

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

**“EL COMERCIO INFORMAL DE AMBULANTES DE LA ZONA
DEL MERCADO CAMPESINO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL
DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES ASOCIADOS AL
(C.R.A.M.A) DE LA CIUDAD DE TARIJA AÑO 2019”**

Por:

NELSON MANUEL DIAZ

Trabajo de investigación de taller de grado II presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar por el Grado Académico de Licenciatura en Economía.

TARIJA – BOLIVIA

GESTIÓN 2019

VO.BO.

.....
M.Sc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
M.Sc. Lic. Víctor Vargas Rivera
VICEDECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
Lic. Enrique Alberto Rivera Rearte
DOCENTE GUÍA

APROBADO POR:

.....
M.Sc. Lic. Víctor Hugo Figueroa Orozco
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
DE TEORÍA ECONÓMICA, ECONOMÍA APLICADA
Y ESTADÍSTICA

.....
Lic. Tomas Gordillo Fernandez
DOCENTE TRIBUNAL

.....
Lic. Lucio Castrillo Añasgo
DOCENTE TRIBUNAL

El Tribunal Calificador del presente trabajo; no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo las mismas únicamente responsabilidad del autor.

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por no haberme soltado nunca.

A mi madre, Luisa Díaz Villca, porque ella sembró en mí la semilla del amor, la responsabilidad, el deseo de triunfar y superarme los valores morales y espirituales para con ellos servir a dios y a los más necesitados.

A mis hermanos, Juan Díaz y Wilfredo Díaz, por motivarme a seguir adelante y demostrarme su cariño.

A mis demás familiares, amigos y compañeros por apoyarme cuando lo he necesitado.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por todo lo que me ha dado en la vida, padres ejemplares, hermanos maravillosos, amigos incondicionales y maestros que son parte de nuestra formación universitaria.

A los docentes, aquellos que marcaron, cada etapa de nuestra formación universitaria.

PENSAMIENTO

La única persona que tiene que creer
que tus sueños son posibles, eres tú.

Nelson M. D.

ÍNDICE

DEDICATORIA
AGRADECIMIENTO
PENSAMIENTO
RESUMEN

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

	Pág.
1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 LA PROBLEMÁTICA.....	3
1.1.1 Antecedentes del Problema.....	3
1.1.2 Situación actual del Problema.....	5
1.1.3 Prospectiva del Problema.....	6
1.1.4 Formulación del Problema.....	7
1.2 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS.....	7
1.2.1 Objetivo General.....	7
1.2.2 Objetivos Específicos.....	7
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	8
1.3.1 Justificación Académica.....	8
1.3.2 Justificación Económica.....	9

1.4	DELIMITACIÓN DEL TRABAJO.....	11
1.4.1	Espacial.....	11
1.4.2	Temporal.....	12
1.5	HIPÓTESIS.....	14
1.6	VARIABLES.....	14
1.6.1	Variable Dependiente.....	14
1.6.2	Variables Independientes.....	14

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

	Pág.	
2	MARCO TEÓRICO.....	17
2.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA ECONOMÍA INFORMAL EN BOLIVIA.....	17
2.1.1	Orígenes del Comercio Informal.....	19
2.2	EMPLEO.....	21
2.3	DESEMPLEO.....	21
2.4	SUBEMPLEO.....	22
2.5	POBREZA.....	23
2.6	EMPLEO FORMAL E INFORMAL.....	23
2.7	DEFINICIÓN DE COMERCIO.....	23
2.8	DEFINICIÓN DE COMERCIO INFORMAL.....	24
2.8.1	Comercio Ambulante.....	24

2.9	FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMERCIO AMBULANTE.....	25
2.9.1	Ventajas y Desventajas del Comercio Informal.....	27
2.10	DEFINICIÓN DE COMERCIO FORMAL.....	28
2.10.1	Ventajas y Desventajas del Comercio Formal.....	28
2.11	CARACTERÍSTICAS DE UNA ACTIVIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDA Y UNA ACTIVIDAD INFORMAL.....	29
2.12	EL MERCADO	30
2.12.1	Definición de Mercado.....	30
2.12.2	Funcionamiento de los Mercados.....	30
2.12.3	La Demanda de Productos.....	31
2.12.4	La Oferta de Productos.....	32
2.12.5	Equilibrio de la Oferta y la Demanda.....	34
2.12.6	La Asignación de Recursos y el Mercado.....	36
2.13	LA COMERCIALIZACIÓN.....	37
2.13.1	Definición de Comercialización.....	37
2.13.2	Como se Relaciona la Comercialización con el Producto.....	38
2.13.3	Que es el Producto.....	38
2.13.4	Clases de Productos.....	39
2.13.5	Funciones de la comercialización.....	40
2.13.6	Canales Básicos de Comercialización.....	41
2.14	LA COMPETENCIA.....	42
2.14.1	Definición de Competencia.....	42
2.14.2	La Competencia Perfecta e Imperfecta.....	44
2.14.3	Características del Mercado de Competencia Perfecta e Imperfecta....	45

2.14.4	Factores Condicionantes de la Competencia.....	46
--------	--	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

	Pág.
3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....48
3.1	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....49
3.1.1	Fuentes de Información Secundaria.....50
3.1.2	Fuentes de Información Primaria.....50
3.2	CARACTERIZACIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS.....51
3.3	POBLACIÓN O UNIVERSO.....52
3.4	DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....52
3.5	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....56
3.6	TRABAJO DE CAMPO, RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.....58

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

	Pág.
4	COMERCIANTES ASOCIADOS AL C.R.A.M.A.....60
4.1	Genero de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....60
4.2	Edad de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....62

4.3	Estado civil de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	63
4.4	¿Tiene hijos(as) a su cargo?.....	64
4.5	Nivel de formación educativa.....	66
4.6	Lugar de origen.....	67
4.7	Cuantos años va realizando esta actividad de comerciante.....	68
4.8	Tipos de productos que venden en (C.R.A.M.A).....	69
4.9	Precios de los productos.....	69
4.10	Ingresos mensuales.....	72
4.11	Pago de canchaje (Diario) y alquiler (Mensual).....	73
4.12	Percepción sobre el incremento del comercio informal de ambulantes.....	75
4.13	Percepción sobre el efecto del comercio informal de ambulantes.....	76
4.14	Percepción sobre el derecho al trabajo.....	77
4.15	Percepción sobre la competencia.....	78
4.16	Comparación de las ventas.....	79
4.17	En que porcentaje se vieron afectados sus ventas.....	83
4.18	COMERCIANTES INFORMALES AMBULANTES.....	84
4.19	Genero de los comerciantes informales ambulantes.....	86
4.20	Edad de los comerciantes informales ambulantes.....	87
4.21	Estado civil de los comerciantes informales ambulantes.....	88
4.22	¿Tiene hijos(as) a su cargo?.....	89
4.23	Nivel de formación educativa.....	91
4.24	Lugar de origen.....	92
4.25	Motivo de su actividad como comerciante informal ambulante.....	93

4.26	Tiempo que va realizando esta actividad.....	94
4.27	Tipos de productos que venden los comerciantes informales ambulantes...	95
4.28	Precios de los productos.....	95
4.29	Ingresos mensuales de los comerciantes informales ambulantes.....	97
4.30	Tiene problemas al realizar su actividad económica.....	98
4.31	Adquisición de productos para la comercialización.....	99
4.32	Inconvenientes con los asociados al (C.R.A.M.A).....	100
4.33	¿Usted paga alguna contribución o canchaje?.....	101
4.34	¿Cuál es la razón por la que usted no tenga un puesto fijo en (C.R.A.M.A)?.....	103
4.35	¿Usted ha accedido a Micro-Créditos?.....	104
4.36	DIFERENCIAS EN LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS SIMILARES.....	105

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1: Clasificación de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A) según género.....	61
Gráfico N° 2: Edad de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	62
Gráfico N° 3: Clasificación de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A) según estado civil.....	63
Gráfico N° 4: ¿Tiene hijos(as) a su cargo?.....	64
Gráfico N° 5: Número de hijos(as) que tiene a su cargo.....	65
Gráfico N° 6: Nivel de formación educativa de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	66
Gráfico N° 7: Clasificación de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A) según lugar de origen.....	67
Gráfico N° 8: ¿Cuánto tiempo lleva usted con esta actividad de comerciante?.....	68
Gráfico N° 9: Ingreso de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	72
Gráfico N° 10: ¿Usted considera que ha aumentado el comercio informal de ambulantes en los últimos 4 años?.....	75
Gráfico N° 11: Comerciantes informales ambulantes afectan a los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	76
Gráfico N° 12: ¿Todas las personas tienen derecho al trabajo?.....	77
Gráfico N° 13: Competencia de los comerciantes informales ambulantes.....	78
Gráfico N° 14: Ventas de este año con relación a los dos anteriores años.....	80
Gráfico N° 15: ¿Por qué disminuyo sus ventas?.....	81

Gráfico N° 16: Porcentaje que afecta a sus ventas la presencia de comerciantes informales ambulantes.....	83
Gráfico N° 17: Clasificación de los comerciantes informales ambulantes según género.....	86
Gráfico N° 18: Edad de los comerciantes informales ambulantes.....	87
Gráfico N° 19: Comerciantes informales ambulantes según estado civil.....	88
Gráfico N° 20: ¿Tiene hijos(as) a su cargo?.....	89
Gráfico N° 21: Número de hijos(as) que tiene a su cargo.....	90
Gráfico N° 22: Nivel de formación educativa de los comerciantes informales ambulantes.....	91
Gráfico N° 23: Clasificación de los comerciantes informales ambulantes según lugar de origen.....	92
Gráfico N° 24: Motivo de su actividad como comerciante.....	93
Gráfico N° 25: ¿Cuánto tiempo va realizando esta actividad como comerciante?.....	94
Gráfico N° 26: Ingreso de los comerciantes informales ambulantes.....	97
Gráfico N° 27: Tiene problemas al realizar su actividad económica.....	98
Gráfico N° 28: Lugar de adquisición de los productos.....	99
Gráfico N° 29: Tuvo inconvenientes con los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A.).....	100
Gráfico N° 30: ¿Paga alguna contribución o canchaje?.....	101
Gráfico N° 31: Razones por el cual no sea un asociado al (C.R.A.M.A.).....	103
Gráfico N° 32: Acceso a micro-créditos.....	104
Gráfico N° 33: Diferencia en precios del tomate pera (Cuartilla).....	107
Gráfico N° 34: Diferencia en precios de la papa roja (@).....	110

Gráfico N° 35: Diferencia en precios de la mandarina (Docena).....	112
Gráfico N° 36: Diferencia en precios de la comida (1 Alm. Compl.).....	114

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1: Operacionalizacion de las variables.....	16
Tabla N° 2: Ventajas i desventajas del comercio informal.....	27
Tabla N° 3: Ventajas y desventajas del comercio formal.....	28
Tabla N° 4: Características de una actividad formal e informal.....	29
Tabla N° 5: Efecto del precio y cantidad variando la O y D.....	36
Tabla N° 6: Estructura de los mercados.....	43
Tabla N° 7: Características del mercado de competencia perfecta e imperfecta.....	45

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1: Tipos de productos que venden en (C.R.A.M.A).....	69
Cuadro N° 2: Tipo de producto y el precio a los que venden los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	70
Cuadro N° 3: Canchaje Día de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	73
Cuadro N° 4: Alquiler Mes de los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A).....	74
Cuadro N° 5: Tipo de productos que venden los comerciantes informales ambulantes.....	95

Cuadro N° 6: Tipo de producto y precio a los venden los comerciantes informales ambulantes.....	96
Cuadro N° 7: Canchaje Día de los comerciantes informales ambulantes.....	102
Cuadro N° 8: Diferencia en precios del Tomate Pera (Cuartilla).....	106
Cuadro N° 9: Diferencia en precios de la Papa Roja @.....	109
Cuadro N° 10: Diferencia en precios de la Mandarina (Docena).....	111
Cuadro N° 11: Diferencia en precios de la Comida (1 Alm. Comp.).....	113