

Revista Científica

ISSN: 3007-0678, Vol. 1, N.º 1, Año 2023

Carrera Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas UABJB



VISION

PLANIFICACIÓN

ORGANIZACIÓN



DIRECCIÓN



CONTROL



EMPRESARIAL G

CONSTRUYENDO CONOCIMIENTO DESDE LA FRONTERA

Guayaramerin - Beni - Bolivia



ISSN: 3007-0678

REVISTA: **VISION EMPRESARIAL G**

Publicación anual Volumen 1 – N°1 – Año 2023

Guayaramerín, Beni - 2023

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SOCIEDAD CIENTIFICA DE DOCENTES**

**VISION EMPRESARIAL G
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SEDE GUAYARAMERIN**



**REVISTA CIENTÍFICA - CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SCIENTIFIC MAGAZINE - BUSINESS ADMINISTRATION CAREER**

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SEDE GUAYARAMERIN
SOCIEDAD CIENTIFICA DE DOCENTES

VISION EMPRESARIAL G



ISSN: 3007-0678

VOLUMEN 1 NÚMERO 1

AÑO 2022

PRESIDENTE

Lic. Yery Takigawa Guzmán

Director Carrera Administración de Empresas Guayaramerín

EDITOR

Ramiro Irineo Alvarez M., M. Sc.

Docente investigador, Facultad de Ciencias Económicas UABJB

COMITÉ TÉCNICO

Lic. Jorge Ali Yamal Acosta (+)

Docente investigador, Facultad de Ciencias Económicas UABJB

Lic. Yrasi Balcázar Yomeye

Docente investigador, Facultad de Ciencias Económicas UABJB

Lic. Ángel Juchasara Mercado

Docente investigador, Facultad de Ciencias Económicas UABJB

Lic. Eli Rodrigo Guzmán Calle

Instituto de Investigación Carrera Administración de Empresas

EDITORIAL

Bienvenidos a la primera edición de la revista científica "Visión Empresarial G". Esta publicación es el resultado del trabajo conjunto de estudiantes y docentes de la carrera de Administración de Empresas en la ciudad de Guayaramerín, a través de las Sociedades Científicas de Docentes y Estudiantes quienes han abordado las diferentes problemáticas que enfrentan las empresas locales.

En esta edición, presentamos una selección de artículos científicos que abordan temas relevantes para el desarrollo empresarial en nuestra región. Los artículos han sido sometidos a un riguroso proceso de revisión por pares y cumplen con los criterios de calidad editorial y científica.

Nos enorgullece destacar que todos los artículos publicados en esta revista han sido realizados por estudiantes y docentes de la carrera de Administración de Empresas en la ciudad de Guayaramerín, lo que demuestra el compromiso de nuestra institución con la investigación y el desarrollo empresarial en nuestra región.

Este número inaugural de VISION EMPRESARIAL G es un testimonio del talento y la pasión de nuestra comunidad académica. La investigación no solo es un medio para adquirir conocimiento, sino también una herramienta poderosa para transformar las realidades locales. En este sentido, celebramos la diversidad de enfoques y la riqueza de ideas presentes en este compendio, confiando en que cada lectura inspire nuevas reflexiones y acciones.

Extendemos nuestro agradecimiento a todos los colaboradores, cuyas contribuciones han sido fundamentales para la concreción de esta iniciativa. Asimismo, invitamos a la comunidad científica, empresarial y académica a sumarse a este viaje de descubrimiento y colaboración, pues VISION EMPRESARIAL G está destinada a convertirse en un referente indispensable para comprender y abordar los desafíos empresariales en Guayaramerín, el departamento del Beni, el país y más allá.

En síntesis, esta revista es un testimonio tangible de nuestro compromiso con la excelencia académica y la aplicación práctica del conocimiento en pro del crecimiento y la sostenibilidad de las empresas en Guayaramerín. Esperamos que disfruten de esta primera edición tanto como nosotros disfrutamos al compilarla.

Atentamente,

Ramiro Irineo Álvarez Mamani, M.Sc.

Editor en Jefe

VISION EMPRESARIAL G

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS SEDE GUAYARAMERIN
SOCIEDAD CIENTIFICA DE DOCENTES

VISION EMPRESARIAL G

Revista de Carrera

TABLA DE CONTENIDO

Artículos

Análisis del mercado de consumo de copoazú liofilizado en la ciudad de Guayaramerín durante 2019	1-7
Caracterización de comerciantes del mercado Guayaramerín en tiempos de COVID – 19, 2021	8-17
Capacitación para el desarrollo del talento humano y su Impacto en la productividad del proceso de aserrío en la Maderera Nuevo Horizonte de Guayaramerín	18-31
Análisis de factores que afectan el crecimiento del comercio informal en el mercado central de Guayaramerín en 2021	32-46
Influencias en la compra de ropa usada en Guayaramerín: Análisis del comportamiento del consumidor en 2021	47-61
Análisis de los determinantes del desempeño empresarial de las pymes en Guayaramerín durante el año 2021	62-71

ANÁLISIS DEL MERCADO DE CONSUMO DE COPOAZÚ LIOFILIZADO EN LA CIUDAD DE GUAYARAMERÍN DURANTE 2019

MARKET ANALYSIS OF FREEZE-DRIED COPOAZÚ CONSUMPTION IN THE CITY OF GUAYARAMERÍN DURING 2019.

Moreno Justiniano Nicole Romanet

nicomoju.28rock@gmail.com

Cardozo Melgare Karla Isabel

karlaisabelcardozomelgar@gmail.com

Lobo Quispe Boris

ddadsun@gmail.com

Ovaje Martínez Brenda

bremart91@gmail.com

RESUMEN

La investigación analiza la demanda y la oferta del copoazú liofilizado en el mercado de Guayaramerín, entre ellos las características de los consumidores y otros; en el estudio se estableció un potencial de consumo per cápita de 8,41 kg por habitante al año en el mercado local, donde existe un creciente interés por el consumo de copoazú en su forma liofilizada. El estudio se basó en una muestra de 232 hogares encuestados en julio de 2019, siguiendo la metodología de la Matriz de Planificación en Investigación Científica (MAPIC), también se determinó que la variedad mamorana (*Theobroma grandiflorum*) es la materia prima más adecuada debido a su mayor tamaño y agradables características organolépticas, como sabor, color y aroma. Esta variedad es abundante en la región del Río Yata, donde se planea la implementación de una planta liofilizadora de copoazú con un sistema de producción semi-industrial.

Palabras claves: Copoazú, liofilización, Guayaramerín, consumo

ABSTRACT

The research analyzes the demand and supply of freeze-dried cupuaçu in the Guayaramerín market and consumer characteristics, in the study a per capita consumption potential of 8.41 kg per inhabitant per year was established in the local market, where there is a growing interest in the consumption of cupuaçu in its freeze-dried form. The study was based on a sample of 232 households surveyed in July 2019, following the methodology of the Scientific Research

Planning Matrix (MAPIC), it was also determined that the mamorana variety (*Theobroma grandiflorum*) is the most suitable raw material due to its larger size and pleasant organoleptic characteristics, such as flavor, color and aroma. This variety is abundant in the Yata River region, where the implementation of a cupuaçu freeze-drying plant with a semi-industrial production system is planned.

Key Words: Copoazú, lyophilization, Guayaramerín, consumption

1. INTRODUCCIÓN

La liofilización es una técnica que implica la congelación de productos, como frutas y otros, seguida de la exposición a una cámara al vacío para eliminar el agua a través de la sublimación. Esta técnica se emplea para estabilizar frutas amazónicas, como el copoazú y el asaí, permitiendo su conservación prolongada.

El foco de esta investigación reside en el consumo de copoazú liofilizado (*Teobroma grandiflorum*) como una alternativa productiva relevante en la región amazónica. Con este fin, se realizó un estudio de mercado en julio de 2019, centrándose en la ciudad de Guayaramerín, ubicada en el departamento Beni de Bolivia, una zona que forma parte de la Amazonía Boliviana y donde se cultiva esta exótica fruta.

Este estudio busca proporcionar información esencial sobre la aceptación del copoazú liofilizado, así como determinar su demanda y oferta potencial. Estos aspectos contribuirán a reducir la incertidumbre para los emprendedores interesados en esta industria emergente. La metodología de investigación empleada es de carácter descriptivo de corte transversal, con un enfoque cuantitativo.

En los resultados obtenidos, se realizó una estimación de la demanda de consumo para los años 2020 a 2024, revelando una tendencia ligeramente creciente de un año a otro. Además, se observó la ausencia de ofertantes debido a la novedad del producto. Se calculó la demanda insatisfecha en Guayaramerín y se encontró que el precio sugerido era aceptable para los consumidores. Los canales de comercialización más preferidos por la población son los mercados y supermercados locales.

2. METODOLOGÍA

La investigación tuvo lugar en la ciudad de Guayaramerín, Beni, Bolivia, focalizándose en una población objetivo de 8.386 hogares (estimación basada en datos del Censo Nacional de Población y Vivienda INE Bolivia, 2001-2012). Para recopilar información, se llevó a cabo una encuesta aleatoria dirigida a 232 hogares.

El estudio realizado fue de tipo descriptivo transversal, con enfoque cuantitativo. En términos metodológicos, la investigación de mercado siguió el modelo de la Matriz de Planificación en Investigación Científica (MAPIC), propuesto por Villarroel en 2009. El análisis de la materia prima reveló tres variedades en la región: Copoazú redondo, Copoazú mamorana y Copoazú mamau. Para la producción de copoazú liofilizado, se recomienda utilizar la variedad mamorana debido a su tamaño superior y atractivas características organolépticas, como sabor, color y aroma, lo que promete una aceptación favorable de los nuevos productos transformados.

En perspectiva, la futura industrialización de esta fruta exótica representará un paso fundamental para el aprovechamiento sostenible del bosque húmedo tropical, con beneficios socioeconómicos significativos para la región amazónica.

Además, la comunidad Rosario de Yata, situada a 31,6 km de Guayaramerín, emerge como un lugar propicio para establecer la planta liofilizadora, gracias a su plantación de 69 hectáreas de copoazú y otras 6 hectáreas en comunidades cercanas. El proceso de liofilización previsto en la planta será de naturaleza semi industrial, con el uso de maquinaria especializada operada por personal capacitado.

3. RESULTADOS

En el análisis y procesamiento de la información, se aplicaron parámetros de estadística descriptiva, como promedios, desviación estándar y distribución de frecuencias. Esto permitió organizar, tabular, presentar y resumir la información recopilada en las encuestas. Se estableció un nivel de significancia del 95% para determinar el tamaño de la muestra.

En lo que respecta a las características de los consumidores, se determinó que el 95,30% de ellos tiene preferencia por el producto. En cuanto a los canales de comercialización preferidos, un 31,43% expresó su interés en adquirir el producto en supermercados, mientras que el 28,57%

optaría por los mercados de la ciudad. Además, el 20% manifestó su preferencia por las pulperías, y un 17,14% mencionó estar dispuesto a adquirirlo en micro mercados y otros lugares.

En términos de la frecuencia de consumo, el 22% de los encuestados indicó que consumiría el producto diariamente, mientras que el 47% afirmó que su consumo sería semanal. El estudio reveló un consumo per cápita promedio de 8,41 kg por habitante al año.

Tabla 1.

Balance entre la demanda y oferta proyectada de copoazú liofilizado en la ciudad de Guayaramerín (En kg)

Año	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2020	338.681	0	338.681
2021	341.565	0	341.565
2022	344.488	0	344.488
2023	347.451	0	347.451
2024	350.414	0	350.414

Fuente: Elaboración Propia

El estudio reveló que la demanda insatisfecha de copoazú liofilizado en la ciudad de Guayaramerín mostrará un aumento a lo largo de los años. Para el año 2020, se estimó en 338.681 kg, para el año 2021 en 341.565 kg y así sucesivamente, alcanzando una cifra de 350.414 kg para el año 2024. Se observa una tendencia ligeramente creciente año tras año. Se destacó la ausencia de ofertantes en el mercado para este producto.

En cuanto a la producción de copoazú de la variedad mamorana, se determinó que en una hectárea se pueden plantar 600 árboles, con una distancia de 6 metros entre cada uno. Cada árbol produce aproximadamente de 70 a 80 frutas, con un peso estimado de 1 a 1,5 kg por fruta. Para obtener 1 kg de pulpa de copoazú se requieren alrededor de 3 kg de frutas de copoazú. A su vez, para producir 1 kg de copoazú liofilizado, se necesitan aproximadamente 5 kg de pulpa de copoazú de esta variedad.

El copoazú, un fruto amazónico, es ampliamente consumido por toda la población en su forma de pulpa. La noción de liofilización emerge como una alternativa valiosa para diversificar la

producción local y expandir la comercialización hacia otros mercados que presentan un alto potencial de consumo.

4. DISCUSIONES

La investigación sobre el copoazú y su potencial en forma liofilizada como producto comercializable ha arrojado resultados significativos que respaldan su viabilidad económica y su potencial para satisfacer una demanda creciente. La preferencia del 95% de los consumidores por la presentación liofilizada refuerza esta conclusión, mostrando un claro interés del mercado por esta forma de consumo.

Una de las principales fortalezas identificadas en este estudio es la cantidad adecuada de materia prima disponible en la región amazónica para cubrir las necesidades de producción de copoazú liofilizado, lo que sugiere una base sólida para el abastecimiento continuo del mercado. Además, se proyecta una tendencia de crecimiento en la demanda, tanto en la ciudad de Guayaramerín como en mercados potenciales como Riberalta, Santa Cruz, Trinidad, Cochabamba y La Paz. Esto indica un potencial para la expansión geográfica del producto y una oportunidad para el desarrollo económico en estas regiones.

En comparación con otras investigaciones, se observan algunas discrepancias en la percepción del sabor y las aplicaciones del copoazú. Mientras que la BBC en inglés describe el sabor de la pulpa como una mezcla de chocolate con piña y su jugo como pera con un toque de banana, las opiniones de expertos locales como Alejandro Álvarez resaltan la identidad única del copoazú y su potencial para convertirse en un producto de moda tanto a nivel nacional como internacional.

Además, se destaca la importancia de la sostenibilidad en la explotación de los recursos amazónicos, un tema que se alinea con el enfoque de negocios inclusivos propuesto por Chaparro y López (2017). Este enfoque subraya la necesidad de integrar a los sectores público y privado, junto con las comunidades locales, para promover el desarrollo económico sostenible. En este sentido, la investigación sobre el copoazú no solo ofrece oportunidades comerciales, sino también la posibilidad de generar impacto social positivo al beneficiar a comunidades vulnerables a través de modelos inclusivos de negocio.

Sin embargo, se identifican desafíos significativos, como la falta de promoción e incentivos gubernamentales para la investigación y especialización en productos agrícolas innovadores como el copoazú. Esto sugiere la necesidad de una mayor colaboración entre el sector público y privado para desarrollar planes de negocio sólidos que aborden aspectos clave como marketing, finanzas y distribución, como sugiere Chaparro y López (2017).

El estudio sobre el copoazú liofilizado destaca su potencial como producto comercializable, respaldado por una demanda creciente y preferencia del consumidor. Sin embargo, se requiere un enfoque integral que considere tanto aspectos comerciales como sociales para garantizar un desarrollo sostenible y beneficios equitativos para todas las partes involucradas.

5. CONCLUSIONES

En conclusión, el estudio sobre el copoazú y su potencial en la forma liofilizada como producto comercializable ha arrojado resultados significativos. Este fruto, arraigado en la Amazonia, encuentra una amplia aceptación entre los consumidores en su presentación tradicional de pulpa, utilizada para elaborar diversas delicias culinarias. Sin embargo, la investigación ha demostrado que la presentación liofilizada posee un alto atractivo comercial, respaldado por una preferencia del 95% de los consumidores.

La demanda insatisfecha en la ciudad de Guayaramerín para el año 2020, evaluada en 338.681 kg, muestra una clara tendencia de crecimiento en los años por venir, con la perspectiva de expandirse a mercados importantes, como Riberalta, Santa Cruz, Trinidad, Cochabamba y La Paz. Esta demanda ascendente respalda la viabilidad económica de la liofilización del copoazú.

Es crucial considerar la sostenibilidad en la explotación de los recursos amazónicos, y este estudio indica que la región cuenta con una cantidad adecuada de materia prima para cubrir las necesidades de producción de copoazú liofilizado y, al mismo tiempo, satisfacer parte de la demanda de los habitantes de Guayaramerín y más allá.

6. REFERENCIAS

Alvárez e., Mendez j., Rojano b., Murillo w. y Stringheta s., (2013) “Poster Avaliação da atividade antioxidante da polpa, identificação dos ácidos graxos e propriedades da

gordura do cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*)”, Simposio Latinoamericano de Ciência de Alimentos, Ciencia de Alimentos: Impacto na nutrição e saúde.

Chaparro, AA., y CE., Lopez (2017). El copoazú y los negocios inclusivos, una estrategia socioeconomica en florencia-caqueta. <https://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14070/58/004-2-1-006.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA BOLIVIA, Censo Nacional de Población y Vivienda 2001 y 2012

LanneS S., Medeiros M., y Gioielli L. 2004. Análisis bromatológico del copoazú

Mancini Filho Y R Fett, 2005. Aplicación de diversos de diversos métodos químicos para determinar actividad antioxidante en pulpa de frutos”, *Cienc. Tecnol. Aliment.*, vol. 25, pp. 726-732.

Müller, C. H. (1995). A cultura do cupuaçu (Coleção plantar, nº24) (en portugués). Brasilia, Brasil: EMBRAPA-SPI. p. 61. ISBN 85- 85007-54-0.

Salinas R. Soruco O., 2004. Procesamiento y comercialización de productos de copoazú producidos en sistemas agroforestales en Riberalta.

Villarroel, L. 2000. Matriz de Planificación en Investigación Científica. 131 pág.

Wallace, A. (25 de junio de 2012). «El copoazú quiere ser la próxima súper fruta amazónica». BBC Mundo. Bogotá. Consultado el 3 de febrero de 2017.

Yang H., PRotiva P., Cui B., Baggett S., (2003) “New Bioactive Polyphenols from *Theobroma grandiflorum* (“Cupuacü”)”, *Journal of Natural Products*, vol. 66, no. 11, pp. 1501- 1504.

**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
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 las 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. METODOLOGÍA

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 Ballivián 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
Total	653	100,00

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

Categoría	N°	%
Ambulante acera	126	19,30
Ambulante carrito	7	1,07
Caseta	93	14,24
Tienda o local	427	65,39
Total	653	100,00

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

Categoría	N°	%
Hombre	168	25,73
Hombre y mujer	140	21,44
Mujer	345	52,83
Total	653	100,00

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

Categoría	N°	%
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
Total	653	100,00

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 0,15% son 10 personas que trabajan en esta actividad (Tabla 5).

Tabla 5

Numero de comerciantes por local

Categorías	N°	%
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
Total	653	100,00

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

Categoría	Nº	%
Permanente	580	88,82
Temporal	73	11,18
Total	653	100,00

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
- 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_TODO=

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

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

“CAPACITACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DEL PROCESO DE ASERRÍO EN LA MADERERA NUEVO HORIZONTE DE GUAYARAMERÍN”

TRAINING FOR THE DEVELOPMENT OF HUMAN TALENT AND ITS IMPACT ON THE PRODUCTIVITY OF THE WOOD SAWING PROCESS NEW HORIZONTE DE GUAYARAMERÍN

Arza Mansilla Claudia Yesenia

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GUAYARAMERÍN

RESUMEN

La investigación fue realizada con el propósito de determinar el impacto de la capacitación en la productividad en la Maderera Nuevo Horizonte. Su importancia radica en contribuir a mejorar la productividad utilizando los recursos existentes al máximo del proceso de aserrío de la empresa de manera eficiente y eficaz. La investigación es de tipo descriptiva con relación causal, el diseño fue pre experimental, en la cual se emplearon las técnicas de la encuesta, observación y análisis documental, se tomó como población los 10 operarios que conforman el proceso de aserrío, como unidad de análisis se realizaron 24 observaciones para determinar la productividad promedio y sus indicadores antes y después de estimular la variable independiente, en el análisis estadístico para validar la hipótesis se utilizaron la prueba de normalidad y la prueba t para muestras, los resultados muestran una media de la producción de 1,53m³/hora antes de realizar la capacitación, con un incrementando en la productividad media a 1.99 1,53m³/hora teniendo una diferencia significativa bilateral de $p=0,00$ menor a 0,05 esto debido a que la diferencia de las medias muestra un aumento favorable de la productividad post capacitación, siendo esta evidencia suficiente para aceptar la hipótesis alterna.

Palabras claves: Capacitación, desarrollo de talento humano, Guayaramerín, proceso en aserraderos, impacto.

ABSTRACT

The research "Training for the development of human talent and its impact on productivity" was carried out with the purpose of determining the impact of Training on Productivity in the Nuevo Horizonte Timber Factory. Its importance lies in contributing with the results for decision-

making, to increase productivity by using existing resources to the maximum of the efficient and effective sawmilling process of the Company. The research is of the Descriptive type with a Causal relationship, the design was pre-experimental, in which the techniques of the survey, observation and documentary analysis were used, the 10 workers that make up the sawmilling process were taken as the population, as the unit of analysis 24 observations were made to determine the average productivity and its indicators before and after stimulating the independent variable, in the statistical analysis to validate the hypothesis the normality test and the t test for samples were used, the results show a mean of the production of 1.53m³ / hour before carrying out the training, with an increase in the average productivity to 1.99 1.53m³ / hour having a significant bilateral difference of $p = 0.00$ less than 0.05 this because the difference of the means shows a favorable increase in post-training productivity, this evidence being sufficient to accept the alternative hypothesis.

Key Work: Training of human talent, development of human talent, Guayaramerín, process in sawmills, impact.

1. INTRODUCCIÓN

La investigación se refiere al impacto de la capacitación práctica para el desarrollo del talento humano en la productividad en la empresa Maderera Nuevo Horizonte de la ciudad de Guayaramerín; para lograr la competitividad las empresas hacen énfasis en el desarrollo de talentos internos con el fin de retener los mejores recursos y también mejoren sus tareas, competencias y aptitudes de la mano de tecnología y la innovación aprovechando al máximo los recursos, con el propósito de incrementar su productividad manteniendo las fuentes laborales y creciendo económicamente.

La industria de la explotación forestal, es una de las principales actividades económicas de la región y del país. En la ciudad de Guayaramerín la economía gira en torno a la explotación de los recursos naturales como la madera y la castaña, el sector forestal se caracteriza por carecer de financiamientos importantes y donde el incremento de importaciones de productos chinos que sustituyen este producto así como los cambios y caídas de precios de la madera en el mercado son dificultades por las cuales atraviesa este sector, dentro de los factores internos destacan principalmente: la producción deficiente respecto a su capacidad instalada y las

deficiencias que se tiene en el proceso de aserrío; es así que surge la capacitación como un elemento clave e importante para promover la productividad a niveles óptimos.

La importancia de la capacitación de los recursos humanos de la empresa es concebida como una alternativa orientada a superar y perfeccionar las actividades desarrolladas por los colaboradores en las empresas a superar las dificultades y deficiencias que tienen en determinados temas (Hellriegel, et al., 2021), donde el trabajador que recibe capacitación en la empresa se constituye en una inversión, que permitirá generar los beneficios y mejorar las competencias que puede llegar a tener la empresa dentro del mercado laboral.

Al respecto Sáenz (2017), reporta que la capacitación se ve flejada en el incremento de percepción de productividad que representa un impacto favorable de 25%, aspecto que es corroborado por Bohórquez et al. (2017) que sostienen que la capacitación al personal incide de manera positiva en la productividad y Tarazona, M. S. (2022) evidencia que la capacitación continua como estrategia para aumentar la productividad de la mano de obra en el área de puntos de pago dio resultados positivos demostrando que es una de las mejores inversiones que puede hacer la empresa.

La fundamentación teórica está basada en las teorías del desarrollo y gestión de los recursos humanos, así también de la productividad.

La Empresa Maderera “Nuevo Horizonte” es uno de los aserraderos que continúa operando, sin embargo, presenta problemáticas particulares como ser la baja productividad, este aspecto se debe a que la Empresa cuenta con una capacidad de producción de 30m³/día, en una jornada laboral de 8 horas hombre, cuenta con 10 trabajadores, donde actualmente produce al 50% de su capacidad por turno, teniendo los mismos recursos humanos y de tiempo que se necesitan para producir al 100%, por las siguiente causas, el bajo rendimiento de mano de obra de la Empresa produce un bajo volumen de producción, la falta de experiencia de los operarios ocasiona una ineficiencia de los recursos humanos por la pérdida del tiempo productivo, la falta de un plan de capacitación práctica constante al personal disminuye la productividad del proceso de aserrío. Es así que la presente investigación, pretende aumentar la productividad laboral en el proceso de aserrío, especializando al personal con el programa de capacitación, para reducir recursos de tiempo, utilizando un sistema de motivación que comprometa al personal con los

objetivos de producción que se plantea la empresa; mejorando la coordinación para que fluya la información a través de la comunicación. Se plantea como problema científico **¿Cuál será el impacto de la capacitación para el desarrollo del talento humano en la productividad del proceso de aserrío de la Empresa Maderera Nuevo Horizonte, de la ciudad de Guayaramerín?**, para ello se planteó como objetivo general determinar el impacto de la capacitación para el desarrollo del talento humano en la productividad del proceso de aserrío.

2. METODOLOGIA

El enfoque de la investigación es cuantitativo, de tipo causal con diseño pre experimental de pre prueba y post prueba, con medición de la variable dependiente antes y después de estimular la variable independiente, para contrastar la hipótesis se realizaron pruebas de normalidad y comparación de medias, utilizando el estadígrafo “t de student para muestras relacionadas” en el programa SPSS22.

La población para el estudio fueron 10 operarios que forman parte del proceso de aserrío de la Empresa Maderera “Nuevo Horizonte”, ya que esta es pequeña y manejable (Hernández, 2014).

Se realizó un total de 24 observaciones en registros de producción en los meses agosto y septiembre del presente año para realizar la pre-prueba (12) y post-prueba (12) de la productividad y sus indicadores antes de estimular la variable independiente. La investigación fue ejecutada en la Empresa Maderera Nuevo Horizonte en el área de producción en el proceso de aserrío; se consideró doce días de aserrío antes de estimular la variable independiente y doce días después. En el periodo de observación se tomaron en cuenta varios factores técnicos que influyen en la variable independiente en el tiempo teniendo la igualdad de recursos: Tipo de madera (blanda), especies (Aliso, Cambara, Mara macho, Maní), tipo de cierras (sencilla) y dimensiones (ancho corrido), en lo social la investigación se focaliza en el personal operativo, que realiza el proceso de aserrío.

3. RESULTADOS

Se llevó a cabo una observación detallada de la producción durante un período de dos semanas, con el objetivo de cuantificar la **productividad** del proceso de aserrío, así como evaluar la **eficacia, eficiencia y efectividad**. Este análisis se realizó antes y después de la implementación del programa de capacitación práctica, manteniendo las mismas condiciones de recursos. La

comparación entre estos dos escenarios permite determinar la mejora inducida por la variable independiente y ofrece una representación precisa de su impacto en el proceso.

Análisis de la Productividad

La tabla 1 presenta resultados significativos en términos de productividad. Antes de la capacitación, la productividad media era de 1,5258 metros cúbicos/hora, con una desviación estándar de 0,06529 y una media de error estándar de 0,01885. Tras la capacitación, se observó un incremento sustancial, elevando la productividad media a 1,9867 metros cúbicos/hora, con una desviación estándar de 0,15617 y una media de error estándar de 0,04508. Este aumento evidencia la eficacia de la variable independiente, reflejando una mejora sustancial en la productividad del proceso de aserrío. La diferencia entre las medias antes y después de la capacitación indica un impacto positivo y estadísticamente significativo en el rendimiento productivo.

Tabla 1
Productividad

	Media	N	Desviación estándar	Media de error estándar
Productividad Post-Capacitación	1,9867	12	,15617	,04508
Productividad Pre-Capacitación	1,5258	12	,06529	,01885

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22

La productividad mide más que solo los resultados obtenidos o el cumplimiento de los objetivos, para el presente análisis se utilizó el valor de la producción con relación al tiempo, para cuantificar la misma se tomó en cuenta los siguientes indicadores:

Eficiencia del tiempo: metros cúbicos aserrados por hora.

- Volumen de producción/día
- Tiempo de producción disponible

Formula

Remplazando:

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Vol. de produccion}}{\text{Tiempo de produccion disponible}}$$

$$\text{Productividad} = \frac{Qm^3/dia}{8 \text{ hrs por turno}}$$

Análisis de la eficacia

La Tabla 2 destaca resultados significativos en cuanto a la eficacia del proceso. Antes de la capacitación, la eficacia media era del 61,00%, con una desviación estándar de 2,629 y una media de error estándar de 0,759. Tras la capacitación, se observó una mejora sustancial, elevando la eficacia media a un 79,58%, con una desviación estándar de 6,259 y una media de error estándar de 1,807. Estos resultados indican que la variable independiente contribuyó positivamente al cumplimiento de los objetivos de producción planificados, demostrando una eficiencia mejorada en el proceso de aserrío. La diferencia entre las medias antes y después de la capacitación sugiere un impacto positivo y estadísticamente significativo en la eficacia del proceso.

Tabla 2

Estadísticos de la eficacia Pre-post capacitación

		Media	N	Desviación estándar	Media de error estándar
Eficacia	Post-Capacitación	79,58	12	6,259	1,807
	Pre-Capacitación	61,00	12	2,629	0,759

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

La eficacia consiste en el logro de los objetivos planificados, la cual para la Empresa Maderera quiere decir el cumplimiento de las metas de producción, la relación del promedio del volumen de la producción diaria con la proyección realizada, para cuantificar la misma se tomó en cuenta los siguientes indicadores:

- Volumen de producción real
- Volumen de producción planificada

Formula:

$$\text{Eficacia} = \frac{\text{Produccion real}}{\text{Produccion estimada}}$$

$$\text{Eficacia} = \frac{Qm^3/dia}{20 m^3/dia} * 100$$

Análisis de la eficiencia

La Tabla 3 resalta cambios significativos en la eficiencia del proceso, específicamente en el costo de la mano de obra por metro cúbico. Antes de la capacitación, la eficiencia media era de

Bs86,14 por metro cúbico, con una desviación estándar de 3,73378 y una media de error estándar de 1,07785. Después de la capacitación, se observó una notable reducción en el costo, con una eficiencia media de Bs66,44 por metro cúbico, una desviación estándar de 4,97107 y una media de error estándar de 1,43503. Estos resultados señalan que la variable independiente impactó positivamente en la eficiencia del proceso de aserrío, logrando una reducción significativa en los costos de mano de obra por unidad de producción. La diferencia entre las medias antes y después de la capacitación evidencia una mejora sustancial en la eficiencia del proceso, respaldando la efectividad de la intervención.

Tabla 3

Estadísticos de la eficiencia Pre-post capacitación

		Media	N	Desviación estándar	Media de error estándar
Eficiencia en costo de M.O	Pre-Capacitación	86,1450	12	3,73378	1,07785
	Post-Capacitación	66,4442	12	4,97107	1,43503

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

La eficiencia se centra en los resultados obtenidos o el logro de los objetivos con el mínimo de recursos empleados, en resumen quiere decir, aumentar la eficiencia manteniendo los mismo recursos humanos, pero aumentando el volumen de la producción, para la empresa la eficiencia del proceso de aserrío se mide el volumen de producción diaria con relación a la remuneración económica efectuada, lo que da el costo de la mano de obra por metro cubico producido; para cuantificar la misma se tomó en cuenta los siguientes indicadores:

Eficiencia de la remuneración: costo de mano de obra por metro cubico aserrado.

- Volumen de producción/día
- Planilla de pago por turno de trabajo

$$\text{Eficiencia} = \frac{\text{Vol. de produccion}}{\text{Costo de mano de obra}}$$

$$\text{Eficiencia} = \frac{m^3 / \text{dia}}{1050 \text{ bs.} / \text{dia}}$$

Análisis de la efectividad

La Tabla 4 revela cambios significativos en la efectividad del proceso de aserrío antes y después de la capacitación. Antes de la intervención, la efectividad media era del 40,58%, con una desviación estándar de 1,676 y una media de error estándar de 0,484. Tras la capacitación, se observó un aumento sustancial en la efectividad, alcanzando una media del 52,75%, con una desviación estándar de 4,115 y una media de error estándar de 1,188. Estos resultados indican que la variable independiente tuvo un impacto positivo y estadísticamente significativo en la efectividad del proceso de aserrío, reflejando una mejora notable en la capacidad del aserradero para cumplir con sus objetivos de producción. La diferencia entre las medias antes y después de la capacitación respalda la conclusión de que la intervención fue efectiva en mejorar la eficiencia de la producción.

Tabla 4

Estadísticos de la efectividad pre-post capacitación

	Media	n	Desviación estándar	Media de error estándar
Efectividad Post-Capacitación	52,75	12	04,115	1,188
Efectividad Pre-Capacitación	40,58	12	01,676	0,484

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

La efectividad mide la relación de los resultados obtenidos con los de la capacidad máxima contado con los mismos recursos, en este caso el volumen de producción real con relación a la capacidad de producción, para cuantificar la misma se tomó en cuenta los siguientes indicadores:

- Volumen de producción real
- Volumen de producción máxima por turno

Formula:
$$\text{Efectividad} = \frac{\text{Produccion real}}{\text{Capacidad maxima de Produccion por turno}}$$

Prueba t para muestras relaciones

Se utilizó la presente prueba para determinar que la diferencia de las medias de la productividad y sus dimensiones son diferentes significativamente después de estimular la variable

independiente. Los resultados fueron analizados mediante el programa SPSS para llevar a cabo la prueba t.

Productividad

Esta prueba reveló una significancia bilateral de 0,000, considerando 11 grados de libertad y un nivel de significancia del 95%, lo cual es inferior al valor de p ($0.05 > 0,000$). La diferencia entre los valores promedio antes y después resulta estadísticamente significativa, proporcionando evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula con un riesgo de error muy bajo.

Tabla 5
Resultados de la Pruebas de t de Student para Productividad

	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. bilateral
				Inferior	Superior			
Productividad Post- Pre	,46083	,17074	,04929	,35235	,56932	9,349	11	,000

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

Eficacia

Para la variable eficacia la prueba arrojó una significancia bilateral de 0,000, con 11 grados de libertad y un nivel de significancia del 95%, siendo este valor inferior al umbral de p ($0,05 > 0,000$). En otras palabras, la diferencia entre los valores promedio antes y después es estadísticamente significativa, lo que proporciona evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula con un riesgo muy bajo de error.

Tabla 6
Resultados de la Pruebas de t de Student para Eficacia

	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
				Inferior	Superior			
Eficacia Pre-Post	18,583	06,829	1,971	14,245	22,922	9,427	11	,000

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

Eficiencia

Los resultados se analizaron utilizando el programa SPSS para realizar la prueba t. Esta prueba reveló una significancia bilateral de 0,000, con 11 grados de libertad y un nivel de significancia del 95%, lo cual es menor al valor de p ($0.05 > 0,000$). En resumen, la diferencia entre los valores promedio antes y después es estadísticamente significativa, proporcionando evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula con un riesgo muy bajo de error.

Tabla 7

Resultados de la Pruebas de t de Estudent para Eficiencia

	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. Bilateral
				Inferior	Superior			
Eficiencia del costo de la M.O. Pre-Post	19,700	6,24328	1,80228	15,7340	23,667	10,931	11	,000

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

Efectividad

Finalmente, el análisis a la variable efectividad reveló que los resultados un nivel de significancia bilateral de 0,000, con 11 grados de libertad, considerando un nivel de significancia del 95%, el cual es inferior al valor de p ($0.05 > 0,000$). Donde la diferencia entre los valores promedio antes y después es estadísticamente significativa, proporcionando evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula con un riesgo muy bajo de error.

Tabla 8

Resultados de la Pruebas de t de Estudent para efectividad

	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
				Inferior	Superior			
Productividad Pre-Post	12,167	04,469	,01290	9,327	15,006	9,431	11	,000

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS22.

4. DISCUSIONES

Los resultados encontrados reflejan una mejoría en la productividad, se pudo observar que después de la capacitación el valor promedio es mayor que los días observados sin la

capacitación, esto debido a que los operarios adquirieron experiencia y conocimientos nuevos mediante la práctica como también desarrollaron sus habilidades aumentando su rendimiento, haciendo mejor su trabajo, resultados similares son reportados por Bohórquez (2017).

Con respecto a la eficacia se pudo observar que después de la capacitación el valor promedio es mayor que los días observados sin la capacitación, esto debido a que en algunos días el volumen de la producción fue mayor que otros días ya que los operarios están más comprometidos con las metas de la empresa siendo esto positivo para la mejora de la productividad Sáenz (2020) registra una mejoría del 30%, en el trabajo se registró un valor similar al encontrado por este investigador

La eficiencia refleja un patrón similar donde se puede observar que la desviación estándar con respecto al valor promedio es mayor que los días observados sin capacitación, esto se debe a que en algunos días el volumen de la producción fue mayor que otros días.

La efectividad reporta un valor promedio mayor en los días observados sin capacitación, es sin lugar a dudas que el personal con conocimientos y habilidades generan más efectividad en sus actividades, razón por la cual se debe promover la capacitación permanente en los puestos de trabajo.

En cuanto a la importancia de la capacitación, ambos estudios resaltan su papel fundamental en el incremento de la productividad. Según Pinchao (2015), las medianas empresas en el Cantón Milagro no optimizan el talento humano debido a la ausencia de procesos formativos, mientras que Bohorquez et al (2017) destacan que la capacitación continua constituye una de las inversiones más beneficiosas para una empresa.

Tanto Pinchao (2015) como Bohorquez et al (2017) concluyen que la implementación de programas de capacitación tiene un impacto positivo en la productividad del personal. Pinchao (2017) lo vincula con la falta de análisis del perfil de trabajo en las medianas empresas, mientras que Bohorquez (2015) et al lo asocian a la capacitación continua en el área de puntos de pago.

Bohorquez et al (2017) sostienen que la adquisición de herramientas tecnológicas es un complemento crucial para las capacitaciones, ya que respalda los conocimientos adquiridos y

reduce costos. Esta coincidencia sugiere que la tecnología puede potenciar los efectos de la capacitación.

Ambos estudios aportan evidencia cuantitativa sobre la mejora de indicadores de productividad tras la implementación de programas de capacitación. Mientras Bohorquez et al (2017) destacan el crecimiento constante en la productividad del área de puntos de pago, en nuestra investigación se observaron mejoras significativas en eficacia, eficiencia y efectividad en el proceso de aserrío.

A diferencia de Pinchao (2015) y Bohorquez et al (2017), quienes se centran en la productividad del talento humano en general y específicamente en el área de puntos de pago, nuestro estudio se enfoca en el impacto de la capacitación en el proceso de aserrío de una empresa maderera. Esto sugiere que los resultados pueden variar según el contexto y las áreas específicas de la empresa.

En resumen, esta investigación aborda la mejora de la productividad a través de diversos indicadores, como la eficiencia medida por el costo de mano de obra por metro cúbico aserrado. A diferencia de Pinchao (2015) y Bohorquez et al (2017), se centra en resultados más específicos, ofreciendo una perspectiva detallada sobre los beneficios de la capacitación en un contexto específico de la industria maderera.

5. CONCLUSIONES

Los resultados revelan un impacto significativo en la productividad del proceso de aserrío después de la implementación de la capacitación. La diferencia estadísticamente significativa entre los valores promedio antes y después sugiere que la variable independiente ejerció una influencia positiva, mejorando la producción en términos de metros cúbicos por hora.

La eficacia del proceso experimentó una mejora sustancial después de la capacitación, evidenciada por el significativo aumento en el cumplimiento de los objetivos de producción planificados. La prueba t confirma la relevancia estadística de esta mejora, respaldando la efectividad de la variable independiente en optimizar el rendimiento del aserradero.

La eficiencia, medida a través del costo de mano de obra por metro cúbico aserrado, presentó una reducción significativa después de la capacitación. La diferencia estadísticamente

significativa entre los costos antes y después indica que la variable independiente contribuyó de manera eficaz a la optimización de los recursos, reflejando una gestión más eficiente.

La efectividad del proceso, evaluada en términos de la capacidad del aserradero para alcanzar su máxima producción, experimentó un aumento considerable después de la capacitación. Los resultados estadísticos respaldan la conclusión de que la variable independiente fue efectiva en mejorar la eficacia global del proceso.

En conjunto, los hallazgos de este estudio indican que la implementación de un programa de capacitación práctica generó mejoras significativas en la productividad, eficacia, eficiencia y efectividad del proceso de aserrío en la Empresa Maderera "Nuevo Horizonte". Estos resultados no solo validan la eficacia de la variable independiente en cada aspecto evaluado de manera individual, sino que también respaldan la noción de que una intervención focalizada puede tener impactos positivos en diversas dimensiones operativas de una empresa. Estos resultados ofrecen valiosa información para la toma de decisiones gerenciales y destacan la importancia de inversiones estratégicas en el desarrollo y capacitación del personal para mejorar el rendimiento general de la organización.

6. REFERENCIAS

- Álvarez B., Freire D. Y Gutiérrez B. 2017. Capacitación y su impacto en productividad laboral de las Empresa Chilenas. Universidad de Concepción. Licenciados en Administración de Empresas.
- Bohorquez, L.E., A.S. Caro & N.D. Morales. 2017. Impacto de la capacitación del personal en la productividad empresarial: caso hipermercado. *Dimensión Empresarial*, 15 (1), 99-113 DOI. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i1.868>
- Buezo N. 2019. Clima Organizacional y la Productividad en las Industrias Madereras de la ciudad de La Paz-El Alto en la empresa BRIGH TOWER S.R.L. Universidad Mayor de San Andrés. Licenciatura en Administración de Empresas.
- Fuentes S. 2012. Tesis de Grado. Satisfacción laboral y su influencia en la productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la

- ciudad de Quetzal Tenango, Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Licenciatura en Psicología Industrial y organizacional.
- Gutiérrez P. Y Huamán F. 2014. Tesis de Grado. Influencia de la Motivación en la productividad estudio realizado en la Empresa financiera UNO OECHSLE en la ciudad de Huancayo, Perú. Universidad Nacional del Centro del Perú. Licenciatura en Contaduría Pública,
- Hernández r. 2014. Metodología de la Investigación. 6a ed. Edit. Mc GRAW Hill. México D.F.
- Iturrande D. 2014. Evaluación de la eficiencia global del equipo en la producción de madera aserrada de Cumala en la Empresa Forestal ARPA S.A.C., Iquitos Perú. Universidad Nacional de la Amazonia UNAP. Ingeniería Forestal.
- Inegi C. 2015. Cálculo del índice de la productividad laboral y el costo unitario de la mano de obra. 2a ed. edit. SNIEG. México D.F. 56 Pág.
- Martell G.y Sánchez A. 2013. Tesis plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores del gimnasio “Sport Club”. Universidad Privada Antenor Orregon. Trujillo Perú. pág. 10.
- Ochoa K. 2014. Motivación y Productividad Laboral de la empresa Municipal Aguas de Xelaju EMAX”, de Quetzal Tenango-Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional.
- Pinchao A. 2015. Análisis de los procesos de capacitación y su impacto en la productividad del personal de las medianas empresas del Cantón Milagro.
- Tarazona, M. S. (2017). Impacto de la capacitación en la mejora de la productividad en una planta de lubricantes. *In Crescendo*, 8(1), 93-105.
- Valdez F. 2018. Tesis. La importancia de la inducción y capacitación al personal nuevo de la Empresa TECNOFAR S.A. Regional La Paz. Universidad Mayor de San Andrés. Licenciatura en Administración de Empresas.

**ANÁLISIS DE FACTORES QUE AFECTAN EL CRECIMIENTO DEL
COMERCIO INFORMAL EN EL MERCADO CENTRAL DE
GUAYARAMERÍN EN 2021**

**ANALYSIS OF FACTORS THAT AFFECT THE GROWTH OF
INFORMAL TRADE IN THE CENTRAL MARKET OF
GUAYARAMERÍN IN 2021**

Tola Ramos Beth Mayde
bmayde@gmail.com
Piluy Ruiz Karen Viviana
piluyruizkarencita@gmail.com
Gongora Suarez Jhonny Junior
gonsua.95@gmail.com
Salces Mareca Gabriela
gabrielasalces1@gmail.com
Pereira Tirina Gina
ginapereiratirina18@gmail.com

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

RESUMEN

En este estudio sobre el comercio informal en el mercado central de Guayaramerín, se investigaron diversos aspectos cruciales. La investigación se centró en la influencia de factores socioeconómicos y culturales en el crecimiento del comercio informal, evaluando específicamente el impacto de la diversidad cultural y la condición fronteriza con Brasil. Los resultados revelaron que la mayoría de los comerciantes participa en el sector informal debido a limitaciones en las fuentes de trabajo y la crisis económica, destacando la necesidad de intervenciones para abordar estas preocupaciones. Además, se observó una correlación significativa entre la falta de educación formal y la participación en el comercio informal, subrayando la importancia de programas educativos adaptados. La práctica generalizada de eludir impuestos y burocracia plantea desafíos administrativos y fiscales que requieren atención. La diversidad cultural y la condición fronteriza emergieron como factores clave que afectan las percepciones sobre el comercio informal. Estas conclusiones proporcionan una visión integral de la dinámica del comercio informal en Guayaramerín, ofreciendo una base sólida para el

desarrollo de políticas y estrategias que aborden las complejidades y fomenten un entorno comercial más sostenible en la ciudad.

Palabras Claves: Comercio Informal, Guayaramerín, Frontera, actividad comercial, burocracia, factores.

ABSTRACT

In this study on informal trade in the central market of Guayaramerín, various crucial aspects were investigated. The research focused on the influence of socioeconomic and cultural factors on the growth of informal trade, specifically assessing the impact of cultural diversity and the border condition with Brazil. The results revealed that most traders participate in the informal sector due to limitations in work sources and the economic crisis, highlighting the need for interventions to address these concerns. In addition, a significant correlation was observed between the lack of formal education and the participation in informal trade, underlining the importance of tailored educational programs. The widespread practice of evading taxes and bureaucracy poses administrative and fiscal challenges that require attention. Cultural diversity and the border condition emerged as key factors that affect perceptions of informal trade. These findings provide a comprehensive view of the dynamics of informal trade in Guayaramerín, offering a solid basis for the development of policies and strategies that address the complexities and foster a more sustainable trading environment in the city.

Keywords: Informal Trade, Guayaramerín, Border, Commercial Activity, Bureaucracy, Factors.

1. INTRODUCCION

En los últimos años la ciudad de Guayaramerín ha convivido con la problemática sobre el incremento del crecimiento significativo del “comercio informal”. Según Medina y Schneider, (2019), argumentan que la economía informal comprende actividades económicas que eluden los costos y están excluidas de los beneficios y derechos incorporados en las leyes y normas administrativas que cubren la propiedad, relaciones, licencias comerciales, contratos laborales, crédito financiero y sistemas sociales, en Bolivia el término de economía informal, se estrecha fuertemente a lo que refiere el comercio informal.

Según la OIT (2007), el comercio informal es tan solo una modalidad de la economía informal este trabajo se desarrolla con un insuficiente o nulo nivel de legislación que regulan las actividades económicas. A partir de estas ideas nos introduciremos en la actividad del comercio informal donde se ha venido fortaleciendo día a día e incrementando potencialmente en el país, el cual afecta de manera directa al patrimonio del estado por motivo de que dicha actividad carece de regulaciones tributarias y de una base legal de funcionamiento.

En los últimos años se ha observado un crecimiento considerable en la población, aproximadamente el 57% del total de la "Población Económicamente Activa" está ocupado en el sector informal, de acuerdo a datos del INE. El comercio informal es una de las principales actividades preponderantes en el municipio de Guayaramerín, en donde las personas de diferentes contextos sociales, culturales y laborales, se dedican a esta actividad, encontrando una oportunidad de trabajo que le permiten contar con un ingreso económico para sustentarse.

La presente investigación tiene la importancia de contar con una información necesaria y actualizada sobre las causas que lleva a la población la informalidad en sus negocios, ya que no existe un estudio formal sobre este fenómeno que pueda caracterizar a este sector de la sociedad y determinar los diferentes factores que conllevan a la informalidad. La investigación tiene como objetivo identificar los factores que influyen en el crecimiento del comercio informal en el mercado central de la ciudad de Guayaramerín.

Por lo presentado anteriormente, la pregunta de investigación haría referencia a ¿Cuáles son los factores que influyen en el crecimiento del comercio informal en la ciudad de Guayaramerín?

2. METODOLOGIA

La investigación adopta un diseño no experimental y transversal, seleccionando aleatoriamente el grupo de estudio sin intervención en las variables del investigador. Se centra en la recopilación de datos cuantitativos descriptivos para caracterizar a los comerciantes informales e identificar los factores influyentes en el crecimiento del comercio informal en el mercado central de Guayaramerín en 2021.

La obtención de información se llevó a cabo mediante observación directa y encuestas dirigidas a individuos involucrados en el comercio informal, abarcando ambos sexos, todas las edades y diversos niveles educativos e ingresos, sin distinción entre puestos fijos o ambulantes. Además, se empleó la investigación documental, explorando libros, páginas web y artículos científicos para complementar la recopilación de datos esenciales para la investigación.

El análisis se enfocó en características específicas de los comerciantes informales y sus percepciones sobre la actividad informal. Este enfoque permitió identificar los diversos factores que impactan el crecimiento del comercio informal en la ciudad.

La determinación de la muestra se basó en una investigación observacional previa realizada por estudiantes de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián, que caracterizó a los comerciantes del mercado Guayaramerín en tiempos de la pandemia en 2021. La población inicial fue de 653 comerciantes, y la muestra resultante para esta investigación fue de 243, utilizando criterios establecidos en el estudio anterior. Este enfoque garantiza representatividad y coherencia en la selección de la muestra.

3. RESULTADOS

En esta sección, se exponen los resultados derivados de la metodología implementada. Los datos obtenidos mediante observaciones, encuestas y revisión documental, brindan una visión completa de los comerciantes informales en el mercado central de Guayaramerín en 2021. Se enfocan en la caracterización de estos comerciantes y en la detallada identificación de los factores que inciden en el crecimiento del comercio informal, proporcionando información esencial para comprender y abordar este fenómeno a nivel local.

Sexo de los comerciantes

La distribución de género en el comercio informal reveló que el 88,1% (214) de los comerciantes son mujeres, mientras que el 11,9% (29) son hombres (ver Tabla 1). Este hallazgo destaca una marcada predominancia femenina en la participación del comercio informal en el mercado central de Guayaramerín en 2021.

La abrumadora representación femenina podría vincularse a factores socioeconómicos específicos que motivan a las mujeres a participar en el comercio informal en mayor medida

que los hombres en esta región. Este resultado podría influir en estrategias de intervención y políticas públicas dirigidas a abordar las disparidades de género en el ámbito del comercio informal. La observación de esta tendencia proporciona una base valiosa para futuras investigaciones orientadas a comprender más profundamente los determinantes de género en la participación en el comercio informal en Guayaramerín.

Tabla 1

Sexo de los comerciantes

Categoría	N°	%
Femenino	214	88,1
Masculino	29	11,9
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

Edad de los comerciantes

La distribución de edades reveló que el 50,20% (122) de los comerciantes tienen edades comprendidas entre 40 y 50 años, constituyendo la mayoría. El 25,1% (61) tiene edades entre 29 y 39 años, seguido por el 11,50% (28) en el rango de 51 a 60 años. Un 7% (17) pertenece al grupo de 18 a 28 años, mientras que el 4,90% (12) tiene más de 60 años y el 1,20% (3) es menor a 17 años (ver Tabla 2).

La preeminencia de comerciantes en el rango de 40 a 50 años podría indicar que este grupo demográfico encuentra en el comercio informal una opción económica relevante en Guayaramerín. Esta tendencia también sugiere la necesidad de políticas específicas dirigidas a apoyar y regular las actividades comerciales informales en dicho rango etario. Además, la presencia de comerciantes menores de 17 años subraya la importancia de abordar cuestiones relacionadas con la participación laboral temprana y la protección de los derechos de los trabajadores jóvenes en este contexto específico.

Tabla 2
Edad de los comerciantes

Categoría	Nº	%
17 años o menor	3	1,2
18 a 28	17	7
29 a 39	61	25,1
40 a 50	122	50,2
51 a 60	28	11,5
Mayor de 60	12	4,9
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

Nivel de estudios

Durante la aplicación de la encuesta, se constató que el 40,3% (98) de los comerciantes poseen educación primaria como nivel de instrucción predominante. Asimismo, el 30,9% (75) alcanzaron estudios secundarios, mientras que el 19,8% (48) se limitaron a educación secundaria. El 5,8% (14) de los participantes ostentan formación técnica, el 2,5% (6) alcanzaron nivel licenciatura y el 0,8% (2) declararon tener un nivel educativo distinto (ver Tabla 3).

Este análisis educativo refleja una predominancia de niveles de instrucción básica, indicando que una proporción significativa de comerciantes informales en Guayaramerín ha alcanzado únicamente la educación primaria. Estas cifras sugieren posibles limitaciones educativas que podrían influir en la calidad de vida y en las oportunidades laborales disponibles para este grupo demográfico. Para abordar estas disparidades, podrían ser necesarios programas de capacitación y educación continua adaptados a las necesidades específicas de los comerciantes informales en este contexto.

Tabla 3
Nivel de estudios

Categoría	Nº	%
Primaria	98	40,3
Secundaria	75	30,9
Bachiller	48	19,8
Técnico	14	5,8
Licenciatura	2	0,8
U otros	6	2,5
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

Factores económicos

El análisis de la encuesta reveló diversas motivaciones entre los comerciantes informales. El 44,4% (108) indicó que se dedicó a esta actividad por falta de fuentes de trabajo, mientras que el 14% (34) comenzó debido a la crisis económica del COVID-19. El 12,8% (31) busca un mayor nivel de ingreso, el 11,5% (28) señaló que la falta de capital los impulsó, y el 9,1% (22) atribuye su participación a la falta de apoyo financiero. Además, el 8,2% (20) optó por el comercio informal para lograr independencia económica (ver Tabla 4).

Estos resultados evidencian que la mayoría de los comerciantes informales se involucran en esta actividad debido a la falta de oportunidades laborales convencionales. La crisis económica derivada de la pandemia ha desempeñado un papel significativo, siendo una razón fundamental para el 14% de los participantes. Las motivaciones económicas, como la búsqueda de ingresos adicionales (12,8%) y la falta de capital (11,5%), subrayan la importancia del comercio informal como una estrategia de supervivencia económica. Estos hallazgos pueden orientar políticas y programas destinados a mejorar las condiciones laborales y económicas de los comerciantes informales en Guayaramerín.

Tabla 4

Factores económicos

Categoría	Nº	%
Falta de apoyo financiero	22	9,1
Falta de fuentes de trabajo	108	44,4
Falta de capital	28	11,5
Para obtener un nivel mayor de ingreso	31	12,8
Crisis producida por el COVID 19	34	14
Necesidad de lograr independencia económica	20	8,2
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

Factores sociales

El análisis de los factores sociales revela que el 42,4% (103) de los comerciantes se involucran en el comercio informal debido a la pobreza. La pérdida de empleo influye en el 16,9% (41),

mientras que el 11,5% (28) lo atribuye al escaso apoyo de las autoridades. La decisión de emprender motivó al 11,1% (27) de los comerciantes, el 10,7% (26) valora la flexibilidad horaria, el 5,3% (13) menciona la insuficiencia educativa y el 2,1% (5) participa en el comercio informal debido a la migración (ver Tabla 5).

Estos resultados reflejan que la pobreza es la principal fuerza impulsora del comercio informal, afectando a más del 40% de los comerciantes. La pérdida de empleo y la falta de apoyo institucional también se destacan como factores clave. La elección de emprender y la apreciación de la flexibilidad horaria indican una respuesta activa ante la falta de oportunidades tradicionales, evidenciando el comercio informal como una estrategia adaptativa. Este análisis destaca la necesidad de intervenciones que aborden las condiciones sociales y económicas subyacentes que impulsan la participación en el comercio informal en Guayaramerín.

Tabla 5
Análisis de las Causas Sociales de la Informalidad Laboral

Categoría	N°	%
La pobreza	103	42,4
Pérdida de empleo	41	16,9
Poco apoyo de las autoridades	28	11,5
Emprendimiento	27	11,1
Horario de trabajo flexibles	26	10,7
Bajo grado de estudio	13	5,3
Migración	5	2,1
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

Normas y regulaciones

Durante la aplicación de la encuesta, se observó que el 85,6% (208) de los comerciantes informales optan por evitar el pago de impuestos y simplificar trámites burocráticos. En contraste, el 14,4% (35) de los participantes no elude estas responsabilidades fiscales y administrativas (ver Tabla 6).

La abrumadora mayoría que evita el pago de impuestos y la burocracia destaca una práctica común en el comercio informal, evidenciando la preferencia por operar al margen de las obligaciones fiscales y administrativas. Este comportamiento puede ser atribuido a la percepción de una carga fiscal excesiva o a la falta de claridad en los procedimientos administrativos. La baja proporción que no elude estas responsabilidades sugiere posibles variaciones en las percepciones o situaciones específicas que inciden en la toma de decisiones de algunos comerciantes informales. Este hallazgo respalda la necesidad de reformas fiscales y administrativas que aborden las preocupaciones y realidades de los comerciantes informales en Guayaramerín.

Tabla 6

Percepción de los Comerciantes sobre el Cumplimiento de Normas y Regulaciones: Impacto en el Pago de Impuestos y la Gestión Administrativa

Categoría	Nº	%
Si	208	85,6
No	35	14,4
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

La ubicación geográfica como factor

Los resultados revelan que el 61,7% (150) de los encuestados percibe que, efectivamente, la naturaleza cosmopolita de Guayaramerín contribuye al aumento del comercio informal. En contraste, el 38,3% (93) opina que esta característica no facilita dicho aumento (ver Tabla 7).

La respuesta de la mayoría, que afirma la influencia positiva del cosmopolitismo en el comercio informal, sugiere una conexión entre la diversidad cultural y la dinámica del comercio informal en Guayaramerín. Esta percepción puede indicar que la presencia de personas con diferentes costumbres y antecedentes propicia un entorno propicio para la proliferación de actividades comerciales informales. La minoría que no comparte esta opinión destaca la existencia de perspectivas divergentes sobre la relación entre lo cosmopolitismo y el comercio informal. Este análisis respalda la necesidad de indagar más profundamente en las interacciones culturales y económicas que podrían influir en la dinámica del comercio informal en una ciudad cosmopolita como Guayaramerín.

Tabla 7

Opiniones sobre el Impacto de la Diversidad Cultural en el Comercio Informal en Guayaramerín

Categoría	N°	%
Si	150	61,7
No	93	38,3
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

La ubicación fronteriza como factor

Los resultados reflejan que el 73,3% (178) de los encuestados reconoce que la condición fronteriza sí incide en el crecimiento del comercio informal. En contraposición, el 26,7% (65) sostiene que la situación fronteriza no tiene influencia en el crecimiento del comercio informal (ver Tabla 8).

La abrumadora mayoría que vincula la condición fronteriza con Brasil al crecimiento del comercio informal sugiere una percepción extendida sobre la influencia directa de la frontera en las dinámicas comerciales. Este resultado puede ser atribuido a factores como la proximidad geográfica, intercambio cultural y comercial, así como a la variabilidad de productos disponibles. La minoría que no identifica tal influencia indica la presencia de perspectivas divergentes sobre la conexión entre la frontera con Brasil y el comercio informal en Guayaramerín. Este análisis respalda la necesidad de explorar en profundidad los factores específicos que vinculan la condición fronteriza con las actividades comerciales informales, proporcionando una base para el desarrollo de estrategias y políticas más informadas.

Tabla 8

Percepciones sobre la Relación entre la Frontera con Brasil y el Comercio Informal en Guayaramerín

Categoría	N°	%
Si	178	73,3
No	65	26,7
Total	243	100,00

Fuente: Elaboración propia

4. DISCUSIONES

La presente investigación sobre el comercio informal en el mercado central de Guayaramerín establece conexiones y divergencias con resultados previos de investigaciones realizadas en distintas regiones. Al analizar diversos estudios sobre el comercio informal, se revelan similitudes y contrastes significativos en los factores determinantes de esta actividad económica en entornos fronterizos y urbanos.

Jiménez (2019) destaca la influencia del comercio fronterizo en Tacna, resaltando la vulnerabilidad de las mujeres comerciantes y las brechas en el acceso a recursos y servicios, hallazgos que se asemejan a los resultados obtenidos en Guayaramerín. Quispe et al. (2020) y Aburto (2016) también identifican la falta de empleo, la discriminación y la baja escolaridad como motivadores para el comercio informal, coincidiendo con las similitudes encontradas en nuestra investigación.

La prevalencia de mujeres en el comercio informal, resaltada por Jiménez (2019) y Quispe et al. (2020), subraya una tendencia generalizada independientemente de la ubicación geográfica. Además, la necesidad de subsistencia como motivación para el comercio informal, también compartida por Aburto (2016) y López (2012), revela la universalidad de ciertos factores impulsores.

A pesar de estas similitudes, se observan diferencias notables, como la influencia de la diversidad cultural y la condición fronteriza con Brasil en Guayaramerín, aspecto no abordado en el estudio de Tacna (Jiménez, 2019). Este hallazgo resalta la importancia de considerar factores locales específicos que pueden afectar el comercio informal de manera única.

La elusión generalizada de impuestos y burocracia por parte de los comerciantes informales en Guayaramerín, destacada en este estudio, presenta una diferencia significativa con investigaciones anteriores que podrían no haber enfatizado este aspecto. Esta práctica puede estar vinculada a condiciones específicas de regulación fiscal y administrativa en la región, lo que destaca la necesidad de abordar cuestiones regulatorias locales para una comprensión integral del comercio informal.

5. CONCLUSIONES

La percepción mayoritaria (61,7%) de que Guayaramerín, al ser una ciudad cosmopolita, facilita el aumento del comercio informal sugiere que la diversidad cultural puede estar correlacionada positivamente con el crecimiento de estas actividades económicas.

El contundente respaldo (73,3%) a la idea de que la condición fronteriza con Brasil incide en el crecimiento del comercio informal destaca la relevancia de factores geográficos y de intercambio internacional en la dinámica comercial de la ciudad.

La mayoría de los encuestados (44,4%) participa en el comercio informal por falta de fuentes de trabajo, subrayando la necesidad de abordar las limitaciones laborales convencionales como impulsoras significativas de esta actividad.

La predominancia de comerciantes con educación primaria (40,3%) resalta la importancia de desarrollar programas de educación y capacitación adaptados para mejorar las habilidades y oportunidades laborales de este sector.

La abrumadora proporción (85,6%) que elude el pago de impuestos y burocracia subraya la necesidad de reformas fiscales y administrativas que aborden las percepciones y realidades que motivan estas prácticas en el comercio informal.

Considerando los resultados obtenidos, se concluye que el crecimiento del comercio informal en Guayaramerín está influido por una combinación de factores, entre ellos, la diversidad cultural, la condición fronteriza con Brasil, las limitaciones educativas y las prácticas fiscales. Estas conclusiones proporcionan una base integral para la comprensión de las complejidades del comercio informal en la ciudad y orientan la formulación de políticas y estrategias efectivas para abordar sus desafíos y potenciar sus aspectos positivos.

6. REFERENCIAS

Acevedo, H. L. (2020). El comercio informal, una oportunidad de trabajo para jóvenes en Santiago de Chile. *Laboratorio: revista de estudios sobre cambio estructural y desigualdad social*, 30, 158–185. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7689126>

- Calazacón Román, R. J. (2020). *El comercio informal ambulante y su incidencia en la economía de Santo Domingo*. Disponible en: <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/11368>
- Camargo, E. L. (2012). El comercio informal en Colombia: causas y consecuencias. *In Vestigium Iré*, 5(1), 109–116. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7883702>
- Cid Ferreira, L., & Lizárraga, L. (2019). El contrabando vinculado al comercio informal de mercaderías en el noroeste argentino y su relación con el desarrollo económico. *Delito y sociedad*, 28(48), 56–82. Disponible en: <https://doi.org/10.14409/DYs.v2I48/8544>
- Condori Apaza, M., Pariona Ccanto, E., Suasnabar Quispe, S., & Reyna Arauco, G. A. (2020). Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patiño de Huancayo. *Socialium*, 4(1), 95–113. Disponible en <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2020.4.1.512>
- De Marchi-Moyano, B., & Arraya-Pareja, L. H. (2021). Guayaramerín: una frontera marcada por el río Mamoré y las cachuelas. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, 70, 15–36. Disponible en <https://doi.org/10.17141/iconos.70.2021.4670>
- De Souza, M. (2017). El comercio informal de calle en las comunas Santiago y Concepción. *Urbano*, 20(35), 58–73. Disponible en: <https://doi.org/10.22320/07813607.2017.20.35.05>
- De Souza, M. V. (2020). Concepción: El trabajador del comercio informal de calle. La producción efímera del espacio en la crisis social. *Arquitecturas del sur*, 38(57), 146–161. Disponible en: <https://doi.org/10.22320/07196466.2020.38.057.08>
- Aburto, J. B. (2016). Factores económicos y sociales que inciden en el comercio informal del mercado Israel Lewites, Managua. *REICE Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 4(8), 118–130. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5763161>

- Fernández, G. M. Q., Nina, V. D. A., Villa, M. V. V., & Flores, R. V. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 26(3), 207–230. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565477>
- Gamboa, R. J., Córdova, A. C., Bedoya, M., & Naranjo, J. (2016). Comercio informal: Un estudio en el municipio de Píllaro provincia Tungurahua – Ecuador. *Ojeando la Agenda*, 44, 2. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5803855>
- Guatumillo, M. A. M., Velasco, B. Z., Espinoza, E. B. C., & Morán, K. Z. (2021). La realidad del mercado informal de Quito en tiempos de pandemia COVID-19, 2020. *Revista Publicando*, 8(30), 47–56. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8020883>
- Jiménez Palacios, R. (2019). Comercio informal en ciudades de frontera. Estudio de caso de los feriantes de ropa y calzado en la ciudad de Tacna (Perú). *Si Somos americanos*, 19(1), 13–42. Disponible en <https://doi.org/10.4067/s0719-09482019000100013>
- Juárez, C. E. R., & Velasco, R. G. M. (2015). Comercio informal transfronterizo México-Guatemala desde una perspectiva de frontera permisiva. *Estudios fronterizos*, 16(31), 149–174. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5196251>
- Mora, B. R., Díaz, J. G., & Meriño, I. O. (2017). Mercado laboral informal en las ciudades de Riohacha y Maicao, La Guajira – Colombia. *Boletín Redipe*, 6(6), 132–143. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6132722>
- Navas, C. A. (2017). El comercio informal en el centro de Barranquilla: una aproximación desde el paradigma cualitativo. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 42, 187–214. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6412848>

Palacios, R. J. (2019). Comercio informal en ciudades de frontera.: Estudio de caso de los feriantes de ropa y calzado en la ciudad de Tacna (Perú). *Si somos americanos*, 19(1), 13–42. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7414878>

Porras, E. M. (2018). Incidencias de la migración interna en la reproducción de la economía informal. *Tabula rasa*, 28, 347–369. Disponible en:

**INFLUENCIAS EN LA COMPRA DE ROPA USADA EN GUAYARAMERÍN:
ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN 2021**

**INFLUENCES ON THE PURCHASE OF USED CLOTHING IN GUAYARAMERÍN:
ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN 2021**

Menacho Zemo Andrea
andreamenachozemo@gmail.com

Espinoza Juarez Helen
espinozajuarezhelen@gmail.com

Piedrola Sossa Maria Silene
Msilenepiedrolasossa@gmail.com

Herrera Codama Ana Maria
anitahc323@gmail.com

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

RESUMEN

La compra de ropa usada es un fenómeno global que ha ganado relevancia en diversos contextos geográficos. En este estudio, se analiza el comportamiento del consumidor en el mercado de Guayaramerín, Bolivia, en relación con la adquisición de prendas de segunda mano. Se utilizó un enfoque cuantitativo mediante encuestas dirigidas a 238 compradores de ropa usada en Guayaramerín. Se examinaron variables como género, edad, nacionalidad, nivel de estudio, frecuencia y cantidad de compra, así como factores influyentes en la decisión de compra. Se observó que el 61,34% de los compradores son mujeres, con una edad promedio entre 21 y 30 años (39,50%). La mayoría de los consumidores son de nacionalidad boliviana (91,18%) y tienen estudios de secundaria (46,22%). El 77,31% afirmó comprar ropa usada regularmente, principalmente motivados por el precio (31,93%) y la calidad (31,51%) de las prendas. Las poleras/blusas fueron las prendas más adquiridas (32,35%). Los hallazgos coinciden con investigaciones previas que destacan el crecimiento del mercado de ropa usada y su aceptación entre diferentes grupos demográficos. Aunque el precio sigue siendo el principal motivador de compra, se observa una tendencia hacia la valoración de la calidad. La influencia del entorno social también juega un papel significativo en las decisiones de compra. El estudio revela patrones claros en el comportamiento del consumidor de ropa usada en Guayaramerín, resaltando la importancia de considerar factores como el género, la edad y la nacionalidad en

las estrategias de mercado. Además, sugiere oportunidades para el desarrollo de políticas y prácticas comerciales que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores locales.

Palabras claves: Ropa usada, consumidor, comportamiento, factores, Guayaramerín

SUMMARY

The purchase of used clothing is a global phenomenon that has gained relevance in various geographical contexts. This study analyzes consumer behavior in the Guayaramerín market, Bolivia, regarding the acquisition of second-hand garments. A quantitative approach was used through surveys directed at 238 buyers of used clothing in Guayaramerín. Variables such as gender, age, nationality, level of education, frequency and quantity of purchase, as well as influencing factors in the purchase decision, were examined. It was observed that 61.34% of the buyers are women, with an average age between 21 and 30 years (39.50%). Most consumers are of Bolivian nationality (91.18%) and have secondary education (46.22%). 77.31% stated that they regularly buy used clothing, mainly motivated by price (31.93%) and quality (31.51%) of the garments. Polos/blouses were the most acquired garments (32.35%). The findings coincide with previous research highlighting the growth of the used clothing market and its acceptance among different demographic groups. Although price remains the main purchase motivator, there is a trend towards valuing quality. The influence of the social environment also plays a significant role in purchasing decisions. The study reveals clear patterns in the behavior of used clothing consumers in Guayaramerín, highlighting the importance of considering factors such as gender, age, and nationality in market strategies. Additionally, it suggests opportunities for the development of policies and commercial practices that meet the needs and preferences of local consumers.

Keywords: Used clothing, consumer, behavior, factors, Guayaramerín

1. INTRODUCCIÓN

La venta de ropa americana de segunda mano en Bolivia ha sido una práctica arraigada durante más de 25 años, desde los albores de la década de los años 90 del siglo pasado. Esta modalidad de adquisición de prendas goza de una gran aceptación en Bolivia debido a su accesibilidad para todas las clases sociales, convirtiéndose en un producto que congrega tanto a compradores como

a vendedores de diversos estratos sociales. Aunque esta actividad beneficia los ingresos económicos de quienes participan en su comercialización, también afecta negativamente a las empresas textiles locales.

El mercado más relevante de ropa usada se ubica en la ciudad de El Alto, en La Paz. La ropa americana llega a Bolivia a través de Iquique, Chile, donde mayoristas adquieren prendas en contenedores para su posterior distribución en territorio boliviano de forma ilegal, en contravención al decreto 28761 del año 2006 que prohíbe la importación de esta mercancía (Juárez, 2017, La Paz).

Esta investigación se propone analizar los factores de marca, diseño, calidad y precio que inciden en el comportamiento de los compradores al adquirir ropa usada en la ciudad de Guayaramerín, donde este tipo de consumo es frecuente. Para ello, se recopilaron datos a través de encuestas dirigidas a compradores de ropa usada, con el objetivo de abordar la siguiente pregunta científica: ¿Cuáles son los factores determinantes que motivan la adquisición de ropa americana de segunda mano en Guayaramerín? En este contexto, el objetivo general de la investigación se centra en analizar los aspectos que influyen en el comportamiento del consumidor de este tipo de prendas en dicha localidad.

3. METODOLOGIA

La investigación tiene como objetivo describir el comportamiento de las personas al adquirir ropa usada (americana) en Guayaramerín. Se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias, como libros, artículos científicos y estudios previos relacionados. Se realizaron encuestas a clientes de ropa usada, con una muestra de 238 personas mayores de 18 años, utilizando un cuestionario de 10 preguntas cerradas. El diseño de investigación fue no experimental, empleando métodos descriptivos, cuantitativos de corte transversal. Se analizaron factores como marca, diseño, calidad y precio que influyen en la motivación de compra. La metodología cuantitativa se utilizó para recopilar datos numéricos de la encuesta y establecer patrones de comportamiento. La investigación fue realizada aproximadamente en un mes en su fase de campo.

3. RESULTADOS

Los resultados de esta investigación ofrecen una visión detallada del comportamiento de los consumidores al adquirir ropa usada en Guayaramerín. A través del análisis de factores como marca, diseño, calidad y precio, se revelan conocimientos significativos que contribuyen a comprender mejor las motivaciones y preferencias de los compradores en este mercado. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para la formulación de estrategias tanto para los comerciantes locales como para las empresas textiles interesadas en este segmento de mercado en constante evolución.

Género de los consumidores

En cuanto al género de los consumidores de ropa usada en Guayaramerín, se observa una clara disparidad en la distribución. Del total de 238 encuestados, el 61,34% corresponde al género femenino, mientras que el 38,66% corresponde al género masculino. Estos resultados sugieren que las mujeres son el grupo demográfico predominante en la adquisición de prendas de vestir de segunda mano en este mercado (ver Tabla 1).

Los resultados revelan una tendencia marcada hacia la compra de ropa usada por parte del género femenino, representando una mayoría significativa en comparación con el género masculino. Este hallazgo puede atribuirse a diversos factores, como las preferencias de moda, la accesibilidad económica y la diversidad de opciones disponibles en el mercado de prendas de segunda mano. Estos datos subrayan la importancia de considerar las dinámicas de género al diseñar estrategias de comercialización y abastecimiento en este sector, lo que puede ser crucial para satisfacer las necesidades y demandas específicas de cada segmento de consumidores.

Tabla 1

Género de los consumidores

Categoría	N°	%
Masculino	92	38,66
Femenino	146	61,34
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Edad de los consumidores

Al analizar la distribución de las edades entre los 238 encuestados, se observa que la mayoría se encuentra en el rango de 21 a 30 años, representando el 39,50% del total. Le sigue el grupo de personas de 31 a 40 años, que conforma el 32,35%. Por otro lado, los participantes más jóvenes, de 18 a 20 años, representan el 11,34%, mientras que aquellos de 41 años en adelante comprenden el 16,81% (ver Tabla 2).

Los resultados destacan una clara preferencia por parte de los consumidores más jóvenes, especialmente aquellos en el rango de 21 a 30 años, en la adquisición de prendas de vestir de segunda mano en Guayaramerín. Este hallazgo sugiere una mayor receptividad hacia este tipo de productos entre la población más joven, posiblemente influenciada por consideraciones económicas, tendencias de moda y la búsqueda de opciones más accesibles en términos de precio y variedad. Por otro lado, se observa un interés menor por parte de los grupos de edad más extremos, tanto los más jóvenes como los más mayores, lo que puede indicar una menor participación en este tipo de mercado debido a diversas razones, como preferencias de consumo, disponibilidad de recursos y prioridades financieras. Estos datos son relevantes para comprender las dinámicas de consumo de prendas de vestir de segunda mano y pueden orientar estrategias de marketing y oferta de productos dirigidas a diferentes grupos demográficos en función de su edad.

Tabla 2

Edades de los encuestados

Categorías	N°	%
18 - 20	27	11,34
21 - 30	94	39,50
31 - 40	77	32,35
41 a mas	40	16,81
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Nacionalidad

Se observa que la mayoría de los compradores de ropa americana en Guayaramerín son de nacionalidad boliviana, representando un 91,18% del total de 238 encuestados. Por otro lado, se

encuentra un 6,72% de consumidores brasileños y un 2,10% de consumidores venezolanos (ver Tabla 3).

Estos resultados reflejan una predominancia significativa de compradores bolivianos en el mercado de ropa americana en Guayaramerín. Esta alta proporción sugiere una fuerte demanda local por este tipo de prendas, posiblemente influenciada por factores como la familiaridad cultural, la accesibilidad económica y la disponibilidad de productos en el mercado. Aunque la presencia de consumidores brasileños y venezolanos es relativamente baja en comparación con los bolivianos, aún constituyen una parte significativa de la base de clientes. Este hallazgo puede indicar una diversidad en el perfil de los consumidores de ropa americana en Guayaramerín, lo que ofrece oportunidades para la adaptación de estrategias de marketing y la consideración de las preferencias específicas de cada grupo nacional en términos de oferta de productos y servicios.

Tabla 3

Nacionalidad

Categoría	N°	%
Boliviana	217	91,18
Brasilera	16	6,72
Venezolana	5	2,10
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Nivel de estudio

Al examinar el nivel educativo de los compradores de ropa americana en Guayaramerín, se observa una variedad en la distribución. Del total de 238 encuestados, un pequeño porcentaje, el 2,52%, no tiene estudios. El 9,24% ha completado la educación primaria, mientras que el 46,22% ha alcanzado el nivel secundario. Los niveles educativos más altos incluyen un 22,69% de personas con educación técnica superior y un 19,33% con una licenciatura. No se registraron encuestados con estudios de maestría (ver Tabla 4).

Tabla 4

Nivel de estudio de los compradores

Categoría	N°	%
Sin estudio	6	2,52
Primaria	22	9,24
Secundaria	110	46,22
Técnico superior	54	22,69
Licenciatura	46	19,33
Maestría	0	0,00
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Los resultados revelan una diversidad significativa en los niveles de educación de los compradores de ropa americana. La mayoría de los consumidores han completado al menos la educación secundaria, lo que indica un nivel básico de educación formal. Sin embargo, también se observa una presencia considerable de personas con educación técnica superior y licenciatura, lo que sugiere una diversidad en los perfiles educativos de los consumidores. La ausencia de encuestados con estudios de maestría puede deberse a varias razones, como la disponibilidad limitada de este nivel educativo en la población de Guayaramerín o la falta de representación de este grupo específico en la muestra encuestada. Estos hallazgos son relevantes para comprender las características educativas de los consumidores de ropa americana y pueden informar estrategias de marketing dirigidas a diferentes grupos educativos en función de sus necesidades y preferencias específicas.

Consumidores

Del total de 238 participantes, el 77,31% afirmó comprar ropa usada, mientras que el 22,69% indicó que no lo hace (ver Tabla 5).

Tabla 5

¿Compra usted ropa usada?

Categoría	N°	%
Si	184	77,31
No	54	22,69
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados indican una prevalencia significativa de compradores de ropa usada entre la población encuestada en Guayaramerín. La mayoría de los participantes optan por adquirir prendas de vestir de segunda mano, posiblemente debido a su accesibilidad económica y atractivo en términos de costos. Por otro lado, aunque una proporción menor de encuestados prefiere comprar ropa nueva, este grupo aún representa una parte considerable de la muestra. Esta preferencia puede estar influenciada por factores como la percepción de calidad, la preferencia por productos nuevos y la disponibilidad de recursos financieros para adquirir prendas a precio completo. Estos resultados son fundamentales para comprender las dinámicas de consumo de ropa usada en Guayaramerín y pueden informar estrategias comerciales dirigidas a diferentes segmentos de consumidores en función de sus preferencias de compra.

Frecuencia de compra

Al examinar la frecuencia de compra de ropa usada entre los encuestados, se observa una distribución variada. Del total de 238 participantes, el 26,89% compra tres veces al mes, seguido de un 18,91% que compra dos veces al mes. Un porcentaje similar, el 18,91%, realiza compras cada tres meses, mientras que el 12,61% compra una vez al mes. Por otro lado, el 22,69% indicó que no compra ropa usada (ver Tabla 6).

Estos resultados muestran una diversidad en la frecuencia de compra de ropa usada entre los consumidores de Guayaramerín. Se observa que una parte significativa de los encuestados realiza compras con regularidad, con un número considerable de personas comprando tres veces al mes, lo que indica una demanda constante en este mercado. Además, se observa que un porcentaje considerable opta por realizar compras con menor frecuencia, ya sea dos veces al mes, una vez al mes o cada tres meses. Por otro lado, un grupo considerable de encuestados indicó que no compra ropa usada, lo que puede estar relacionado con preferencias de compra, disponibilidad de recursos o factores culturales. Estos hallazgos son relevantes para comprender los patrones de consumo de ropa usada en Guayaramerín y pueden orientar estrategias comerciales dirigidas a diferentes segmentos de consumidores en función de su frecuencia de compra.

Tabla 6

¿Con que frecuencia compra ropa usada?

Categoría	N°	%
Tres veces al mes	64	26,89
Dos veces al mes	45	18,91
Una vez al mes	30	12,61
Cada tres meses	45	18,91
Ninguna	54	22,69
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Nivel de compra

Al analizar la cantidad de prendas adquiridas por los consumidores, se observa una variedad en la distribución. Del total de 238 participantes, el 34,45% compra más de tres prendas, lo que representa el porcentaje más significativo. Por otro lado, el 22,69% de los encuestados no realiza ninguna compra de este tipo de prendas. Además, un 15,97% compra una prenda, un 15,13% compra dos prendas y un 11,76% realiza compras de una cantidad diferente a las opciones anteriores (ver Tabla 7).

Estos resultados muestran una amplia diversidad en la cantidad de prendas compradas por los consumidores de Guayaramerín. Se destaca que una proporción considerable de los encuestados opta por adquirir más de tres prendas, lo que sugiere una tendencia hacia compras en volumen. Por otro lado, una parte significativa de los participantes no realiza ninguna compra de este tipo de prendas, lo que puede reflejar preferencias de consumo, disponibilidad de recursos o factores culturales. Además, se observa una distribución relativamente equitativa entre aquellos que compran una o dos prendas, lo que indica una variedad en los hábitos de compra de los consumidores. Estos hallazgos son relevantes para comprender los patrones de compra de prendas de vestir de segunda mano en Guayaramerín y pueden informar estrategias comerciales dirigidas a diferentes segmentos de consumidores en función de la cantidad de prendas que adquieren.

Tabla 7

¿Qué cantidad de prendas compra?

Categoría	N°	%
Una Prenda	38	15,97
Dos Prendas	36	15,13
Más de 3 Prendas	82	34,45
Ninguna	28	11,76
Menos	54	22,69
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Factores de compra

Al examinar los factores que influyen en la compra de ropa usada entre los encuestados, se observa una variedad en la distribución. Del total de 238 participantes, el 31,51% indica que la calidad es el factor más relevante para su compra, seguido de cerca por el precio, con un 31,93%. Por otro lado, el 22,69% de los encuestados no realiza ninguna compra de este tipo de prendas. Además, un 10,92% prefiere comprar según la marca de las prendas y un 2,94% se guía por el diseño (ver Tabla 8).

Estos resultados resaltan la importancia de la calidad y el precio como factores determinantes en la decisión de compra de ropa usada entre los consumidores de Guayaramerín. La alta proporción de encuestados que priorizan la calidad y el precio sugiere una búsqueda de valor y durabilidad en las prendas adquiridas, lo que puede ser influenciado por consideraciones económicas y preferencias personales. Por otro lado, la presencia significativa de consumidores que no compran este tipo de prendas puede reflejar una falta de interés en la compra de productos de segunda mano o la preferencia por opciones nuevas. Además, se observa que una parte minoritaria de los participantes valora la marca o el diseño al momento de realizar sus compras, lo que puede indicar preferencias específicas de estilo o la influencia de marcas reconocidas en el proceso de compra. Estos hallazgos son relevantes para comprender los factores que motivan las decisiones de compra de prendas de vestir de segunda mano en Guayaramerín y pueden informar estrategias comerciales dirigidas a diferentes segmentos de consumidores en función de sus preferencias y prioridades de compra.

Tabla 8

¿Qué lo motiva a frecuentar las tiendas de ropa usada?

Categoría	N°	%
Marca	26	10,92
Diseño	7	2,94
Calidad	75	31,51
Precio	76	31,93
No compran	54	22,69
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

Tipos de prendas

Al analizar los tipos de prendas adquiridas por los consumidores, se observa una diversidad en la distribución. Del total de 238 participantes, el 32,35% compra poleras y blusas, lo que representa la categoría más popular. Le sigue la compra de pantalones, con un 18,49% de los encuestados. Además, un 10,92% adquiere vestidos y calzados, mientras que un 5,04% compra bermudas. Por otro lado, el 22,69% de los encuestados no realiza ninguna compra de este tipo de prendas (ver Tabla 9).

Estos resultados muestran una preferencia notable por parte de los consumidores de Guayaramerín hacia la compra de poleras y blusas, seguidas de cerca por los pantalones. Esta tendencia puede reflejar las preferencias de moda y el uso cotidiano de estas prendas en el contexto local. Además, se observa una demanda significativa de vestidos y calzados, lo que sugiere una diversidad en las opciones de vestimenta buscadas por los consumidores. Por otro lado, las bermudas representan una proporción más pequeña de las compras, lo que puede indicar una menor demanda o preferencia por este tipo de prenda en particular. Estos hallazgos son relevantes para comprender los patrones de consumo de prendas de vestir en Guayaramerín y pueden informar estrategias comerciales dirigidas a diferentes tipos de prendas en función de la demanda y preferencias de los consumidores.

Tabla 9

¿Qué tipo de prendas de vestir adquiere al momento de realizar una compra?

Categoría	N°	%
Calzados	25	10,50
Vestidos	26	10,92
Bermudas	12	5,04
Pantalones	44	18,49
Poleras/blusas	77	32,35
Ninguna	54	22,69
Total	238	100,00

Fuente: Elaboración propia

4. DISCUSIONES

Las investigaciones de Chacón & Hernández (2015), Rodríguez (2017), y Pagonabarraga (2022) ofrecen perspectivas valiosas sobre el comportamiento del consumidor en relación con la compra de ropa usada, aunque se centran en contextos geográficos diferentes. Chacón & Hernández (2015) señalan un incremento en la demanda de ropa usada en La Paz debido a la expansión de nuevos puntos de venta, lo que sugiere una creciente aceptación en la sociedad boliviana. Este hallazgo es consistente con los resultados encontrados en Guayaramerín, donde se observa una alta prevalencia de compradores, especialmente entre personas jóvenes y de ingresos medios altos, según Rodríguez (2017). Sin embargo, Pagonabarraga (2022) destaca que, en Vitoria-Gasteiz, aunque el consumo de ropa de segunda mano está en aumento, aún representa un porcentaje reducido del total de compras de ropa, y el principal motivador sigue siendo el precio más bajo en comparación con la ropa nueva.

Respecto a los factores que influyen en el comportamiento del consumidor, todos los estudios destacan la importancia del precio como un factor determinante en la compra de ropa usada. Tanto Rodríguez (2017) como Pagonabarraga (2022) resaltan que el precio asequible es un factor motivador para los consumidores, especialmente aquellos con ingresos limitados. Además, Chacón & Hernández (2015) y Pagonabarraga (2022) mencionan que, aunque inicialmente la compra de ropa usada estaba asociada principalmente con personas de bajos ingresos, en la actualidad también es frecuente entre personas de ingresos medios y altos, lo que resalta un cambio en las percepciones y comportamientos de compra en relación con la ropa de segunda mano.

Otro factor comúnmente mencionado en las investigaciones es la influencia del entorno social en las decisiones de compra. Rodríguez (2017) destaca que las recomendaciones de amigos y familiares son un factor significativo en la elección de tiendas de ropa usada en Guayaramerín, mientras que Pagonabarraga (2022) señala que el boca a boca y la influencia del grupo de referencia son importantes en Vitoria-Gasteiz. Esta similitud sugiere que las relaciones interpersonales desempeñan un papel crucial en la formación de las preferencias de compra de ropa usada en diferentes contextos geográficos.

Aunque existen diferencias en los contextos geográficos y en la magnitud del consumo de ropa usada, los estudios revisados muestran similitudes en los factores que influyen en el comportamiento del consumidor, como el precio asequible, la influencia del entorno social y el cambio en las percepciones hacia la ropa de segunda mano. Estos hallazgos subrayan la importancia de comprender las dinámicas locales y las preferencias de los consumidores para desarrollar estrategias efectivas en el mercado de la ropa usada.

5. CONCLUSIONES

La preferencia mayoritaria de los consumidores de Guayaramerín por adquirir poleras y blusas sugiere una demanda significativa de prendas superiores en el mercado de ropa usada, destacando la importancia de la variedad y calidad de estas prendas en las tiendas locales.

La alta proporción de compradores que priorizan la calidad y el precio al momento de realizar sus compras refleja la importancia de estos factores en la decisión de compra de prendas de vestir de segunda mano, destacando la necesidad de ofrecer productos que satisfagan estos criterios en el mercado.

La diversidad en la frecuencia de compra de prendas de vestir de segunda mano indica la existencia de diferentes hábitos de consumo entre los consumidores de Guayaramerín, lo que sugiere la necesidad de adaptar las estrategias comerciales para satisfacer las necesidades de diferentes segmentos de consumidores.

La predominancia de consumidores jóvenes en la adquisición de ropa usada resalta la importancia de comprender las preferencias y tendencias de moda entre este grupo demográfico, lo que puede influir en la oferta de productos y estrategias de marketing dirigidas a este segmento de mercado en constante evolución.

La baja presencia de compradores con estudios de maestría sugiere una posible área de oportunidad para expandir la participación de este grupo demográfico en el mercado de ropa usada, mediante estrategias que resalten la calidad, la sostenibilidad y la accesibilidad económica de este tipo de prendas.

En conjunto, los resultados de esta investigación revelan la complejidad de los factores que influyen en el comportamiento de compra de prendas de vestir de segunda mano en Guayaramerín. La demanda variada de diferentes tipos de prendas, la importancia de la calidad y el precio en la decisión de compra, así como la diversidad en la frecuencia de compra y los perfiles educativos de los consumidores, resaltan la necesidad de estrategias comerciales y de marketing adaptadas a las preferencias y necesidades específicas de los diferentes segmentos de consumidores en este mercado.

6. REFERENCIAS

- Arana Silva, T. G., & Condori Cordero, W.M. (2018). La marca, factor determinante en la compra de ropa usada en la ciudad de La Paz. Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Administración de Empresas.
- Ponce et al. (s.f.). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. Eumed.Net. Consultado el 13 de noviembre de 2021 desde <https://www.eumed.net/ce/2012/dhi.pdf>
- Optar, T. P. (s. f.). Factores que influyen en el comportamiento de compra en relación al precio y feria balta. Edu.Pe. Consultado el 13 de noviembre de 2021 desde https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1690/1/TL_MendozaCastilloRicardo.pdf
- Gómez Velásquez, A. E. (2018). Ropa de segunda mano y pronta moda, a nivel local y global. Escuela Arquitectura y Diseño.
- Piscoya Bazan, K. F., & Garcia Toro, S. P. (2020). Estudio de mercado para una tienda de ropa usada en la ciudad de Chiclayo – 2018. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Poma Caparicona R Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Administración de Empresas, 2018.

Reyes García F, 2008 - Artículo de revista científica. Comportamiento del consumidor en la compra de la ropa usada en la feria 16 de julio.

Shaffry Rodríguez, A. J. (2020). Análisis del impacto de la comercialización de ropa usada en el mercado de prendas de vestir de la ciudad de Esmeraldas. Ecuador PUCESE - Escuela de Comercio Exterior.

Talavera Rodríguez, K. E. (2017). Factores socioeconómicos que influyen en los motivos de compras de los clientes que adquieren ropa usada en el barrio 14 de abril de la ciudad Estelí durante el I semestre del año 2016. <https://repositorio.unan.edu.ni/10016/>

Vintimilla Moscoso, M. (2014). Comercialización de ropa usada. Quito: USFQ, 2014.

**ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DEL DESEMPEÑO
EMPRESARIAL DE LAS PYMES EN GUAYARAMERÍN DURANTE EL
AÑO 2021**

**ANALYSIS OF THE DETERMINANTS OF SMALL AND MEDIUM-
SIZED ENTERPRISES' BUSINESS PERFORMANCE IN
GUAYARAMERÍN DURING THE YEAR 2021**

Saldia Moreno Diana Danexi (2021)

dianadanexiaa@gmail.com

Medina Core Ledy (2021)

ledymedinacore@gmail.com

Vaca Iva Tania (2021)

Vacaivatania@gmail.com

Aguilera Moya Tatiana

taty.tam13@gmail.com

Camama Cambero Rosa Isabela (2021)

Camamacambero21@gmail.com

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL BENI JOSE BALLIVIAN
FACULTADE DE CIENCIAS ECONOMICAS**

RESUMEN

En este estudio se investigó los factores que influyen en el éxito o fracaso de las PYMEs en Guayaramerín. Se empleó un enfoque descriptivo de corte transversal, con un diseño no experimental, y se aplicó un censo del 100% a 67 PYMEs mediante cuestionarios dirigidos a gerentes o propietarios, cuyos datos se analizaron mediante análisis de contenido. Los resultados indicaron que mantener relaciones sólidas con proveedores fue identificado por el 37,31% de los encuestados como crucial para el éxito empresarial, seguido por la mejora continua de la calidad de productos o servicios (23,88%) y la correcta aplicación de procesos administrativos (17,91%). En contraste, las limitaciones para acceder a créditos financieros (38,81%) se destacaron como el principal obstáculo para el crecimiento. Además, la ubicación geográfica fronteriza con Brasil presentó desafíos adicionales, como la competencia transfronteriza. Este estudio proporciona una comprensión integral de los factores que afectan a las PYMEs en Guayaramerín, destacando la importancia de establecer relaciones sólidas con proveedores, mejorar la calidad y abordar las limitaciones financieras para promover su éxito empresarial y contribuir al desarrollo económico local.

Palabras claves: Éxito, factores, fracaso, desempeño, PYMEs, Guayaramerin.

ABSTRACT

In this study, we investigated the factors influencing the success or failure of SMEs in Guayaramerín. A descriptive cross-sectional approach was employed, with a non-experimental design, and a 100% census was conducted on 67 SMEs through questionnaires directed at managers or owners, whose data were analyzed using content analysis. The results indicated that maintaining strong relationships with suppliers was identified by 37.31% of respondents as crucial for business success, followed by continuous improvement of product or service quality (23.88%) and proper implementation of administrative processes (17.91%). In contrast, limitations in accessing financial credit (38.81%) were highlighted as the main obstacle to growth. Additionally, the geographical location bordering Brazil presented additional challenges, such as cross-border competition. This study provides a comprehensive understanding of the factors affecting SMEs in Guayaramerín, highlighting the importance of establishing strong relationships with suppliers, improving quality, and addressing financial limitations to promote their business success and contribute to local economic development.

Keywords: Success, factors, failure, performance, SMEs, Guayaramerín.

1. INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) desempeñan un papel crucial en la economía mundial, representando aproximadamente el 50% del Producto Interno Bruto (PIB) global y proporcionando entre el 60% y el 70% de los empleos, según el Consejo Internacional para las Pequeñas Empresas (Emprende, 2020). En el contexto boliviano, las PYMEs constituyen el 79% de la base económica y generan alrededor del 40% de los empleos nacionales, tal como lo indica la Confederación de la Micro y Pequeña Empresa. Además, datos del Instituto Nacional de Estadística y del Ministerio de Desarrollo Productivo señalan la presencia de 275,000 microempresarios, quienes contribuyen con aproximadamente 2 millones de empleos en el país (Journer Bolivia, 2020).

En Guayaramerín, al igual que en otras partes del mundo, las PYMEs juegan un papel crucial en el desarrollo económico al crear oportunidades laborales, especialmente para segmentos

menos privilegiados como personas sin formación académica, jóvenes y mujeres, proporcionando así estabilidad y mejor calidad de vida. Además de su importancia en la generación de empleos, estas empresas ofrecen una variedad de productos y servicios esenciales para la subsistencia de la población.

Sin embargo, es evidente que en el mismo mercado algunas empresas han logrado mantenerse y prosperar, mientras que otras enfrentan dificultades y están al borde del cierre. Ante este fenómeno, surge la necesidad de realizar una investigación para diagnosticar los principales factores que inciden en el éxito o fracaso de las PYMEs en la ciudad de Guayaramerín, con base en el contexto real. Se planteo como pregunta de investigación ¿Cuáles son los factores que inciden en el éxito o fracaso de las PYMEs en la ciudad de Guayaramerín, en la gestión 2021?, con el objetivo de diagnosticar los factores que inciden en el éxito o fracaso de las empresas PYMEs en la ciudad de Guayaramerín.

2. METODOLOGIA

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Guayaramerín, ubicada en la provincia Vaca Diez del Departamento del Beni. Se empleó un enfoque descriptivo de corte transversal y un diseño no experimental, dado que no se manipuló ni modificó el objeto de estudio. La metodología adoptada fue de naturaleza cuantitativa.

Para recopilar datos, se realizó un censo del 100% de las PYMEs identificadas, que sumaron un total de 67 empresas. Se aplicó un cuestionario directamente a los gerentes o propietarios de estas empresas. Posteriormente, la información recolectada se procesó mediante el análisis de contenido.

3. RESULTADOS

Los resultados de la investigación revelan una visión detallada de los factores que inciden en el éxito o fracaso de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en la ciudad de Guayaramerín. A través de un enfoque descriptivo y cuantitativo, se examinaron diversas variables que influyen en el desarrollo sustentable de estas empresas, ofreciendo así una comprensión más profunda de su dinámica empresarial. Los hallazgos obtenidos a partir del censo del 100% de las PYMEs identificadas y la aplicación de cuestionarios directos a los gerentes o propietarios proporcionan

una base sólida para analizar y entender los desafíos y oportunidades que enfrentan estas empresas en el contexto local.

Tamaños de empresas

En la Tabla 1 se observa la distribución de las empresas estudiadas según su tamaño. Los resultados indican que el 94,03% de las PYMEs en la Ciudad de Guayaramerín se clasifican como microempresas, mientras que el 5,97% restante corresponde a pequeñas empresas. Este hallazgo resalta la predominancia abrumadora de las microempresas en el panorama empresarial local, lo que sugiere un predominio de estructuras organizativas más pequeñas y, posiblemente, una limitada capacidad de crecimiento en comparación con las pequeñas empresas. Esta distribución revela un aspecto importante del tejido empresarial local y puede tener implicaciones significativas para las políticas y programas de desarrollo económico dirigidos a este sector. Los datos proporcionados por la tabla son de elaboración propia.

Tabla 1
Clasificación de las Pymes

Categoría	Nº	%
Micro Empresa	63	94,03
Pequeña Empresa	4	5,97
Total	67	100,00

Fuente: Elaboración propia

Factores de éxito

Los resultados de la Tabla 2 revelan una serie de factores clave que las PYMEs consideran fundamentales para su éxito empresarial en Guayaramerín. En primer lugar, el hecho de que el 37,31% de las empresas destaquen la importancia de mantener relaciones sólidas con los proveedores sugiere que la colaboración y la confiabilidad en la cadena de suministro son elementos críticos para el funcionamiento eficiente de estas empresas.

Además, el 23,88% de las empresas enfatizan la necesidad de mejorar continuamente la calidad de sus productos o servicios resalta la importancia de la satisfacción del cliente y la diferenciación en un mercado competitivo. Esto sugiere que las empresas reconocen la

importancia de ofrecer productos o servicios de alta calidad como un medio para garantizar la lealtad del cliente y mantener una ventaja competitiva.

El 17,91% de las empresas que resaltan la relevancia de la correcta aplicación de los procesos administrativos indican la importancia de una gestión eficaz y eficiente para el éxito empresarial. Esto implica que contar con sistemas y procedimientos bien definidos puede contribuir significativamente a la operatividad y la rentabilidad de una empresa.

Aunque la capacidad gerencial y la expansión fueron mencionadas por un porcentaje menor de empresas, su inclusión en la lista de factores de éxito sugiere que la dirección estratégica y el crecimiento planificado siguen siendo consideraciones importantes para las PYMEs.

En conjunto, estos hallazgos resaltan la diversidad de factores que contribuyen al éxito empresarial y subrayan la importancia de aspectos como la gestión de proveedores, el mantenimiento de estándares de calidad y la eficacia en la gestión administrativa para el crecimiento y la sostenibilidad de las PYMEs en Guayaramerín.

La interpretación de los resultados de la Tabla 2 indica que las PYMEs en Guayaramerín valoran una variedad de factores que contribuyen a su éxito empresarial. El énfasis en mantener relaciones sólidas con los proveedores sugiere que estas empresas reconocen la importancia de una cadena de suministro confiable y colaborativa para garantizar la disponibilidad oportuna de materias primas y servicios.

La importancia atribuida a la mejora continua de la calidad de los productos o servicios refleja el compromiso de las PYMEs con la satisfacción del cliente y la excelencia en la entrega de productos o servicios. Esto sugiere una comprensión por parte de las empresas de la necesidad de diferenciarse en el mercado a través de la calidad del producto y el servicio al cliente.

La relevancia de la correcta aplicación de los procesos administrativos indica la importancia de una gestión eficiente y efectiva en todas las áreas operativas de la empresa. Esto incluye la planificación, la organización, la dirección y el control de los recursos y actividades empresariales para lograr los objetivos establecidos.

Aunque la capacidad gerencial y la expansión fueron mencionadas por un porcentaje menor de empresas, su inclusión en la lista de factores de éxito sugiere que estas consideraciones siguen siendo importantes para las PYMEs en su búsqueda de crecimiento y desarrollo.

Tabla 2
Factores de Éxito en las Pymes

Categoría	Nº	%
Relación con los proveedores	25	37,31
Capacidad Gerencial	9	13,43
Expansión	5	7,46
Procesos Administrativos	12	17,91
Calidad	16	23,88
Total	67	100,00

Fuente: Elaboración propia

Factores que influyen en el Fracaso de las Pymes

Los resultados obtenidos muestran que las limitaciones para acceder a créditos financieros son el principal obstáculo para el éxito de las empresas, según lo reportado por el 38,81% de las PYMEs estudiadas. Esta dificultad puede dificultar el crecimiento y la expansión de las empresas al limitar su capacidad para obtener financiamiento para inversiones o para gestionar la liquidez en momentos de necesidad.

El segundo factor más mencionado es el miedo o la inseguridad en el mercado, reportado por el 22,39% de las empresas. Esto sugiere que el entorno empresarial puede percibirse como desafiante o incierto para algunas empresas, lo que puede afectar su capacidad para tomar decisiones arriesgadas o para innovar.

La falta de orden o estructuración, mencionada por el 14,93% de las empresas, indica posibles deficiencias en la organización interna, lo que puede afectar la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta a los desafíos del mercado.

La inexistencia de un plan de negocios, reportada por el 13,43% de las empresas, destaca la importancia de contar con una estrategia clara y bien definida para orientar la gestión empresarial y minimizar los riesgos asociados con la toma de decisiones.

Finalmente, el bajo nivel de innovación y la escasa utilización de nuevas tecnologías, mencionado por el 10,45% de las empresas, sugiere una posible falta de adaptación a los cambios del mercado y una menor capacidad para mantenerse competitivas en entornos empresariales en constante evolución.

Los datos recopilados revelan una serie de desafíos clave que enfrentan las PYMEs en Guayaramerín. En primer lugar, las limitaciones para acceder a créditos financieros representan un importante obstáculo para el crecimiento y la expansión empresarial. Esta dificultad puede atribuirse a diversos factores, como la falta de historial crediticio, la falta de garantías adecuadas o las políticas restrictivas de los prestamistas.

Por otro lado, el miedo o la inseguridad en el mercado reflejan las preocupaciones de los empresarios respecto a la estabilidad y la competitividad del entorno empresarial local. Esta percepción puede estar influenciada por factores como la incertidumbre política o económica, la competencia agresiva o la falta de acceso a recursos clave.

La falta de orden o estructuración interna puede dificultar la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta a los cambios del mercado. Esto puede manifestarse en problemas como la falta de claridad en los roles y responsabilidades, la ausencia de procesos bien definidos o la falta de seguimiento y evaluación de las actividades empresariales.

La inexistencia de un plan de negocios destaca la importancia de la planificación estratégica para el éxito empresarial a largo plazo. La falta de un plan claro puede dejar a las empresas vulnerables a la improvisación y dificultar la toma de decisiones informadas.

Finalmente, el bajo nivel de innovación y la escasa utilización de nuevas tecnologías sugieren una posible falta de adaptación a las demandas cambiantes del mercado y una menor capacidad para mantenerse competitivas en entornos empresariales cada vez más digitalizados y tecnológicamente avanzados. Este hallazgo destaca la necesidad de fomentar una cultura de innovación y adopción tecnológica entre las PYMEs locales para mejorar su capacidad de respuesta a los cambios del mercado y mantener su competitividad a largo plazo.

Tabla 3

Factores que influyen en el Fracaso de las Pymes

Factores	Nº	%
Inexistencia de un plan de negocios	9	13,43
Miedo o inseguridad	15	22,39
Falta de orden o estructuración	10	14,93
Poca innovación y utilización de nuevas tecnologías	7	10,45
Limitaciones para acceder a créditos financieros	26	38,81
Total	67	100,00

Fuente: Elaboración propia

4. DISCUSIONES

En primer lugar, los resultados de nuestra investigación concuerdan con los hallazgos de Gendron & Plouder (2010) en cuanto a la importancia de mantener relaciones sólidas con los proveedores para el éxito de las PYMEs. Esta relación estratégica permite a las empresas obtener los insumos necesarios en tiempo y forma, a precios competitivos, lo que contribuye a su eficiencia operativa y competitividad en el mercado.

Asimismo, la constante mejora en la calidad de productos o servicios, identificada como un factor clave en nuestro estudio, también ha sido resaltada por Ferres Reyes, Navarro Silva, & Burgos Bencomo (2018). Esto sugiere que las PYMEs en Guayaramerín comparten la misma preocupación por ofrecer productos y servicios de alta calidad para satisfacer las necesidades de sus clientes y mantener su competitividad en el mercado.

Sin embargo, encontramos discrepancias significativas con respecto a los hallazgos de Escuder (2012) en cuanto a las limitaciones para acceder a créditos financieros. Mientras que en nuestro estudio este factor se identificó como una barrera importante para el crecimiento de las PYMEs, Escuder encontró que la mayoría de sus entrevistados no enfrentaban dificultades para obtener préstamos bancarios. Esta discrepancia podría atribuirse a diferencias en el contexto económico y financiero de las regiones estudiadas, así como a la falta de acceso a información sobre programas de apoyo gubernamentales o al miedo a enfrentarse a trámites complejos.

Además, el hecho de ser frontera con la República Federal de Brasil emerge como un factor contextual único que influye negativamente en el desempeño de las PYMEs en Guayaramerín.

Esta situación puede provocar una preferencia por parte de los clientes por realizar compras en el país vecino debido al tipo de cambio de la moneda, lo que representa un desafío adicional para las PYMEs locales en términos de competencia y retención de clientes.

Por último, la descripción de las principales características de los administradores o gerentes de las PYMEs en Guayaramerín, que incluyen cualidades como ser visionarios, competentes, eficientes y creativos, coincide con los hallazgos de Gendron & Plouder (2010). Esto sugiere que, a pesar de los desafíos identificados, los líderes empresariales en Guayaramerín poseen atributos importantes que les permiten dirigir con éxito el rumbo de sus empresas y enfrentar los desafíos del entorno empresarial.

5. CONCLUSIONES

La importancia de las relaciones sólidas con los proveedores y el constante mejoramiento de la calidad de productos o servicios son factores cruciales para el éxito de las PYMEs en Guayaramerín. Estos hallazgos subrayan la necesidad de establecer asociaciones estratégicas y mantener altos estándares de calidad para garantizar la competitividad y la satisfacción del cliente en un entorno empresarial dinámico.

Aunque las limitaciones para acceder a créditos financieros se identifican como un obstáculo significativo para el crecimiento de las PYMEs en Guayaramerín, existe una discrepancia con estudios previos que señalan una facilidad relativa para obtener préstamos bancarios. Esto destaca la importancia de abordar las barreras financieras mediante el acceso a programas de apoyo gubernamentales y la simplificación de trámites financieros para promover el desarrollo empresarial.

El entorno geográfico de Guayaramerín, al ser frontera con la República Federal de Brasil, presenta desafíos adicionales para las PYMEs locales, como la competencia transfronteriza y la preferencia de los clientes por realizar compras en el país vecino. Esto subraya la necesidad de políticas y estrategias específicas para abordar las implicaciones únicas del contexto geográfico en el desarrollo empresarial de la región.

En conjunto, estos hallazgos resaltan la complejidad y la diversidad de factores que influyen en el éxito o el fracaso de las PYMEs en Guayaramerín. La comprensión de estos factores es

fundamental para informar políticas y estrategias efectivas que apoyen el desarrollo sostenible de las empresas locales y promuevan un entorno empresarial próspero y competitivo.

6. REFERENCIAS

- Arguello, L. B. (2017). El fortalecimiento de las mipymes como instrumento para el desarrollo económico territorial de Quevedo-Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=230832>
- Aristy Escuder, J. (2012). Determinantes del éxito de las Pymes en la República Dominicana. *Ciencia y sociedad*, 37(4), 497–528. <https://doi.org/10.22206/cys.2012.v37i4.pp497-528>
- Gendron L. 2010. Los factores del éxito de las PYMES del Saguenay y que se desempeñan en el sector del aluminio. *Rev.esc.adm.neg.*; (69): 184–8.
- Enríquez, L. A., Adame, M. G., & Camacho, R. R. (2010). Factores que impactan la competitividad de las pymes. *Mercados y negocios*, 116 a 136.
- Navarro Silva O, Ferrer Reyes W, Burgos Bencomo O. 2018; La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas. *Universidad y Sociedad*. 2018; 10 (2): 171–4.
- Palacios Valenzuela, C. A., Acosta Haro, E., & Soto Medina, N. (2023). Análisis de factores determinantes en la permanencia de las pequeñas y medianas empresas de Ensenada, Baja California. *INCEPTUM*, 18(34). <https://doi.org/10.33110/inceptum.v18i34.431>
- Santamaría Peraza, R. (2017). Factores críticos de la gestión de la calidad determinantes del éxito sostenido empresarial en las PYMES. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V (19), 105–118. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215055006008>

REVISTA:
VISION EMPRESARIAL G

visionempresarialgya@uabjb.edu.bo
SOCIEDAD CIENTIFICA DE DOCENTES
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SEDE GUAYARAMERIN
SCD CAEG UABJB
Av. 09 de abril frente CNS
Guayaramerín - Beni - Bolivia