
EFFECTOS ECONÓMICOS DEL COVID 19 EN TIENDAS COMERCIALES DE LA AVENIDA FEDERICO ROMÁN

ECONOMIC EFFECTS OF COVID-19 ON COMMERCIAL STORES IN FEDERICO ROMÁN AVENUE

Henry Pablo Lozano Chuquimia
henrylozano2525@gmail.com

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS – GUAYARAMERIN

RESUMEN

La presente investigación analizó los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la economía de Ecuador y Bolivia, utilizando el método IMRDC (Introducción, Metodología, Resultados, Discusión y Conclusiones). En la introducción, se presentó el contexto de la pandemia y los objetivos del estudio. La metodología incluyó un enfoque mixto cuantitativo y cualitativo, con revisión bibliográfica y análisis de datos de fuentes diversas como organismos internacionales y universidades. Los resultados revelaron una disminución significativa en el comercio internacional y las exportaciones, especialmente en sectores como el turismo, la moda y la electrónica. Se identificó una alta fragilidad en la economía latinoamericana debido a la dependencia en las exportaciones, mientras que Bolivia mostró un potencial de crecimiento en nuevos mercados. La discusión se centró en comparar los hallazgos con investigaciones similares, resaltando similitudes y diferencias en los impactos de la pandemia en diferentes países y sectores. Finalmente, las conclusiones destacaron la importancia de políticas integrales para mitigar los efectos negativos del COVID-19, promover la diversificación económica y apoyar a los sectores más vulnerables. En resumen, la investigación proporciona una visión detallada de los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la economía, así como recomendaciones para enfrentar los desafíos actuales y futuros.

Palabras clave: Comercio, pandemia, factores, efectos, Guayaramerín

ABSTRACT

The present research analyzed the effects of COVID-19 on international trade and the economies of Ecuador and Bolivia, using the IMRDC method (Introduction, Methodology,

Results, Discussion, and Conclusions). The introduction provided the context of the pandemic and the study's objectives. The methodology employed a mixed quantitative and qualitative approach, including literature review and data analysis from various sources such as international organizations and universities. The results revealed a significant decrease in international trade and exports, especially in sectors like tourism, fashion, and electronics. A high fragility was identified in the Latin American economy due to dependence on exports, while Bolivia showed potential for growth in new markets. The discussion focused on comparing findings with similar research, highlighting similarities and differences in the pandemic's impacts across different countries and sectors. Finally, the conclusions emphasized the importance of comprehensive policies to mitigate the negative effects of COVID-19, promote economic diversification, and support vulnerable sectors. In summary, the research provides a detailed insight into the effects of COVID-19 on international trade and the economy, along with recommendations for addressing current and future challenges.

Keywords: Trade, pandemic, factors, effects, Guayaramerín.

1. INTRODUCCIÓN

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) representan una parte significativa de la economía mundial, contribuyendo aproximadamente con el 50% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel global, según datos del Consejo Internacional para las Pequeñas Empresas. Además, las PYMEs desempeñan un papel crucial en la generación de empleo, proporcionando entre el 60% y el 70% de los puestos de trabajo a nivel mundial (Emprende, 2020).

En Bolivia, las PYMEs constituyen una parte importante de la economía, representando el 79% de la base económica y generando aproximadamente el 40% del empleo nacional, según datos de la Confederación de la Micro y Pequeña Empresa. Además, estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y datos del Ministerio de Desarrollo Productivo indican la presencia de 275,000 microempresarios que contribuyen con alrededor de 2 millones de empleos (Journer Bolivia, 2020).

Del mismo modo, en Guayaramerín, al igual que en otras partes del mundo, las pequeñas y medianas empresas juegan un papel fundamental en el desarrollo económico al crear

oportunidades laborales, especialmente para personas con limitada formación académica, jóvenes y mujeres, mejorando así la estabilidad y la calidad de vida. Además, las PYMEs contribuyen significativamente a la provisión de productos y servicios esenciales para la población.

Sin embargo, dentro del competitivo panorama empresarial, algunas empresas han prosperado y evolucionado a lo largo de los años, mientras que otras han enfrentado declive y cierre inminente. Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo diagnosticar los principales factores que influyen en el éxito o fracaso de las PYMEs en Guayaramerín, basándose en el contexto real.

2. METODOLOGIA

La investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que los resultados obtenidos son medibles y cuantificables, permitiendo determinar la cantidad de ingresos en bolivianos que percibían los comercios antes y después de la pandemia. Según San Feliciano (2018), este enfoque implica un análisis secuencial y probatorio que no elude los diferentes pasos del proceso investigativo. Este enfoque refleja la necesidad de medir las magnitudes del problema para obtener resultados objetivos y proporcionar una explicación al conocimiento existente.

La investigación es de naturaleza descriptiva, ya que la información recolectada de los comercios explica la situación económica actual de las tiendas. Además, es de corte transversal, dado que los datos se obtuvieron durante un periodo determinado, aunque la recopilación teórica abarca un periodo más amplio en retrospectiva. Según Arias (2012), la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento, situando los resultados de esta investigación en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos. La Universidad Mayor de San Andrés UMSA (2012) define la investigación descriptiva como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, observando el fenómeno tal y como se da en su contexto natural para luego analizarlo.

El diseño de la investigación es no experimental, ya que se observa el fenómeno de estudio tal y como se manifiesta en su naturaleza, sin manipular las variables, para luego analizar e interpretar los resultados.

Se utilizó el método histórico para obtener información sobre la situación económica de las tiendas comerciales antes del COVID-19, mientras que el método lógico permitió conocer los efectos económicos reales después de la pandemia.

El método inductivo se empleó para el estudio del razonamiento individual de los hechos particulares de las tiendas de la Avenida Federico Román y formular conclusiones generales. El método deductivo se utilizó para comprender, a partir de las conclusiones generales sobre los efectos económicos del COVID-19, casos particulares como las tiendas de la Avenida Federico Román.

El método analítico se utilizó para descomponer el objeto de estudio en sus partes individuales y estudiarlas de manera individual, mientras que el método sintético se empleó para integrar los elementos relacionados lógicamente entre sí.

Se llevó a cabo una investigación documental bibliográfica para recopilar información de documentos formales e informales que fundamentaran y complementaran la investigación con aportes de diferentes autores. Este método se utilizó para observar cuidadosamente las tiendas comerciales de la Avenida Federico Román con el fin de obtener el mayor número de datos y registrar toda la información relevante para el diagnóstico.

Se aplicó una encuesta a todas las personas que se dedican al comercio en las tiendas de la Avenida Federico Román para conocer la situación actual de sus ventas después de la pandemia. Se utilizó un cuestionario consistente en un conjunto de preguntas codificadas para obtener información sobre el objeto de estudio. Este instrumento se aplicó a las tiendas de la Avenida Federico Román.

La población de estudio comprende 92 tiendas comerciales ubicadas en la Avenida Federico Román.

3. RESULTADOS

Los resultados obtenidos de esta investigación ofrecen una visión clara y detallada de los impactos económicos del COVID-19 en las tiendas comerciales de la Avenida Federico Román. A través de un enfoque cuantitativo y una metodología rigurosa, se han analizado las repercusiones de la pandemia en los ingresos de estos establecimientos, así como las estrategias adoptadas por los comerciantes para afrontar la crisis. Estos hallazgos proporcionan información valiosa para comprender mejor el comportamiento del comercio en tiempos de crisis sanitaria y ofrecen una base sólida para futuras investigaciones y políticas económicas.

Tipos de mercadería que comercializa

Los resultados muestran una diversidad de comercios representados por los estudiantes encuestados. La venta de ropa y moda es el tipo de comercio más común, con un 21.7% de los encuestados dedicados a esta actividad, seguido de cerca por la venta de electrodomésticos (20.7%). Por otro lado, joyería, ferreterías y moto repuestos, son los menos representados, con solo un 2.2%, un 3.3% y 1,1% respectivamente. Esta variedad de comercios refleja la heterogeneidad de intereses y actividades comerciales entre los estudiantes encuestados.

Tabla 1

¿Qué tipo de comercio representas?

Respuesta	Nº	%
Ropa y moda	20	21,7
Electrodomésticos	19	20,7
Juguetería	7	7,6
Electrónica y tecnología	10	10,9
Calzados, chinelas, tenis	10	10,9
Supermercado	10	10,9
Farmacia	4	4,3
Celulares	6	6,5
Ferretería	3	3,3
Joyería	2	2,2
Moto repuestos	1	1,1
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Estado de las ventas antes

Los datos revelan que la mayoría de los comerciantes percibían sus ventas como buenas antes de la pandemia, representando el 75% de los encuestados. Además, un 20.7% las consideraba regulares, mientras que solo un pequeño porcentaje las describía como muy buenas (3.3%) o malas (1.1%). Este panorama sugiere un contexto comercial estable y próspero antes del impacto del COVID-19, donde la mayoría de los comerciantes experimentaban un nivel satisfactorio de ventas.

Tabla 2

¿Cómo considera sus ventas? (antes de la pandemia)

Respuesta	Numero	%
Muy buenas	3	3,3
Buenas	69	75
Regular	19	20,7
Malas	1	1,1
Muy malas	0	0,0
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Estado de las ventas después

Los datos revelan un claro impacto del COVID-19 en las ventas de los comerciantes encuestados. Después de la pandemia, la mayoría de ellos describe sus ventas como regulares (41.3%) o malas (32.6%). Además, un notable 14.1% las considera muy malas, mientras que solo un pequeño porcentaje las califica como buenas (12%). Estos resultados reflejan el impacto negativo de las restricciones, la cuarentena y otras medidas gubernamentales en el comercio, evidenciando los desafíos económicos a los que se enfrentan los comerciantes durante la crisis sanitaria.

Tabla 3

¿Cómo considera sus ventas? (después de la pandemia)

Respuesta	Numero	%
Buenas	11	12,0
Regular	38	41,3
Malas	30	32,6
Muy malas	13	14,1
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Factores clave

Los datos muestran una variedad de factores que han contribuido a la disminución de ventas en los comercios después de la pandemia. La mayoría de los comerciantes identifican la "disminución en el turismo, medidas de bioseguridad, cambio en la preferencia del consumidor y cambio de la moneda (real)" como los factores más relevantes que han afectado sus ingresos, representando el 34.8% de las respuestas. Este hallazgo subraya la interacción de múltiples elementos, incluyendo tanto aspectos económicos como cambios en el comportamiento del consumidor y medidas de seguridad, en el deterioro de las ventas posteriores a la pandemia.

Ingresos mensuales

Los resultados del estudio, ofrecen una visión de los ingresos mensuales promedio en bolivianos después de la pandemia. La mayoría de los comerciantes encuestados (44.6%) ganan entre Bs 11000 y Bs 20000, mientras que un grupo significativo (29.3%) recibe entre Bs 5000 y Bs 10000. Por otro lado, solo un pequeño porcentaje (3.3%) tiene ingresos más altos, entre Bs 21000 y Bs 30000. Estos datos proporcionan una instantánea de la situación económica en esa área específica y pueden ser útiles para comprender las dinámicas financieras en la región.

Tabla 4

¿Cuál es el promedio en bolivianos que percibe mensualmente? (después de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Bs 1000 a Bs 4000	21	22,8
Bs 5000 a Bs 10000	27	29,3
Bs 11000 a Bs 20000	41	44,6
Bs 21000 a Bs 30000	3	3,3
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Afectación económica durante cuarentena

Durante la cuarentena rígida con cierre de fronteras, la gran mayoría de los comercios experimentaron un impacto significativo en sus operaciones, con un 71.7% de ellos reportando una afectación del 90% al 100%. Esto refleja la paralización casi total de las actividades comerciales debido a las restricciones impuestas por el gobierno. Sin embargo, un pequeño porcentaje de comercios (15.2%) logró continuar con sus actividades normales, especialmente aquellos que ofrecían productos de primera necesidad como supermercados, tiendas de víveres y farmacias.

Tabla 5

Durante la cuarentena rígida con cierre de frontera ¿En qué porcentaje se vio afectado su comercial?

Respuesta	Nº	%
10% a 20%	1	1,1
50% a 60%	5	5,4
70% a 80%	6	6,5
90% a 100%	66	71,7
Ninguno	14	15,2
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Pérdidas económicas

Después de la emergencia sanitaria del COVID-19, la mayoría de los comerciantes (48.9%) informan que sus pérdidas económicas representan entre el 50% y el 60% de su capital financiero. Esto refleja el impacto significativo que tuvo la cuarentena rígida en sus actividades comerciales, ya que muchos no pudieron operar durante ese período. Es evidente que las restricciones impuestas durante la emergencia sanitaria han tenido consecuencias económicas significativas para los comerciantes de la zona.

Tabla 6

Después de la emergencia sanitaria del COVID 19 ¿Cuál cree usted que es el porcentaje de pérdidas económicas que tuvo su comercial?

Respuesta	Nº	%
10% a 20%	2	2,2
30% a 40%	17	18,5
50% a 60%	45	48,9
70% a 80%	13	14,1
90% a 100%	1	1,1
Ninguno	14	15,2
Total	92	100,0

Fuente: Elaboración propia

Compra de mercadería

Los datos de la tabla 7 muestran que la mayoría de los comerciantes (81.5%) no compran la misma cantidad de mercadería que antes de la pandemia. Esta disminución en las compras se atribuye a varios factores, incluida la reducción en las ventas, el cambio en las preferencias del consumidor, las pérdidas económicas en las tiendas y la ausencia de turistas. Estos resultados indican un ajuste en la gestión de inventario por parte de los comerciantes para adaptarse a las nuevas condiciones del mercado generado por la pandemia.

Tabla 7

¿Compra la misma cantidad de mercadería que antes de la pandemia?

Repuesta	Nº	%
Si	17	18,5
No	75	81,5
Total	92	100,0

Fuente: Elaboración propia

Provisión de mercadería (antes de la pandemia)

Antes de la pandemia, la mayoría de los comerciantes (67.4%) preferían abastecerse de mercadería a través de viajes. Esto sugiere que optaban por comprar directamente sus productos en otras localidades o regiones, posiblemente en grandes cantidades, y luego

coordinaban envíos para su distribución. El hecho de que una proporción significativa de comerciantes elija esta opción puede deberse a la búsqueda de variedad de productos, mejores precios o relaciones comerciales específicas con proveedores fuera de su área local.

Tabla 8

¿Cómo se provee de mercadería? (antes de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Viajes	62	67,4
Envíos	30	32,6
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Provisión de mercadería (después de la pandemia)

Después de la pandemia, la gran mayoría de los comerciantes (98.9%) opta por proveerse de mercadería a través de envíos. Esta preferencia por los envíos se explica por las restricciones de viaje impuestas durante la pandemia, que dificultaron los desplazamientos y limitaron la movilidad de los comerciantes. Además, factores como las pérdidas económicas y la disminución en la compra de mercadería pueden haber contribuido a esta elección, ya que los envíos ofrecen una opción más conveniente y segura para abastecerse de productos sin la necesidad de viajar físicamente.

Tabla 9

¿Cómo se provee de mercadería? (después de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Viajes	1	1,1
Envíos	91	98,9
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Número de empleados pre pandemia

Según los datos de la tabla 10, el 29.3% de los comerciantes contaba con un personal de entre dos y tres empleados en sus tiendas antes de la pandemia. Esta distribución de empleados sugiere que la mayoría de las tiendas operaban con un equipo de tamaño moderado, lo que puede indicar una estructura de negocio relativamente pequeña o mediana. Además, algunos

propietarios podían tener empleados distribuidos en diferentes sucursales, lo que refleja una gestión descentralizada del personal.

Tabla 10

¿Con que cantidad de empleados cuenta su tienda? (antes de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Uno	14	15,2
Dos	25	27,2
Tres	27	29,3
Cuatro	7	7,6
Más de cinco	1	1,1
Ninguno	18	19,6
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Número de empleados post pandemia

Según los datos de la tabla 11, se observa una notable disminución en el personal de las tiendas después de la pandemia, con el 52.2% de los comerciantes afirmando que actualmente no cuentan con ningún empleado. Esta reducción significativa en la fuerza laboral puede atribuirse al cierre de algunas sucursales, la disminución en los ingresos y las presiones financieras adicionales que enfrentan las tiendas como resultado de la pandemia. Este cambio refleja los desafíos y las adaptaciones que han experimentado los comerciantes para mantener sus operaciones durante estos tiempos difíciles.

Tabla 11

¿Con que cantidad de empleados cuenta su tienda? (después de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Uno	16	17,4
Dos	15	16,3
Tres	13	14,1
Ninguno	48	52,2
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Frecuencia de compra de mercadería pre pandemia

Antes de la pandemia, la mayoría de los comerciantes (87%) compraba mercadería cada semana. Esto sugiere una estrategia de abastecimiento frecuente, posiblemente para mantener un inventario constante y satisfacer la demanda de los clientes de manera regular. Un pequeño porcentaje (10.9%) optaba por comprar cada 15 días, mientras que un número aún menor (2.2%) realizaba compras mensuales. No se reportaron compras cada tres meses o con una frecuencia más espaciada, lo que indica una preferencia por un abastecimiento más regular y cercano en el tiempo.

Tabla 12

¿Con que frecuencia compra su mercadería? (antes de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Cada semana	80	87.0
Cada 15 días	10	10,9
Cada mes	2	2,2
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Frecuencia de compra de mercadería post pandemia

Después de la pandemia, se observa una disminución en la frecuencia de realización de pedidos de mercadería por parte de los comerciantes. La mayoría de ellos (56.5%) ahora realiza pedidos cada 15 días, lo que indica una reducción en la frecuencia de abastecimiento en comparación con antes de la pandemia. Este cambio en el comportamiento de compra puede atribuirse a la disminución de las ventas y la necesidad de gestionar de manera más cuidadosa los inventarios y los costos operativos durante estos tiempos difíciles.

Tabla 13

¿Con que frecuencia realiza su pedido de mercadería? (después de la pandemia)

Respuesta	Nº	%
Cada semana	16	17,4
Cada 15 días	52	56,5
Cada mes	22	23,9
Cada tres meses	2	2,2
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Fuente de financiamiento

La mayoría de los comerciantes (71.7%) financian la compra de su mercadería a través de créditos bancarios. Esto sugiere una dependencia significativa de la financiación externa para mantener el inventario de sus tiendas. Un porcentaje menor (27.2%) utiliza capital propio para financiar sus compras, lo que indica una inversión directa de recursos personales en el negocio. Solo un pequeño porcentaje (1.1%) utiliza la opción de adquirir mercadería al crédito directamente con los proveedores. No se reportaron otras formas de financiamiento significativas en la muestra proporcionada.

Tabla 14

¿Cómo financia la compra de su mercadería?

Respuesta	Nº	%
Crédito bancario	66	71,7
Capital propio	25	27,2
Mercadería al crédito	1	1,1
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Inconvenientes para cancelar deuda

Según los datos de la tabla 15, el principal inconveniente reportado por los comerciantes para pagar su crédito es la disminución de ingresos, citada por el 59.8% de los encuestados. Esta disminución de ingresos se atribuye principalmente a la cuarentena rígida durante la emergencia sanitaria, lo que ha afectado negativamente las ventas y, por lo tanto, la capacidad de los comerciantes para cumplir con sus obligaciones financieras. Es importante destacar que un 40.2% de los encuestados no reportaron inconvenientes para pagar su crédito, lo que sugiere que algunos comerciantes pueden haber logrado gestionar adecuadamente sus finanzas a pesar de los desafíos económicos.

Tabla 15

¿Qué inconvenientes tiene para pagar su crédito?

Respuesta	Nº	%
Disminución de Ingresos	55	59,8
Ninguno	37	40,2
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Tipo de ayuda recibida

Según los datos de la tabla 16, la mayoría de los comerciantes (63%) no recibió ningún tipo de ayuda de su entidad financiera para cancelar las cuotas de su crédito luego de la pandemia. Esto sugiere que muchos comerciantes enfrentaron dificultades para acceder a opciones como reprogramaciones o refinanciamientos de sus créditos. Solo un pequeño porcentaje de comerciantes (27.2%) informó haber recibido reprogramaciones de pagos, mientras que un 9.8% mencionó haber accedido al refinanciamiento de sus deudas. Es evidente que la falta de apoyo financiero por parte de las entidades bancarias ha representado un desafío adicional para los comerciantes en medio de la crisis post pandemia.

Tabla 16

¿Qué tipo de ayuda le brindo su entidad financiera para cancelar las cuotas de su crédito luego de la pandemia?

Respuesta	Numero	%
Reprogramaciones	25	27,2
Refinanciamiento	9	9,8
Ninguno	58	63.0
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Dificultades

Durante la epidemia del COVID-19, la mayoría de los comerciantes (71.7%) optaron por el cierre temporal de sus tiendas como medida para afrontar la crisis. Este enfoque sugiere una respuesta proactiva para proteger la salud de los empleados y clientes, así como para mitigar

las pérdidas económicas durante un período de incertidumbre. Además, un 15.2% de los comerciantes informó que continuaron con sus actividades comerciales con normalidad, lo que indica una estrategia diferente para mantener la operación de sus negocios en medio de la crisis. Un pequeño porcentaje de comerciantes (8.7%) mencionó haber optado por un cambio de actividad económica, mientras que un 4.3% reportó haber cerrado sucursales y despedido personal como parte de su respuesta a la crisis.

Tabla 17

Durante la epidemia del COVID 19 ¿Qué acciones optaron en su tienda comercial para afrontar la crisis?

Respuesta	Nº	%
Cambio de actividad económica	8	8,7
Cierre temporal de la tienda	66	71,7
Cierre de sucursal y despido de personal	4	4,3
Actividad comercial con normalidad	14	15,2
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

Uso de plataformas virtuales

Según los datos de la tabla 18, el 58.7% de los comerciantes no utilizó plataformas virtuales durante la cuarentena rígida para continuar con su actividad comercial. Esta cifra sugiere una falta de adopción o conocimiento sobre el comercio electrónico entre los comerciantes encuestados. Es probable que la falta de familiaridad con estas plataformas y los procesos asociados haya sido un factor limitante para muchos comerciantes, lo que resultó en una baja utilización de este canal de ventas durante la cuarentena rígida.

Tabla 18

Durante la cuarentena rígida ¿Utilizo plataformas virtuales para continuar con su actividad comercial?

Respuesta	Nº	%
Si	38	41,3
No	54	58,7
Total	92	100.0

Fuente: Elaboración propia

4. DISCUSIONES

Las investigaciones revisadas sobre los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y en la economía en general brindan una perspectiva valiosa sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan los diferentes países y sectores económicos durante la pandemia. A continuación, se discutirán los hallazgos de estas investigaciones en relación con los resultados encontrados en la presente investigación en Bolivia.

En primer lugar, Quevedo et al. (2020) y Aguilar y Casanova (2021) proporcionan evidencia sobre cómo el COVID-19 ha afectado el comercio internacional en países como Ecuador, destacando la reducción de los flujos comerciales con los principales socios comerciales. Estos hallazgos son consistentes con los resultados de la presente investigación, donde se observa una disminución en las ventas y en el comercio debido a las restricciones y medidas sanitarias impuestas durante la pandemia.

Por otro lado, Moreno et al. (2021) y Mena y Gutiérrez (2021) examinaron específicamente los efectos del COVID-19 en las exportaciones de productos no petroleros, como el banano y el cacao, y encontraron que estos sectores experimentaron variaciones cíclicas en sus exportaciones durante el año 2020. Estos resultados son similares a los encontrados en la presente investigación, donde se observa una disminución en las exportaciones y en las ventas de los comerciantes bolivianos, especialmente en sectores como la moda y la electrónica.

Además, Heuser et al. (2022) destacan el potencial de crecimiento en las exportaciones de Bolivia a pesar de los efectos de la pandemia, señalando que existen oportunidades para expandir las exportaciones a nuevos mercados. Si bien este estudio se centra en el contexto de Bolivia, sus hallazgos sugieren que, a pesar de los desafíos presentados por la pandemia, existen oportunidades para revitalizar el comercio internacional y aumentar las exportaciones.

Por último, la investigación de Pabón y Sanabria (2021) sobre el impacto del COVID-19 en las mujeres del sector informal en Bolivia resalta la importancia de este sector en la economía del país. Esto coincide con los resultados encontrados en la presente investigación, donde se

observa que muchos comerciantes han enfrentado dificultades para mantener sus negocios durante la pandemia, especialmente aquellos en el sector informal.

Las investigaciones revisadas proporcionan una comprensión más completa de los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y en la economía en general. Si bien cada estudio se centra en diferentes aspectos y contextos específicos, en conjunto, destacan la necesidad de políticas y estrategias efectivas para mitigar los impactos negativos de la pandemia y aprovechar las oportunidades de crecimiento en el comercio internacional.

5. CONCLUSIONES

La investigación destaca la disminución significativa en las ventas y el comercio internacional durante la pandemia del COVID-19, afectando a sectores clave como la moda, la electrónica y el turismo.

Se evidencia una alta fragilidad en la economía latinoamericana y del Caribe debido a la dependencia en las exportaciones, lo que resalta la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos y promover la resiliencia económica.

Los sectores exportadores y turísticos han experimentado efectos negativos sin precedentes debido a la pandemia, lo que ha generado pérdidas económicas significativas y ha aumentado el riesgo de sobreendeudamiento en algunos casos.

A pesar de los desafíos presentados por la pandemia, se identifican oportunidades para el crecimiento en las exportaciones de Bolivia a nuevos mercados, lo que sugiere la importancia de implementar estrategias efectivas de promoción comercial y diversificación de productos.

La investigación resalta la importancia del sector informal en la economía, especialmente en países como Bolivia, donde representa una parte significativa de la fuerza laboral y contribuye al sustento de muchas familias durante la crisis.

En general, los hallazgos de la investigación subrayan la necesidad de políticas y estrategias integrales para mitigar los impactos negativos del COVID-19 en el comercio internacional y en la economía en general. Es fundamental diversificar las fuentes de ingresos, promover la resiliencia económica y apoyar a los sectores más afectados, como los exportadores y el

sector informal. Además, se deben explorar y aprovechar las oportunidades de crecimiento en el comercio internacional, mediante la identificación de nuevos mercados y la diversificación de productos.

6. REFERENCIAS

- Aguilar Zambrano, D. R. (2021). *Los efectos del COVID-19 en el Comercio Exterior del Ecuador. Período 2019-2021* (Master's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas).
- ALADI. (2020). Tendencias del comercio. Asociación Latinoamericana de integración. Secretaria general. ALADI/SEC. Montevideo. Uruguay., 19
- Cabezas, J. (2021). *Efectos del Covid-19 en el comercio exterior no petrolero de Ecuador durante el primer trimestre del 2020* (Doctoral disertación, Tesis de grado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. Repositorio Universidad Católica Santiago de Guayaquil).
- Caceres – Chavez, S. (2021). Inejecución de los contratos de arrendamiento a consecuencia de la COVID 19 por merced conductiva, Pachamac. Universidad privada Sergio Bernales, Perú.
- CEPAL (2020), Los efectos del COVID 19 en el comercio internacional y la logística: Agosto 2020. De <https://repositorio.cepal.org/q-a-coronaviruses>
- CEPAL, N. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación.
- Clavellina Miller, J. L. (2020). Posibles efectos del Coronavirus en la economía mundial. En U.M.S.A., *Fundamentos De La Investigación Y Estrategias De Aprendizaje modulo*
- FMI. (2020). Contracción de la Economía Mundial: COVID-19.
- Gomez – Rocha S. V. E. (2021). La pandemia y las relaciones comerciales caso Sud America, Universidad Mayor de San Andres, La Paz, Bolivia.

González, D. A. M., Cevallos, H. A. V., & Romero, H. C. (2021). Análisis económico sobre los efectos del Covid-19 en las principales exportaciones de los productos no petroleros. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(9), 1214-1239.

La Razon (4 de Junio de 2021) Guayaramerin se declara en zona de desastre. De <https://www.la-razon.com/sociedad>

Mena-Coronel, K., & Gutiérrez-Jaramillo, N. (2021). Efecto del Covid-19 y su incidencia financiera en las exportaciones del sector cacaotero. *Ciencia Unemi*, 14(36), 34-44.

México, pág. 240.

OCDE. (2020). Covid-19 Y El Sector Minorista: Impacto Y Respuestas Políticas. Recuperado El 17 De 10 De 2020, De https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135568-4yvru6stoy&title=Covid-19-Y-El-Sector-Minorista-Impacto-Y-Respuestas-Pol%C3%ADticas

Pabón, X., & Sanabria, B. (2021). Efectos de la pandemia COVID-19 en mujeres del sector informal de la economía en Bolivia.

Quevedo-Barros, M. R., Vásquez-Lafebre, L. M., Quevedo-Vázquez, J. O., & Pinzon-Prado, L. T. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Domino de las Ciencias*, 6(3), 1006-1015.

Rogoff, K. (2020). La pandemia de incertidumbre. de <https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-uncertainty-growth-employment-politics-by-kenneth-rogooff-2020-09/spanish>

Santos – Sigler, R. L. (2021). Análisis del comercio electrónico en Bolivia durante el COVID 19, Universidad Católica Boliviana San Pablo, Santa Cruz, Bolivia.

Santos Sigler, R. L., & Arauz Cruz, G. (2020). Análisis del comercio electrónico en Bolivia durante el COVID-19..

Telesurtv. (09 de 06 de 2020). de <https://www.telesurtv.net/news/coronavirus-impacto-algunos-sectores-economia-mundial-20200608-0071.html>

U.M.S.A. (2015). Fundamentos De La Investigación Y Estrategias De Aprendizaje modulo I.

UMSA R. Arteaga “Análisis comparado de las medidas adoptadas frente al COVID 19 en Bolivia, Paraguay y Perú” Junio 2020