



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERIA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LA APLICACIÓN DEL SEMÁFORO  
EPIDEMIOLOGICO Y SU EFECTO EN EL COMERCIO DE LA CIUDAD DE  
BABAHOYO.

**EGRESADO:**

JOSELIN ISAMAR SALINAS ZUÑIGA

**TUTORA:**

ECO. DIANA CAROLINA ESCOBAR MAYORGA. MAE.

**AÑO:2020**

## **Introducción**

En diciembre de 2019 la ciudad de Wuhan una provincia de Hubei del país oriental China experimentó la propagación de un virus que presuntamente fue transmitido en sus inicios por el consumo de una especie animal, al segundo mes del año siguiente países de diversos continentes se vieron afectados a pesar de las medidas tardías impuestas en el lugar considerado como epicentro, ascendiendo a tal magnitud de convertirse en una pandemia que tomaría el nombre de un nuevo virus denominado SARS-COV2 que trae consigo la enfermedad de Corona Virus disease 2019 más conocida como COVID-19.

Para Febrero de este año la actual administración, tomo medidas drásticas como el estado de excepción decretado por el Presidente de la Republica, debido al crecimiento desmedido de casos en zonas como Babahoyo, Guayaquil y Quito, consideradas como una amenaza constante a las demás ciudad, impusieron medidas de aislamiento domiciliario y restricción vehicular durante los meses Marzo-Mayo, en lo posterior el COE Nacional implemento el semáforo epidemiológico con la finalidad de limitar la circulación vehicular y mitigar la escases de recursos económicos de familias que no percibieron ingresos después de 77 días de cuarentena.

El aislamiento social generó que habitantes de los demás cantones que viajaban hacia esta ciudad fluminense para adquirir víveres y demás insumos, sea considerado un problema cotidiano pues gran parte de ellos, no posee vehículos propios para arribar a la urbe a proveerse de insumos; lo antes expuesto desencadeno cierre de algunos locales comerciales por falta de liquidez, decrecimiento de ingresos, reducción de plazas de empleo, carencia de prácticas de marketing digital, amenaza de nuevos competidores

Este estudio se realizó con el objetivo de determinar el impacto de la implementación del semáforo epidemiológico en el sector comercial, la misma que se direcciona la línea de investigación sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación y su sublínea Desarrollo local y emprendimiento sostenible y sustentable.

Los métodos necesarios para el desarrollo de este estudio parten del método deductivo de forma indirecta puesto que se realizará conclusiones lógicas mediante la comparación del comercio antes del Covid y con la aplicación de las medidas de seguridad a partir y respaldados en los acontecimientos mencionados por prensa escrita, comunicados y decretos presidencial, por otra parte el método descriptivo debido a que es necesario describir cada una de las causas y efectos propias del estudio del problema antes planteado así como el método analítico que permitirá analizar el panorama actual relacionado con la medida de seguridad propuesta por el COE Nacional y por último el método bibliográfico puesto que se considera conceptualizaciones de diversos textos que permiten respaldar cada uno de los hechos descritos.

Esta investigación es de tipo cuantitativo y cualitativo puesto que es necesario recopilar datos numéricos y detalles proporcionados por medio de un cuestionario de encuesta aplicado a los propietarios de las microempresas y Pymes de la ciudad de Babahoyo y se complementará con la entrevista a la Presidenta de la cámara de comercio.

## Desarrollo

El cantón Babahoyo es la capital de la provincia de Los Ríos, con aproximadamente 175.281 habitantes para el año 2020 de acuerdo al censo realizado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), con una superficie de 1076 km<sup>2</sup>, esta ciudad cobra vida debido a las actividades comerciales que se desarrolla en mayor proporción en la zona urbana de la localidad, comprende avenidas que suelen ser de tránsito masivo considerándose como el casco comercial, dentro de ellos Avenidas como: 5 de Junio, García Moreno, Juan x Marcos, Vargas machuca y calle de renombre como: Juan Montalvo, Pedro Carbo, 27 de Mayo, Abdón Calderón, Sucre y Bolívar EN estas se encuentran situados locales comerciales en destaca la industria de alimentos, textiles y vestimenta, medicina, accesorios y calzado, electrodomésticos, materiales de construcción y mantenimiento para el hogar, entre otros.

La comercialización de bienes es una de las principales fuentes de ingreso en las economías locales según Castaño y Jurado (2016) Comercializar significa poner a la venta, es decir, organizar las acciones pertinentes para facilitar la venta de bienes. (p.139). A partir de la premisa el termino comercialización se conceptualiza como acciones de comprar bienes para realizar la venta en los posterior con la finalidad de retribuir mediante un valor moentario.

Las actividades derivadas de la comercialización de bienes es uno de los ingresos significativos que sostiene la economía de sus familias, de acuerdo a las cifras recogidas del último censo en el territorio Ecuatoriano realizado por el instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el cantón Babahoyo muestra (*¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.*) el 24.1% de su población tiene como ocupación el comercio mientras que la

participación de acuerdo a esta actividad económica es de 56.1% comprende al ingreso por ventas en la localidad y la existencia de locales comerciales en el perímetro comprende un 52.8%. (SENPLADES- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

El crecimiento en el sector comercial se vio afectado por la aparición de un nuevo virus que inicio en una ciudad oriental de la antigua China e ingresos al país en febrero del presente año según comunicados oficiales del gobierno nacional del Ecuador a través del ( Comité de Operaciones de Emergencia Nacional , 2020):

El Ministerio de Salud Pública en coordinación con la OMS, ha trabajado en el seguimiento a la enfermedad desde que se emitió la alerta mundial. El 29 de febrero de 2020 se confirmó el primer caso de esta enfermedad en el Ecuador. Se activó el COE Nacional para la coordinación de la emergencia.

El gobierno de la república del Ecuador presidido por el actual presidente Lcdo. Lenín Moreno Garcés procedió a activar los protocolos para enfrentar estos casos siendo uno de ellos el estado de excepción que se conceptualiza, según la (Ley de Seguridad Pública y del Estado, 2014):

Los estados de excepción son la respuesta a graves amenazas de origen natural o antrópico que afectan a la seguridad pública y del Estado. El estado de excepción es un régimen de legalidad y por lo tanto no se podrán cometer arbitrariedades a pretexto de su declaración.

Cada una de las provincias, ciudades y parroquias generaron medidas de seguridad para salvaguardar a sus habitantes siendo la ciudad de Babahoyo una de las zonas con mayor

preocupación debido a los anuncios por medios televisivos que manifestaban el origen y caso 0 correspondiente a un habitante que ingreso a territorio Ecuatoriano y durante los meses de Febrero se encontraba habitando en la ciudad Fluminense.

Originando que se genere una resolución que evite el crecimiento desmedido de casos, de acuerdo a (Alcaldía del cantón Babahoyo, 2020): “Declarar la situación de Emergencia en todo el territorio del cantón Babahoyo, en virtud de los eventos presentados y confirmación de varios casos de coronavirus (COVID-19) en personas pertenecientes al cantón Babahoyo”. Después de tres meses de cuarenta, los habitantes permanecieron en sus domicilio y los comercios de la ciudad se encontraban imposibilitado de desarrollar sus actividades, eran notorios los efectos ocasionado al sector comercial, de acuerdo al (Concejo Municipal del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo, 2020) “El cantón Babahoyo también ha sufrido las consecuencias del COVID-19, principalmente, en el área de salud y en el campo económico.”

Como alternativa de solución a tal problemática en la que estaba sumergida gran parte del territorio ecuatoriano surge el semáforo epidemiológico que da inicio a una fase de distanciamiento social, propuesta por autoridades como medida para evitar el crecimiento de los casos Covid-19, sin embargo, los problemas empezaron a surgir debido a las restricciones establecidas mediante la utilización de colores, varias de ellas afectaban al comercio de la localidad de sobre manera, en este estudio se analizará los sucesos a través de la clasificación de colores.

Según (Parking & Loría, 2010) El término cantidad ofrecida se refiere a un punto sobre la curva de oferta: el punto donde se establece la cantidad ofrecida a un precio en

particular. (p.64). La cantidad de la oferta es el volumen de productos que se pone a disposición de los clientes para su posterior adquisición.

La semaforización en **color rojo** se consideraran las siguientes restricciones según (Ministerio de Gobierno, 2020) comprenden:

- Respetar las normas obligatorias a nivel nacional.
- Autorización de actividades comerciales mediante pedidos por vía telefónica o en línea y entrega a domicilio.
- Se amplía el horario de entrega a domicilio de productos de 07h00 a 22h00.
- Se autoriza el servicio de taxis entre las 05h00 a las 22h00, conforme la restricción según número de placa. Aplica un 30% de descuento al personal de salud, PN, FFAA, ACT, AMC, CTE, ASP, ECU911 y Seguridad Privada.
- Se mantiene la suspensión de la jornada laboral, excepto en sectores esenciales como ha funcionado hasta ahora.
- Según último número de placa: un día de circulación de automóvil por semana (prohibición fines de semana), como ha funcionado hasta ahora.
- Toque de queda se mantiene entre las 14h00 a 05h00.
- Autorización laboral adicional sólo en proyectos pilotos autorizados por COE Nacional (sector de la construcción por ejemplo)

Mientras que para el mes de Junio se dio el cambio a **color amarillo** de acuerdo a (Romo, 2020):

Hasta esta semana son 37 los cantones que pasaron del semáforo rojo al amarillo, (...).

“Se necesita fortalecer la actividad formal para evitar que se ahonde el desempleo y

mantener el orden. Hemos visto el desbordamiento del comercio informal, independiente del color de semáforo.”

Es evidente la preocupación por la suspensión de actividades que generan ingreso para el Ecuador, por tal motivo, sus autoridades provinciales, cantonales o parroquiales; tienen reuniones en plazos establecido con la finalidad de conocer la situación actual e ir levantando aquellas restricciones drásticas e incide en el sector comercial, con respecto a las medidas implementados con el cambio de color de rojo a amarillo, que se manifiesta a través del (COE Nacional, 2020):

- Empresas privadas: todos los sectores no esenciales deciden el momento de retorno a sus actividades. Teletrabajo como prioridad. Pueden retomar trabajo presencial hasta con un 50% de su personal a la vez. Se faculta la organización de turnos para evitar aglomeraciones.
- Todas las actividades deben contar con protocolos y mecanismos de supervisión de síntomas para sus empleados y / o clientes.
- Se autoriza la atención de consulta externa de todas las especialidades médicas.
- Se reduce el toque de queda de 18h00 a 05h00.
- Se autoriza el transporte urbano e interparroquial. La ocupación por unidad será máximo al 30%

Por otro lado, el **color verde** será implementado cuando los casos por Covid hayan decrecido considerablemente, dando paso a la calma entres sus habitantes, las normas establecidas durante esta etapa comprende de acuerdo al (COE Nacional, 2020):

- Se elimina el toque de queda.



- El 70% de los vehículos particulares circulan de lunes a domingo, conforme al último número de la placa.
- Taxis convencionales y ejecutivos, así como el transporte de carga liviana y mixta, circulan todos los días.
- Transporte institucional circula todos los días sin restricción de placa cumpliendo con los protocolos emitidos para este fin.
- Transporte urbano al 50% de su aforo.
- Transporte intraprovincial autorizado, entre cantones con el mismo color.
- Transporte interprovincial únicamente, entre cantones en Amarillo o Verde que han acordado la prestación del servicio a través de sus terminales terrestres.
- Restaurantes y centros comerciales se permite la atención al público, con el 50% del aforo permitido

De acuerdo a las disposiciones vigentes en cuanto al desarrollo de actividades comerciales, locales se acogieron a la suspensión o reducción de las jornadas laborales presenciales de acuerdo a lo establecido en el artículo 4 de la reducción emergente de medidas de prevención, según (Ministerio del Trabajo, 2020).

Durante a la emergencia sanitaria declara, por un periodo no mayor de seis meses, renovables hasta por seis meses más por una sola ocasión; se acordará optar la disminución de la jornada de trabajo referida en el artículo 47.1 del código de trabajo, en los términos previstos en dicho cuerpo legal, en virtud de la pandemia provocada por el coronavirus (COVID19).

Al abordar la problemática se puede identificar que los propietario de locales comerciales, antes del Covid sus ventas aumentaban los fines de semana por la concurrencia masiva de clientes a sus locales de todo tipo y estas restricciones generaron por ende menor concurrencia de peatones no solamente para aquellos que poseen vehículos propios, sino también con la carencia de buses urbanos para movilizarse clientes se vieron dudosas a realizar sus compras esencialmente los moradores de barrios periféricos, además de aquellos habitantes de cantones y lugares aledaños que viajan hasta la urbe fluminense a adquirir producto

Los transeúntes que permitieron la aplicación de la encuesta mencionan que gran parte de los habitantes de la ciudad comprenden el estrato medio-bajo, por tanto, un porcentaje de ellos cuentan con vehículos propios para desplazarse a la adquisición de productos más aun aquellos que laboran de lunes a viernes y destinan el fin de semana para abastecerse de víveres y demás enseres.

En el caso de los locales comerciales de la ciudad, poseen un decrecimiento en sus ingresos, es decir, no poseen la liquidez necesaria para hacerle frente a sus obligaciones desencadenado efectos como inconvenientes en la cancelación de sueldos y salarios, de acuerdo a (Código de Trabajo, 2012):

Es la retribución económica mínima que debe recibir una persona por su trabajo de parte de su empleador, el cual forma parte de la remuneración y no incluye aquellos ingresos en dinero, especie o en servicio, que perciba ingresos de todos aquellos que determine la Ley.

Por otro lado, la remuneración se define según (Barriga & Rendón, 201) “La cantidad que percibe el trabajador como contraprestación por los servicios prestados al empleador, siempre que sea de libre disposición.

Los autores coinciden que el sueldo consiste en el pago económico a un empleado por la prestación de sus servicios para el desarrollo de actividades, sin embargo, como efecto de la restricción y aislamiento social, generaron que los comercios no puedan dar apertura a sus locales.

Las medidas de restricción antes expuestas genera una falta de liquidez para las pymes y microempresas, entiéndase por liquidez de acuerdo a (Lavalle, 2016) La liquidez depende de diversos factores como el tipo de negocio, capacidad productiva instalada de la empresa, capacidad de los activos para ser convertidos en líquidos y de la capacidad de la empresa para acceder a recursos financieros.

A partir de las premisas se conceptualiza el término liquidez como la capacidad que tiene una empresa u organización de generar dinero para hacerle frente a sus obligaciones ; sin embargo, para los pequeños comercios de la ciudad la falta liquidez se ha vuelto un problemas puesto que no poseen el suficiente dinero para el pago de sueldo a sus trabajadores después de los días de paralización e incluso en la actualidad a pesar de que con el cambio del color en el semáforo epidemiológico ya se pueden desarrollar las actividades de comercio, estas no cuentan con la concurrencia masiva de clientes en comparación con los primeros meses del año.

Desde el cambio de color del color del semáforo de rojo a amarillo, se dio la oportunidad a los pequeños comercios a recuperar el tiempo en que sus negocios no producían, sin embargo, esto dio como resultado la reducción de plazas de empleo, de acuerdo a (Enríquez & Galindo, 2015):

El empleo formal incluye a los trabajadores que tienen una relación laboral reconocida y que hacen cumplir sus derechos laborales (tales como seguridad social, beneficios no salariales de liquidación o finiquito al término de la relación de trabajo).

De acuerdo a las disposiciones vigentes en cuanto al desarrollo de actividades comerciales, locales se acogieron a la suspensión o reducción de las jornadas laborales presenciales de acuerdo a lo establecido en el artículo 4 de la reducción emergente de medidas de prevención, según (Ministerio del Trabajo, 2020).

Durante a la emergencia sanitaria declara, por un periodo no mayor de seis meses, renovables hasta por seis meses más por una sola ocasión; se acordará optar la disminución de la jornada de trabajo referida en el artículo 47.1 del código de trabajo, en los términos previstos en dicho cuerpo legal, en virtud de la pandemia provocada por el coronavirus (COVID19).

Una de las más polémicas es el retorno de personas en relación de dependencia a sus actividades con solo el 50% de colaboradores, dejando sin empleo a gran número de trabajadores que solventan los gastos de sus familias, las leyes y disposiciones amparan al sector a prescindir de los servicios de trabajadores debido a la reducción de horas de trabajo que trae consigo menor ingresos y recursos para solventar gastos por sueldos y salarios.

Existen deudas por pagar por parte de los pequeños negocios a proveedores como efecto de la falta de liquidez, de acuerdo a (Apolinario, 2018):

Las cuentas por pagar como parte de las obligaciones que mantiene una empresa, forman parte del monto de dinero que se debe a un proveedor, entidad financiera, socios, empleados, entre otros. Normalmente están asociadas a deudas por compras de activos fijos o para aprovisionarse de productos para su reventa.

Las cuentas por pagar pertenecen a los Pasivos Corrientes, éstas son rubros adquiridos por la adquisición de materia prima, materiales, suministros o servicios de los cuales ha hecho uso la empresa y deben ser cancelados en un plazo menor a un año. (Cuzco, 2018).

Las Cuentas por pagar provienen de las compras a crédito, servicios recibidos de diversas compañías; Propiedad, Planta y Equipo provienen de compras de equipos, muebles, maquinarias y vehículos adquiridos para la realización de actividades diarias de la empresa. (Guamán & Quimis, 2014).

Coincidentemente los autores mencionan que las cuentas por pagar son rubros pendientes de pago a proveedores por la adquisición de bienes o servicios para su reventa bajo una promesa de pago, estas deben ser cancelados en un corto plazo y contablemente forman parte de los pasivos de la empresa, la situación entorno a los locales comerciales, es preocupante puesto que manifiestan es un efecto de la falta de trabajo, antes del inicio de la pandemia, habían adquirido mercadería a crédito para comercializarla y realizaban pagos puntuales de sus obligaciones, mientras que con la paralización momentánea impidió el desarrollo de sus actividades.

Este tipo de crisis sanitarias golpearon drásticamente a aquellos locales que preferían la práctica tradicional del comercio, sin embargo, surgieron nuevos competidores, este término se define según (Munuera & Rodríguez, 2016):

Las empresas que tratan de lograr similares objetivos en los mismos mercados y con una oferta de productos comparables se verán ineludiblemente enfrentadas. El concepto de competencia posee una connotación de batalla frente a los competidores que las empresas como el camino para la superación.

Los competidores son varios o son aproximadamente iguales en tamaño y potencia. En estas situaciones, para los rivales es difícil no robarle negocios a sus pares. Sin una empresa líder, las prácticas deseables para un sector como un todo simplemente no se cumplen. (Porter, 2004).

Mientras que de acuerdo al criterio de (Donawa & Morales, 2018) “Las empresas compiten para ganarse la preferencia de los consumidores, proveedores y clientes.

La competencia es definida como la aparición de una empresa que independientemente de su tamaño o tipo, posee productos o servicios de igual o similares características que las que comercializa una empresa con varios años en el mercado. En cuanto a los locales establecidos ubicados en el casco comercial de la ciudad, se vieron amenazados por la aparición de nuevos competidores e incluso personas naturales que comercializaban bienes de iguales características, aprovechando el uso de las redes sociales como herramienta para comercializar, considerándose una de las estrategias viables para lograr consolidar la venta y enfrentar la escasez de recursos económicos que se vivía producto del aislamiento social, hay que resaltar, el espíritu emprendedor de los Babahoyense, que combinaron el uso de los medios digitales con las entregas a domicilio, no

obstante, gran parte de los locales comerciales desconocen del uso de estrategias de marketing y comercialización a través de los modernos dispositivos y se evidencia a través de sus ventas.

El comercio electrónico es un tema de actualidad que se mantuvo en auge durante la crisis sanitaria por Covid-19, según menciona (Cisneros, 2017) este moderno medio conocido como e-commerce logro posicionarse en la mente del consumidor más aun del segmento de clientes comprendido por millennial que prefieren aun con la ampliación de las circulación vehicular de transeúntes prefieren realizar sus compras en línea.

El e-commerce, es una variante del e-business se basa en realizar el marketing, las ventas y la compra de productos y servicios a través de las nuevas tecnologías. se define también como cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo. (Equipo editorial Elearning, 2019).

Comercio electrónico significa el traslado de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios computerizados vía redes de telecomunicaciones, incluyendo una gran cantidad de actividades. (Somalo, 2017).

De acuerdo a los autores el comercio electrónico más conocido por sus siglas en inglés *e-commerce*, no es más que las actividades de marketing y comercialización de productos a través de los medios electrónicos, considerada como una moderna estrategia para vender sin necesidad de interactuar físicamente con el cliente; estos modernos canales de

interacción y comunicación del siglo XXI, han ido en aumento a tal punto de considerarse tendencia debido a la gran cantidad de usuarios que visitan estas plataformas.

Los productos a través del e-commerce y su posterior entrega a domicilio en horario limitado de 07:00 a.m. a 22:00 p.m. durante la vigencia del semáforo rojo, fue una de las estrategias utilizadas para comercializar dentro de la pandemia fue direccionada hacia el uso de las redes sociales, páginas web y entregas a domicilio el sector mayormente beneficiado fue el de alimentos preparados, sin embargo, no todos dominan la tecnología puesto que algunos desarrollaban sus actividades de comercialización y publicidad de forma tradicional. Existen actividades que se desarrollan prioritariamente de forma presencial, este es el caso de los comercios de menor volumen que utilizan como estrategias de comercialización de bienes la persuasión, para que los transeúntes adquieran los productos, por otra parte la desconfianza del cliente por adquirir algún bien o servicio sin antes poder observarlo.



## Conclusión

al concluir esta investigación se puede determinar que las medidas de restricción dadas por el gobierno de la República del Ecuador fueron realizadas con la finalidad de salvaguardar la vida de sus habitantes, sin embargo, uno de los sectores más golpeados hablando en términos económicos son los pequeños comercios de la ciudad de Babahoyo que basan cada uno de sus ingresos en las ventas diarias y al verse imposibilitado del desarrollo de sus actividades se dio lugar a la falta de liquidez para hacerle frente a las obligaciones.

Una de las secuelas después del covid-19 en el sector comercial, hace referencia a la reducción de plazas de empleo como una medida desesperada de los pequeños comerciantes, estante otro grupo de propietarios de locales comerciales prefirieron acogerse a las regulaciones gubernamentales donde se menciona la reducción de horas de trabajo y por ende la remuneración obtenida.

Por otro lado queda al descubierto la práctica obsoleta de marketing con la finalidad de promover su microempresas que dieron lugar a la proliferación de emprendimientos mediante medios digitales y crecimiento del comercio informal que si bien es cierto sostiene la economía de muchas familias, sin embargo, en la actualidad abarcan gran parte del mercado en el que los locales comerciales ubicados en el centro de la ciudad ofertaban sus productos, por ende a pesar de levantamiento de las restricciones y medidas de seguridad los pequeños negocios no alcanzan el volumen de ventas obtenido en comparación con los primeros meses del año, situación que aunque intentan hacerle frente con los pocos recursos que se tienen esperan pueda superarse a fines de este mismo año.

## Bibliografía

- Comité de Operaciones de Emergencia Nacional . (16 de Marzo de 2020). *Informe de Situación COVID-19 Ecuador* . Recuperado el 06 de Agosto de 2020, de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Informe-de-Situaci%C3%B3n-No008-Casos-Coronavirus-Ecuador-16032020-20h00.pdf>
- Alcaldía del cantón Babahoyo. (12 de Marzo de 2020). *Resolución de la declaratoria de situación de emergencia N°.GADMB-AB-CGG-DSE-001-2020*. Recuperado el 06 de Agosto de 2020, de <https://drive.google.com/drive/folders/1kOpG6l2hQ8K0OiMdXpUVXJ-P0slY41UA?tid=0B6nn2gbYJNqwNkdhYU9rd1pyOEK>
- Apolinario, C. V. (2018). *Desarrollo manual de políticas y procedimientos de cuentas por pagar para Gerencont S.A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Barriga, F. T., & Rendón, M. A. (201). *Impacto de la remuneración percibida sobre la satisfacción laboral en la familia del nivel socioeconómico c del distrito de Arequipa, 2016*. Perú: Universidad católica San Pablo.
- Castaño, D. J., & Jurado, C. S. (2016). *Venta técnica*. Madrid: Editex editorial.
- Cisneros, C. (2017). *E-commerce*. Perú: Empresa editora macro EIRL.
- Código de Trabajo. (26 de Septiembre de 2012). *Código de trabajo*. Recuperado el 17 de Agosto de 2020, de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/Codigo-de-trabajo-1.pdf>
- COE Nacional. (28 de Abril de 2020). *Resolución*. Recuperado el 17 de Agosto de 2020, de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/Resoluciones-COE-Nacional-28-de-abril-2020.pdf>
- COE Nacional. (29 de Junio de 2020). *Resolución*. Recuperado el 17 de Agosto de 2020, de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/06/29-DE-JUNIO-v.f.pdf>
- Concejo Municipal del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo. (22 de Junio de 2020). *Exposición de Motivos*. Recuperado el 2020 de Agosto de 2020, de [https://drive.google.com/drive/folders/1LYprA6\\_o8YTkxR-owIc9CecgSCWRzDMR?tid=0B6nn2gbYJNqwNkdhYU9rd1pyOEK](https://drive.google.com/drive/folders/1LYprA6_o8YTkxR-owIc9CecgSCWRzDMR?tid=0B6nn2gbYJNqwNkdhYU9rd1pyOEK)

- Cuzco, S. (2018). *Análisis del proceso de cuentas por pagar de la empresa productora Cartonera S.A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Donawa, T., & Morales, M. (2018). Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector MiPyME del distrito de Santa Marta –Magdalena, Colombia– . *Revista EAN*, 97-108.
- Enríquez, A., & Galindo, M. (Agosto de 2015). *Empleo en serie de estudios económicos*. Recuperado el 17 de Agosto de 2020, de México¿Cómo vamos?: [https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508\\_mexicoemployment.pdf?m=1453](https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoemployment.pdf?m=1453)
- Equipo editorial Elearning. (2019). *E-commerce*. España: Editorial Elearning S.L.
- Guamán, R., & Quimis, V. (2014). *Manual de cuentas por pagar y propiedad planta y equipo en Arte 14*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Lavalle, B. C. (2016). *Análisis financiero*. México: Unid editorial digital.
- Ley de Seguridad Pública y del Estado. (09 de Junio de 2014). *Ley de Seguridad Pública y del Estado*. Recuperado el 06 de Agosto de 2020, de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic5\\_ecu\\_panel5\\_sercop\\_1.3.\\_ley\\_seg\\_p%C3%BAblica.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic5_ecu_panel5_sercop_1.3._ley_seg_p%C3%BAblica.pdf)
- Ministerio de Gobierno. (26 de Abril de 2020). *Del aislamiento al distanciamiento: semáforo Mayo*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de [https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Presentacio%CC%81n-Cadena-Nacional-26\\_abr\\_2020.pdf](https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Presentacio%CC%81n-Cadena-Nacional-26_abr_2020.pdf)
- Ministerio del Trabajo. (15 de Marzo de 2020). *Acuerdo Ministerial Nro.MDT-2020-077*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Acuerdo-MDT-202-077.pdf>
- Munuera, A. L., & Rodríguez, E. I. (2016). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: Esic editorial.
- Parking, M., & Loría, D. (2010). *Microeconomía versión para latinoamerica*. México: Pearson Educación.
- Porter, M. (2004). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard business review América latina*, 1-15.

Romo, M. P. (27 de Mayo de 2020). *Desde el 1 de junio se cambian algunas reglas de la semaforización por la emergencia sanitaria*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de Boletín 137: <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/desde-el-1-de-junio-se-cambian-algunas-reglas-de-la-semaforizacion-por-la-emergencia-sanitaria/>

SENPLADES- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (25 de Febrero de 2014). *INEC-Censo Económico*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de Ficha de cifras generales: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1201\\_BABAHOYO\\_LOS%20RIOS.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1201_BABAHOYO_LOS%20RIOS.pdf)

Somalo, I. (2017). *De comercio electrónico: una guía completa para gestionar la venta online*. Madrid: Esic editorial.