

---

## **CARACTERIZACION DE COMERCIANTES DEL MERCADO GUAYARAMERIN EN TIEMPOS DE COVID – 19, 2021**

---

### **CHARACTERIZATION OF TRADERS IN THE GUAYARAMERIN MARKET IN TIMES OF COVID - 19, 2021**

Álvarez Mamani Ramiro Irineo (2021)

rialvarezm@uabjb.edu.bo

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS GUAYARAMERÍN**

#### **RESUMEN**

El estudio realizado “Caracterización de comerciantes del mercado Guayaramerín en tiempos de COVID – 19, 2021” fue realizado con el propósito de determinar características como el sexo, cuantificar la población, la estructura de los mismos de acuerdo al producto que comercializan, la edad, el número de personas que trabajan en la actividad; para ello se realizó un censo a todos los comerciantes con la finalidad de obtener información, empleándose un registro de observación, el estudio realizado fue de tipo descriptivo, transversal. Los resultados fueron analizados con el programa SPSS, lográndose obtener los siguientes resultados: se logró censar a 653 puestos de venta o comercios, donde la mayoría de ellos comercializa prendas de vestir (14,24%) y alimentos para el consumo (11,49%), con respecto a los lugares de venta son en tiendas o locales (65,39%), habiendo ambulantes pero en menor proporción; se pudo verificar que las mujeres tienen mayor participación en esta actividad (52,82%), los lugares donde se comercializan son de tiendas o locales alquilados por los comerciantes (65,39%). El estudio determinó importantes características de los comerciantes, se pudo cuantificar a la población y las características más importantes a destacar.

**Palabras claves:** Caracterización, Guayaramerín, Comerciantes, tiempos de COVID -19

#### **ABSTRACT**

The study carried out "Characterization of merchants in the Guayaramerín market in times of COVID - 19, 2021" was carried out with the purpose of determining characteristics such as sex, quantifying the population, their structure according to the product they sell, age, the

number of people who work in the activity, of the merchants; For this, a census was carried out of all the merchants in order to obtain information, using an observation registry, the study carried out was descriptive, transversal. The results were analyzed with the SPSS program, obtaining the following results: it was possible to register 653 stalls or shops, where most of them sell clothing (14.24%) and food for consumption (11.49 %), with respect to the places of sale they are in stores or premises (65.39%), having street vendors but to a lesser extent; It was found that women have a greater participation in this activity (52.82%), the places where they are sold are shops or premises rented by merchants (65.39%). The study determined important characteristics of the merchants, it was possible to quantify the population and the most important characteristics to highlight.

**KeyWork:** Characterization, Guayaramerín, Merchants, times of COVID -19

## 1. INTRODUCCIÓN

La principal actividad económica de la ciudad de Guayaramerín en el departamento del Beni es el comercio, en el año 2012 según reportes del INE - BOLIVIA la población económicamente activa en el municipio era de 5.380 personas que se dedicaban a desempeñar actividades de **comercio**, transporte y almacenes, representando el 29,29% de la población total económicamente activa, hoy en día esta cifra se incrementó y el comercio se desarrolló con intensidad, ya que por su carácter fronterizo con el Brasil y situado a orillas del río Mamoré, Guayaramerín registra una población de 41.814 habitantes para el Censo 2012 que lo convierten en el tercer municipio más poblado del Beni. Proyecciones a 2017 le dan una población de 43.935 habitantes y para el 2020, 44.446 habitantes; por lo que la práctica comercial cobra notoriedad, donde visitantes de la ciudad fronteriza de Guayaramerín, Rondonia Brasil, visitan a diario a los mercados de la ciudad, principalmente el mercado Central, principal mercado de la ciudad, es así que el comercio se desarrolla de acuerdo a las exigencias y demandas de los consumidores locales y extranjeros.

Se realizó el estudio de caracterización a los comerciantes del Mercado Central y Mercado Campesino, que son los más concurridos por sus ubicación y diversidad de productos que ofrecen a los visitantes nacionales y locales, la importancia de la presente investigación se estriba en que se presenta como el primer paso en la investigación científica en la región y

por la importancia económica de esta actividad, por lo tanto los resultados e información recopilada, brindara un panorama acerca de las características fundamentales como la estructura o composición de los principales productos que se comercializan, la edad, el sexo, el número de los personas (niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad) que se dedican a esta actividad, el tipo de puestos que ocupan (fijos o ambulantes), la temporalidad de su actividad (permanentes o temporales) y fundamentalmente el número de comercios en estos mercados en plena época de pandemia del COVID – 19; ya que en la actualidad se desconocen estos datos debido a la inexistencia de información al respecto. Se plantea como problema científico **¿Cuál será las características de los comerciantes en los mercados Central y Campesino de la ciudad de Guayaramerín en tiempos de COVID – 19, 2021?**, para ello se planteó como objetivo general caracterizar a los comerciantes de los mercados de la ciudad de Guayaramerín en tiempos de COVID - 19.

## **2. MÉTODOLÓGÍA**

La investigación realizada corresponde a un diseño no experimental dado que no se aplica ningún estímulo o tratamiento al objeto de estudio, de tipo descriptivo y corte transversal, realizada la ciudad de Guayaramerín del departamento del Beni, el propósito fue caracterizar a los comerciantes del mercado Central y mercado Campesino localizadas en la avenida Federico Román. Para recabar la información se contó con la colaboración de los estudiantes de 4to año de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivian quienes realizaron el censo al 100% de los comerciantes de los dos mercados en estudio, para este efecto se usó como instrumento de recopilación de información un registro de observación con 6 ítems por lo que el enfoque empleado es de tipo cuantitativo. El periodo de observación se realizó entre el 06 y el 12 de julio del presente año los días lunes a domingo.

Se realizó un estudio de frecuencias para determinar los objetivos trazados, para ello se realizó el análisis univariado con el empleo del programa estadístico SPSS.

La observación realizada por el observador, fue de tipo no participativa, siendo este uno más de los participantes del mercado, la información fue anónima y confidencial. Los resultados fueron tabulados y presentados sin inconvenientes.

### 3. RESULTADOS

Los resultados obtenidos sugieren las características de los comerciantes en el Mercado Central, los mismos indican que los que respecta al números de comerciantes fue de 653, siendo estos de diferentes rubros o giros, como ser entre los más destacados los que se dedican a la comercialización de prendas de vestir con un 14,49%, seguido en orden de importancia los abarrotes que comercializan artículos de alimentación como ser arroz, azúcar, harina, entre otros, las carnicerías representan un 5,05%, los comercios de ropa usada con un 5,05%, los panaderías con un 4,75%, existe una importante participación de los comercios que comercializan todo tipo de artículos, desde juguetes, artículos de limpieza, material escolar y otros por lo que fue difícil caracterizar este grupo representa el 16,54% (Tabla 1).

**Tabla 1**  
*Productos comercializados*

	Nº	%
Abarrotes (azúcar, arroz, fideo y otros)	75	11,49
Asaí y otras frutas amazónicas	3	0,46
Artículos de limpieza personal	18	2,76
Carnicería y menudencias	33	5,05
Comida ambulante	18	2,76
Electrodomésticos	13	1,99
Frutas	17	2,60
Frutas y Verduras	11	1,68
Juguetes y plásticos	13	1,99
Libre cambista	5	0,77
Licorería	7	1,07
Micro mercado	7	1,07
Panaderías	31	4,75
Peluquerías	8	1,23
Pensión	18	2,76
Plátano	5	0,77
Refrescos, jugos y empanadas	30	4,59
Ropa	93	14,24
Ropa Usada	33	5,05
Salón de belleza	4	0,61
Sodas y jugos	5	0,77
Tenis y calzados	20	3,06
Verduras	10	1,53
Yuca	2	0,31
Gafas	8	1,23
Zapaterías	7	1,07
Celulares y accesorios	6	0,92

Pan	4	0,61
Café	6	0,92
Relojerías	6	0,92
Relojes	7	1,07
Yuca	4	0,61
Juguetería	15	2,30
Relojería	3	0,46
Artículos varios	108	16,54
<b>Total</b>	<b>653</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar el tipo de puesto de venta en los comercios, se pudo verificar que 19,30% los realiza en puestos ambulantes en la acera, en tanto que el 1,07% realiza en carritos ambulantes, el 14,24% se encuentra asentados en casetas ubicada sobre la avenida Tarija y otros sitios, el 65,39% se encuentra asentada en locales o tiendas las mismas son de propiedad de los mismos o alquilados (Tabla 2).

**Tabla 2**  
*Tipos de puestos de comercios*

<b>Categoría</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Ambulante acera	126	19,30
Ambulante carrito	7	1,07
Caseta	93	14,24
Tienda o local	427	65,39
<b>Total</b>	<b>653</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se pudo determinar que el 25,73% de los comerciantes que desarrollan sus actividades de comercio son hombres, en tanto que el 52,83% son mujeres, y se pudo evidenciar que el 24,44% son de ambos sexos que desarrollan sus actividades de comercio (Tabla 3).

**Tabla 3**  
*Género de los comerciantes*

<b>Categoría</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Hombre	168	25,73
Hombre y mujer	140	21,44
Mujer	345	52,83
<b>Total</b>	<b>653</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Al momento de realizar la observación se pudo verificar que el 62,63% son adultos, 12,56% son adultos y jóvenes, el 3,98% son adultos y niños, el 5,67% son personas de la tercera edad, el 15,01% son jóvenes y el 0,15% son niños (Tabla 4).

**Tabla 4**

*Edad de los comerciantes*

<b>Categoría</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Adultos	409	62,63
Adultos y jóvenes	82	12,56
Adultos y niños	26	3,98
Tercera edad	37	5,67
Jóvenes	98	15,01
Niños	1	0,15
<b>Total</b>	<b>653</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al número de personas que atienden los puestos de venta se determinó que en 53,29% lo realiza solo, el 28,64% lo hace en compañía de otra persona, el 12,40% son 3 personas, el 3,37% son 4 personas, 1,07% son 5 personas, el 0,61% son 6 personas, el 0,31% son 7 personas, el 0,15% son 8 personas y el 0,155 son 10 personas que trabajan en esta actividad (Tabla 5).

**Tabla 5**

*Numero de comerciantes por local*

<b>Categories</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
1	348	53,29
2	187	28,64
3	81	12,40
4	22	3,37
5	7	1,07
6	4	0,61
7	2	0,31
8	1	0,15
10	1	0,15
<b>Total</b>	<b>653</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente se pudo verificar que el 88,82% de los comerciantes tienen sus puestos de manera permanente, en tanto que el 11,18% lo realiza de manera temporal con la finalidad de comercializar algún producto (Tabla 6).

**Tabla 6**  
**Temporalidad del comercio**

<b>Categoría</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Permanente	580	88,82
Temporal	73	11,18
<b>Total</b>	<b>653</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### **4. DISCUSIONES**

El estudio sugiere que la mayoría de los comerciantes son informales, que desarrollan sus actividades de comercio en el Mercado Central de la ciudad de Guayaramerín mismo que coincide con los resultados reportados por Mamani (2014), Lozano y Humerez (2015) que reporta resultados similares en mercados de la ciudad de La Paz, por otro lado se pudo evidenciar que la mayor parte de los mismos comercian con ropas nuevas y ropas usadas, además de artículos de alimentación como el arroz, azúcar, fideos, harinas y otros; ya que son artículos de primera necesidad son requeridos para la alimentación de la población, se puede apreciar que se registró un incremento en el número de comerciantes reportados por Lozano y Humerez (2015) que fue de 100 comerciantes respecto al reportado al día de la investigación (653), otro aspecto que se presenta diferencias en el mismo estudio, es mercaderías o tipos de productos que son comercializados, donde Lozano y Humerez (2015) reporta como el producto de mayor comercialización son las prendas de vestir con el 59% de participación, al reportado en la presente investigación que es del 14,24%, esta diferencia se atribuye a que los hogares priorizan su consumo de alimentos por la pandemia del COVID-19 y a una disminución del flujo de visitantes nacionales e extranjeros.

Se pudo constatar que las mujeres son las que en mayor cantidad se dedican a esta actividad, como suceden en los demás mercados del país, este fenómeno se debe a la falta de fuentes de trabajo y por lo que se ven obligadas a trabajar en este rubro.

Finalmente se puede destacar que las personas que se dedican a esta actividad son de diferentes edades, siendo en mayor proporción los adultos, sin embargo, hay una población de niños y jóvenes que coadyuvan en esta actividad, ya sea colaborando a sus padres o trabajando por un salario, este aspecto es el fiel reflejo de lo que sucede en mercados de

ciudades importantes del país como el de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. (Mamani, 2014; Pereira, 2015; Lozano y Humerez, 2015)

## **5. CONCLUSIONES**

Se observa una amplia variedad de productos comercializados en el Mercado Guayaramerín, incluyendo prendas de vestir, alimentos básicos, electrodomésticos, artículos de limpieza, entre otros. Esta diversificación refleja la adaptación de los comerciantes a las demandas y necesidades de la población local y visitante.

Se destaca la significativa participación de mujeres en la actividad comercial, representando el 52,83% de los comerciantes encuestados. Este hallazgo resalta la importancia del comercio como una fuente de empleo para las mujeres en la región de Guayaramerín, posiblemente debido a la falta de otras oportunidades laborales.

La gran mayoría de los comerciantes (88,82%) operan sus puestos de manera permanente en el mercado. Esto sugiere una arraigada presencia de comercio establecido en Guayaramerín, lo cual puede ser indicativo de una economía local sólida y una demanda constante por parte de la comunidad.

Los comerciantes en el mercado Guayaramerín abarcan una amplia gama de edades, con una predominancia de adultos (62,63%), pero también con presencia de jóvenes y personas de la tercera edad. Esta diversidad demográfica refleja la inclusión de diferentes segmentos de la población en la actividad comercial de la región.

La investigación muestra cambios en la composición del comercio, con una disminución en la comercialización de prendas de vestir en comparación con estudios anteriores. Esto se atribuye posiblemente a la priorización de productos básicos durante la pandemia de COVID-19, lo que sugiere una adaptación de los comerciantes a las circunstancias cambiantes del mercado.

En general, el estudio de caracterización de los comerciantes en el mercado Guayaramerín durante el año 2021 proporciona una visión detallada de la dinámica comercial en esta región en tiempos de la pandemia de COVID-19. Se evidencia una diversificación en los productos



ofrecidos, con una notable presencia de comercios dedicados a la venta de prendas de vestir y alimentos básicos. Además, se destaca la participación mayoritaria de mujeres en la actividad comercial, así como la predominancia de comercios permanentes en el mercado. La variedad demográfica entre los comerciantes, que abarca diferentes grupos de edad, subraya la importancia del comercio como una fuente de empleo inclusiva en la comunidad. En conjunto, estos hallazgos proporcionan una comprensión integral de la realidad comercial en Guayaramerín y destacan la capacidad de adaptación de los comerciantes frente a desafíos como la pandemia.

## **6. REFERENCIAS**

- Pereira R. (2015, noviembre). Max Paredes, el comercio popular y la apropiación del espacio público. Tinkasos. Número 38. Recuperado de:  
[http://www.scielo.org.bo/pdf/rbcst/v18n38/v18n38\\_a03.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rbcst/v18n38/v18n38_a03.pdf)
- Lozano C. F y Humeres Y.A. (2015). Características mercadotécnicas del comercio informal en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Licenciatura). UMSA, La Paz, Bolivia. Recuperado de:  
<https://repositorio.umsa.bo/browse?type=author&value=Lozano+Lea%C3%B1o%2C+Carla+Fabiola>
- Gaitán D. (2010, julio). Caracterización de las tiendas de barrio de Cartagena. Panorama, Vol. 4 (8). Pág. 59 a 71. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780067>
- Fajardo Á.; Hernández J. F.; González, Y. U.; Torres, M.L. (2018). Caracterización y percepción del riesgo en vendedores informales de las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá, D.C. Ciencias y trabajo, N° 63 (Número de emisión), Págs. 151 – 154. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6814443>
- Villa, V.M.; Ayaviri, D.; Velarde, R.E.; Quispe, G.M.; Cruz, J. (2020, abril). La informalidad en el comercio. Caracterización económica, laboral, administrativa y tributaria. Volumen 7 (N° 2), Págs. 151 – 154. Recuperado de:  
[https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL\\_TOD](https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TOD)

O=La+informalidad+en+el+comercio.+Caracterizaci%C3%B3n+econ%C3%B3mica  
%2C+laboral%2C+administrativa+y+tributaria.

Mamani, M. M. (2014). Comercio en vía pública y su impacto sobre el empleo y el ingreso familiar caso: municipio de La Paz (Tesis de licenciatura). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/4666>

Torrico, A. G. (2019). 7. El comercio informal en la ciudad de El Alto y su relación con la oferta laboral. Feria Puente Vela. (Tesis de Licenciatura). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/4666>

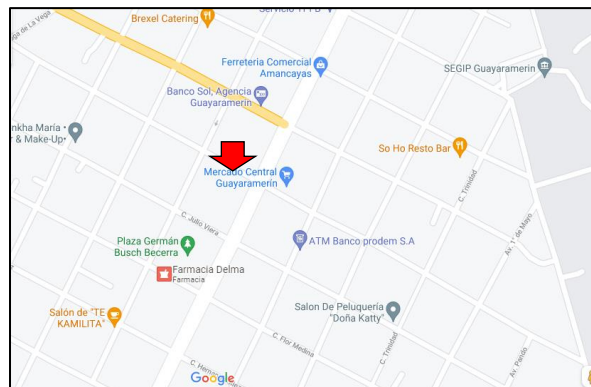
Salazar, V. y Vargas, I. J. (2014). Caracterización y análisis de los comerciantes informales por cuenta propia dedicados a la venta de miscelánea ubicados en la zona Céntrica del Distrito de Buenaventura (Tesis de licenciatura). Universidad del Valle, Sede Pacífico Facultad Ciencias de la Administración, San Buenaventura, Colombia. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/10702/CB-0521782.pdf;jsessionid=2AAC24BFF82F0E82DAD0FA81870F70D4?sequence=1>

Charterina J. y Tamayo U. (2005, abril). Caracterización del comercio minorista tradicional en perfiles de comercio asociado y no asociado. Boletín ICE Económico. Pagas. 45 – 54. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/28120110\\_Caracterizacion\\_del\\_comercio\\_minorista\\_tradicional\\_en\\_perfiles\\_de\\_comercio\\_asociado\\_y\\_no\\_asociado](https://www.researchgate.net/publication/28120110_Caracterizacion_del_comercio_minorista_tradicional_en_perfiles_de_comercio_asociado_y_no_asociado)

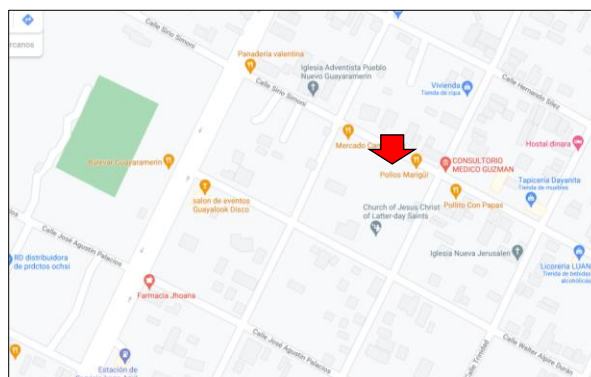
Sosa, K. X. (2017). Factores determinantes de los ingresos del comercio informal en la ciudad de puno 2016” (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano Facultad de Ingeniería Económica, Puno, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4193/Sosa\\_Quispe\\_Katherin\\_Ximena.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4193/Sosa_Quispe_Katherin_Ximena.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Anexos

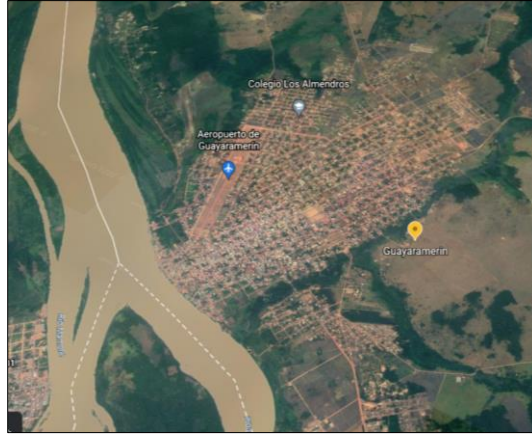
Mapa 1 Mercado Central – Guayaramerín



Mapa 2 Mercado Campesino – Guayaramerín



Mapa 3. Guayaramerín



*Imagen 1. Mercado Central – Guayaramerín*



*Imagen 2. Mercado Campesino – Guayaramerín*



