

**Estrategias financieras aplicadas por el comercio autónomo  
Alajuela frente al impacto económico por covid-19, Portoviejo**

**Financial strategies applied by autonomous commerce Alajuela  
in the face of the economic impact of covid-19, Portoviejo**

Luz del Carmen Galarza-Santana<sup>1</sup>  
Universidad San Gregorio de Portoviejo - Ecuador  
e.lcgarza@sangregorio.edu.ec

Marcelo Eduardo Mendoza-Vinces<sup>2</sup>  
Universidad San Gregorio de Portoviejo - Ecuador  
memendoza@sangregorio.edu.ec

**[doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1109](https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1109)**

V7-N3 (may-jun) 2022, pp. 244-255 | Recibido: 31 de marzo de 2022 - Aceptado: 29 de abril de 2022 (2 ronda rev.)

---

1 Maestrante de Finanzas, mención Gestión Financiera de la Universidad San Gregorio de Portoviejo  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8576-7846>

2 Docente de Grado y Posgrado de la Universidad San Gregorio de Portoviejo  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8807-8424>

Descargar para Mendeley y Zotero

## RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar las estrategias financieras aplicadas por los pequeños comerciantes autónomo establecidos en la calle Alajuela de la ciudad de Portoviejo frente al impacto económico ocasionado por la pandemia del covid-19. Como metodología de investigación se utilizó un enfoque mixto, basado tanto en la información estadística proporcionada por el Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Portoviejo, así como por la revisión bibliográfica para fundamentar teóricamente el objeto de estudio. Se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia, a criterio de la investigadora, en razón de poder trabajar con la muestra seleccionada. Como resultados se pudo obtener que el comercio autónomo de la calle Alajuela de la ciudad de Portoviejo abarca mayormente a los comerciantes informales de varios sectores económico – productivos, tales como confecciones, venta de ropa, zapatos y lencería, alimentos y comida preparada, útiles de oficina y escolares, copadoras, servicios de mantenimiento, tecnología varia; reparación de bicicletas, venta de productos naturales, entre otros; y cuya regulación la realiza el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Portoviejo, pues los comerciantes no están obligados a ser parte de organizaciones gremiales, a llevar contabilidad y otros. Al respecto se pudo concluir que una de las estrategias financieras más aplicadas por el comercio autónomo de la calle Alajuela fue la utilización de las redes sociales para ofrecer y consecuentemente entregar el producto o servicio a domicilio, considerando la reinversión de la ganancia obtenida como capital de operación.

**Palabras clave:** comercio informal, acceso a créditos, estrategia, finanzas, pandemia

## ABSTRACT

The objective of the study is to determine the financial strategies applied by the autonomous business established on Alajuela Street in the city of Portoviejo in the face of the economic impact caused by the covid-19 pandemic. The research methodology used was a mixed approach, based on the statistical information provided by the Municipal Decentralized Autonomous Government of Portoviejo canton, and a thorough bibliographic review to theoretically support the object of study. Non-probabilistic convenience sampling it has applied, at the researcher's discretion, in order to be able to work with the selected sample. The results showed that the autonomous commerce of Alajuela Street in the city of Portoviejo includes mostly informal merchants of various economic-productive sectors, such as clothing, clothing, shoes and lingerie, food and prepared food, office and school supplies, copiers, maintenance services, various technology; These businesses are regulated by the autonomous decentralized municipal government of the canton of Portoviejo, since merchants are not required to be part of trade organizations, nor are they required to keep accounts. In this regard, it was concluded that one of the financial strategies most applied by the autonomous commerce of Alajuela Street was the use of social networks to offer and consequently deliver the product or service at home, considering the reinvestment of the profit obtained as operating capital.

**Key words:** informal commerce, access to credit, strategy, finance, pandemic

## Introducción

El sector informal de América Latina representa más del 50% de la población económicamente activa que vienen saturando las diferentes calles de las ciudades. Los trabajadores informales se enfrentan habitualmente a riesgos más elevados de pobreza que los trabajadores de la economía formal, por el hecho de ser pobre y vulnerable. El informe de la Organización Internacional del Trabajo (2014) menciona que “el empleo informal afecta a alrededor de 130 millones de trabajadores en América Latina y el Caribe, de los cuales al menos 27 millones son jóvenes, representando a casi la mitad del empleo no agrícola (Quishpe, et al., 2018). Este sector ha sido profundamente golpeado en su economía debido a la pandemia de covid-19 que representa una perturbación sin precedentes de la economía y el comercio mundiales, ya que provoca la contracción de la producción y el consumo en todo el mundo Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2019) a diciembre de 2019, en Ecuador 47 de cada 100 empleos son informales. Así, el empleo informal representa el 44% según información por país, y un 60% según datos de la (OIT, 2018). Las medidas tomadas para hacer frente a la crisis sanitaria también han impactado a los comerciantes que laboran por cuenta propia en ferias libres, plazas, mercados y transporte público. Una de las organizaciones que congrega a varios informales habría planteado un banco de ideas participativo para acordar estrategias de atención a este sector para enfrentar la crisis económica por covid-19, aunque el gobierno ofreciera un bono de \$60,00 en los meses de abril y mayo dirigido a personas en pobreza y extrema pobreza que también se dedicaban a las ventas minoristas y se han quedado sin ingresos (El comercio, 2020).

Los efectos del covid-19, en Ecuador, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), llevan a la pérdida de ingresos del 5% de la población económicamente activa, la pobreza podría

aumentar 3,5 puntos porcentuales, mientras que se prevé que la pobreza extrema aumente 2,3 puntos porcentuales.

En varios cantones de Manabí, el comercio informal abrió sus puertas en junio de 2020, no así en Portoviejo, en donde el comercio autónomo de la calle Alajuela estuvo detenido por varios meses durante el año 2020, ante lo cual el Gobierno autónomo descentralizado del cantón Portoviejo tomó algunas medidas para paliar el impacto socio económico ocasionado por el covid-19, entre las cuales estuvo las ventas a domicilio mediante aplicaciones móviles que consideraron a 300 comerciantes, sin embargo los comerciantes informales no pertenecen a esa aplicación, y como mecanismo de sobrevivencia se lanzaron a las calles para tratar de producir su “día a día” como ellos le denominan (El comercio, 2020).

En base a la problemática expuesta, se planteó la interrogante ¿Cómo determinar las estrategias financieras aplicadas por el comercio autónomo Alajuela frente al impacto económico de la pandemia sanitaria covid-19, periodo fiscal 2020, Portoviejo?, teniendo como objetivo de investigación, determinar las estrategias financieras aplicadas por el comercio autónomo Alajuela frente al impacto económico de la pandemia sanitaria covid-19, periodo fiscal 2020, Portoviejo.

## Materiales y métodos

### Localización

La investigación tuvo lugar en el comercio Autónomo Alajuela, ubicado en la calle Alajuela y Avenida Urbina, en la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí, cuyas coordenadas geográficas son 1° 3' 22" de longitud Sur, y 80° 27' 19" de longitud Oeste.



necesario para maximizar a los accionistas (Van Horne y Wachowicz, 2010).

Contribuyen, fundamentalmente, a enfrentar la incertidumbre y a establecer la alineación precisa para un dominante desempeño. De igual manera, proporcionan la adopción pronosticada de las medidas y apoyos necesarios de acuerdo con los cambios previstos en el ambiente; sobresalen positivamente en su dirección y su control, al asegurar una adecuada relación entre los objetivos y los medios que permitan conseguir dichos objetivos; y, por último, facilitan la conexión de actividades con el uso de dimensiones internas y externas (Ferreiro y Espinosa, 2014).

Por otra parte, el comercio informal o ambulante corresponde a los individuos que, de alguna u otra forma, trabajan en actividades en la economía informal. Se le denomina de esta forma al tipo de actividad económica que no cumple con las regulaciones marcadas por las leyes, es decir, que no está formalmente constituida y por ende, no paga impuestos ni servicios. Por definición, la economía informal es ilegal, pues de ella forman parte tanto los comerciantes ambulantes como los fabricantes de productos pirata, los narcotraficantes, los contrabandistas y los vendedores de armas, entre otros. Sin embargo, la actividad comercial no registrada ante las autoridades, a la que denominamos “comercio informal”, es más permitida y aceptada por las propias autoridades (Rodríguez, 2007).

Al comercio informal se lo puede definir como una forma de empleo que ejercen las personas, que no encuentran un empleo seguro o no pueden cubrir las necesidades del hogar con su sueldo actual. Esta actividad puede ser visible en las esquinas de las calles, parques, semáforos, bulevares etc., donde, las personas se encuentran ofertando distintos productos (Chicaíza, 2017). El sector informal agrupa a todas aquellas actividades económicas de mercado que operan a partir de los recursos de los hogares, pero sin constituirse como empresas con una situación identificable e independiente de esos hogares (Medrano, 2013).

### Estrategias financieras empleadas por los comerciantes

Como resultados de la investigación se determinaron las estrategias financieras empleados por los comerciantes autónomos de la calle Alajuela, mediante, sus aspectos sociodemográficos y el impacto socioeconómico por covid-19. La tabla (1) muestra los aspectos sociodemográficos.

**Tabla 1**

#### Aspectos sociodemográficos.

| Edad                     |                     |                                   |                           | Género                            |                              |  |
|--------------------------|---------------------|-----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------|--|
| (%)                      |                     |                                   |                           | (%)                               |                              |  |
| 18-30                    | 31-50               | 51-65                             | Más de 65                 | F                                 | M                            | Otro   |
| 30                       | 36                  | 24                                | 10                        | 54                                | 44                           | 2  |
| Nivel de educación       |                     |                                   |                           | No. Empleados                     |                              |  |
| (%)                      |                     |                                   |                           | (%)                               |                              |  |
| Bachiller                | Primaria            | Superior                          | 0                         | 1                                 | 2                            | Más de 3   |
| 68                       | 28                  | 4                                 | 58                        | 26                                | 14                           | 2  |
| No. años en el comercio  |                     |                                   | No. Créditos              |                                   |                              |  |
| (%)                      |                     |                                   | (%)                       |                                   |                              |  |
| 1 a 10                   | 11 a 20             | Más de 20                         | 0                         | 1                                 | 2                            | Más de 3   |
| 24                       | 14                  | 62                                | 2                         | 68                                | 26                           | 4  |
| Actividad del negocio    |                     |                                   |                           |                                   |                              |  |
| (%)                      |                     |                                   |                           |                                   |                              |  |
| Ropa, calzado y lencería | Confec-ción de ropa | Alimen-tos/<br>Co-mida prepa-rada | Tec-nolo-gía y simi-lares | Ven-ta de pro-duc-tos na-tura-les | Pa-pe-le-ría/<br>Co-pia-dora | Ferre-tería/<br>Repar. y mant. equi-pos, bicicle-tas |
| 56                       | 4                   | 12                                | 6                         | 10                                | 6                            | 6  |

La edad predominante en los comerciantes autónomos está en el rango de 31 a 50 años, el género femenino, con un nivel educativo de bachiller. La mayor parte de estos comercios son manejados por una persona y tienen más de 20

años en la actividad comercial. Las actividades predominantes son la venta de ropa, calzado y lencería; y en menor proporción la venta de alimentos y comida preparada.

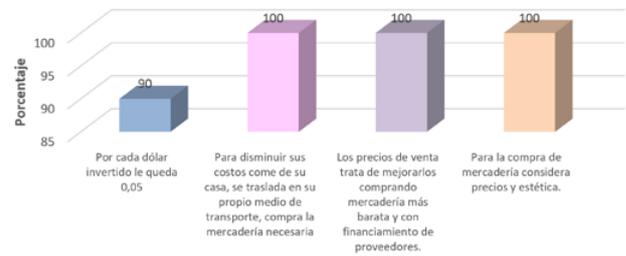
En relación a estos resultados, Quispe et al. (2020) en su estudio realizado con comerciantes informales en Riobamba, encontró que el 75% de estos son mujeres en edades comprendidas de 27 a 64 años (82%), casadas (65%) y dedicadas el 78% al comercio de prendas de vestir, productos agrícolas y frutas, ubicadas alrededor de los mercados preferentemente para cubrir la demanda inmediata de los clientes. Tienen una formación en su mayoría de nivel primario (43,9%) y secundario (42,6%) y en menor proporción, un nivel superior (9,4%). Además, encuentra que algunos factores relacionados con características demográficas, educativas, familiares, de habitabilidad, económicas, y otros como el estado civil, la disponibilidad de un lugar o local con servicio de agua potable, el pago de impuestos, desconocimiento de normas, sobrevivencia, residencia, ingreso económico, identidad étnica, falta de pertenencia a una asociación, son los que influyen en la aparición del comercio informal en territorios urbanos.

Las estrategias financieras se categorizaron en 4 categorías, desempeño operativo, ciclo conversión efectivo, rotación sobre activos considerando la eficiencia del uso de los activos, y financiación y rentabilidad del patrimonio.

La figura (2) detalla los resultados del desempeño operativo.

**Figura 2**

*Estrategia financiera: desempeño operativo*



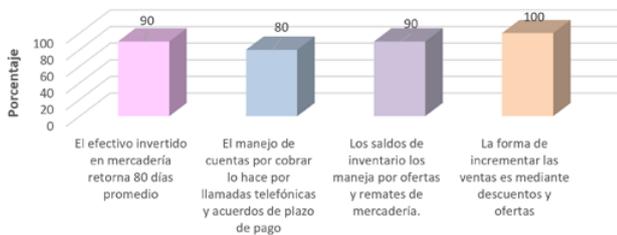
La estrategia financiera de desempeño operativo revela que, por cada dólar invertido le queda \$0,05 al comerciante, teniendo que realizar acciones como comer de su casa, trasladarse en su propio transporte (bicicleta, motocicleta, automóvil), comprar la mercadería estrictamente necesaria para disminuir sus costos. Los precios de venta tratan de mejorarlos comprando mercadería más barata y con financiamiento de proveedores, y para la compra de mercadería considera precios y estética.

Al respecto, (Fuentes & y Hurtado, 2002) en su estudio revela que el desempeño operativo implica determinar la satisfacción de los clientes el crecimiento de las ventas, la disminución de reclamos de los clientes, el logro o superación de la calidad de los productos y/o servicios exigida por los clientes, obteniendo resultados operativos como la mejora de la calidad de los productos y servicios y la satisfacción del cliente, siendo los principales componentes del desempeño operativo de esta empresa. No obstante, en el presente trabajo, la estrategia de desempeño operativo denota un margen mínimo de ganancia para los comerciantes autónomos de la Alajuela, aunque favorece la satisfacción del cliente con productos de moda como en el caso del comercio de ropa, zapatos, papelería y similares, de calidad cuando se trata de tecnología, ferretería, accesorios varios; de frescura y sabor exquisito cuando se refiere a productos alimenticios, y también de precios competitivos para mantener la clientela.

En la figura (3) se detalla la estrategia financiera inherente a la conversión de efectivo.

**Figura 3**

*Estrategia financiera: ciclo conversión de efectivo*



El ciclo de conversión de efectivo muestra que, para el mayor porcentaje de comerciantes, el dinero en efectivo invertido en mercadería retorna a los 80 días promedio; el manejo de cuentas por cobrar lo hace por llamadas telefónicas y acuerdos de plazo de pago; los saldos de inventario los maneja por ofertas y remates de mercadería; y la totalidad de comerciantes tiene como forma de incrementar sus ventas los descuentos y ofertas. Teniendo como ciclo de conversión de efectivo (CCE) 80 días, se deduce que el tiempo de pago a proveedores es de 50 días (PCP), con un promedio de conversión de inventario (PCI) esto es el inventario para cubrir ventas de 70 días, considerando un periodo de cobro de cuentas (PCC) que es el tiempo en que los clientes tardarían en pagar de 60 días.

En concordancia con lo establecido por (Hernández & y Mendoza, 2021) en su investigación, el ciclo de conversión de efectivo aplicado a pequeños negocios en Tolima, midió la rapidez con que pudieron convertir su efectivo en más efectivo, considerando el tiempo transcurrido desde que se adquirió la materia prima, la transformaron en un producto terminado y finalmente la vendieron, obviando la transformación en el caso de los comercios que no aplican procesos de transformación, sino que brindan servicios, teniendo un ciclo de conversión de efectivo variable, de más de 90 días para los productores de bienes y de más de 60 días para los de servicios.

La generación de efectivo dependerá de las actividades que desarrolle la empresa, convirtiendo su efectivo en activos circulantes,

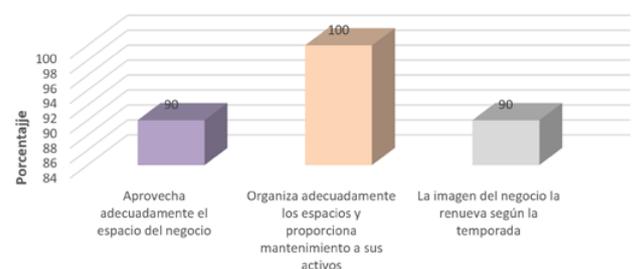
compras de inventarios para la venta y la generación de cuentas por cobrar, de esto dependerá cómo afrontará los retos financieros que desarrolle en los procesos productivos, debido a que se debe considerar la recuperación del efectivo más el margen de ganancia en un tiempo corto para cubrir sus deudas, mantener sus operaciones y generar dividendos.

Así también, (Morillo & y Llamo, 2020) refieren en su trabajo con el comercio informal que el ciclo de efectivo es variable y depende de la operatividad del negocio, un comercio debería tener la rotación de inventario más rápida ya que los productos que comercializan son ya terminados, así el ciclo de efectivo sería a corto plazo; concordando con los resultados del presente estudio, en que el ciclo de efectivo se da a mediano plazo en los comercios de la calle Alajuela, teniendo en consideración que es uno de los efectos de la situación sanitaria que se ha vivido desde marzo de 2020. Esta inusual situación ha disminuido notablemente no solo su recuperación de efectivo, sino también la liquidez del negocio.

La estrategia financiera de rotación sobre activos: eficiencia del uso de los activos se detalla en la figura (4).

**Figura 4**

*Estrategia financiera: eficiencia del uso de activos*



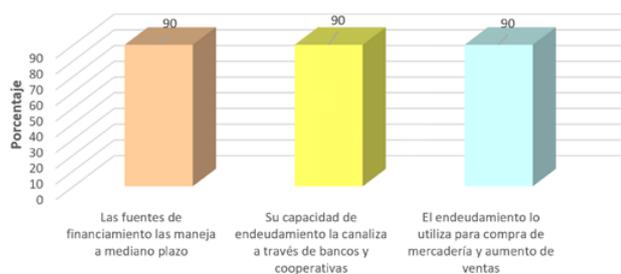
La eficiencia del uso de activos para la mayoría de comerciantes radica en aprovechar adecuadamente el espacio del negocio; renovar la imagen del negocio según la temporada; y para la totalidad de negocios, el organizar adecuadamente los espacios y proporcionar mantenimiento a sus activos para hacer eficiente los activos que posee.

En concordancia con los hallazgos encontrados, Arriaga, et al. (2019), en su estudio refieren que “en momentos de incertidumbre y rendimientos bajos o negativos, entre mayor número de activos exista, el resultado de la diversificación será mejor”, lo cual significa que si el comerciante posee un espacio determinado para realizar su actividad comercial, lo pueda aprovechar al máximo para poder obtener réditos económicos.

La figura (5) detalla la financiación y rentabilidad del patrimonio.

**Figura 5**

*Estrategia financiera: financiación y rentabilidad del patrimonio*



Conforme a los datos expuestos, la mayor parte de comerciantes manejan sus fuentes de financiamiento a mediano plazo; su capacidad de endeudamiento la canaliza a través de bancos y cooperativas; y el endeudamiento lo utiliza para compra de mercadería y aumento de ventas.

En ese contexto se destaca que, el Banco Mundial (2020) aprobó un crédito a Ecuador por 260 millones para la Corporación Financiera Nacional B.P. (CFN) con el objetivo de promover el acceso a financiamiento con fines productivos para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de Ecuador, considerando además los emprendimientos de hombres y mujeres, personas con necesidades especiales, pueblos y nacionalidades, para conseguir un apoyo equitativo para la reactivación y recuperación económica de la pandemia de covid-19. Con esta base y otras gestionadas por el gobierno ecuatoriano, en junio de 2020 se lanzó el programa Reactivate Ecuador compuesto de líneas de financiamiento por más de USD

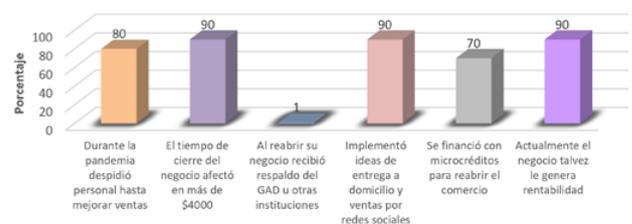
1.150 millones destinadas a la reactivación económica del país, sin embargo, esta se destinó exclusivamente a las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas (Reactívalecuador, 2020), dejando de lado al comercio formal e informal, los nuevos emprendimientos, presentes a nivel nacional, sopeso el alto riesgo que conllevaría el otorgamiento de créditos a estos sectores.

Lo dicho se relaciona con la publicación de (Ivanova, 2022) sobre el 31% de la población adulta que no posee cuenta bancaria y es prácticamente inexistente en este sistema, no teniendo historial, se dificulta poder evaluar su comportamiento crediticio, lo cual incrementa el riesgo del capital financiero, de tal manera que una cuenta bancaria le puede abrir la puerta al comercio informal para acceder al crédito y realizar operaciones sencillas a través de la banca.

La figura (6) expone el impacto económico por la pandemia covid-19 al comercio autónomo de la calle Alajuela.

**Figura 6**

*Impacto económico por covid-19*



Durante la pandemia por covid-19, la mayor parte del comercio autónomo se vio en la decisión de despedir personal hasta lograr reabrir el negocio y comenzar a mejorar las ventas, en este tiempo de cierre el negocio se afectó en más de \$4000 promedio; sin embargo lograron un respaldo del GAD y otras instituciones como cooperativas y bancos para reestructuración de deudas; implementaron estrategias de entrega a domicilio y ventas por redes sociales, se financiaron con microcréditos para reabrir el comercio, no obstante aún mantienen la incertidumbre sobre la rentabilidad del negocio.

La pandemia sanitaria por covid-19 ha ocasionado fuertes impactos en la economía mundial, que de acuerdo al Informe de (R4V; ACNUR; OIM, 2021) involucraron despidos de personal, baja en las ventas, disminución de la demanda, reducción de horarios de trabajo y de salarios, generando situaciones de desigualdad y pobreza. En este sentido, la (CEPAL, 2020) revela que dentro de los sectores económicos más afectados por la crisis sanitaria se encuentran el comercio al por mayor y al por menor, que implica a los bares y restaurantes, el transporte, la venta de ropa, de insumos para el hogar, papelerías y similares.

Por su parte, el observatorio de la OIT (2021) en su informe además, señala que 436 millones de empresas, del tipo micro, pequeñas y medianas estarían seriamente afectadas por la crisis económica sanitaria que provocó el cierre de los lugares de trabajo y consecuentemente afectando al 68% de la fuerza laboral que dependía de ellas. Las perspectivas para el resto del año 2021 son inciertas y poco halagadoras, muchas mujeres están desempleadas, los países no cuentan con políticas de incentivos y esto se convierte en una disparidad evidente, teniendo que trabajar a escala internacional en facilitar una recuperación progresiva centrada en el ser humano.

En este contexto, Bejarano, et al. (2021), encontraron que el impacto del covid-19 en pequeños negocios de México fue muy significativo durante el cierre temporal y que repercutió en los meses siguientes, ante lo cual algunas estrategias para paliar este impacto se concentraron en la reducción de las horas laborables y de personal, así también hubieron negocios que migraron al trabajo desde el hogar y en línea, ventas a domicilio, en la espera de un recuperación después de junio de 2021. Matute (2021), también coincide en su investigación que el 55% de los negocios en Gualaceo se vieron forzados a reducir personal durante el cese de actividades en la pandemia como una forma de estrategia, aunque muy dura decisión, para no cerrar la microempresa y declararse en quiebra.

Del mismo modo (Jalil & y Mendoza, 2021) concluyen que las ventas disminuyeron notablemente debido a las medidas sanitarias impuestas por el gobierno, partiendo de la cuarentena obligatoria y consecuentemente las restricciones de aforo de clientes en el centro de Portoviejo, las que conllevarían a priorizar la canasta familiar por encima de otros productos a los consumidores, teniendo los comerciantes que optar por cambiar su línea de comercio por la abarrotes de primera necesidad para sostener sus economías familiares.

Este tipo de estrategias, consideradas “funcionales” se enfocaron en trasladar el negocio al hogar para ofrecer sus productos a bajos precios incluyendo entregas a domicilio y en algunos casos realizar tiendas virtuales, el propósito era sobrevivir a la crisis sanitaria – económica que causaba grandes estragos en el comercio autónomo de la Alajuela. Dada la grave situación para los comerciantes, al momento de reaperturar sus comercios, no recibieron incentivos del gobierno municipal, lo cual se convirtió en una barrera más que debieron salvar para continuar subsistiendo de alguna manera, en unos casos con sus ahorros y en otra, trabajando creativamente y en lo que se presentara.

Las realidades expuestas tienen mucha similitud ante el impacto de la covid-19 en los negocios y pequeños negocios, tales como el comercio autónomo de la calle Alajuela, a quienes, la pandemia ha ocasionado pérdidas económicas que aún no se han logrado equilibrar ni superar, ante lo cual las estrategias financieras asumidas por los comerciantes son las mismas, para lograr mantenerse en la actividad comercial que han realizado el mayor tiempo de sus vidas, de la cual dependen y confían en que pueda restablecerse con normalidad, y en otro espacio, inclusive.

## Conclusión

En base al objetivo planteado se pudo concluir que los comercios denominados autónomos localizados en la calle Alajuela han recurrido a la creatividad y perspicacia como estrategias básicas para poder salvar las

vicisitudes que ha conllevado la crisis económica por pandemia y post covid-19; y dentro de las cuales el impulso fundamental para hacerlo radicó en proporcionar el sustento familiar, ya que esta actividad la ejercen desde hace muchos años y es a lo que se han dedicado para obtener una forma de subsistencia para sus hogares.

A estas estrategias, podría denominárseles, eventualmente “sostenibles”, dado el motor que tienen detrás para impulsarlas, que fundamentalmente ha venido operando desde que iniciaron con sus negocios, pero que, ante la adversidad, retomaran como el factor motivacional para no perder lo que habían construido durante tanto tiempo, sopeso de la falta de incentivos y apoyo por parte de los organismos gubernamentales locales y de la banca pública, puesto que los fondos de reactivación fueron poco inclusivos para el sector informal.

Vale traer como conclusión, además, el término de la “resiliencia” operante en todos aquellos que no tienen una condición de estabilidad en materia económica financiera, quienes salvan casi con normalidad cada obstáculo que se atraviesa en su camino de la actividad comercial, sin distinción de que este sea una edad, un título profesional, una condición social e inclusive un virus altamente contagioso, cuyos impactos van desde la pérdida de la vida misma hasta la pérdida de los pocos bienes que se tienen, para tratar de salvar la enfermedad y volverse a levantar con la esperanza de días de calma y mejoras.

## Referencias bibliográficas

- Arriaga, R.; Castro, J. y Castro, M. (2019). Análisis de estrategias de inversión de diversificación internacional: portafolios tradicionales vs ETFS, *Análisis económico*, 34(87), 41-61. <https://www.redalyc.org/journal/413/41362257003/html/>
- Banco Mundial. (1 de julio de 2020). *Ecuador recibirá US\$260 millones del Banco Mundial para financiar créditos a micro, pequeñas y medianas empresas*. [bancomundial.org](https://www.bancomundial.org): <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/oportunidad/reactivacion-ecuador-2020/>
- Bejarano, H., Hancevic, P., & Núñez, H. (2021). Impacto económico del COVID-19 en negocios pequeños y medianos bajo restricciones voluntarias e impuestas. *EconoQuantum*, 18(2), 23-56. doi:<https://doi.org/10.18381/eq.v18i2.7229>
- Besley, S., y Brigham, E. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. 14ª ed. México D. F.: Cengage Learning S.A.
- Carrillo, Á. (2017). *Factores determinantes en innovación, emprendimiento y competitividad de pymes ecuatorianas, colombianas y mexicanas*. Yura Relaciones Internacionales, 10(2), 126–146.
- CEPAL. (2020). *Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación*. Costa Rica: Naciones Unidas. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45445/1/S2000286\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45445/1/S2000286_es.pdf)
- Chicaíza, E. (2017). *Análisis del comercio informal y su incidencia a los comerciantes regularizados en la parroquia de Cotacollao*. Quito: Universidad Central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9931/1/T-UCE-0005-048-2017.pdf>
- El comercio. (17 de junio de 2020). Comercio se reactivó en 9 cantones de Manabí; la provincia es la tercera con más casos. *elcomercio.com*, pág. 5. <https://www.elcomercio.com/actualidad/comercio-reactivo-cantones-manabi-semaforo.html>
- El comercio. (27 de marzo de 2020). El sector informal se queda sin ingresos a raíz de la emergencia sanitaria. *El comercio.com*, pág. 4. <https://www.elcomercio.com/actualidad/comercio-informal-covid19-ingresos-pobreza.html>
- Ferreiro, G. L. y Espinosa, M. R. (2014). *Avances y tendencias de las estrategias financieras empresariales*. Cofín Habana, 8 (2), 20–27.

- Fuentes, M., y Hurtado, N. (2002). Variables críticas en la medición de desempeño en empresas con implantación de la calidad total. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(2), 87-102.
- Hernández, S., y Mendoza, F. (enero de 2021). Contaduría. *Ciclo de conversión del efectivo*. Hidalgo, México, México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19794/ciclo-conversion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ivanova, A. (3 de marzo de 2022). *Educación e inclusión financiera, esenciales para los más vulnerables*. [asomifecuator.com: https://asomifecuator.com/2022/03/03/educacion-e-inclusion-financiera-esenciales-para-los-mas-vulnerables/](https://asomifecuator.com/2022/03/03/educacion-e-inclusion-financiera-esenciales-para-los-mas-vulnerables/)
- Jalil, J., y Mendoza, C. (2021). Impacto del covid-19 en el comercio informal del cantón Portoviejo, provincia de Manabí. *Polo del conocimiento*, 6(4), 118-131. DOI: 10.23857/pc.v6i4.2543
- López, E. F., Vásquez, M. Á., García, O., y Rangel, F. J. (2016). *Estrategias financieras en la micro y pequeña empresa artesanal del municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo*. Ecorfan, 128-141. Recuperado el 11 de febrero, de [http://www.ecorfan.org/actas/A\\_1/12.pdf](http://www.ecorfan.org/actas/A_1/12.pdf).
- Matute, Z. (2021). *Impacto económico de la pandemia por covid-19 en las comercializadoras y productoras de calzado del cantón Gualaceo*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20278/5/UPS-CT009136.pdf>
- Medrano, E. (2013). *Estudio del comercio informal organizado en monterrey, Nuevo León*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. <http://eprints.uanl.mx/3572/1/1080256590.pdf>
- Morillo, J., & y Llamo, D. (2020). Ciclo de conversión de efectivo: una herramienta esencial para la evaluación financiera de la empresa. *Revista De Investigación Valor Contable*, 6(1), 54-64. doi:<https://doi.org/10.17162/rivc.v6i1.1258>
- Organismo Internacional del Trabajo. (2021). *La COVID-19 y el mundo del trabajo. Octava edición. Estimaciones actualizadas y análisis*. Ginebra: Organización internacional del trabajo. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_824097.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_824097.pdf)
- Organización Mundial del Comercio. (22 de diciembre de 2020). *Covid-19 y comercio mundial*. [www.wto.org: https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/covid19\\_s/covid19\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/covid19_s.htm)
- Otzen, T., & y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 222-237. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Perdomo, A. (2002). *Elementos básicos de la administración financiera*. 10ª ed. México D.F.: Cengage Learning S.A.
- Porter, M. (2013). *Estrategia competitiva*, Editorial Continental. 42ª ed. reimpresión. México D. F: Grupo Editorial Patria.
- Portocomercio EP. (2020). Censo realizado en los Comercios Autónomos y Terminal Terrestre de Portoviejo, respecto al comercio informal de la ciudad de Portoviejo. Manabí.
- R4V; ACNUR; OIM. (2021). *Impactos de la COVID-19 en Personas Refugiadas y Migrantes de Venezuela*. Brasil: ACNUR y OIM. <https://www.r4v.info/es/document/impactos-de-la-covid-19-en-personas-refugiadas-y-migrantes-de-venezuela>
- ReactiveEcuador. (24 de julio de 2020). *Pequeños negocios continúan operando y conservan a sus trabajadores gracias al crédito Reactive Ecuador*. ReactiveEcuador: <https://www.coronavirusecuador.com/2020/07/pequenos-negocios-continuan-operando-y-conservan-a-sus-trabajadores-gracias->

al-credito-reactivate-ecuador/

- Rincón, H., Cherema, N., y Burgos, J. (2005). *Estrategias financieras y rentabilidad en las PYMES del sector metalmecánico*. Impacto Científico, 6(1), 131–150.
- Rodríguez, Y. (2007). El comercio informal, una afrenta a los poderes establecidos. *ESPIRAL MX - FLAG-2-005*, 1-6. <http://www.institut-gouvernance.org/fr/experienca/fiche-experienca-10.html>
- Quishpe, G., Tapia, M., Ayavira, D., Villa, M., Borja, M., & Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Espacios*, 39(41), 4-20. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>
- Quishpe, G., Ayavira, D., Villa, M., Velarde, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 207-230. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519016/html/>
- Terán, F. (2018). Estrategias financieras determinantes de la competitividad: Evolución y perspectivas en las Pymes ecuatorianas. *Revista Publicando*, 15(2), ISSN 1390-9304, 1315-1343.
- Van Horne, J., y Wachowicz Jr., J. (2010). *Fundamentos de administración financiera*. 13ª ed. México D. F.: Pearson Educación.