

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



**“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MASIFICACIÓN DE LA
ACTIVIDAD COMERCIAL DE PRENDERÍA USADA EN LA
CIUDAD DE TARIJA: CASO DE ESTUDIO, FERIA DE VILLA
FÁTIMA.”**

ELABORADO POR:

LEIDY LISBETH ORTEGA QUISPE

**Proyecto de grado II presentado a consideración de la Universidad Autónoma
“Juan Misael Saracho” como requisito para optar el grado académico de
Licenciatura en Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras.**

**TARIJA-BOLIVIA
2020**

VºBº

.....
Lic. Lorenzo Rosso Caisiri
DOCENTE GUÍA

.....
M.Sc. Lic. Anselmo Rodríguez.
DECANO F.C.E. y F.

.....
M.Sc. Lic. Víctor Vargas.
VICEDECANO F.C.E. y F.

APROBADO POR:
TRIBUNAL:

.....
M.Sc. Lic. Víctor Hugo Figueroa
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

.....
M.Sc. Lic. Natanael De la Cruz Gómez
TRIBUNAL

.....
M.Sc. Lic. Jorge Rojas Osinaga
TRIBUNAL

ADVERTENCIA

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo éstas responsabilidad de la autora.

DEDICATORIA

A mis abuelos porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mi vida una mejor persona.

A mi esposo por sus palabras y confianza, por su amor y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente y a todas esas personas que han contribuido para el logro de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento se dirige a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y no volver a cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida.

Te lo agradezco padre celestial.

PENSAMIENTO

Muchas personas pasan por nuestra vida pero solo muy pocas llegan a ocupar un lugar en nuestro corazón

Adam Smith

ÍNDICE

Advertencia	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Pensamiento	
Resumen	

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN	i
1.1 JUSTIFICACIÓN	ii
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	iii
1.3 HIPÓTESIS	v
1.4 VARIABLES	vi
1.4.1 Variable dependiente	vi
1.4.2 Variable independiente	vi
1.5 OBJETIVOS	vi
1.5.1 Objetivo general	vi
1.5.2 Objetivos específicos	vi

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO	1
2.1 LA ECONOMÍA INFORMAL	1
2.1.1 Concepto histórico de informalidad	1
2.1.2 Concepto de informalidad	2
2.1.3 Economía subterránea	4
2.1.4 Características de la economía informal	5
2.2 SECTOR INFORMAL	7
2.2.1 Sector Informal Urbano (SIU)	8
2.2.2 Causas y efectos	9
2.3 COMERCIO	10
2.3.1 Comercio informal	11
2.3.2 Comercio ambulatorio y sus clases	11
2.3.3 Comercio itinerante	12
2.4 INGRESO	12
2.5 EMPLEO	12
2.5.1 Teorías del empleo	13
2.6 DESEMPLEO	14
2.6.1 Tipos de desempleo	14
2.7 SUBEMPLEO	17
2.7.1 Subempleo visible	18
2.7.2 Subempleo invisible	18
2.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	19
2.8.1 Funciones de intermediación	20
2.8.2 Canales de valor	20

CAPÍTULO III

3	DISEÑO METODOLÓGICO.....	22
3.1	MÉTODOS Y TÉCNICAS EMPLEADAS	22
3.1.1	La encuesta	23
3.2	POBLACIÓN	23
3.2.1	Muestra	24
3.2.2	Fuentes de información	27
3.3	MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
3.3.1	Marco muestral	27
3.3.2	Trabajo de campo	28
3.3.3	Codificación y tabulación de los datos	28
3.3.4	Análisis estadístico de los datos	28
3.4	DELIMITACIONES	28
3.4.1	Delimitación espacial	28
3.4.2	Delimitación temporal	28

CAPÍTULO IV

4	ANÁLISIS DE RESULTADOS	29
4.1	CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	29
4.1.1	Canal de valor de la prendería usada	29
4.1.2	Distribución y comercialización.....	32
4.1.3	Abastecimiento de prendería	33
4.1.4	Prendería de mayor venta	34
4.1.5	Marco legal que sustenta la venta de prendería usada.....	35
4.2	FACTORES QUE EXPLICAN LA PARTICIPACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN	37
4.2.1	Género de los comerciantes.....	37
4.2.2	Edad de los comerciantes	38
4.2.3	Nivel de educación de los comerciantes.....	39
4.2.4	Unión conyugal	40
4.2.5	Número de hijos	41
4.2.6	Residencia de los comerciantes	42
4.2.7	Propiedad de vivienda	44
4.2.8	Causas que explican la expansión de la actividad comercial	45
4.3	CUANTIFICACIÓN DE NIVELES DE INGRESOS	47
4.3.1	Ingresos de los comerciantes	47
4.3.2	Otra fuente de ingresos.....	49
4.3.3	Cobertura de ingresos.....	50
4.3.4	Total de ventas mensuales	50
4.3.5	Financiamiento de los comerciantes.....	51
4.3.6	Capital invertido	53
4.3.7	Gastos por traslado	54
4.4	ESTRATEGIAS PARA LA REDUCCIÓN DE LA INFORMALIDAD	55

CAPÍTULO V

5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
5.1	CONCLUSIONES	57
5.2	RECOMENDACIONES	59
	BIBLIOGRAFÍA.....	61
	ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.	CONCEPTOS HISTÓRICOS DE INFORMALIDAD SEGÚN OIT	1
CUADRO 2.	ESTRUTURA DE LOS CANALES COMERCIALIZACIÓN	20
CUADRO 3.	VENDEDORES DE PRENDERÍA USADA SEGÚN ASOCIACIÓN	23
CUADRO 4.	FÓRMULAS UTILIZADAS	26
CUADRO 5.	CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.	CANAL DE VALOR DE LA PRENDERÍA USADA	30
GRÁFICO 2.	ORIGEN DE LA PRENDERÍA USADA EN LA CIUDAD DE TARIJA...	31
GRÁFICO 3.	ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN	32
GRÁFICO 4.	PERIODICIDAD DE ABASTECIMIENTO	33
GRÁFICO 5.	PRENDERÍA USADA DE MAYOR VENTA	34
GRÁFICO 6.	GÉNERO DE LOS COMERCIANTES DE PRENDERÍA USADA	37
GRÁFICO 7.	ESTRUCTURA DE EDAD DE LOS COMERCIANTES.	38
GRÁFICO 8.	NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS COMERCIANTES	39
GRÁFICO 9.	UNIÓN CONYUGAL DE LOS/AS COMERCIANTES	40
GRÁFICO 10.	NÚMERO DE HIJOS EN LOS COMERCIANTES	41
GRÁFICO 11.	TENENCIA DE VIVIENDA DEL COMERCIANTE.....	44
GRÁFICO 12.	CRECIMIENTO DE LOS MIEMBROS DE FAMILIA EN LA VENTA DE PRENDERÍA USADA.....	45
GRÁFICO 13.	DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS DIARIOS (EN BS.) DE LOS COMERCIANTES.....	47
GRÁFICO 14.	DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS SEMANALES (EN BS.) DE LOS COMERCIANTES.....	48
GRÁFICO 15.	DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS MENSUALES (EN BS.) DE LOS COMERCIANTES.....	49
GRÁFICO 16.	OTRA FUENTE DE INGRESOS.....	49
GRÁFICO 17.	EL INGRESO CUBRE LAS NECESIDADES BÁSICAS DE SU FAMILIA	50
GRÁFICO 18.	TOTAL DE VENTAS MENSUAL EN BS.	51
GRÁFICO 19.	SOLICITUD O RECEPCIÓN CRÉDITO POR EL COMERCIANTE	52
GRÁFICO 20.	ORIGEN DEL CRÉDITO.....	52
GRÁFICO 21.	CAPITAL INVERTIDO POR EL COMERCIANTE.....	53
GRÁFICO 22.	GASTO POR EL TRASLADO (HOGAR – FERIA) (EN BS)	54

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA EMPLEADA PARA EL TRABAJO DE CAMPO

ANEXO 2: TABLA DE NÚMEROS ALEATORIOS UTILIZADA.

ANEXO 3: BARRIOS DONDE RESIDEN LOS VENDEDORES DE PRENDERIA USADA