cadena de suministro es vital para reducir los costos de venta y para garantizar la satisfacción de los clientes, ya que esta actividad

engloba todas aquellas asociadas con el movimiento y distribución de bienes hasta su usuario final.

Para Ramírez (2007) el transporte rural en la academia se concibe como: “parte del desarrollo rural y a su vez desde las actividades que realiza el campesino, no solo a partir de los esquemas tradicionales y modernos de la agricultura, sino integrado con su desenvolvimiento social y cultural en medios naturales” (p. 19). Estos medios naturales han sido utilizados ancestralmente, en estos sectores apartados de los beneficios de la modernización, las personas que se ven involucradas en logística, deben ser muy proactivos e ingeniosos, a fin de no encarecer demasiado el costo de poner el producto en la mesa del consumidor en estos lugares apartado.

Por lo tanto, el transporte es un factor que afecta no solamente los costos finales sino también la seguridad alimentaria en el hogar y la competitividad de los productores y demás actores clave en las cadenas agroalimentarias, independientemente de que se trate de micro, pequeña, mediana o grande escala y capacidad de los agricultores y empresarios. Es tal su importancia que puede constituirse en una barrera para los pequeños productores y para el desarrollo de agro-negocios eficientes y lucrativos, así como para las actividades comerciales en general, con inclusión del comercio de productos de primera necesidad.

Base conceptual

Limonas es una isla cuyo acceso sólo es por mar o por la ría, no existe un puente que una con el continente, es decir, posee conectividad escasa hacia sus sectores aledaños. Para Rozas & Figueroa (2006) la conectividad es: “la cualidad que se desarrolla de la existencia de vínculos entre territorios y actividades que se interrelacionan, es una estructura que es conformada por una red de corredores que sirven para movilizar bienes, servicios y personas entre distintos puntos del territorio” (p. 11).

Si, en el común de los días es complicado acceder a la isla Limonas, con la pandemia del virus COVID-19 se empeoró, cabiendo señalar que este virus es considerado como “la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019” (OMS, 2020).

Con la pandemia, la cadena de suministro y en especial la logística de transporte se ha afectado ya que, los ciudadanos pasaron algunos meses del año en 2020 en confinamiento. Para el efecto se debe tener en consideración que la cadena de suministro “Es un conjunto de actividades funcionales que se repiten muchas veces a lo largo del canal de flujo, mediante las cuales la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor para el consumidor” (Drucker, 2004, p. 7)

Además, Mora (2014) afirma que la logística de transporte es: “la función que permite dinamizar el flujo de los productos, en la cual están inmersos cerca del 45% de los costos logísticos totales de la compañía, por ello es un favor clave del éxito para la entrega oportuna de los productos” (p. 15). El manejo de la logística es de mucho mayor importancia cuando se trata de acceder a sitios con poca o escasa infraestructura vial y con los equipos de carga y descarga, más aún cuando se trata de una isla, cuando el modo de transporte es multimodal, por así decirlo de forma correlacionada y en analogía.

Un elemento importante para la logística de cadena de suministro y transporte es el transporte fluvial, ya que ese es el tipo de transporte que se utiliza para poder llegar del continente a la isla. “La estructura se ajusta a las condiciones del río y su uso es exclusivamente para movilizar personas. Para el funcionamiento eficiente de este medio de transporte es necesario contar con embarcaciones rápidas, livianas y accesibles para todos sin limitaciones” (Cabrera, 2018, p. 13). El conocimiento de la marea y la capacidad de carga de las embarcaciones, junto a la pericia del piloto o conductor son vitales.

Antecedentes

La expansión de la pandemia del coronavirus (COVID-19) está causando interrupciones importantes en la forma como las personas acceden a los bienes y servicios, por consiguiente, en la manera de operar las cadenas de suministro. Las limitaciones colindantes fueron generalizadas a nivel mundial: alcohol, gel, mascarillas, papel higiénico, termómetros y productos de limpieza agotados en supermercados y farmacias (Casco, 2020). En forma simultánea, las cadenas globales de suministro también empezaron a sufrir un shock de oferta. El génesis de la pandemia en China trajo como resultado el cierre de fábricas, disminución de las operaciones aeroportuarias, portuarias y férreas, impactando sustancialmente el suministro de un sinnúmero de industrias (Casco, 2010).

De acuerdo con la edición de abril del 2020 del informe “Commodity Markets Outlook” (Perspectivas de los mercados de productos básicos), se dio a conocer que la conmoción económica mundial producida por la pandemia del Covid-19 provocó una reducción de la mayoría de los precios de los productos de primera necesidad, lo que suponía la adopción de precios en principios más bajos en 2020 (Baffes & Nagle, 2020).

Las medidas y acciones de mitigación adoptadas para combatir la propagación de la Covid-19 dio paso a un colapso sin antecedentes de la actividad económica y el transporte, provocando una reducción global de los precios de los productos básicos, con excepción de algunos productos alimenticios como el arroz (Baffes & Nagle, 2020). Los expertos realizaron pronósticos en los cuales los precios de la mayoría de los productos de primera necesidad serían más bajos en el año 2020 que en el año 2019, por lo que los precios de la energía fueron los más afectados, a diferencia de los de la agricultura que fueron los menos afectados (Baffes & Nagle, 2020).

Pese a esto, los riesgos para las conjeturas de los precios resultan significativas en ambas direcciones (alza y baja de los precios) generando en cierta medida a los mercados mayoristas, minoristas, tiendas, entre otros. De la misma manera en que estas afectaciones dependerán en su mayoría del tiempo en que se contenga o culmine la pandemia y se levanten culminen las medidas de mitigación (Sánchez, 2020).

A pesar de que varios países alrededor del mundo tratan a las empresas que procesan, comercializan o venden alimentos y productos de primera necesidad como esenciales a través del relajamiento de las restricciones afines a la Covid-19 que les otorgan, las pequeñas empresas formales (tiendas) e informales que abarcan la mayor parte del mercado en los sectores de los países subdesarrollados o de menor ingreso, se encuentran luchando para resistir las innumerables pérdidas producidas por las limitaciones vigentes a la pandemia, como por ejemplo el caso de las medidas de distanciamiento social, que establece un número determinado de clientes a los cuales los minoristas pueden atenderlos en un período de tiempo fijo, y a la reducción de las horas habituales durante las cuales las empresas o vendedores están autorizados para operar (Mogues, 2020)

Un precedente a considerar en el presente estudio, es el suscitado en España, en donde el pequeño comercio realizó reclamos al Gobierno Español, en donde exigían que se establezcan limitaciones en la venta online de los productos básicos o de primera necesidad a fin de equiparar su actividad a lo que podían ofertar los establecimientos

físicos, los cuales quedaron en clara ventaja competitiva. Los continuos decretos sobre el estado de alarma limitaron la apertura de tienda a servicios y bienes de primera necesidad, como alimentos, medicamentos, productos sanitarios, productos higiénicos, bebidas y alimentación animal (Campo, 2020).

Por otro lado, en lo concerniente a las ventas online, estas permitieron la distribución y entrega de productos comprados a través de vía telefónicas, correspondencia o vía internet, sin limitar el tipo de artículos a ser adquirido (Campo, 2020). En este país durante la pandemia, la posibilidad que el pequeño comercio se uniera conjuntamente con iniciativas de comercio electrónico resultó muy complejo de llevarse a cabo, dado que según los representantes del sector comercial pronosticaban una auténtica debacle, por lo que se instó a la ciudadanía a aprovechar el parón que en nuestra vida supone la pandemia del COVID-19 y reflexionen sobre qué tipo de ciudades querían ¿ con tiendas o sin tiendas? considerando que estaba en juego el empleo de aproximadamente 1,3 millones de personas (Campo, 2020).

En cuanto a estudios o investigaciones asociadas a los efectos del Covid-19 en el comercio de productos básicos o de primera necesidad en las tiendas o mercados minoristas, son muy pocos los que actualmente se han realizado, una gran parte se debe a que el mundo aún se encuentra en estado de pandemia (Ortega, 2020).

A manera de antecedentes, se pueden citar el efecto de la pandemia en el comercio de algunos países a nivel regional y local. En el caso de Colombia, los mercados mayoristas durante la pandemia funcionaron normalmente (ProChile, 2020). En Bogotá donde se encuentra la mayor concentración de mercado, se evidenció afectaciones derivadas de la cuarentena (restricción de movimiento y restricción vehicular). En algunos departamentos se sumaron las restricciones por cédula de identidad. Los productos de primera necesidad con mayor demanda por parte del consumidor final fueron los alimentos no perecibles (ProChile, 2020).

Las tiendas de barrio y supermercados funcionaron normalmente, con la diferencia de las restricciones al tiempo de su funcionamiento habitual, obligándoles a cerrar más temprano. El ingreso se mantuvo regulado, en donde 1 persona por familia podía adquirir máximo 4 unidades de los productos, 1 bebida alcohólica y un número máximo de 40 a 50 personas por local (en el caso de retail grandes). Durante la situación de la Covid-19 los productos de primera necesidad fueron los más apetecido en los supermercados y

tiendas de barrio (ProChile, 2020). Sin embargo, a esto se le sumó la volatilidad del tipo de cambio en el mercado colombiano, lo cual incidió negativamente en las importaciones durante la pandemia, cuyas variaciones fueron del 20% en alimentos no perecibles y productos de limpieza del hogar (ProChile, 2020).

En la situación de Perú, los mercados mayoristas operaron normalmente para el abastecimiento de primera necesidad y productos farmacéuticos, el resto se mantuvo cerrado por disposiciones legales. Los supermercados funcionaron en toda su capacidad, cumpliendo un horario de 10:00 am a 16:00 pm por motivo de toque queda. Durante los meses más difíciles de las pandemias los peruanos gastaban alrededor de 10 millones de soles (USD 3 MM) durante las primeras semanas de cuarentena (ProChile, 2020).

A nivel local, en Ecuador la coyuntura sanitaria vinculó al comercio a las aplicaciones de entrega a domicilio conocidas como delivery, tanto para medicamentos, alimentos u otros productos básicos o de primera necesidad, los mismos que aumentaron su demanda de manera exponencial, provocando un mayor esfuerzo en la incorporación de más empresas importadoras en el Marketplace nacional. Por otra parte, en el ámbito internacional los bienes que no eran de primera necesidad, se vieron mermados, por ejemplo, los envíos desde Chile, como fue el caso del salmón y el vino. Sumado a esto, en lo referente a los obstáculos al comercio, en el Ecuador no existieron medidas de este tipo (ProChile, 2020).

A pesar de que las aplicaciones móviles de servicio a domicilio, las páginas web y las redes sociales ha facilitado la provisión de productos de primera necesidad a las personas sin que estas salgan de sus hogares al inicio y durante la pandemia, las cámaras y departamentos de comercio consideran que este mercado aún se encuentra en un proceso de maduración y que en su mayoría las personas aún prefieren realizar sus compras de manera presencial (Andes, 2020). Según sondeos realizados por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) durante la emergencia sanitaria se evidenció que en un 48% de los encuestados (802 personas) se incrementó su asistencia a tiendas de barrio para realizar sus compras, mientras que el 69% manifestó que durante las cuarentenas no realizaron compras por vía internet (Andes, 2020).

La CECE impuso la iniciativa “Todos Más Cerca” en donde sin algún costo, las tiendas de barrios u otros negocios personales podían registrarse. Durante los primeros meses de la pandemia, el portal contó con 2405 establecimientos inscritos. Los voceros de la iniciativa explicaron que antes de acceder a dicha plataforma, los negocios o tiendas son

evaluados a fin de comprobar su seriedad (El Comercio, 2020). Las personas que realizan búsqueda de productos establecen contacto directo con los propietarios o dirigentes de los comercios mediante WhatsApp y proceden a coordinar las formas de pago. La plataforma se mantiene activa en Quito, mientras que la Agencia de Promoción se encarga de realizar las capacitaciones respecto a la forma de transformar un negocio tradicional en uno que se adapta a la llamada nueva normalidad. Alrededor de los primeros meses de la emergencia sanitaria, más de 8,000 personas se estaban integrando en la transformación digital de sus negocios (El Comercio, 2020).

Marco legal

La base legal del presente trabajo de investigación se sustenta en la Constitución de la República del Ecuador, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad vial.

Constitución de la República del Ecuador

En el Título I acerca de los Elementos Constitutivos Del Estado, Capítulo primero, en su Artículo 3 (numerales 5 y 6) La Constitución de la República del Ecuador (2008) explica que tiene entre sus Principios fundamentales:

Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir y Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización. (p. 9)

La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Capítulo tercero acerca de la Soberanía alimentaria Artículo 281 (numerales 1,3,10,11,12) establece:

Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria., Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos: Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre

espacios rurales y urbanos; Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos; Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios y Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente. (p. 87)

El capítulo IV de la Constitución del Ecuador (2008), referente a la Soberanía económica, Sección primera: Sistema y política económicos, explica en el Art. 283 que:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (p. 88)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

El COPCI (2008) en el Título III, Del Desarrollo Territorial Equitativo Artículo 69 que trata acerca de la Priorización territorial, establece que:

La transformación productiva buscará dinamizar todos los territorios del país; no obstante, se priorizará la inversión pública en desarrollo productivo en las zonas económicamente deprimidas, tomando en cuenta factores como: altos índices de desempleo, necesidades básicas insatisfechas, entre otros; los mismos que serán determinados juntamente con la Secretaría Nacional de Planificación, el Consejo

Sectorial de la Producción y los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Estos organismos evaluarán y monitorearán el cumplimiento de esta política. (p. 26)

En el Libro I, que trata sobre del desarrollo productivo, mecanismos y organismos de competencia, en su Título I acerca Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad, Capítulo 1 Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo, Artículo 5:h sobre el Rol del Estado indica que: “Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal” (p. 6).

Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad vial

La Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad vial (2014) en su Artículo 8 explica que:

En caso de que se declare estado de excepción o se decrete el establecimiento de zonas de seguridad, los organismos y autoridades de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, por disposición del presidente de la República, podrán restringir o cerrar temporalmente la circulación en las vías públicas que sean necesarias.
(p.3)

Por otro lado, la Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial (2014) en su Libro segundo, Título 1, Artículo 50, De la naturaleza y objeto, donde trata acerca del transporte terrestre automotor, afirma que: “El Estado propenderá a la utilización de los sistemas inter y multimodales, como herramientas necesarias que permitan reducir costos operativos, mejora en los tiempos de transporte y eficiencia en los servicios” (p. 16).

CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de estudio

El presente estudio es una investigación no experimental, Hernández (2014) afirma que, las investigaciones no experimentales son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152). Consiste en recibir un tratamiento, una condición o un estímulo en determinadas circunstancias, para después evaluar los efectos de la exposición o aplicación de dicho tratamiento condición. Por ello, se realizó este tipo de investigación, ya que se basó en la observación del fenómeno del COVID- 19 y el comportamiento que ha presentado la comercialización de productos de primera necesidad en la Isla Limones desde la aparición de este.

Alcance

El alcance de este trabajo fue descriptivo porque se pretendió contar de manera detallada el impacto de la pandemia covid-19 en la comercialización de productos de primera necesidad en Limones. Según Sampieri, Fernández y Baptista (2014) “El alcance descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p.92).

Enfoque

Para la recopilación de información se utilizó el enfoque metodológico cuantitativo porque según lo menciona Sampieri, Fernández y Baptista (2014) “El enfoque cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población” (p.10). En este enfoque se buscó ser objetivo y para ello se extrajeron los datos numéricos de los resultados obtenidos a través de las técnicas e instrumentos empleados para realizar el análisis del efecto del COVID- 19 en el comercio de productos de primera necesidad en Limones.

Operacionalización de las variables

En este apartado se describe la operacionalización de las variables, tal y como se aprecia en la tabla 1.

Tabla 1. Operacionalización de las variables.

<i>Variables</i>	<i>Definición Conceptual</i>	<i>Definición Operacional</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Técnicas</i>	<i>Instrumentos</i>
Impacto Económico	Se trata de los resultados económicos, ya sean positivos o negativos que hubiese en un sector, región o país durante o luego de haberse presentado un suceso que afecte dicha economía.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de negocios • Sostenibilidad de los negocios • Característica de la actividad comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización • Impacto económico 	<ul style="list-style-type: none"> • Montos de ventas • Aumento de gastos • Percepción del impacto 	Encuestas	Cuestionario
Covid-19	Virus peligroso que se propaga rápidamente entre las personas, provocando confinamiento en los países en donde se encuentre expandido el mismo, para tratar de reducir o moderar el contagio, lo que conlleva cambios drásticos económicos y sociales para el país.	<ul style="list-style-type: none"> • Pandemia 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores económicos • Variaciones de precios 	Encuestas	Cuestionario
Logística Abastecimiento	De Organización entre los flujos de red de control de un producto, se refiere a todos los procesos de coordinación y de gestión para hacer llegar el producto al cliente eficientemente.	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de transporte • Análisis de la variación de precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Logística • precio de venta de productos de primera necesidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo transporte • Costo combustible • Variación de precios antes y durante el confinamiento por Covid-19 	Encuestas	Cuestionario

Métodos

Esta investigación se apoyó en el método deductivo, debido a que se realizó un estudio que va de la teoría a los datos, siendo el enfoque de tipo cuantitativo para esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio.

Población y muestra

La población a estudiarse en la presente investigación estuvo conformada por las distintas tiendas distribuidas en la Parroquia Valdés más conocida como Limones, la cual se encuentra ubicada en el cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas. La muestra estuvo constituida por 60 tiendas que actualmente siguen funcionando a pesar de la pandemia del COVID-19.

Para la realización del presente trabajo investigativo se utilizaron técnicas como las encuestas a través del uso de cuestionarios. “La encuesta es una técnica primera de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos” (Abascal, 2005, p.14). La población considerada para la presente investigación estuvo compuesta por la totalidad de los locales comerciales distribuidos en la Isla Limones.

La información que se obtuvo de la población objeto de estudio fue relacionada con la variable “logística de abastecimiento” planteada previamente. Variable que fue medida a través de cada uno de los indicadores señalados en el instrumento de obtención de información, la encuesta.

Luego de determinar la población, se determinó la muestra necesaria para obtener la información futura del plan de investigación. Hernández (2014) afirma que, “La muestra es en esencia, un subgrupo de la población es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{[z^2(p * q)]}{N}} = 56$$

Con un margen de error de 5% y 99% de nivel de confianza, el cálculo resultó que se deben encuestar 56 locales comerciales de la Isla Limones.

Técnicas de observación científica

Encuesta

En el presente estudio se aplicó la técnica de la encuesta, la cual se basa en la adquisición de información con respecto a un conjunto objetivo, articulado de preguntas y coherente, garantizando que la información otorgada por una muestra pueda ser analizada y examinada a través de métodos cuantitativos (Abascal, 2005).

Los datos e información suelen obtenerse a través de la aplicación de procedimientos estandarizados, con la finalidad de que el encuestado responda a las interrogantes dentro de un marco de igualdad de condiciones, lo cual evita el tener opiniones sesgadas que puedan incidir en el resultado del estudio o la investigación.

La aplicación de esta técnica conlleva a solicitar información a las personas mediante el uso de un cuestionario. Mediante la encuesta se buscó adquirir información determinada que permita alcanzar resultados veraces para posteriormente ser interpretados y analizados sin complicación, en relación a los efectos del Covid-19 en el comercio de productos de primera necesidad en la isla de Limones.

Instrumentos

Cuestionario

El cuestionario que se aplicó a los emprendedores o dueños de los locales comerciales de la isla de Limones estuvo conformado por un conjunto acoplado y coherente de preguntas redactadas en un documento a fin de obtener la información y datos necesarios para poder desarrollar el presente estudio (Abascal, 2005).

El cuestionario estuvo conformado por 13 preguntas cerradas y selección múltiple, las cuales fueron aplicadas a la muestra previamente seleccionada (Anexo 1). Previa a la

aplicación de las encuestas, estas fueron validadas por dos docentes de la Escuela de Comercio Exterior (Anexo 2 y 3).

Análisis de datos

Todos los datos obtenidos fueron ingresados en una plantilla del programa estadístico Excel, a los cuales posteriormente se les realizó el análisis estadístico pertinente.

CAPITULO III: RESULTADOS

Análisis de los resultados

El siguiente apartado contiene la descripción y el análisis de los resultados adquiridos a través de las encuestas aplicadas en una muestra de 56 tiendas o MiPymes distribuidas en la Isla de Limones. A través de la encuesta se consiguió información referente a los efectos del COVID-19 en el comercio de productos de primera necesidad en las tiendas de Limones, específicamente en las secciones de ventas, comercialización, variaciones de precio, logística y abastecimiento. A continuación, se presentan los resultados en las 13 preguntas que conformaban la encuesta:

3.1. Variaciones de las ventas

3.1.1. Impactos en las ventas durante el COVID 19

Con base a los resultados, la mayoría de los encuestados señalaron que al inicio de la pandemia del COVID-19 registró una disminución en sus ventas diarias, mientras que sólo el 7% indicó que al inicio de la pandemia no observaron ningún cambio en las ventas que se realizaban diariamente. Sin embargo, casi la mitad de los encuestados señala también que tuvieron un aumento de ventas debido a que las familias al mantenerse en confinamiento necesitaban reservas de alimentos suficientes.

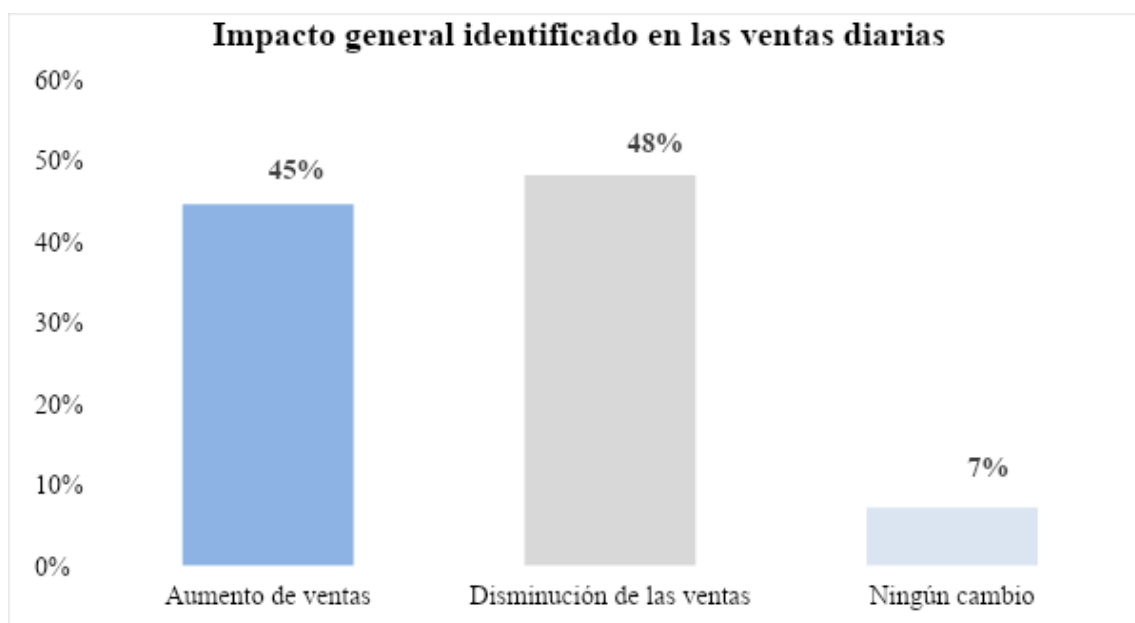


Figura 1. Impacto general en las ventas diarias en las tiendas de Limones al inicio de la pandemia

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.1.2. Productos más vendidos durante la pandemia

En relación a esta pregunta, se pudo evidenciar que los productos de primera necesidad que más se vendieron a diario durante el inicio de la pandemia fueron los productos lácteos y huevos, seguido del café, té y bebidas gaseosas. No obstante, los productos de primera necesidad que menos se vendieron y que particularmente llama la atención fueron carnes, pescado y pollo (Figura 2).

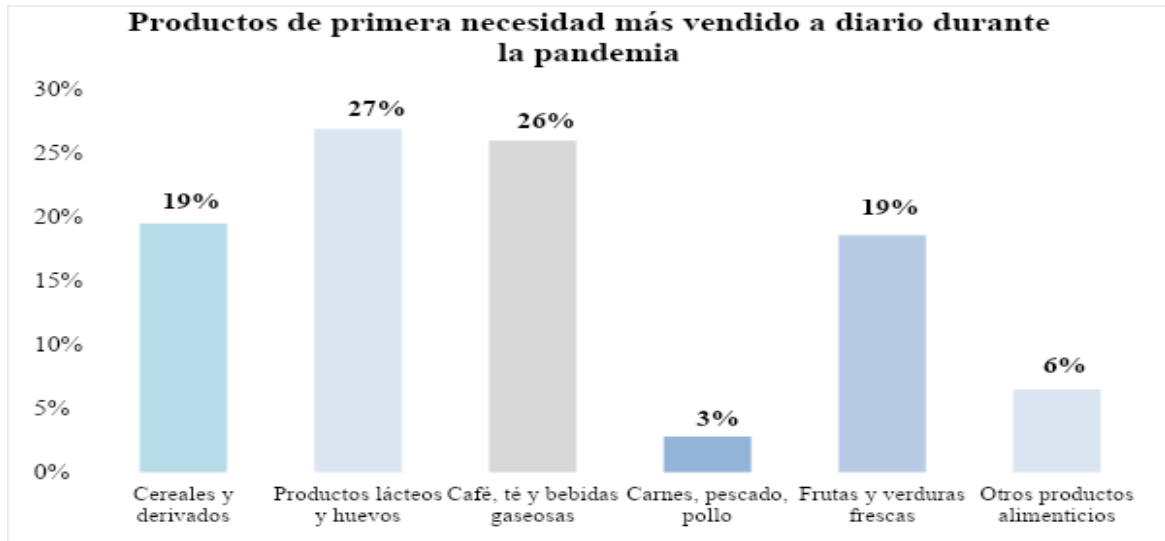


Figura 2. Distribución porcentual de productos de primera necesidad que más se vendieron durante la pandemia.

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.1.3. Ventas de productos de primera necesidad antes de la pandemia

En la figura 3 se puede evidenciar que, de acuerdo a la mitad de los emprendedores encuestados, las ventas de productos de primera necesidad antes de la pandemia eran regulares, mientras que un pequeño porcentaje indica que las ventas eran altas.

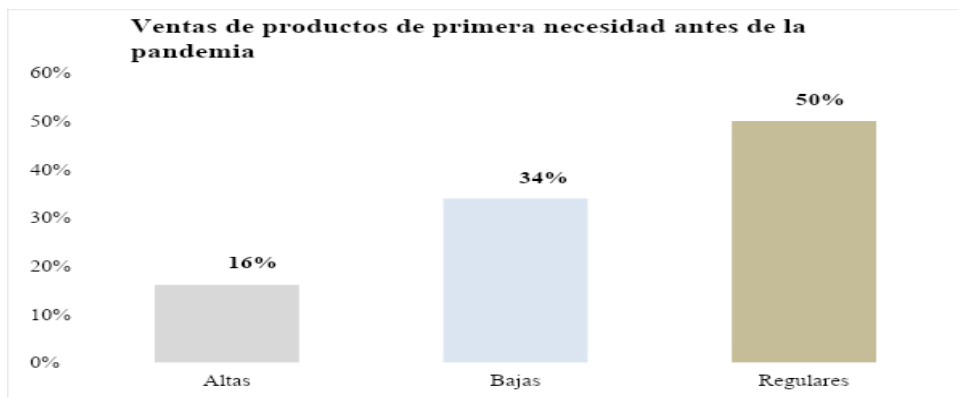


Figura 3. Distribución porcentual de ventas de productos de primera necesidad antes de la pandemia.

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.1.4. Ventas de productos durante los primeros meses de la pandemia

A través de esta pregunta se pudo corroborar que casi la mitad de los encuestados concuerda que; las ventas de los productos de primera necesidad durante los primeros meses de la pandemia fueron altas, mientras que para el 38% fueron bajas. .

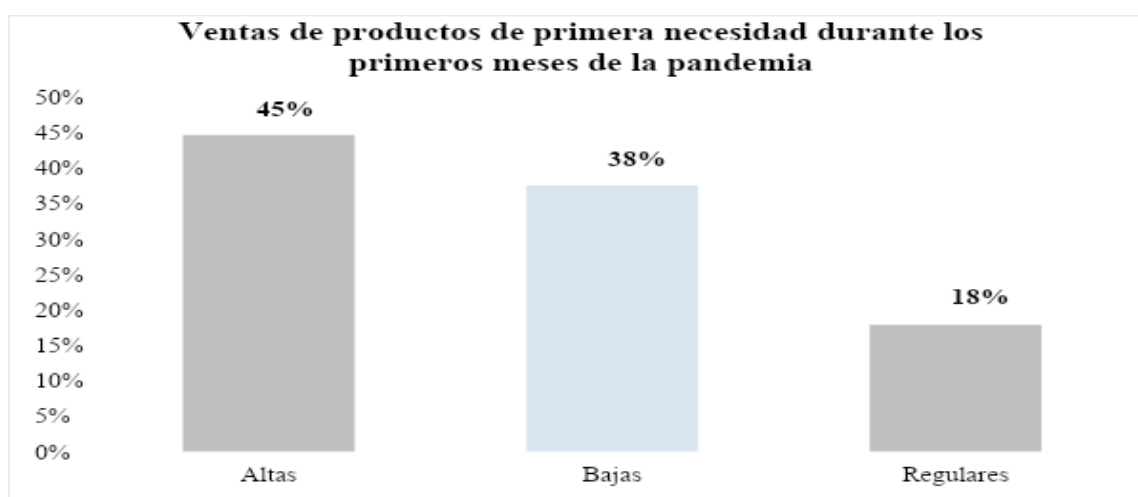


Figura 4. Distribución porcentual de ventas de productos de primera necesidad durante los primeros meses de la pandemia.

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.1.5. Número de demanda de productos de primera necesidad a petición de los clientes

En relación a los resultados adquiridos mediante la encuesta, el 39% de los encuestados indicó que actualmente el número de clientes de productos de primera necesidad que recibe a diario oscila entre 0 – 50. Mientras que el 29% señaló que a diario en sus tiendas se recibe entre 101 – 150 clientes en búsqueda de productos de primera necesidad (Figura 5).

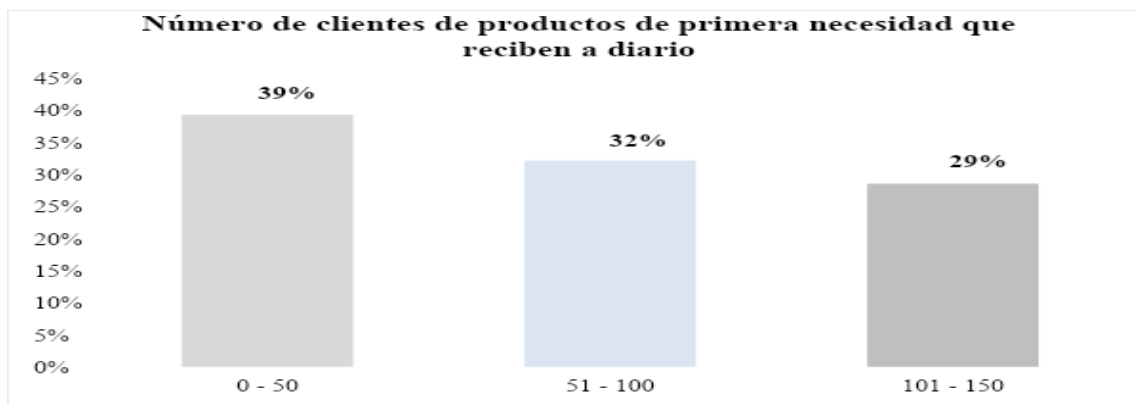


Figura 5. Número de clientes de productos de primera necesidad que se reciben a diario en las tiendas de Limones.

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.2. Logística de abastecimiento

3.2.1. Incremento de gastos de logística para el abastecimiento de productos de primera necesidad (fletes, gasolinaz, mantenimiento de vehículos).

Con base a los componentes de logística y abastecimiento, los resultados registrados determinaron que durante la pandemia se incrementaron los costos de logística (gasolina, fletes) para la obtención de producto de primera necesidad, tal como lo afirma casi la mayoría de los encuestados (Figura 8).

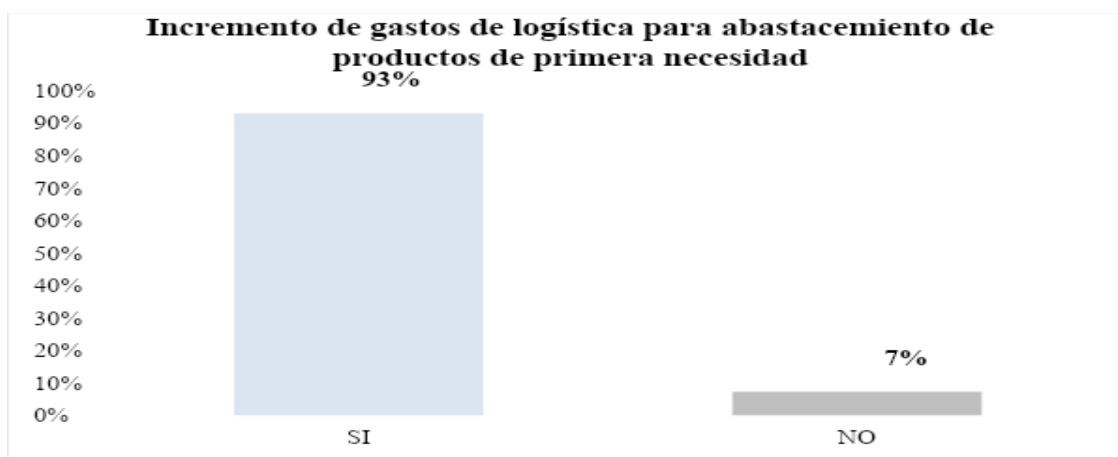


Figura 8. Percepción sobre el incremento de los gastos de logística para abastecimiento de productos de primera necesidad

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.2.2. Dificultades de abastecimiento de productos de primera necesidad durante la pandemia de COVID 19

En la figura 9 se pudo evidenciar que la mayoría de los dueños de las tiendas de Limones consideraran que durante la pandemia las principales dificultades que han tenido para obtener productos de primera necesidad son: Incremento en el costo de combustible (34%), incremento en los precios de los productos (31%), y el aumento en los costos de transporte (23%).

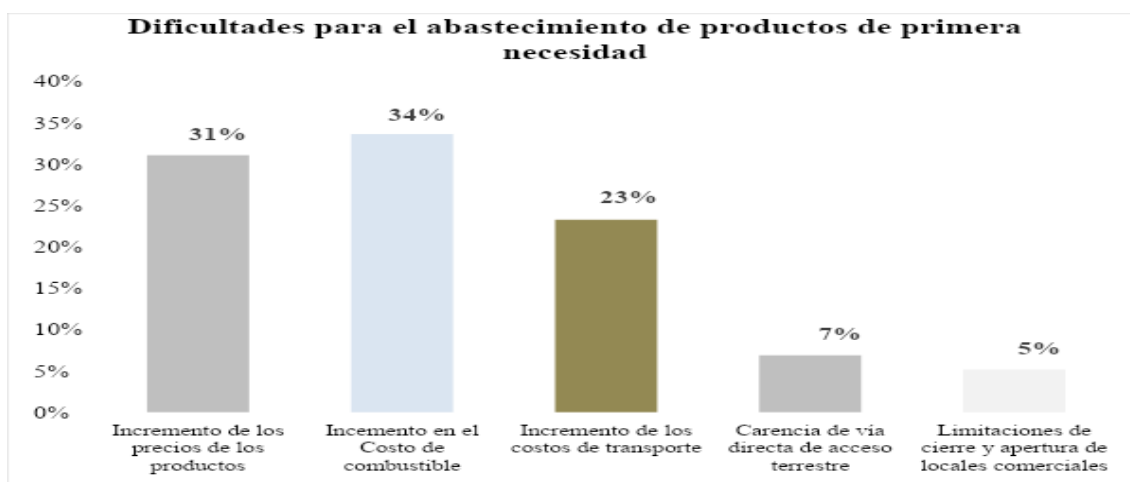


Figura 9. Percepción sobre las dificultades para el abastecimiento de productos de primera necesidad

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.3. Alteración de los precios

3.3.1. Alteración de precio de venta de los productos de primera necesidad tras la implementación de medidas sanitarias durante el COVID

En relación a las variaciones de precios, más de la mitad de los encuestados señalaron que durante la pandemia se vieron en la necesidad de cambiar el precio de venta de los productos de primera necesidad, como consecuencia del incremento en los costos de transporte, combustible y en el precio de los productos de primera necesidad (Figura 10).

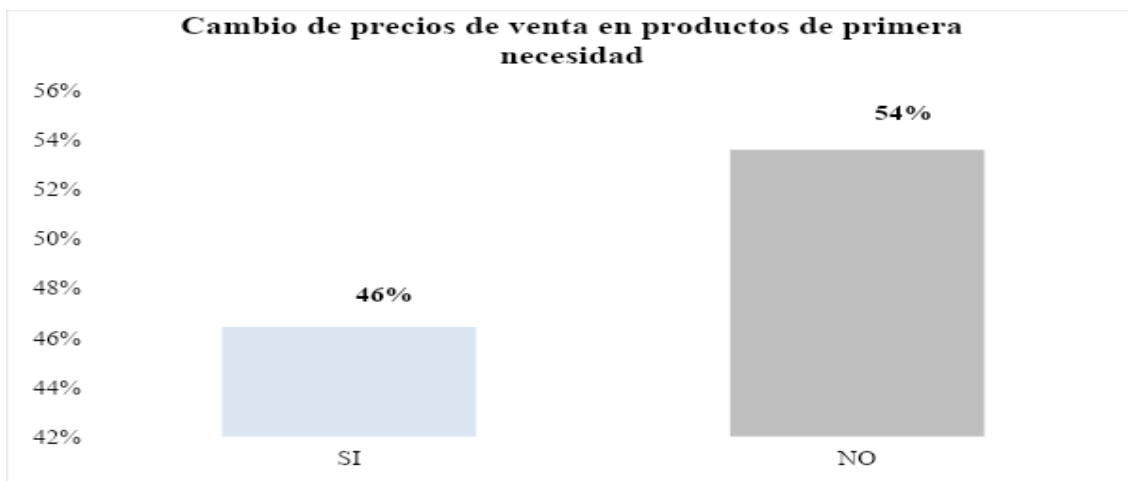


Figura 10. Percepción sobre las variaciones en los precios de venta de los productos de primera necesidad

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.3.2. ¿Cuál fue el incremento estimado que sufrieron los precios de los productos de primera necesidad en su negocio?

Los resultados obtenidos a través de los encuestados permitieron evidenciar que la mitad de los emprendedores estima que los precios de los productos de primera necesidad en su negocio sufrieron un incremento del 10%, mientras que, la minoría consideran que sufrieron un incremento menor (ver figura 11).

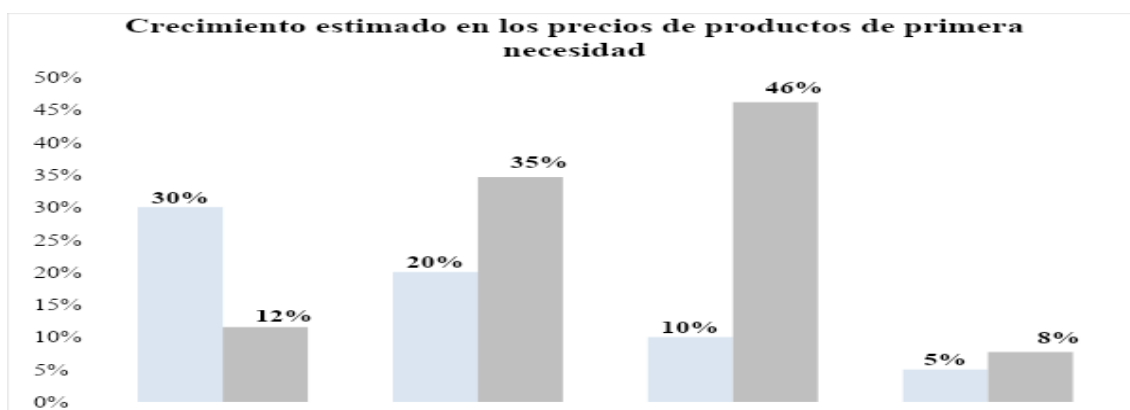


Figura 11. Percepción sobre las variaciones en los precios de venta de los productos de primera necesidad

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.4. Alternativas comerciales

3.4.1. Estrategias de ventas para continuar con la producción y venta de los mismos

Durante la investigación, se pudo corroborar que la mayoría de los emprendedores de la Isla de Limones (75%) se vieron en la necesidad de implementar estrategias comerciales para poder mantener sus ventas a causa de la pandemia, sustentando que la pandemia provocó en cierta forma una disminución de sus clientes habituales, por lo que tuvieron que aplicar algunas técnicas de comercialización (Figura 6).

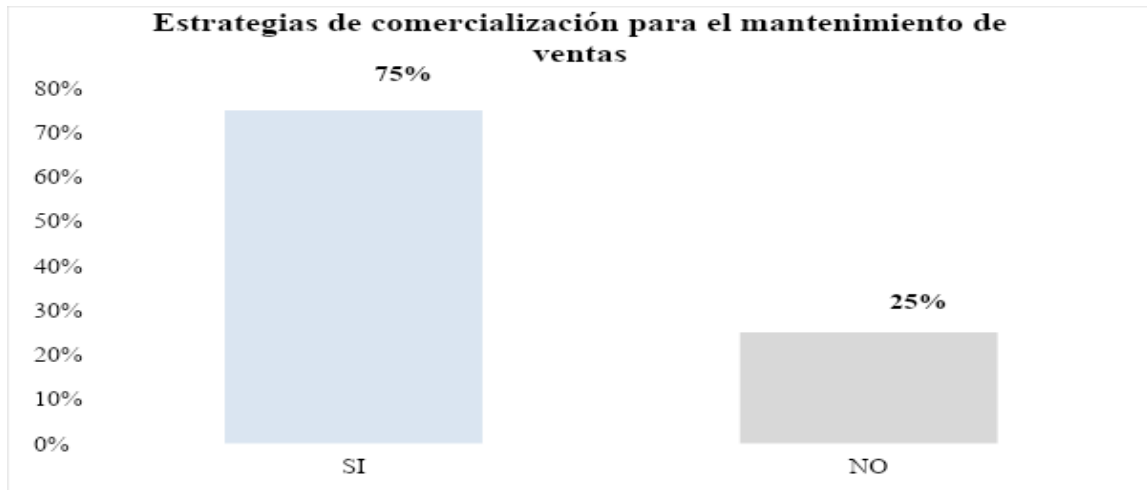


Figura 6. Implementación de estrategias de comercialización para el mantenimiento de ventas.
Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.4.2. Estrategias que implementaron algunos comerciantes para el mantenimiento de las ventas en su local comercial

Dentro del contexto de la comercialización, los resultados obtenidos determinaron que durante la pandemia la mayoría de los emprendedores de la Isla de Limones utilizaron las promociones como estrategia o técnica de comercialización para mantener sus ventas diarias de sus locales comerciales, mientras que el 22% empleó como estrategia el uso del servicio de delivery (figura 7).

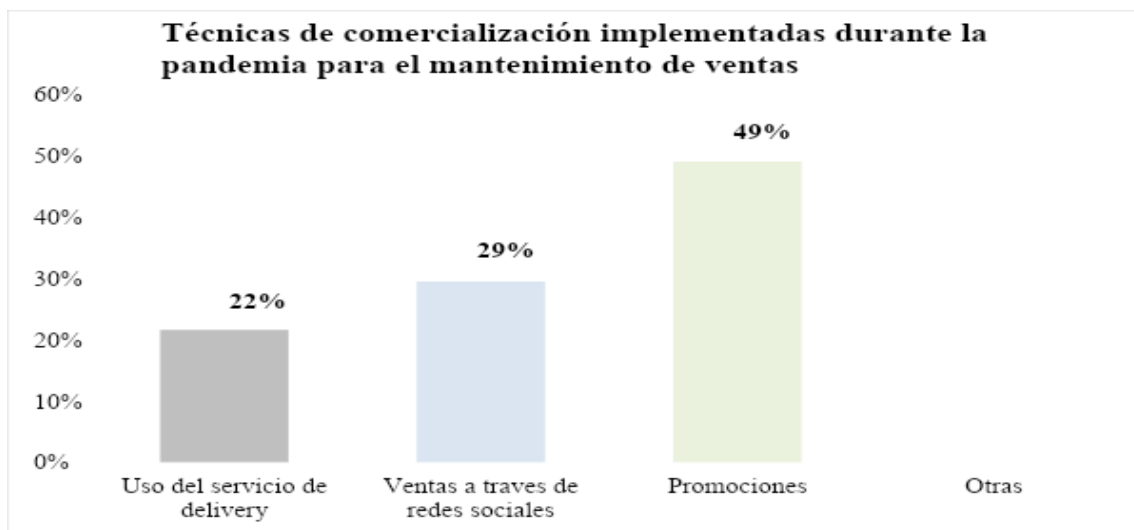


Figura 7. Técnicas de comercialización utilizadas para el mantenimiento de ventas.
Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.4.3. Productos de primera necesidad durante la pandemia del COVID-19

En la figura 12 se puede apreciar que los principales productos de primera necesidad que se encarecieron en las tiendas de Limones durante la pandemia fueron el arroz (51%) y el aceite (29%).

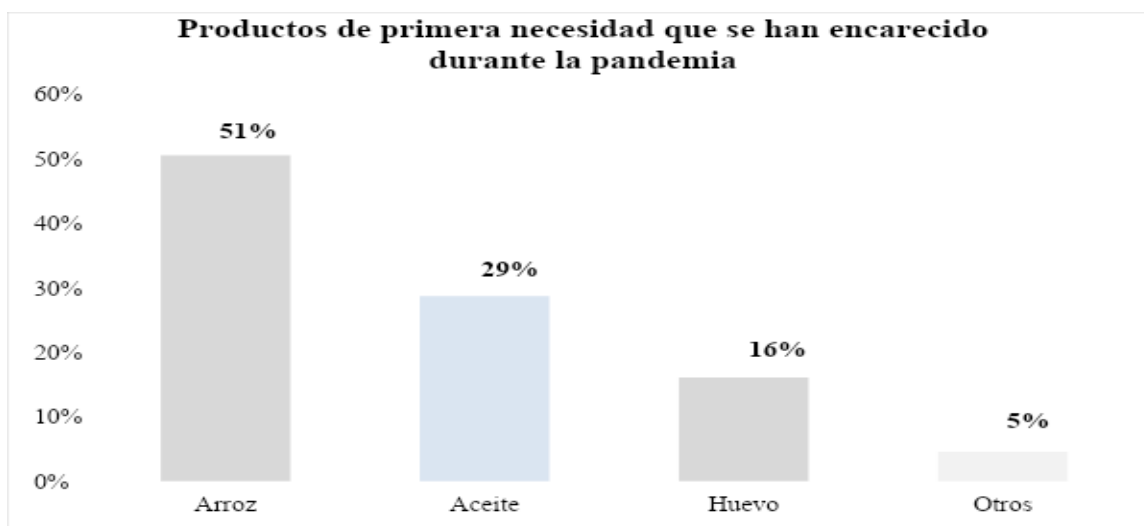


Figura 12. Distribución porcentual sobre los productos de primera necesidad que se encarecieron durante la pandemia

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

3.4.4. Cerrar negocios comerciales como alternativa de algunos comerciantes

Mediante esta pregunta se pudo corroborar que la mayoría de los emprendedores de la Isla de Limones (73%) no consideraron o reflexionaron sobre la alternativa de cerrar sus locales comerciales (Figura 13).

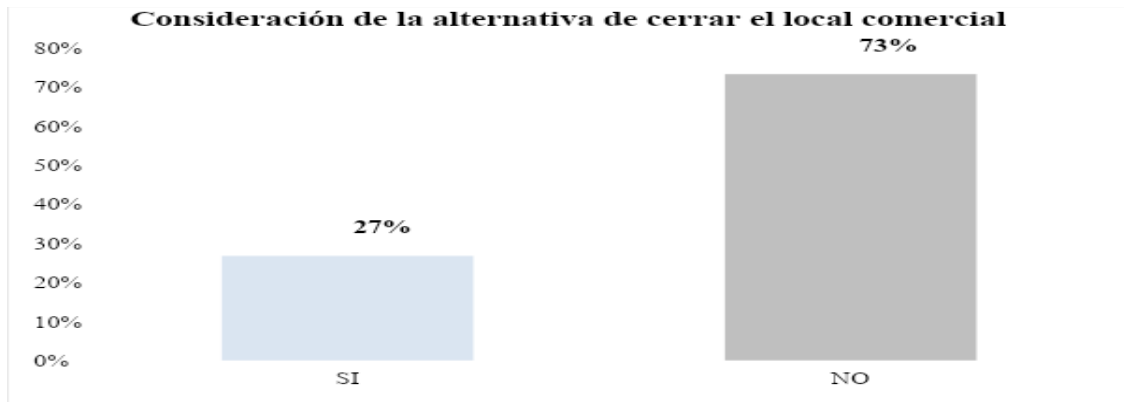


Figura 13. Percepción sobre la alternativa de cerrar los locales comerciales a causa de la pandemia

Fuente: Emprendedores de la Isla de Limones

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar e identificar las principales afectaciones causadas por la pandemia del COVID-19, en el abastecimiento de productos de primera necesidad en la localidad de Esmeraldas. Para ello se evaluaron varios aspectos asociados al abastecimiento de productos de primera necesidad como: variaciones en las ventas, cambio o modificación en la logística de abastecimiento, alteración en los principales productos de primera necesidad y la implementación de estrategias comerciales para el mantenimiento de la actividad comercial.

Los principales resultados del estudio determinaron que al inicio de la pandemia del COVID-19, una gran parte de los locales comerciales en la Isla de Limones presentaron una ligera disminución en sus ventas diarias. Lo que pudo deberse al estricto confinamiento al cual fue sometido la población mundial durante los primeros meses de la pandemia (ProChile, 2020).

Uno de los resultados a destacar fue que durante la pandemia los productos de primera necesidad que más se vendieron fueron los productos lácteos, huevo, café, cereales, y

verduras, llamando la atención que la carne, el pescado y el pollo no hayan sido uno de los productos más vendidos en los locales comerciales. En este contexto, un estudio realizado por Fuentes y Soto (2008) determinó que las zonas urbanas o las grandes ciudades tienden a acaparar y absorber la mayor cantidad de alimentos provenientes de origen animal y alimentos industrializados, mientras que las zonas rurales o marginadas suelen participar y abastecerse en forma mínima de los alimentos ricos en proteína (carne, pollo) e incluso las frutas. Lo que explica en cierta forma, el resultado obtenido en este estudio. Por otro lado, es importante señalar que el pescado no se registra como uno de los productos más vendidos en los locales comerciales, debido a que Limones es una zona caracterizada por la actividad pesquera, y los consumidores de este producto no se ven en la necesidad de ir a las tiendas para la obtención del mismo (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Eloy Alfaro, 2014).

Con base a las ventas, los resultados obtenidos evidenciaron que en las tiendas de Limones antes de la pandemia las ventas de productos de primera necesidad eran regulares, mientras que durante los primeros meses de la pandemia las ventas de estos productos en algunos locales fueron altas y en otros estuvieron bajas. En este escenario, Casco (2020) señala que durante los primeros meses de la pandemia del COVID-19 se generó una repercusión en la oferta y demanda de los productos de primera necesidad, provocando una serie de efectos directos que se reflejaron especialmente en las cadenas de suministro y en el cierre de distintos locales comerciales, debido a que algunos presenciaron una significativa disminución de sus ventas.

Dentro de este contexto, otro aspecto analizar es el número aproximado de clientes en búsqueda de productos de primera necesidad que recibe un local comercial. Los resultados obtenidos señalaron que la mayoría de las tiendas de Limones recibe un aproximado de 0-50 clientes en búsqueda de productos de primera necesidad. Una cifra a analizar considerando que en algunas tiendas se registraron disminuciones en sus ventas, las mismas que están coligadas directamente al número de clientes que estas recibían antes y durante la pandemia. Por otra parte, Wang et al (2020) señalan que el número de clientes en los locales comerciales durante la pandemia se encontraba limitado por el riesgo percibido por el consumidor sobre la pandemia, que en algunos tuvo un efecto significativo a la hora de asistir a los locales comerciales y en su disposición de pagar. Aquellas personas que tuvieron menos control por el COVID-19 solían dirigirse a locales

comerciales y a su vez pagar más por sus alimentos. Por otro lado, es importante tomar en cuenta las restricciones a la circulación, impedían que los consumidores se dirijan a las tiendas y a los centros comerciales (Alon, Farrell, & Li, 2020).

Con respecto a los efectos de la pandemia en la comercialización de productos de primera necesidad en las tiendas de Limones, los resultados adquiridos destacan que la mayoría de los emprendedores se vieron en la necesidad de implementar estrategias comerciales para poder mantener sus ventas, destacándose el uso de promociones y ventas de productos a través de las redes sociales, una minoría considero el uso de servicio de delivery. Estos resultados, se asemejan a los de Mehta et al (2020) quienes indican que la pandemia provocó un cambio en los papeles en el comercio habitual, ahora ya no son los consumidores quienes van a los negocios, sino que los negocios van a la casa de los consumidores o clientes, a través del uso del servicio de entrega (delivery) o la venta de productos mediante el uso de las redes sociales.

En este sentido, Caparroso (2020) indica que el servicio de entrega o delivery representa una herramienta comercial muy útil que permite que el cliente consiga el producto que necesita sin necesidad que este vaya a la tienda, evitando de esta manera el contacto con otras personas.

De este modo los autores, Baffes y Nagle (2020) manifiesta que la pandemia del COVID-19 ha provocado cambios sustanciales en el comercio, no solo a causa del aislamiento obligatorio o voluntario durante los primeros meses, sino también por sus impactos en la cadena de abastecimiento, a su vez este ha provocado que se indaguen en nuevos aspectos de comercio para seguir produciendo el comercio local dentro de la parroquia.

Principalmente se dio hincapié en los altos precios de la gasolina y combustible al subir esto subió el precio de la comida y muchas otras cosas que abarcan la primera necesidad del consumidor por ello que el comercio creció de manera exponencial.

Según sondeos realizados por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) durante la emergencia sanitaria se evidenció que en un 48% de los encuestados (802 personas) se incrementó su asistencia a tiendas de barrio para realizar sus compras, mientras que el 69% manifestó que durante las cuarentenas no realizaron compras por vía internet (Andes, 2020).

En cuanto a las dimensiones de logística y abastecimiento, a lo largo de la investigación se identificó que la pandemia provocó un incremento en los gastos de logística de los emprendedores de Limones a la hora de abastecerse de productos de primera necesidad. Entre las principales dificultades para el abastecimiento de productos se evidenciaron el incremento en el precio de combustible, en los precios de los productos de primera necesidad y en los costos de transporte. Según Drucker (2004) con la pandemia del COVID-19, la cadena de suministro y en especial la logística de transporte se ha afectado debido a que los ciudadanos pasaron algunos meses del año 2020 en confinamiento. Para el efecto se debe tener en consideración que la cadena de suministro “Es un conjunto de actividades funcionales que se repiten muchas veces a lo largo del canal de flujo, mediante las cuales la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor para el consumidor” (Drucker, 2004, p. 7)

Por otro lado, Mora (2014) afirma que la logística de transporte es: “la función que permite dinamizar el flujo de los productos, en la cual están inmersos cerca del 45% de los costos logísticos totales de la compañía, por ello es un factor clave del éxito para la entrega oportuna de los productos” (p. 15). El manejo de la logística es de mucho mayor importancia cuando se trata de acceder a sitios con poca o escasa infraestructura vial y con los equipos de carga y descarga, más aún cuando se trata de una isla (en este caso Limones), cuando el modo de transporte es multimodal, por así decirlo de forma correlacionada y en analogía.

Es en estas zonas en donde se hace más complicada la realización de las actividades económicas, ya que la logística de transporte de la cadena de suministro se hace más costosa por el simple hecho de su sistema de movilización (Salvador, 2015).

Por ese motivo Bureau (2011) señala que se debe mantener un equilibrio entre el stock de mercancías, la producción y el transporte para evitar fallos por escasez o acumulación excesiva de productos. Sin embargo, en la pandemia se evidenció que las políticas públicas no fueron efectivas para solventar la problemática y en realidad contribuyeron como agravante al desabastecimiento, ya que, se vio en gran medida la falta de atención e infraestructura en la comunidad.

Cambiando de contexto, durante la investigación se pudo identificar que la pandemia provocó que una parte significativa de los dueños de los locales comerciales cambiaran

el precio de venta de algunos productos de primera necesidad, en su mayoría estimaron incremento del 5 a 10%. Estos incrementos también han sido registrados en otros estudios, como el de Gámez (2020) en Lima-Perú, en donde los productos de primera necesidad como la azúcar, el frejol, el arroz, espinaca, papa y el limón sufrieron un incremento en sus precios entre el 14% y 30%.

En este punto es importante señalar que la variación en los precios registrados en el presente estudio se debió en una parte al incremento en los precios de algunos productos y a las variaciones en los costos de logística y abastecimiento.

Por otra parte, estos incrementos en los precios de los productos básico son motivo de discusión, ya que según los informes de la Commodity Markets Outlook (Perspectivas de los mercados de producto de primera necesidad) la conmoción económica mundial derivada de la pandemia del COVID-19 provocó una disminución sustancial en los precios de gran parte de los productos de primera necesidad (Centro de Comercio Internacional, 2020). He aquí donde se debe exigir un mayor control y regulación por parte de las entidades componentes, a fin de que el incremento en los precios de los productos de primera necesidad se deba únicamente a los costos de logística o transporte y no a las variaciones injustificada de los precios de los productos.

Entre los productos de primera necesidad que se encarecieron a causa de la pandemia, los resultados obtenidos arrojaron que, en la mayoría de las tiendas de Limones, el arroz fue el producto de primera necesidad que más se ha encarecido. Según el Centro de Comercio Internacional (2020) pese a que la gran mayoría de los precios de algunos productos agrícolas cayeran durante la pandemia, los precios del arroz se incrementaron a causa que los principales productores de arroz de Asia Oriental anunciaran limitaciones y restricciones de políticas para su comercialización, a esto se debe añadir la escasez de su producción a causa de las condiciones climáticas adversas que existen en la actualidad.

Por último, se debe resaltar que los resultados apuntaron que en la mayoría de los emprendedores de Limones no se plantearon cerrar sus locales comerciales durante el confinamiento. Estos resultados difieren en cierto margen a los obtenidos por Gámez (2020) los cuales identificaron que, durante los primeros tres meses de la pandemia, las microempresas registraron una alta vulnerabilidad, a tal punto que aproximadamente una

de cada cuatro microempresas tuvo el riesgo de cerrar de forma permanente a causa del confinamiento obligatorio.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

- Al inicio y durante la pandemia, las tiendas de Limones registraron una disminución en las ventas de productos de primera necesidad, las mismas que anteriormente eran regulares y altas. Esta disminución en las ventas se debió en gran parte a las medidas de restricción circular y al confinamiento obligatorio en que se encontraban los habitantes de localidad de Limones, lo que causó una disminución en el número de consumidores regulares.
- Durante la pandemia se evidenció que las políticas públicas no fueron efectivas para solventar los impactos en la logística y abastecimiento de productos de primera necesidad, y en realidad contribuyeron como agravante al desabastecimiento, ya que, se vio en gran medida la falta de atención e infraestructura en la comunidad debido a que no se plantearon medidas que contribuyeron al comercio de la parroquia por lo cual su capital y activo se vio muy afectado, dejando al intemperie una economía con una línea muy delgada.
- Debido al confinamiento y a las restricciones implementadas debido a la pandemia, los emprendedores de la Isla de Limones se vieron en la necesidad de emplear estrategias comerciales para el mantenimiento de las ventas de productos de primera necesidad, destacándose la venta de producto a través de redes sociales, las promociones y en una pequeña cantidad el uso de servicio de delivery. Es importante destacar que Limones al ser una Isla no cuenta con la tecnología, la accesibilidad y medios de transporte necesarios para se implemente en una mayor proporción el servicio de entrega o delivery.

- Las principales dificultades que tuvieron los dueños de las tiendas de Limones para abastecerse de productos de primera necesidad fueron el incremento en el costo de combustible, el incremento de los precios de algunos productos y el incremento en gastos de transporte. En este sentido, se debe considerar que en la zonas o lugares como Limones (rurales) el desarrollo de actividades comerciales es más complicada, debido a que la logística de transporte de la cadena de suministro se hace más costosa por el simple hecho de su sistema de movilización.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

- Desarrollar estrategias de ventas que permitan adaptabilidad y flexibilidad frente a eventos emergentes; como mantener líneas de comunicación activa con los clientes, tener un sistema de fidelización, o incorporar nuevos hábitos de consumo; todo con el fin de contar con un plan de contingencia frente a posibles crisis globales.
- Impulsar el desarrollo de políticas públicas que verdaderamente estén dirigidas a solventar los impactos del COVID-19 en la logística y abastecimiento de productos de primera necesidad en las tiendas de Limones, en donde los esfuerzos se centren en el control y regulación de los costos de combustibles y transporte, el sobreprecio de los productos y la implementación de infraestructuras y tecnología que faciliten al acceso, el comercio y traslado de los productos de primera necesidad.
- Fomentar la realización de este tipo de investigaciones, a fin de que la información adquirida puede ser utilizada por otros investigadores, especialmente con un tema emergente y de preocupación mundial como la pandemia del COVID-19, a esto añade la poca cantidad de estudios que se realizan sobre el comercio efectuados en zonas rurales o una isla pequeña como Limones.
- Se recomienda que los emprendedores de Limones consideren la alternativa de alternativa de implementar a mayor escala el uso de técnicas comerciales como el servicio de entrega o domicilio y la venta de productos a través de redes sociales

u otros medios digitales que estén a su disposición, a fin de mantener o incluso incrementar sus ventas diarias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abascal, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid, España: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qFczOOiwRSgC&printsec=frontcover&dq=encuestas&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiw1Mv7t6jrAhUE0FkKHZCLBacQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=encuestas&f=false>
- Alon, I., Farrell, M., & Li, S. (2020). *Tipo de régimen y respuesta COVID-19. Revisión comercial de FIIB*. Obtenido de <https://www.doi.org/10.1177/2319714520928884>
- Andes, U. d. (2020). *COVID-19: Una mirada a los productos y servicios esenciales*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de <https://uniandes.edu.co/es/noticias/salud-y-medicina/covid19-una-mirada-a-los-productos-y-servicios-esenciales>
- Baffes, J., & Nagle, P. (2020). *Las perspectivas de los mercados de productos básicos y los efectos del coronavirus en seis gráficos*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de <https://blogs.worldbank.org/es/voices/las-perspectivas-de-los-mercados-de-productos-basicos-y-los-efectos-del-coronavirus-en-seis>
- Bureau Veritas. (2011). *Logística integral*. Madrid: Fundación confemetal.

- Cabrera, S. (2018). *http://repositorio.ug.edu.ec/*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/33520/4/%e2%80%9cESTUDIO%20Y%20DISE%c3%91O%20DE%20SISTEMA%20DE%20TRANSPORTE%20P%c3%9aBLICO%20FLUVIAL%20ENTRE%20LOS%20CANTONES%20DUR%c3%81N%20Y%20GUAYAQUIL%20EN%20EL%20A%c3%91O%202018.%e2%80%9d%20%282%29.pdf>
- Cámara de Comercio de Ecuador. (2020). *Comercios pequeños se alistan para vender por canales digitales*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/venta-negocios-comercio-electronico-coronavirus.html>
- Campo, P. (2020). *El pequeño comercio pide limitar la venta online a productos de primera necesidad*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de <https://www.efe.com/efe/espana/economia/el-pequeno-comercio-pide-limitar-la-venta-online-a-productos-de-primera-necesidad/10003-4218652>
- Caparrosó, J. (7 de 06 de 2020). *Coronavirus impulsa apps de entrega de comida en Centroamérica y el Caribe*. Obtenido de <https://forbescentroamerica.com/2020/04/07/coronavirus-impulsa-apps-de-entrega-de-comida-en-centroamerica-y-el-caribe/>
- Casco, A. (2020). Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor. *INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología*, 1-8. Recuperado el 20 de 08 de 2021, de <https://www.lamjol.info/index.php/INNOVARE/article/view/10208/11882>
- Centro de Comercio Internacional. (2020). *Cuantificación de los efectos de la COVID-19 en las pequeñas empresas de todo el mundo*. Recuperado el 13 de 08 de 2021, de <https://www.intracen.org/noticias/Blog-Cuantificar-los-efectos-de-la-COVID-19-en-las-pequenas-empresas-de-todo-el-mundo/>
- Chopra, S., & Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro* (Tercera ed.). México.
- Constitución de la República del Ecuador, 449 (Asamblea Constituyente 20 de octubre de 2008). Obtenido de <https://www.cosede.gob.ec/wp->

content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf

Constitución del Ecuador. (2008). <https://educacion.gob.ec/>. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

COPCI. (21 de agosto de 2018). [correosdelecuador.gob.ec](https://www.correosdelecuador.gob.ec). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

De León, L., De León, E., Catalano, J., Rodríguez, D., & Neira, E. (2004). *FAO*. (R. Cuevas, Editor) Obtenido de <http://www.fao.org/3/y5711s/y5711s04.htm>

Drucker, P. (2004). *Logística de la administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ii5xqLQ5VLgC&printsec=frontcover&dq=cadena+de+suministro&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjVqMTc_rLuAhVDIFkKHYkgBmQQ6AEwAnoECAAQAq#v=onepage&q=cadena%20de%20suministro&f=false

Fuentes, A., & Soto, M. (2018). “*Capacidad de acceso a los alimentos básicos*”. *Los Sistemas de abasto alimentario en México: Frente al reto de la globalización de los mercados*. Instituto de Investigaciones Económicas y de Geografía de la UNAM.

GADMEA. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Eloy Alfaro*. Recuperado el 05 de 03 de 2021, de <http://www.prefecturadeesmeraldas.gob.ec/web/assets/canton-pdot-eloy-alfaro.pdf>

Gámez, R. (2020). *Los precios y el coronavirus: ¿Intervención o empatía?* Recuperado el 20 de 08 de 2021, de Enfoque y Derecho: <https://www.enfoquederecho.com/2020/04/10/los-precios-y-el-coronavirus-intervencion-o-empatia/>

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. VI). (Interamericana, Ed.) México DF, México: Mc Graw Hill. Obtenido de

https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Idigoras, G. (2020). *Coronavirus. Los 7 cambios que vendrán para el comercio del agro tras la pandemia- La Nación*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de

<https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/coronavirus-los-7-cambios-vendran-comercio-del-nid2349549>

Jiménez, J. (2001). *EL Transporte Regional de productos de consumo básico*.

Recuperado el 15 de 08 de 2021, de

<https://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt175.pdf>

Ley Orgánica de transporte terrestre y seguridad vial. (31 de diciembre de 2014).

www.turismo.gob.ec. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>

Mehta, S., Saxen, T., & Purohit, N. (2020). *El nuevo paradigma del comportamiento del consumidor en medio de COVID-19: permanente o transitorio*. Recuperado el 03 de 08 de 2021, de <https://www.doi.org/10.1177/0972063420940834>

Mogues, T. (2020). *Los mercados de alimentos durante la COVID-19*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de <file:///C:/Users/erickk/Music/sp-special-series-on-covid-19-food-markets-during-covid-19.PDF>

Mora, L. (2014). *Logística del transporte y distribución de carga*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.

OMS. (2020). Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

Ortega, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 1-15. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de [file:///C:/Users/erickk/Music/4212-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20\(anonimizado\)%20\(obligatorio\)-28629-3-10-20201005.pdf](file:///C:/Users/erickk/Music/4212-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(anonimizado)%20(obligatorio)-28629-3-10-20201005.pdf)

- ProChile. (2020). *Informe completo. Impacto del Covid-19 en el comercio mundial*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de file:///C:/Users/erickk/Music/REPORTE_COMPLETO.pdf
- Ramírez, M. F. (2007). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=89611202>
- Rozas, P., & Figueroa, O. (septiembre de 2006). *Repositorio Cepal*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6314/s0600566_es.pdf?sequence=1
- Salvador, G. (2015). *Análisis del sistema de producción y abastecimiento de alimentos en Galápagos. Tesis de grado. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador*. Recuperado el 20 de 08 de 2021, de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/8576/2/TFLACSO-2015GMSA.pdf>
- Sampieri, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014) *Metodología de la investigación*. Recuperado de: <fhttp://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Sánchez, I. (2020). *Coronavirus y el desafío de las estanterías de supermercados vacías*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de <https://blogs.iadb.org/transporte/es/coronavirus-y-el-desafio-de-las-estanterias-de-supermercados-vacias/>
- Wang, E., An, N., Gao, Z., Kiprop, E., & Geng, X. (2020). Comportamiento de almacenamiento de alimentos de los consumidores y disposición a pagar por las reservas de alimentos en COVID-19. *Seguridad alimentaria*, 739-747. Obtenido de <https://www.doi.org/10.1007/s12571-020-01092-1>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta aplicada a los dueños de las tiendas de Limones

La siguiente es una encuesta con fines académicos realizada por Pedro Simisterra, estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas como parte de su proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciado en comercio exterior, ésta encuesta se realiza con la finalidad de obtener información importante la que será manejada con la responsabilidad que requiere el caso.

————— Agradecemos de antemano su colaboración. —————

ENCUESTA

"EL EFECTO DEL COVID-19 EN EL COMERCIO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD EN LIMONES - ESMERALDAS"

Ventas

- Al inicio de la pandemia del COVID-19, ¿qué impacto general usted identificó en las ventas diarias realizadas en su negocio?**
 - Aumento de ventas
 - Disminución de las ventas
 - Ningún cambio
- ¿Qué productos de primera necesidad eran los que más vendía a diario durante la pandemia?**

Cereales y derivados	<input type="checkbox"/>	Carnes, pescado, pollo	<input type="checkbox"/>
Productos lácteos y huevos	<input type="checkbox"/>	Frutas y Verduras frescas	<input type="checkbox"/>
Café, té y bebidas gaseosas	<input type="checkbox"/>	Otros productos alimenticios	<input type="checkbox"/>
- ¿Cómo eran las ventas de productos de primera necesidad ANTES de la pandemia?**
 - Altas
 - Bajas
 - Regulares
- ¿Cómo fueron las ventas de productos durante los primeros meses de la pandemia?**
 - Altas
 - Bajas
 - Regulares
- En la actualidad, ¿cuánto es el número aproximado de clientes de productos de primera necesidad que recibe a diario?**
 - 0-50
 - 51-100
 - 101-150

Comercialización

6. **¿Durante la pandemia del COVID-19 necesitó implementar en su negocio estrategias de comercialización distintas a las habituales para mantener sus ventas?**

- a. Sí
- b. No

En el caso de que su respuesta sea afirmativa continúe a la pregunta 7, caso contrario pase a la pregunta 8.

7. **¿Cuáles fueron las estrategias que implementó para el mantenimiento de las ventas en su local comercial?**

- a. Uso del servicio de delivery
- b. Venta de productos a través de redes sociales
- c. Promociones
- d. Otras. Especifique: _____

Logística y Abastecimiento

8. **¿Durante la pandemia se incrementaron los gastos de logística para el abastecimiento de productos de primera necesidad? (fletes, gasolina, mantenimiento de vehículos)**

- a. Sí
- b. No

9. **Durante la pandemia del Covid-19 ¿Cuáles son las dificultades que ha tenido para abastecerse de productos de primeras necesidades para su local comercial?**

- a. Incremento de precios de los productos de primera necesidad
- b. Incremento en el costo de combustibles
- c. Incremento de los costos de transporte
- d. Carencia de una vía directa de acceso terrestre
- e. Limitaciones de cierre y apertura de locales comerciales

Variaciones de Precios

10. **¿Durante la pandemia del Covid-19 tuvo que cambiar el precio de venta de los productos de primera necesidad?**

- a. Sí
- b. No

En el caso de que su respuesta sea afirmativa continúe a la pregunta 10, caso contrario pase a la pregunta 12.

11. ¿Cuál fue el crecimiento estimado que sufrieron los precios de los productos de primera necesidad en su negocio?

12. ¿Qué tipo de productos de primera necesidad se han encarecido durante la pandemia del Covid-19?

- a. Arroz
- b. Aceite
- c. Huevo
- d. Otros

13. ¿Durante el confinamiento, consideró la alternativa de cerrar su local comercial?

- a. Si
- b. No

Anexo 2. Primera validación de encuesta por parte de docentes de la Escuela de Comercio Exterior

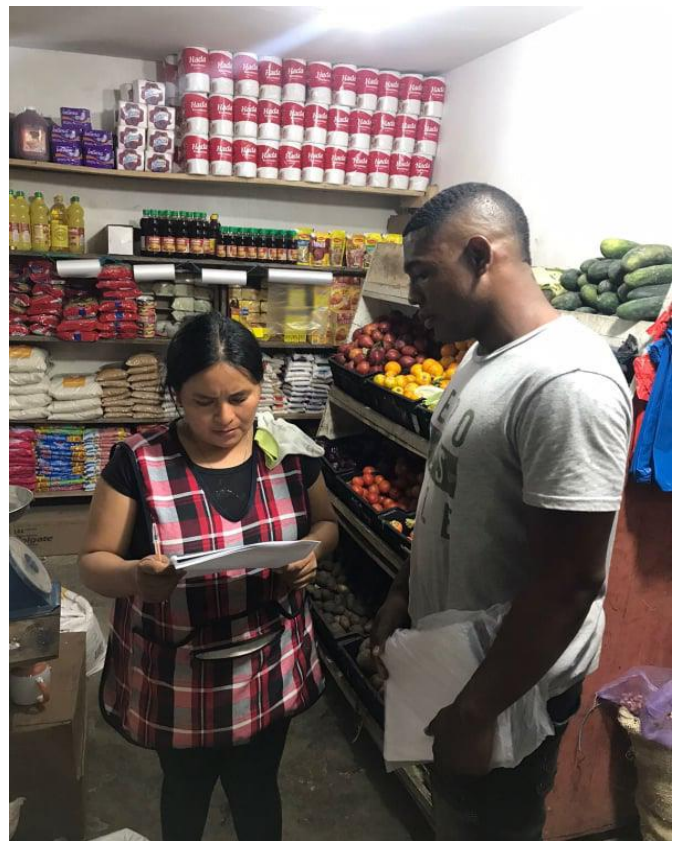
ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		Hice algunas observaciones en la encuesta, como el orden, el replanteamiento de preguntas, la inclusión de otras preguntas para poder fortalecer la información que vas a recabar.
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5		X	X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
11	X		X			X	X		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación										X	Hice algunas sugerencias respecto al orden y otras observaciones más
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir											
VALIDEZ											
APLICABLE:						NO APLICABLE:					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X					
Validado por:	Mgtr. Ana Intriago Ferrin										
C.I.:	0801558446										
Firma:	ANA SARIAH INTRIAGO FERRIN										
Fecha:	28 Jun 2021										

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel de el informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
11	X		X			X	X		X			
12	X		X			X	X		X			
13	X		X			X	X		X			
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X			
VALIDEZ												
APLICABLE:				X				NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:												
Validado por:		FREDDY BETANCOURT AGUILAR										
C.I.:		0801786245										
Firma:												

Fecha: 3 de agosto 2021

Anexo 2. Segunda validación de encuesta por parte de docentes de la Escuela de Comercio Exterior

Anexo 2. Aplicación de encuesta a los emprendedores de la isla de Limones



Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	2%
2	repositorio.pucese.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	www.elcomercio.com Fuente de Internet	1%
4	dspace.ucacue.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	www.fao.org Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	profesionaleshoy.es Fuente de Internet	1%
8	repository.ucc.edu.co Fuente de Internet	1%
9	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	1%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 1%
Excluir bibliografía	Activo		