

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**MERCADO HUYUSTUS-CENTRAL:
EL PERFIL DEL COMERCIANTE MINORISTA A
LA HORA DE INVERTIR**

PRESENTADO POR: ELIANA RUTH OSCO SILLO

ARTÍCULO CIENTÍFICO
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LA PAZ – BOLIVIA
2018

Mercado Huyustus-Central: el perfil del comerciante minorista a la hora de invertir.

ELIANA RUTH OSCO SILLO

Universidad Mayor de San Andrés

Facultad de Ciencias Económicas y Financieras

Carrera: Administración de Empresas

oscoeliana@hotmail.com

RESUMEN

Para conocer el perfil inversionista que tenían los comerciantes que venden al detalle (minorista) del Mercado Huyustus-Central de la ciudad de La Paz Bolivia. Se realizó una investigación científica-cuantitativa, un estudio descriptivo, en el que se tomó en cuenta que cada inversionista tiene ciertas características que influyen en su toma de decisiones a la hora de invertir, como por ejemplo la tolerancia al riesgo¹, rentabilidad²deseada, capital disponible, horizonte de tiempo de inversión³. El tamaño de la población de comerciantes minorista fue de 737, la muestra representativa fue de 197 comerciantes donde solo participaron los rubros con mayor cantidad de comerciantes, los cuales son: ropa, juguetes y calzados. Para la recolección de datos se utilizó un instrumento de investigación una encuesta con preguntas abiertas y cerradas en el que se encontró que los comerciantes dedicados a la venta de ropa tienen un perfil inversionista conservador (55.26%), de igual manera tienen un perfil conservador los comerciantes que venden calzados (70.59%), mientras que los comerciantes que venden juguetes tienen un perfil inversionista moderado (57.14%). Generalmente los inversionistas de perfil conservador son personas cercanas a la jubilación pero se descubrió que pueden existir diferentes tipos de edades en este perfil.

PALABRAS CLAVES: Comerciante minorista, inversión, rentabilidad deseada, aversión al riesgo, plazo de inversión.

ABSTRACT

To know the investor profile that there had the merchants who sell to detail (retail merchant) of the Huyustus-Central Market from city of La Paz in Bolivia. There realized a scientific-quantitative investigation, a descriptive study, which took into account that each investor has

¹ **Tolerancia al riesgo:** Es el nivel de riesgo que estás dispuesto a aceptar frente a periodos de volatilidad del mercado. Es probable que la tolerancia al riesgo varíe en las diferentes etapas de tu vida (AFPIntegra, 2013)(1). En pocas palabras es cuánto se está dispuesto a arriesgar.

² **Rentabilidad:** la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado (Wikipedia La enciclopedia libre, 2017)(2).

³ **Horizonte de tiempo de la inversión:** Saber en cuánto tiempo necesitarás el dinero que tienes invertido es fundamental para tomar cualquier decisión e inversión. En finanzas existen tres plazos: corto, mediano y largo (AltoNivel, 2014)(3). Corto plazo: Generalmente menos de 3 meses, máximo de 1 año, Mediano plazo: De 3 meses a 3 años y largo plazo: Más de 3 años (Instituto PYME, 2017)(4).

certain characteristic that influence their decision at the moment of investing for example such as the tolerance to the risk , capital available, horizon of time of investment. The size of the population of retailers was 737, the representative sample was 197 merchants where only was studied the items with the largest number of merchants, which are: clothes, toys and shoes. For the compilation of information was used a research tool a survey with open and closed questions in which it was found that the merchants dedicated to the sale of clothing have to conservative investor profile (55 percent), in the same way have to conservative profile the traders that sell shoes (70 percent) while the merchants who sell toys have to moderate investor profile (57%). Generally conservative profile investors are people close to retirement but it was discovered that there can be different types of ages in this profile.

KEY WORDS: retail merchant, investment, desired profitability, risk aversion, horizon of time of investment.

INTRODUCCIÓN

El valor de conocer a fondo el mundo financiero, ya sea desde la óptica del especialista o como parte de una carrera universitaria, radica en la necesidad de administrar de manera correcta y acertada el capital (Empresa, 2012)(5).

El campo de acción de las finanzas se divide en tres grandes áreas:

- Inversiones
- Mercados financieros
- Finanzas corporativas o administración financiera de las empresas

En el área de las inversiones no simplemente los empresarios, los operadores bursátiles piensan en inversiones sino también los comerciantes, estos realizan inversiones reales, es decir invierten su dinero en la compra de bienes o servicios con el objetivo primordial de toda inversión⁴ "hacer trabajar el dinero para que pueda crear valor o al menos no perderlo" (Gomez, 2012) (6).

Un inversor arriesga su dinero en un negocio con la esperanza de que ganará algo y un comerciante compra algo y le añade un valor en forma material o inmaterial con la esperanza de venderlo posteriormente y ganar dinero con esa diferencia de valor (Garcia, 2016)(7). Podríamos considerar que existen básicamente tres perfiles de inversionistas:

⁴**Inversión:** En un sentido muy amplio invertir, significa sacrificar el uso del dinero hoy por dinero futuro. El sacrificio se hace en el presente y es conocido. Mientras que la recompensa viene después, si es que la hubiese, y el monto de dicha recompensa generalmente es incierta. Además, entran en juego dos importantes variables los cuales son el tiempo y el riesgo (Escorza, 2013)(8).

Perfil conservador: correspondiente al inversionista que busca conservar o mantener el valor del capital invertido, aunque eso signifique obtener un rendimiento menor al promedio observado en el mercado.

Perfil moderado: correspondiente a inversionistas que están dispuestos a asumir pérdidas moderadas en el corto plazo con el fin de tratar de obtener un rendimiento mejor al observado en el mercado en el mediano y largo plazo.

Perfil agresivo: correspondiente a inversionistas que están dispuestos a asumir pérdidas significativas con la finalidad de tratar de lograr rendimientos superiores a los observados en el mercado.” (Padilla, 2015) (9).

En Bolivia, en los últimos años se ha visto un gran incremento de los mercados informales en vías públicas de las ciudades de La Paz y El Alto. De tantos mercados que tiene la ciudad de La Paz el mercado Huyustus⁵ tiene una gran participación de extensión territorial, cantidad de comerciantes y productos; donde los comerciantes efectuaron inversiones en un producto en específico.

“La dinámica de los negocios en mercados es rápida; de un día para otro los productos cambian de acuerdo a la temporada. Ayer vendían adornos navideños y hoy ofertan útiles escolares. Este movimiento genera también fuertes inversiones” (Ortega, 2017) (10).

Por lo planteado, se realizó un estudio con el objetivo de conocer el perfil inversionista que tenían los comerciantes que venden al detalle (minorista) del Mercado Huyustus-Central, se debe tomar en cuenta que cada inversionista tiene ciertas características que influyen en su toma de decisiones a la hora de invertir. Para ello se averiguo el objetivo que tenían de su inversión, se conoció el movimiento de su capital al invertir en mercadería, se averiguo la conducta del comerciante minorista respecto al riesgo y finalmente se identificó el plazo de inversión (Largo, Mediano, Corto).

Es importante determinar el perfil de inversionista que tienen los comerciantes minoristas del Mercado Huyustus- Central para saber cuan arriesgados son a la hora de invertir en un producto ya sea este nuevo o antiguo porque son quienes están en contacto con el consumidor final.

⁵ **Mercado Huyustus;** “ubicado en la calle Huyustus casi llegando a la intersección con la calle Calatayud, se expandió a las calles aledañas como la calle Gregorio Ortiz, Munaypata, Tahuantinsuyo, fundado este mercado en el año de 1988. El mercado tiene la característica de estar dividido en 6 sectores: Huyustus Bajo, Huyustus Central, Playa Azul, Huyustus Alto, Huyustus Alto Artesanos, Locales y galerías comerciales.” (Callejas, 2012)(11).

MATERIAL Y MÉTODOS

El desarrollo de la presente investigación se apoyó principalmente en el método científico, el alcance de la investigación fue descriptiva, el diseño de la investigación fue cuantitativa, la información de este estudio proviene de la realización de una encuesta.

En el caso de esta investigación, la encuesta aplico preguntas cerradas y abiertas, se obtuvo una información rica y sustentable.

La población estuvo formada por comerciantes minoristas que se encontraban en el mercado Huyustus- central. Según datos proporcionados por el Gobierno Autónomo de La Paz (GAMLP) en la gestión 2017 se encontraban registrados 1.669 comerciantes, con 134 actividades diferentes (Anexo N°1). La muestra que se utilizo está compuesta por 197 comerciantes minoristas pertenecientes al mercado Huyustus-Central; donde se trabajó con un nivel de confianza de 90% (1.64), la probabilidad de éxito y de fracaso es de 0.5 y el margen de error es de 0.05 (Anexo N°2).

Debido a las características de la población el método probabilístico que se utilizó fue el Método de muestreo Estratificado, el cual requiere separar a la población según grupos, como se muestra en el siguiente cuadro:

Muestreo Estratificado	
CALZADOS	17
JUGUETES	28
ROPA NUEVA	152
MUESTRA	197

Cuadro 1 Mercado Huyustus- Central muestreo estratificado

Como corresponde se analiza las variables más importantes para esta investigación (Anexo N° 3) y los cuestionarios de preguntas cerradas y abiertas (Anexo N° 4).

Posteriormente se realizó una prueba piloto del instrumento de investigación, que coadyuvo a determinar cómo técnica la entrevista-cuestionario.

La entrevista-cuestionario se efectuó en los meses de marzo, abril y mayo, generalmente se realizó por las tardes. El 9 de mayo del presente año, se terminó la aplicación de las encuestas pasando los resultando a Excel, para finalmente pasar los datos al programa IBM SPSS Statistics (Version 22), con esta herramienta se pudo cruzar variables y se obtuvo gráficas descriptivas.

RESULTADOS

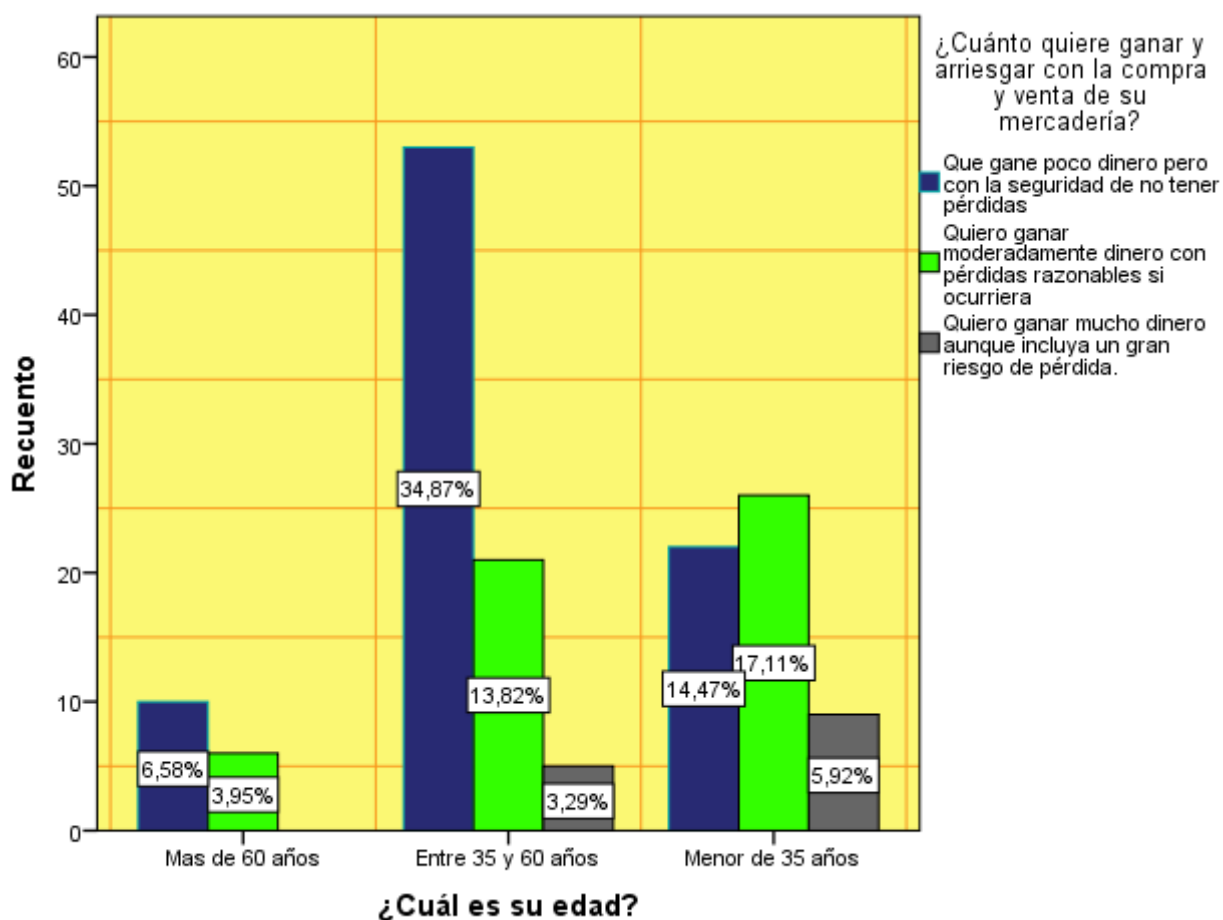
En el rubro de la ropa, el estudio realizado trabajó con una muestra de 152 comerciantes, la gran parte de los comerciantes minoristas que venden ropa, tiene las edades que oscilan entre 35 a 60 años (51.97%), se pudo evidenciar que hay gran participación del género femenino (67.11%) con respecto al género masculino (32.89%). La mayoría de los comerciantes minorista llegó a ser comerciante por familiares (42.76%); entre otros motivos fueron: por la necesidad (25%) situaciones donde deben buscar la manera de sobrevivir por casos inesperados (personas que fueron despedidas de su trabajo o el simple hecho de no poder conseguir un trabajo; ya que la mayoría de los comerciantes poseía un nivel de estudio: menor a secundaria (47.4%), padres o madres que fallecen; siendo un importante apoyo económico en su familia); algunos comerciantes fueron impulsados por su propia iniciativa (20.39%), al mencionar “propia iniciativa” se refiere que lo hacen por gusto y finalmente llegaron a ser comerciantes por amistades (11,84%).

Los motivos por los que venden ropa y no otro producto, es por conocimiento (31.58%) y la gran mayoría menciona que observaron que la ropa se vende (68.42%), a dicha afirmación mencionamos la Teoría Prospectiva. “Es una teoría puramente descriptiva de cómo los individuos toman decisiones de elección bajo incertidumbre. Se trata de una teoría conductual que recoge una serie de creencias, preferencias y emociones observadas en los individuos a la hora de tomar decisiones y que permite predecir las elecciones de los individuos” (Annie, 2006)(12). La antigüedad de los comerciantes minoristas vendiendo ropa, juega un papel importante para conocer su experiencia en dicho rubro, en esta oportunidad la mayoría poseía entre seis a diez años de experiencia (45.39%).

Dentro de sus objetivos de inversión, los comerciantes tenían ambiciones muy bajas, prácticamente la mayoría no espera nada de su negocio (53.3%), un 24.3% quiere ser mayorista. Respecto al estado civil de los comerciantes, gran parte de los comerciantes son casados (47.37%), es decir tienen una familia, una familia por quien velar, mantenerla y cuidarla; prácticamente ofrecían sus productos todos los días y la característica de su negocio es la buena atención (38.82%), al respecto podríamos mencionar “Un buen servicio al cliente es aquel que se basa en la empatía con él, ¿y qué significa esto? (ponerse en los zapatos del cliente), a nadie le gusta que le hablen de mala manera, le entreguen productos o servicios mal hechos, en un empaque o en unas instalaciones en mal estado, o que el empleado tenga mal aspecto o no conozca la información necesaria para dar la confianza que el cliente necesita.” (Servicio al cliente, 2017)(13).

Quien podría imaginarse, que los comerciantes minoristas dedicados a la venta de ropa tenían el objetivo de ganar poco dinero, como se muestra en el gráfico 1.

Gráfico 1 Edad – Rentabilidad deseada



Fuente: Mercado Huyustus-central La Paz – Bolivia (2017) rubro ropa
Elaboración propia

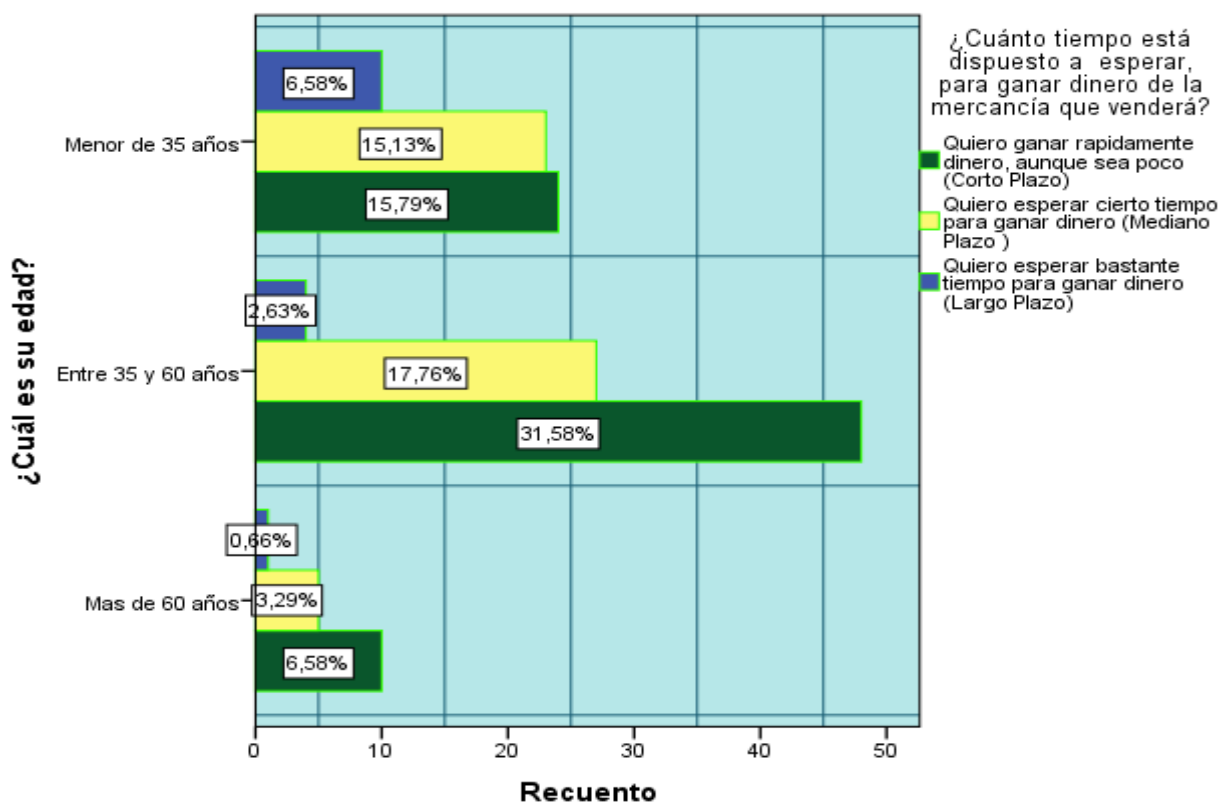
Como observamos en el gráfico 1, en el eje horizontal se poseionó los rangos de edades y en el vertical los porcentajes de rentabilidad que esperaban los comerciantes.

Los comerciantes que tenían más de 60 años esperaban ganar poco dinero (6.58%). De igual manera entre las edades de 35 a 60 años prefirieron una rentabilidad baja (34.87%), es decir el rendimiento que ellos recibían por su inversión era baja.

Entre los comerciantes menores a 35 años de edad, un 14.47% escogieron ganar poco dinero, frente a un 17.11% que eligió ganar moderadamente dinero con pérdidas razonables si existiera.

En cuanto a su horizonte de inversión fue a corto plazo; es decir el capital que invirtieron por la compra de su mercadería (ropa) le dio ganancias rápidamente, en menos de un año, como se evidenció en el gráfico 2.

Gráfico 2 Edad – Plazo de Inversión



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz- Bolivia (2017) rubro ropa
Elaboración propia

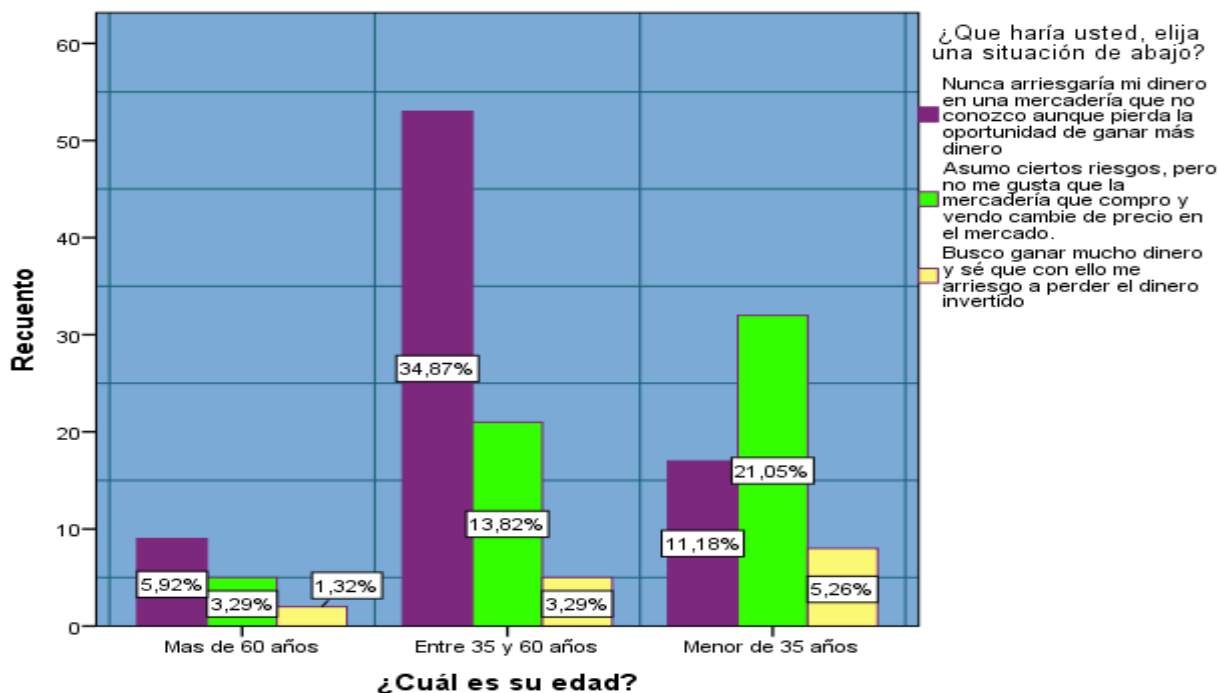
El 53.95% de los comerciantes tenían la necesidad de conseguir dinero rápidamente, sin importar que sea poco; su necesidad de liquidez fue muy alta. Por lo tanto, los comerciantes que tenían más de 60 años esperaban poco tiempo para obtener ganancias (6.58%), entre las edades de 35 a 60 años también esperaban menos de tres meses (31.58%) y los comerciantes que eran menores de 35 años de edad prefirieron ganar rápidamente dinero en un 15.79%.

Existió comerciantes con un horizonte de inversión a mediano plazo (36.2%), tal como se observa en el grafico 2, el cual se desglosa en los siguientes porcentajes:

Un 15.13% (menores de 35 años de edad) un 17.76% (entre 35 a 60 años) y finalmente un 3.29% (más de 60 años de edad).

Desde la perspectiva de su tolerancia al riesgo, los comerciantes prefirieron invertir su capital en algo que conocían, tales resultados los observamos en el gráfico 3.

Gráfico 3 Edad –Tolerancia al riesgo



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz-Bolivia (2017) rubro ropa
Elaboración propia

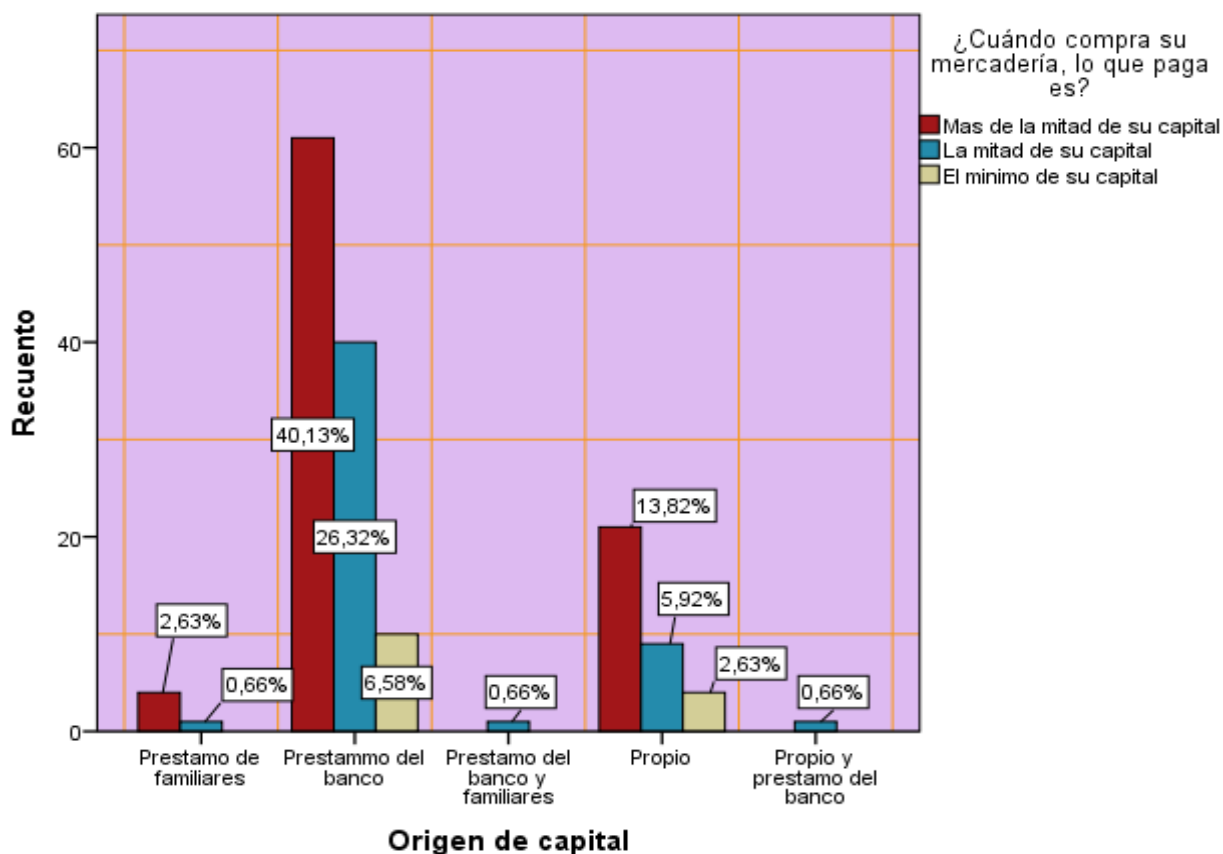
Las edades que oscilan entre 35 a 60 años tenían una aversión al riesgo⁶ (34.87%), los comerciantes con más de 60 años de edad escogieron no asumir riesgos (5.92%), tales comerciantes nunca arriesgaron su dinero (capital) en una mercadería desconocida. Durante la investigación se preguntó si pensaban vender otro producto; casi la totalidad no venderá otro producto (84.21%) porque tienen miedo a vender otro producto por desconocimiento, prefieren quedarse en algo que ya conocían. En relación con los comerciantes que respondieron que si venderían otro producto en el futuro (15.79%) tal decisión eran por motivos como: competencia (95.65%) y salud (4.35%).

Entre los comerciantes que tenían menos de 35 años de edad, su comportamiento fue que eran buscadores de riesgo a un nivel medio, es decir estaban dispuestos a correr ciertos riesgos para obtener mayor ganancia (21.05%).

Es importante destacar que el capital con el que trabajaban los comerciantes; gran parte era de un préstamo bancario como se ve en el gráfico 4.

⁶ **Aversión al riesgo:** Una persona que es un inversionista con aversión al riesgo prefiere inversiones con menos riesgo por encima de inversiones con mayor riesgo, manteniendo fija la tasa de rendimiento. (Gitman, 2012)(14).

Gráfico 4 Origen de capital – monto de inversión



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017) rubro ropa
Elaboración propia

Cuando los comerciantes compraban mercadería, lo que invirtieron fue más de la mitad de su capital (56.6%); este capital en gran mayoría no es propio, es decir que los comerciantes minoristas trabajaban con capital prestado, casi la totalidad acude a un préstamo bancario (73.03%), lo que ganaban se destinaba a dos lugares:

En primer lugar se destinaba para su familia; gastos en: alimentos, vestimenta, servicios básicos, pagos de alquiler, educación para sus hijos; y en segundo lugar se destinaba a las obligaciones financieras con el banco, la gran mayoría afirmó que hoy en día prestarse del banco es difícil, en especial para un comerciante, los bancos desconfían de los comerciantes porque algunos comerciantes usan el dinero para otros fines, como por ejemplo prestes⁷.

⁷ El "preste" es el nombre dado al evento y a la persona que organiza y financia la fiesta privada de la fraternidad. (Disfruta Bolivia, 2017)(15).

Cuando a un comerciante no le alcanzaba para pagar sus obligaciones de pago con el banco, estos acuden al famoso pasanaku⁸ (25.7%).

En cuanto a su capacidad de ahorro, a ninguno de los comerciantes le alcanzo para ahorrar (100%), es decir ninguno podrá hacer frente a casos imprevistos.

Con respecto a su demanda el mes de diciembre fue mencionado reiteradamente, en específico las fechas por navidad, existe una gran demanda donde los comerciantes compraban un poco más de lo habitual, pero los comerciantes que tenían deudas prefirieron pagar primero sus deudas antes de incrementar la cantidad de su producto (65.13%).

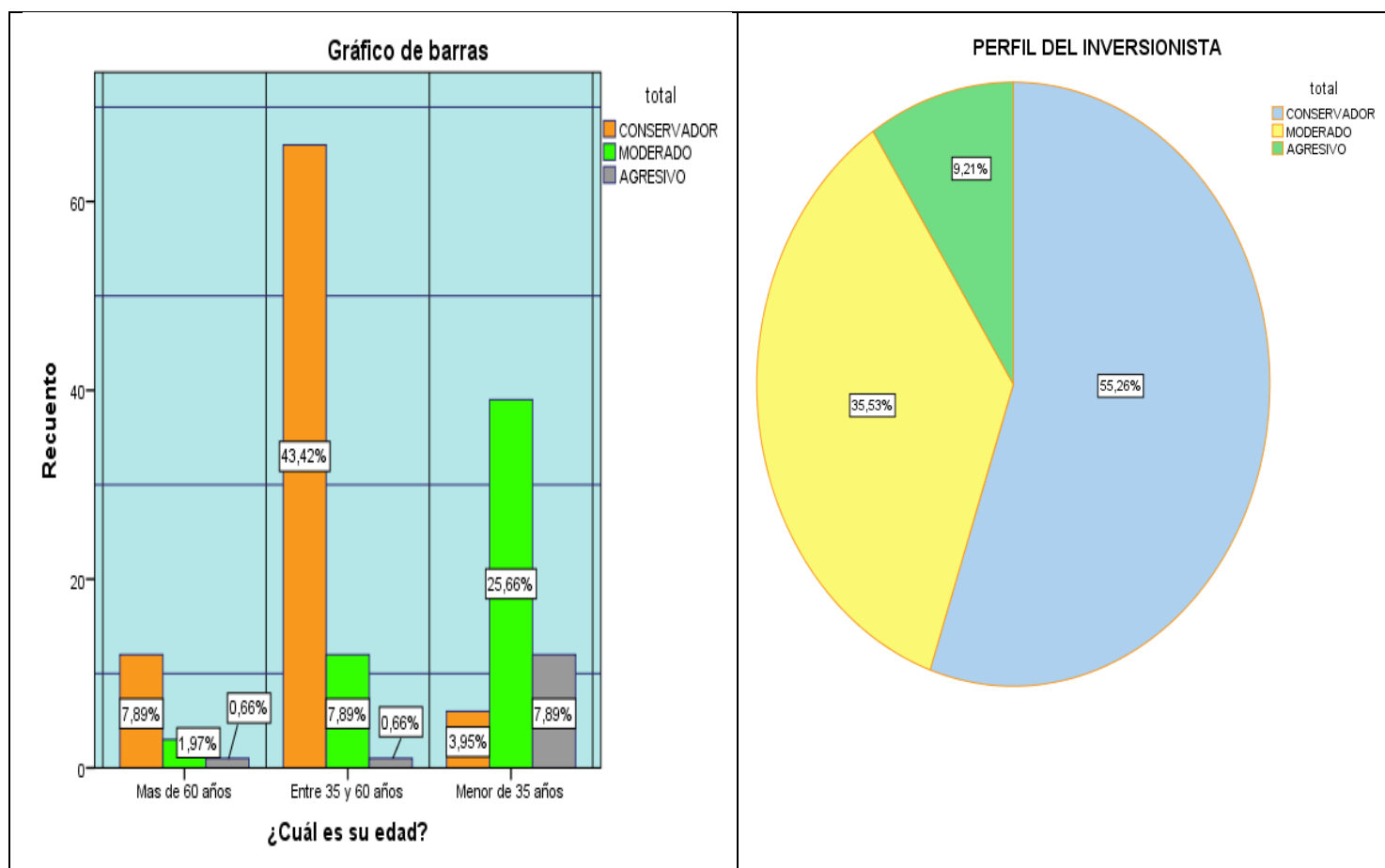
Con respecto a sus proveedores; son mayoristas de la calle In-Cachaca (75%) y del Perú (15.8%) en gran mayoría, la manera de cómo escogieron a sus proveedores es por recomendaciones (42.38%), por seguridad (35.10), es decir eran personas conocidas o familiares que llevaban largo tiempo trabajando.

Existen empresas nacionales dedicadas a la fabricación de ropa y mayoristas donde ofrecían sus productos a los minorista de dicho mercado; un 17.88% aceptaron el producto que les ofrecieron.

Finalmente se obtuvo que los comerciantes minoristas que se dedicaron a vender ropa tenían un perfil conservador respecto a las características ya mencionadas.

⁸ El pasanaku es un sistema básico de financiación usado en Bolivia. Se basa en el compromiso dentro un grupo, por el cual los miembros realizan aportaciones económicas para ser usadas por turnos, normalmente por sorteo o por una necesidad de alguno de los miembros. La operación se repetirá tantas veces como miembros tenga el grupo. La confianza mutua es fundamental para el pasanaku (Bolivia, 2017)(16). Un préstamo sin interés.

Gráfico 5 Edad – Perfil del inversionista: Rubro ropa



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017)
Elaboración propia

Como observamos en la grafico 5 los comerciantes que tenían las edades entre de 35 a 60 años, son conservadores (43.42%), los comerciantes con más de 60 años son conservadores (7.89%) y entre los que tenían menos de 35 años de edad son conservadores en un 3.95%. Por lo tanto reflejo que la gran mayoría de los comerciantes minoristas dedicados a la venta de ropa eran de un perfil inversionista “Conservador” (55.26%).

Se observa que entre los comerciantes que eran menores de 35 años, un 25.66% tiene un perfil moderado más que conservador en el rubro de la ropa.

En cambio los comerciantes minoristas dedicados a la venta de juguetes, ambos sexos femenino (50%) y masculino (50%) vendían juguetes, cabe destacar que gran parte de los comerciantes son casados (53.57%), divorciados (21.43%), viudo (17.86%) y solteros (7.14%), en lo que respecto los comerciantes que vendían juguetes tenían las edades de: 35 a 60 años (53.57%), seguido de comerciantes que tenían más de 60 años (39.29%), solo 2 comerciantes tenían menos de 35 años (7.14%). El nivel de educación que tenían fue menor a secundaria (67.86%), no existió comerciantes con algún título profesional.

Las influencias de la familia tuvieron un papel importante para convertirse en comerciante. Los comerciantes llegaron a ser comerciantes por sus familiares (42.9%), respecto al análisis de la antigüedad, se obtuvo que más de la mitad de los comerciantes poseían de seis a diez años vendiendo juguetes (53.57%) y once a quince años (46.43%) en el cual se evidencio su experiencia y estabilidad en el negocio.

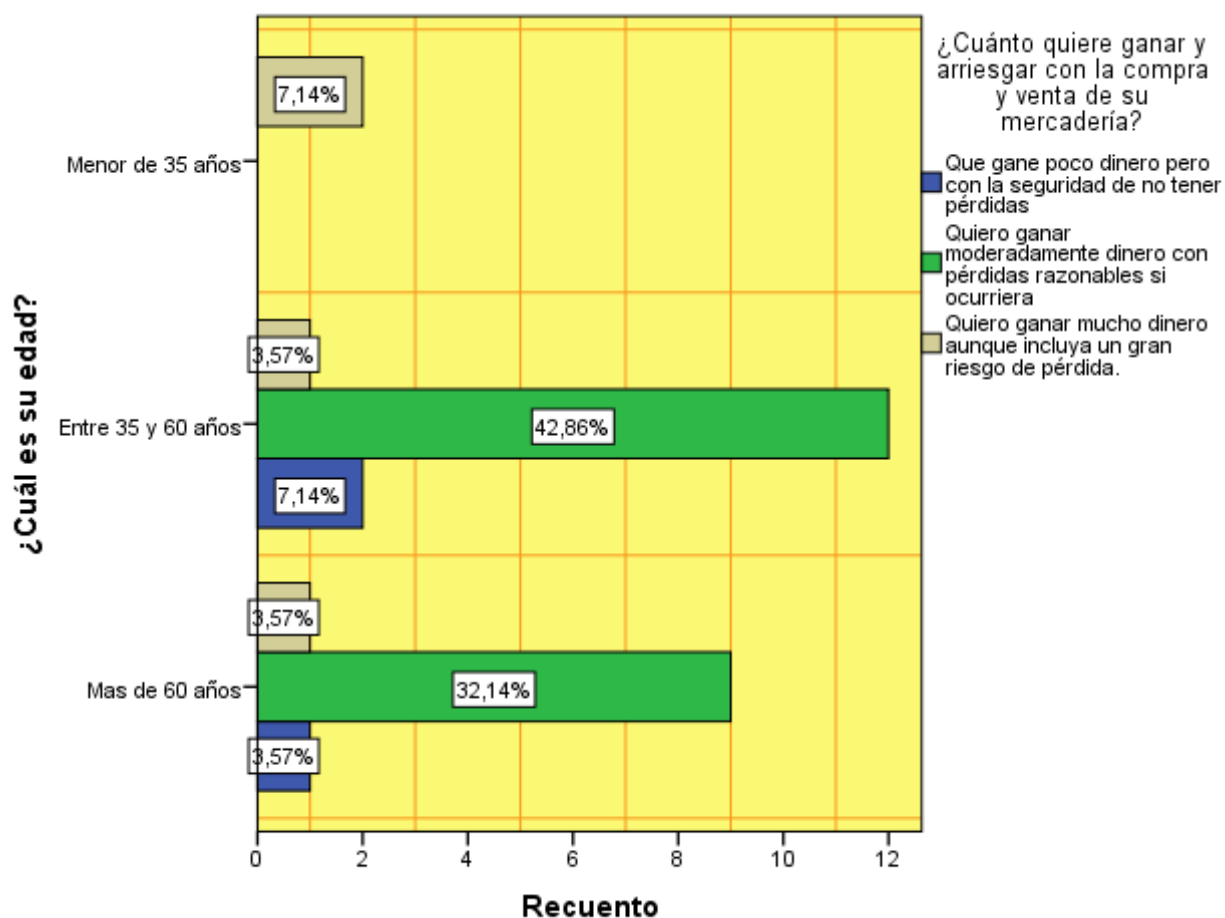
Los comerciantes argumentaron que escogieron vender juguetes porque es un producto en el que podían guardárselo y revenderlo en otras fechas, seleccionaron este rubro porque se vende los juguetes (57.14%), además que tenían cierto grado de conocimiento en ser comerciantes porque antes si vendieron otro producto (42.86%) de los cuales se mencionaron: zapatos, ropa, electrodomésticos, cosméticos y 2 comerciantes que fueron antes mayoristas vendiendo juguetes. Los casos más importantes que se rescataron fue que 5 comerciantes que vendieron antes ropa, pero decidieron cambiar a juguetes por los siguientes motivos, explican: que cuando tenían mercadería que les sobraba no podían hacer nada con esas ropas, trataban de vender esas prendas de vestir pero cada temporada aparece nuevos diseños mencionan que “ni a precios regalados quieren esas prendas de vestir” en cambio los juguetes tienen casi el mismo trato pero la diferencia es que si recuperaba el capital invertido, es decir los juguetes podrán pasar de moda pero igual se venderá.

Los comerciantes que antes eran mayoristas también vendían juguetes, pero ¿Cómo llegaron a ser comerciantes minoristas? Explican que dar mercadería a crédito fue un gran error para ellos. La mayor característica de vender juguetes en cada puesto fue tener juguetes novedosos (75%).

Por otra parte el objetivo que tienen estos comerciantes dedicados a la venta de juguetes es el siguiente; de una muestra de 28 comerciantes minoristas dedicados a la venta de juguetes, se observó en el gráfico 6; el 32.14% de los comerciantes que tenían más de 60 años de edad escogieron ganar moderadamente dinero con ciertas perdidas razonables, entre las edades de 35 a 60 años eligieron ganar moderadamente dinero (42.86%) y los comerciantes menores de 35 años de edad, en un 7.14% respondieron que quieren ganar mucho dinero aunque incluyan un gran riesgo.

Los comerciantes que tenían más de 60 años respondieron no tener demasiadas obligaciones financieras, lo cual significaba para ellos buscar la manera de cómo ganar más dinero.

Gráfico 6 Edad- Objetivo de inversión



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017) rubro juguetes
Elaboración propia

Como era de esperar los comerciantes que tenían más de 60 años de edad, en el futuro no esperan nada de su negocio (28.57%), el 7.14% estaba interesado en vender en otro departamento.

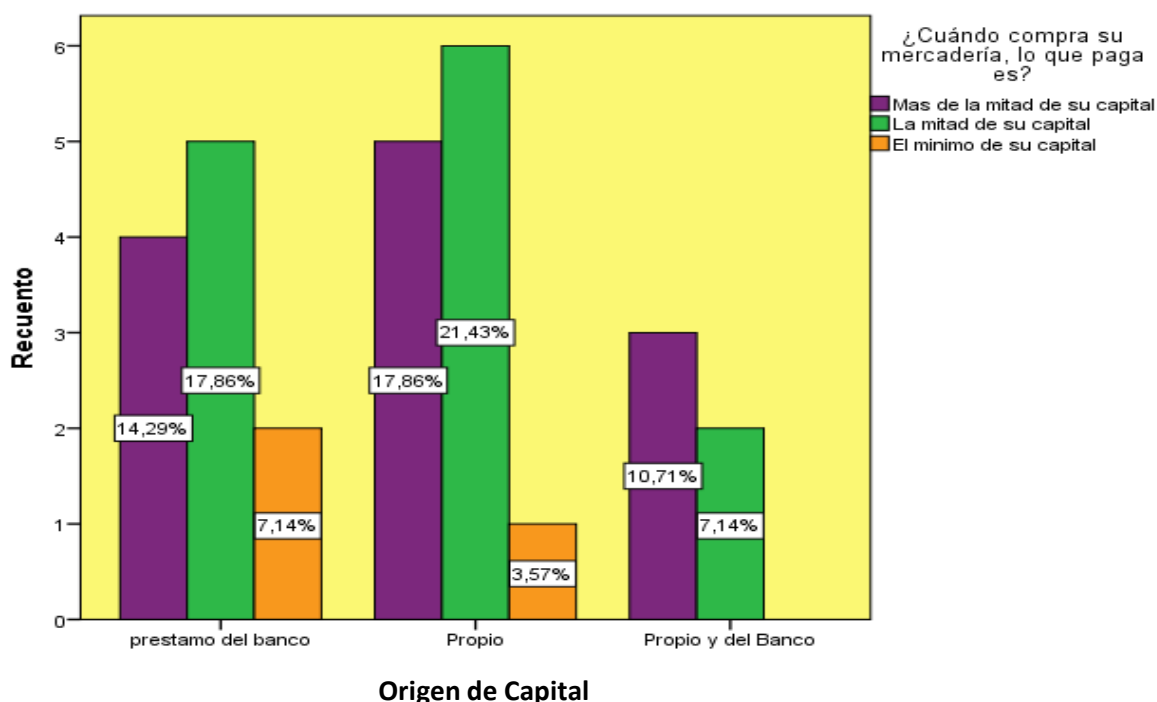
De entre las edades de 35 a 60 años, se obtuvo un resultado importante un 21.43% no espera nada de su negocio pero el mismo porcentaje de 21.43% mencionaron que quieren llegar a tener otro puesto de venta, para comenzar el mismo producto pero vender en otro mercado, en futuros años vender otro producto.

Entre los que tenían menos de 35 años de edad mencionaron la misma respuesta mitad de ellos prefieren no hacer nada y la otra mitad desea tener otro puesto de venta.

Actualmente, los comerciantes trabajan con un capital propio (42.86%), con un capital prestado por el banco (39.29%), como también hay comerciantes que trabajan tanto con

capital propio y prestado por el banco (17.85%). A continuación el gráfico 7 muestra la magnitud de su inversión:

Gráfico 7 Origen de capital – cantidad de inversión



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017) rubro juguetes
Elaboración propia

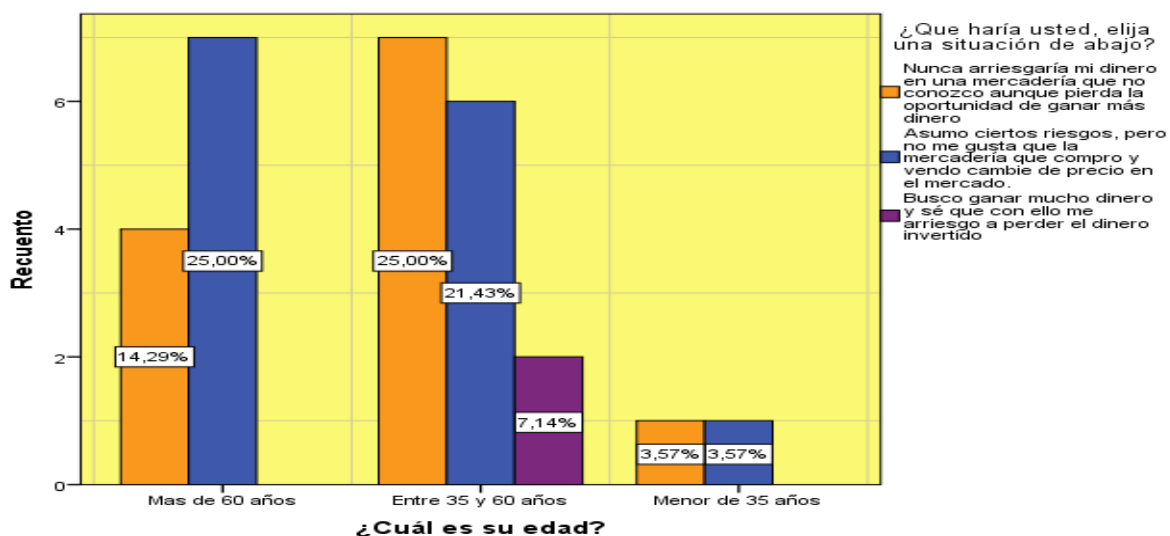
Los comerciantes que acudieron a un préstamo bancario, el 17.86% invirtieron la mitad de su capital en su mercadería.

Los comerciantes que poseían capital propio, invirtieron la mitad de su capital (21.43%) en la compra de su mercadería.

Finalmente los comerciantes que trabajaban con un capital propio y prestado del banco; dicho capital lo invirtieron más de la mitad de su capital (10.71%) por la compra de su mercadería.

Es importante destacar que entre los tres rangos de edad estudiados, los comerciantes que tenían más de 60 años de edad prefirieron asumir ciertos riesgos (25%) sabiendo que pueden o no conseguir ciertas pérdidas.

Gráfico 8 Edad – Tolerancia al riesgo

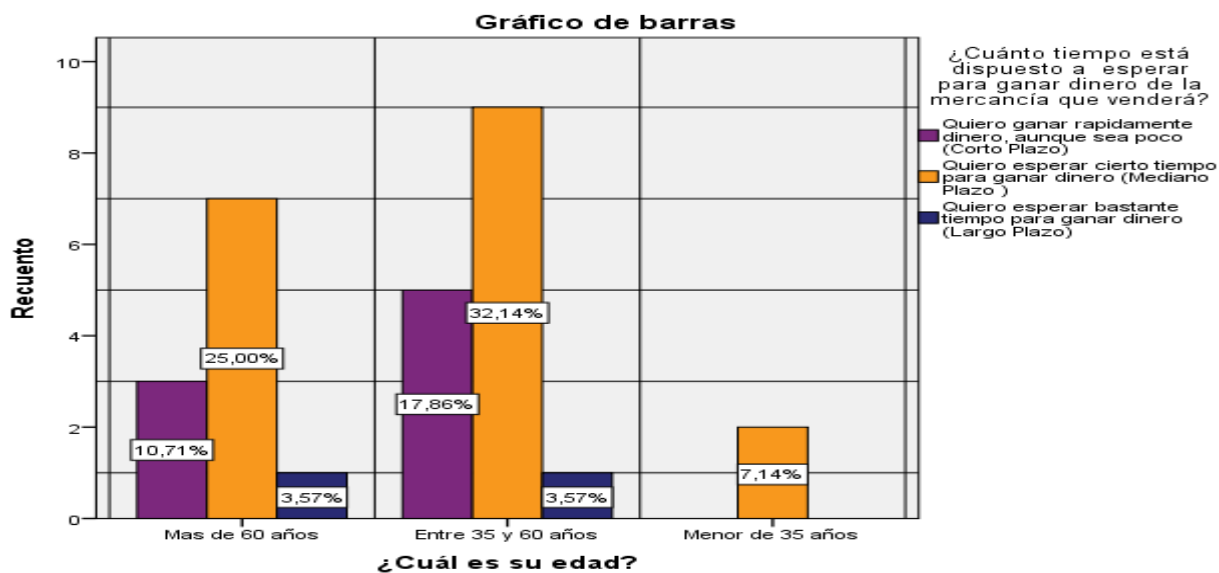


Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017) rubro juguetes
Elaboración propia

Por otra parte, entre los comerciantes que poseían las edades de 35 a 60 años tenían aversión al riesgo (25%). Finalmente los comerciantes que tenían menos de 35 años de edad el 3.57% asumió ciertos riesgos, frente al otro 3.57% que no asumió ningún riesgo.

En relación al tiempo de su inversión entre los tres rangos de edad, se lo observa en el gráfico 9.

Gráfico 9 Edad- Plazo de inversión



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017) rubro juguetes
Elaboración propia

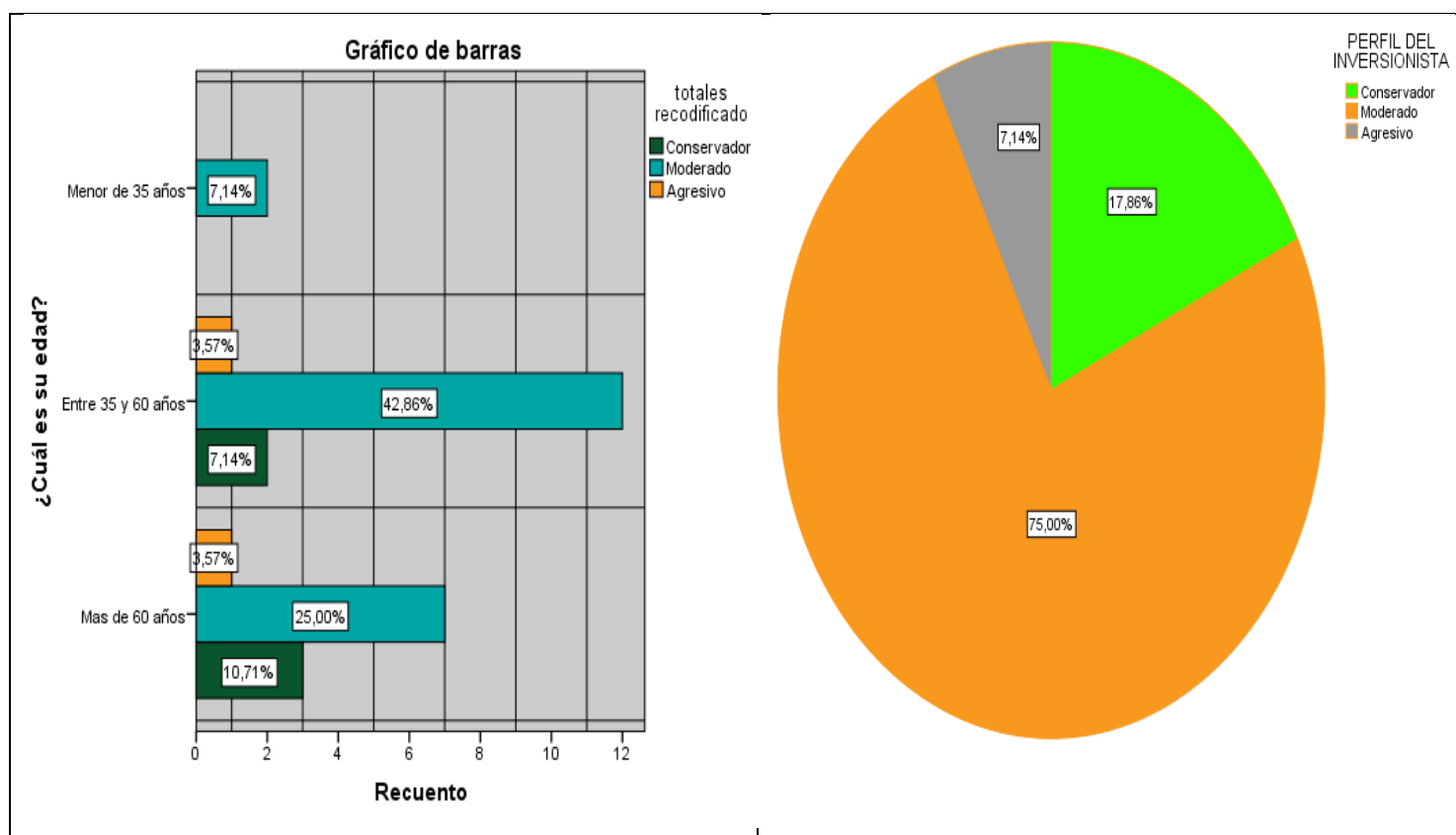
Los comerciantes con más de 60 años de edad, esperaron cierto tiempo para recibir la ganancia de su inversión, en la compra y venta de juguetes (25%)

Note usted que entre la edad de 35 a 60 años prefirieron esperar cierto tiempo (32.14%).

La totalidad de los comerciantes que tienen menos de 35 años de edad, respondieron que esperaban la ganancia a un mediano plazo (7.14%).

Los comerciantes que se quedaron a vender juguetes en el mercado Huyustus-central, según los resultados obtenidos se determinó que tenían un perfil conservador (75%), como se lo muestra en el gráfico 10.

Gráfico 10 Perfil del inversionista: Rubro Juguetes



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz – Bolivia (2017)

Elaboración propia

El 75% de los comerciantes son moderados, los cuales se desglosan de la siguiente manera: menores de 35 años de edad fue el 7.14%, entre las edades de 35 a 60 años fue el 42.86% y los comerciantes con más de 60 años de edad fue el 25%.

Mientras en el rubro de calzados, gran parte de los comerciantes que se dedican a vender calzados son mujeres (64.71%) en comparación a los hombres (35.29%).

Respecto al nivel de estudio, los comerciantes estudiaron hasta secundaria (58.82%), menor a secundaria (17.65%) y un 23.53% estudio hasta la universidad, las carreras de: lingüística, administración de empresas, auxiliar de contabilidad y una persona que estudio para ser profesor; ninguno de ellos termino su carrera universitaria.

La mayoría de los comerciantes minoristas dedicados a la venta de calzados son casados (52.94%), en cuanto las edades que se encontró fue de 35 a 60 años de edad (76.47%), como también existían comerciantes que tenían menos de 35 años de edad (23.53%), no existió comerciantes con más de 60 años de edad.

Los comerciantes minoristas han sido influenciados por familiares (52.94%), los motivos por los que venden calzados es porque se vende los calzados (58.82%), por conocimiento (29.41%) y existió comerciantes que fabrican zapatos y ese fue el motivo por el que vendían calzados.

La mayor parte de los comerciantes no vendió antes otro producto (88.24%), cuando se trata de vender calzados, la mayor característica que tenían en sus puestos; es la calidad (70.59%), se encontró comerciantes con otro negocio (47.06%). Para aquellos comerciantes que declararon tener otro negocio, el 37.5% tienen otro puesto de venta de calzados, el 62.5% tienen una productora de calzados.

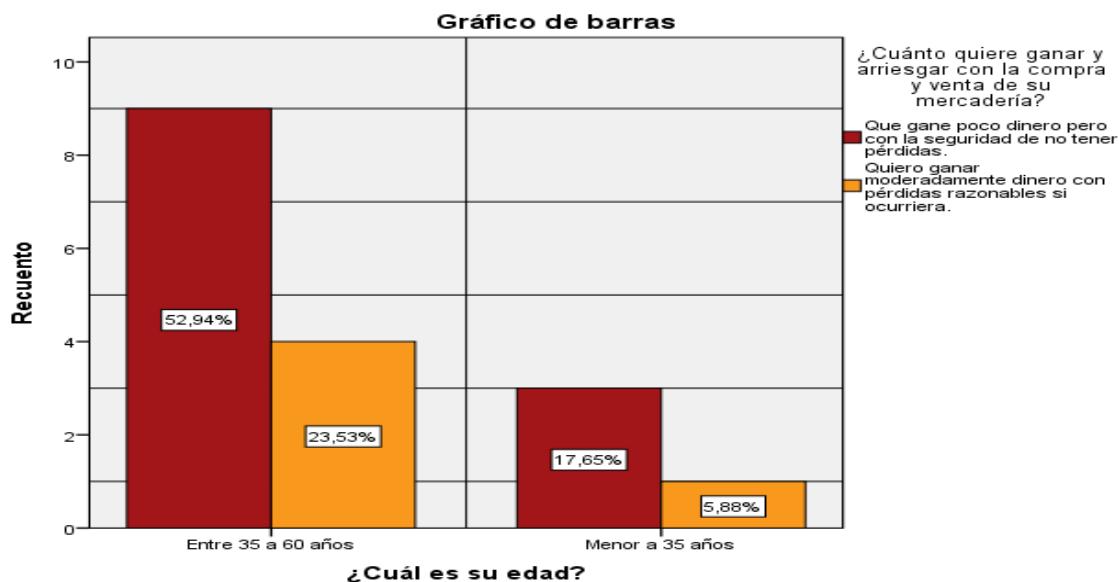
Los meses de agosto, julio, junio y diciembre son meses de gran demanda respecto a los otros meses. Generalmente los comerciantes invierten en más cantidad de su mercadería.

Por lo general sus proveedores son del Perú (52.94%) y la elección de sus proveedores son por seguridad, como también existen comerciantes que son sus propios proveedores (29.41%). El 5,9% tenían proveedores del departamento de Cochabamba - Bolivia.

En cuanto a su objetivo de inversión, los comerciantes respondieron de la siguiente manera ver gráfico 11.

Entre la edad de 35 a 60 años, un 52.94% de los comerciantes ganaba poco dinero de la inversión que realizo.

Gráfico 11 Edad - Rentabilidad deseada



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz- Bolivia (2017) rubro calzados
Elaboración propia

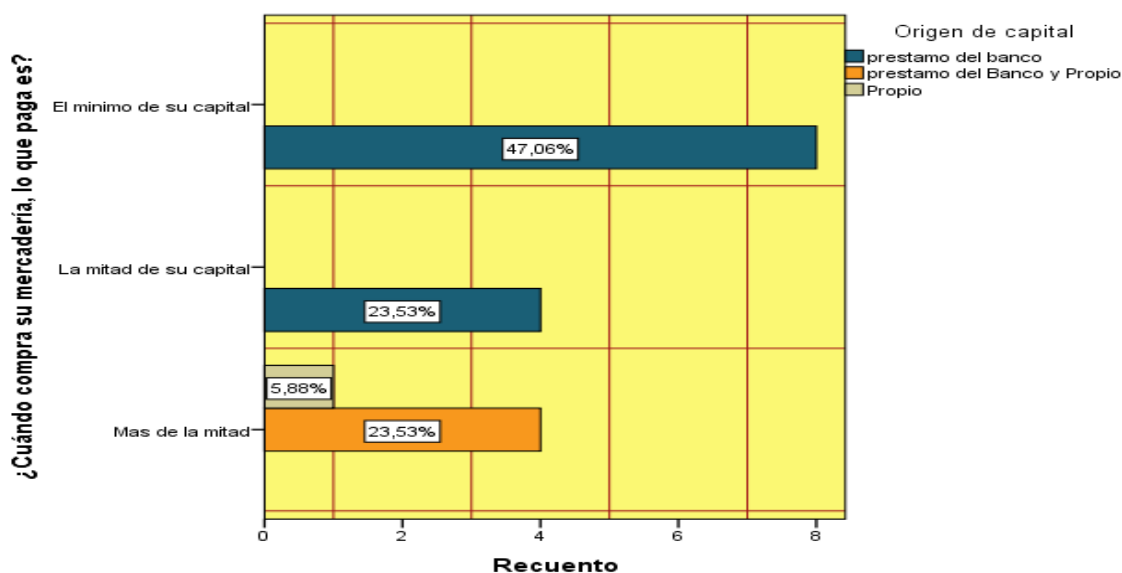
Los comerciantes menores a 35 años de edad, el 17.65% prefirió ganar poco dinero pero con la seguridad de no tener pérdidas.

Al respecto, los comerciantes minoristas dedicados a la venta de calzados el 58.8% respondió que no esperaban nada de su negocio, excepto aquellos comerciantes que tienen una productora de zapatos, que respondieron vender en otro departamento.

Los comerciantes trabajan con un capital propio (5.8%), otros con un capital prestado (70.59%) y otros con capital propio y prestado; los comerciantes que trabajan con un capital prestado eran comerciantes que acudían al banco, existían algunos comerciantes que jugaban el pasanaku (11.76%). Es importante destacar que este sistema de préstamo que es el pasanaku ha llamado la atención de los bancos en Bolivia, tal es el ejemplo del Banco Ecofuturo que implementó un nuevo servicio llamado Eco Pasanaku (Banco Pyme Ecofuturo, 2017)(17).

No obstante, los comerciantes que tenían préstamos del banco el 47.06% invirtieron más de la mitad de su dinero, en la compra de su mercadería (calzados), como se muestra en el gráfico 12.

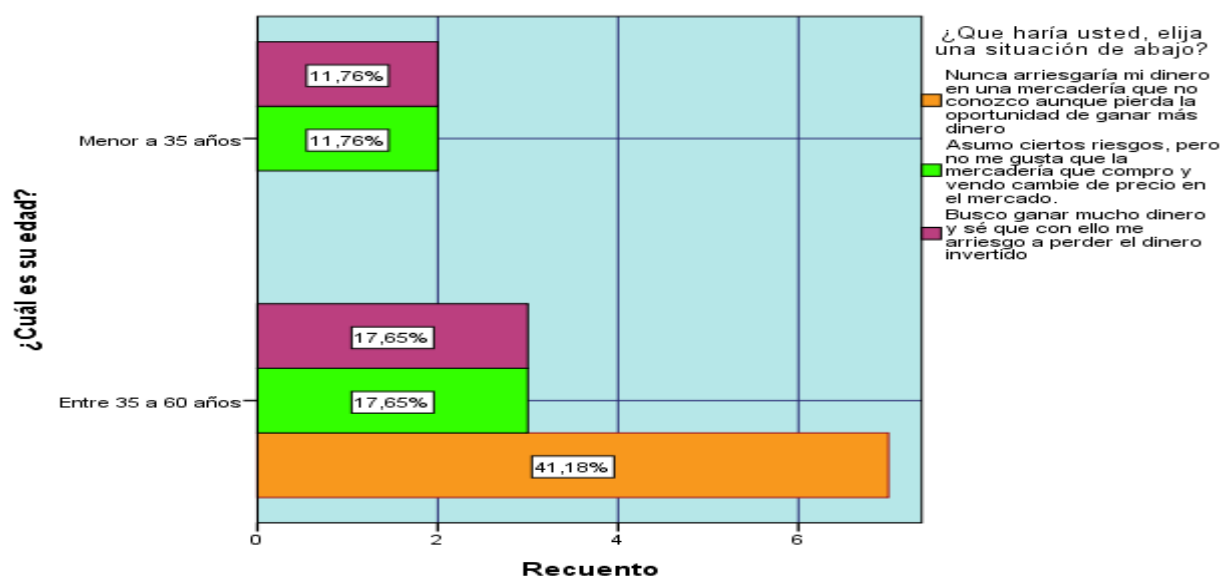
Gráfico 12 Origen de capital y magnitud de inversión



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz- Bolivia (2017) rubro calzados
Elaboración propia

Entre los rangos de edades, los comerciantes que tenían las edades de 35 a 60 años, nunca arriesgarían su dinero en una mercadería que desconocen (41.18%), mientras los que tenían menos de 35 años optaron por asumir ciertos riesgos (11.76%), demostrado en el gráfico 13.

Gráfico 13 Edad – Tolerancia al riesgo

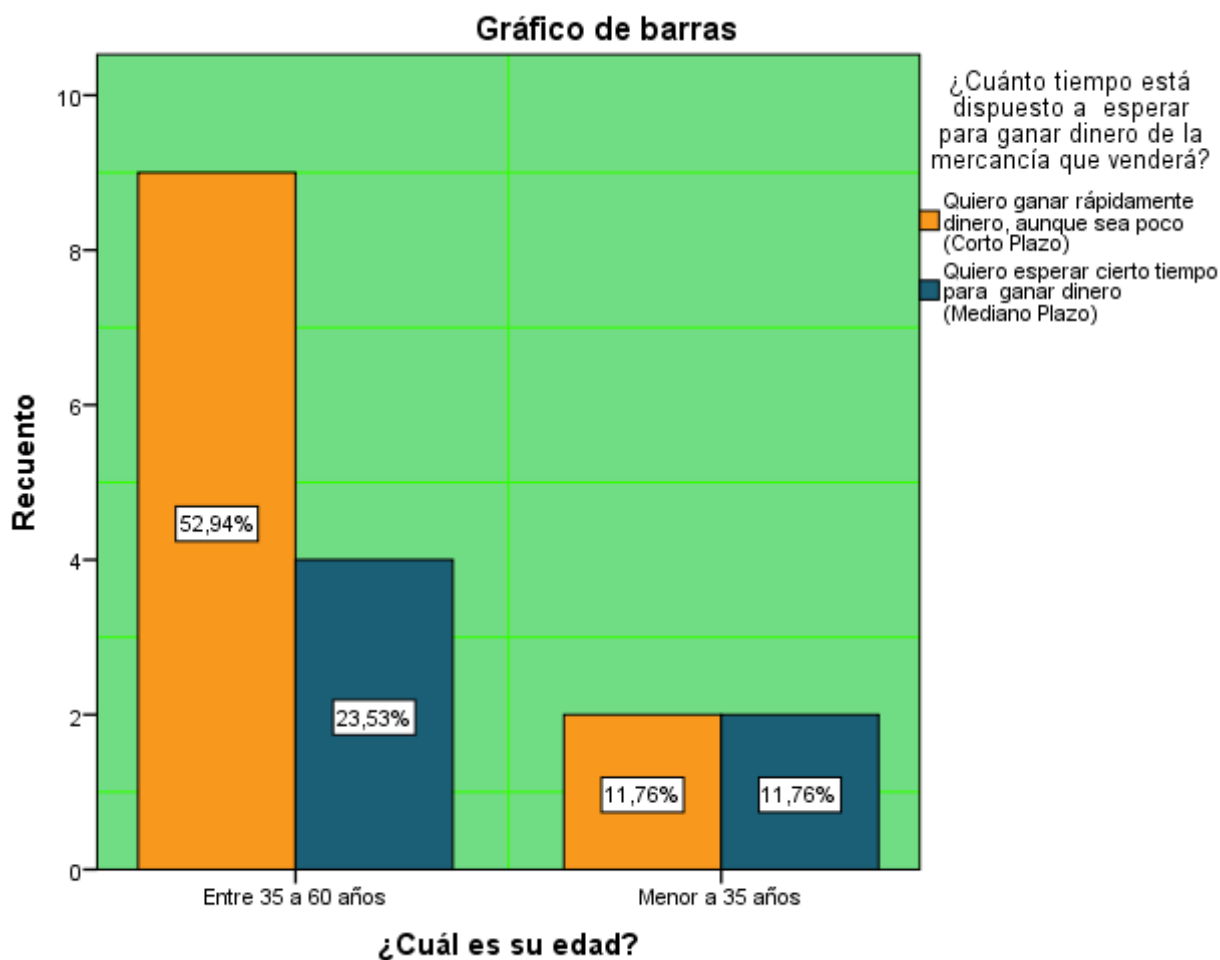


Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz- Bolivia (2017) rubro calzados
Elaboración propia

Como se observa en el gráfico 13, se evidencio que los comerciantes dedicados a la venta de calzados, muestra un empate respecto a la tolerancia de riesgo entre los comerciantes que tienen menos de 35 años, es decir un 11.76% asume cierto riesgo y el otro 11.76% asume un riesgo alto.

Por otra parte, el tiempo que los comerciantes esperaban, según su horizonte de inversión en el tiempo, prácticamente un 64.7% solo esperaba poco tiempo para obtener su ganancia por la inversión que realizo (calzados), tales resultados se muestra en la gráfico 14.

Gráfico 14 Edad – Plazo de inversión



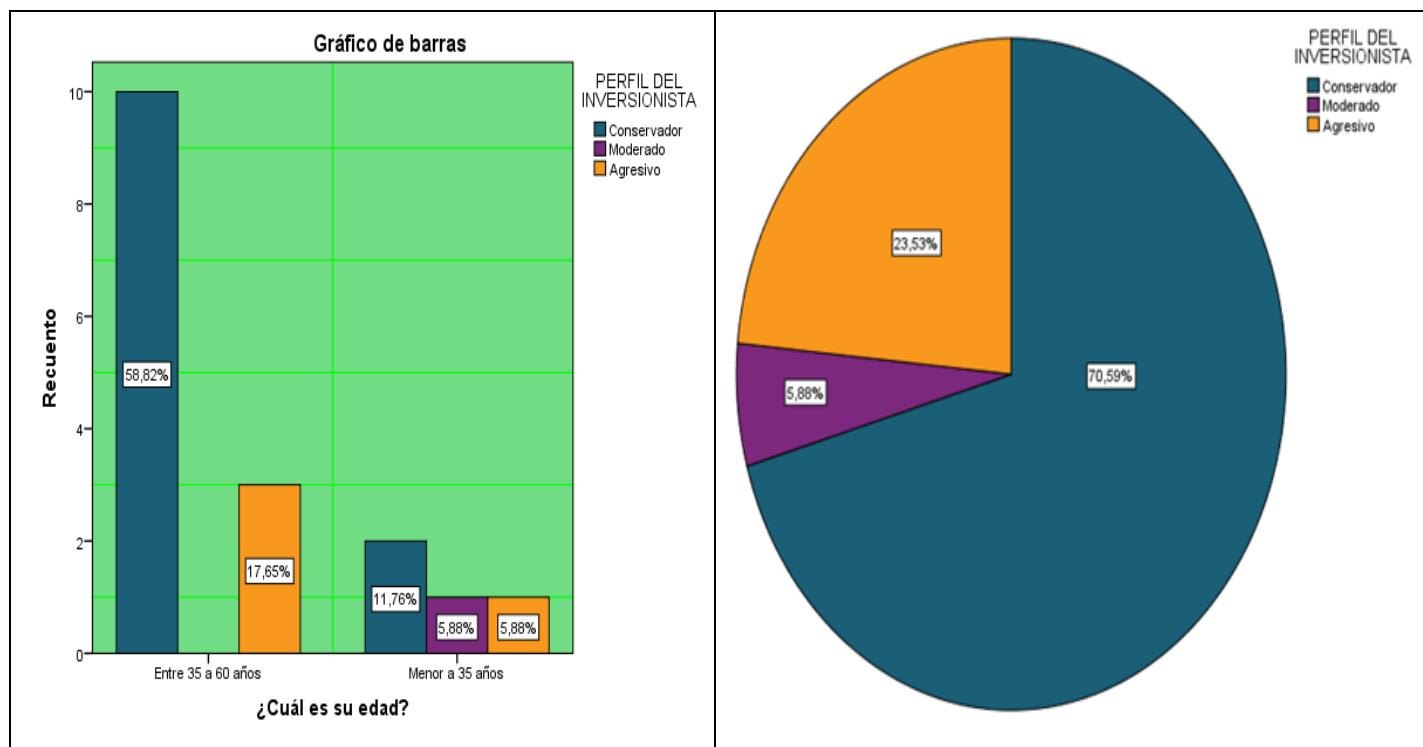
Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz- Bolivia (2017) rubro calzados
Elaboración propia

Entre los comerciantes que tienen la edad de 35 a 60 años, su horizonte de inversión es a corto plazo, un 52.94% espera sus ganancias en corto plazo. Mientras que los comerciantes que

tenían menos de 35 años; un 11.76% escogió el corto plazo para su inversión y el restante 11.76% espera cierto tiempo (mediano plazo).

Respecto al perfil de inversionista que obtuvieron los comerciantes minoristas dedicados a la venta de calzados, los comerciantes que se dedican a vender este producto son conservadores (70.58%), como se evidencio en la gráfico 15.

Gráfico 15 Edad – Perfil del inversionista: Rubro Calzados



Fuente: Mercado Huyustus-central, La Paz- Bolivia (2017)

Elaboración propia

Los comerciantes que tenían entre las edades de 35 a 60 años, el 58.82% fue conservador respecto a su inversión y el 17.65% tiene un perfil inversionista agresivo.

Con respecto a los comerciantes que eran menores a 35 años de edad; un 11.76% fue conservador, el 5.88% fue moderado y finalmente, el 5.88% tuvo un perfil inversionista agresivo.

DISCUSIÓN

PERFIL CONSERVADOR

Respecto a la edad; según los expertos, son personas cercanas a su edad de jubilación. (Afiliados y pensionados, 2017)(18), es decir personas retiradas o por jubilar que no quieren mayores preocupaciones (SVS educa Portal de Educacion Financiera, n.d.)(19).

Los comerciantes que se dedican a vender ropa y calzados, según los resultados obtenidos hacen referencia que entre las edades de 35 a 60 años tenían un perfil conservador. Sin embargo, en el rubro de calzados los comerciantes que tenían menos de 35 años eran conservadores también, se sentían más cómodos con inversiones de tipo conservador. Lo cual no siempre las personas que están por jubilarse pueden ser conservadores, existen también jóvenes con un perfil conservador.

Está confirmado que estos inversionistas tenían poca experiencia y conocimiento en la venta de ropa y calzados, generalmente el perfil conservador busca asesoría para invertir, tal es el caso donde los comerciantes fueron influenciados por sus familiares.

El inversionista conservador suele invertir a corto y a largo plazo. (Crece Negocios, 2011)(20). Los comerciantes esperaban ganar poco dinero en poco tiempo, por lo que la mayoría prefirió el corto plazo y no el largo plazo, la necesidad del comerciante en liquidez es muy alta.

PERFIL MODERADO

Los inversores con un perfil moderado valoran la rentabilidad, pero siempre teniendo en cuenta el riesgo que supone invertir en mercados de renta variable. Son inversores capaces de asumir más riesgo que los conservadores. (El Perfil del Inversor, 2015)(21). Este argumento esta comprado de acuerdo a los resultados ya anteriormente mencionados, sin embargo algunos citas mencionan que el horizonte de tiempo de la inversión puede ser a corto plazo o medio plazo, pero los resultados muestran que los comerciantes con este perfil tienen un tiempo de inversión a mediano plazo. Estos comerciantes no necesitan dinero rápidamente debido a que ellos tenían ingresos estables porque gran parte de estos comerciantes tienen otro puesto de venta.

Este tipo de inversor suele tener mayores conocimientos en inversión, se encontraron casos donde algunos comerciantes ya vendieron antes otros productos o hasta fueron mayoristas donde adquirieron cierto conocimiento en pérdidas y ganancias.

CONCLUSIÓN

Dentro de la investigación realizada se concluye que los comerciantes que se dedican a vender ropa y calzados tienen un perfil de inversionista Conservador, sus características en la toma de decisiones de su inversión son: aversión al riesgo, prefieren ganar poco dinero pero con la seguridad de no tener pérdidas, generalmente siempre necesitan de su dinero en corto plazo.

Si alguien pretende ofrecer sus productos a los minoristas que venden ropa, puede tener una aceptación positiva; siempre y cuando demuestren que el producto que ofrecen ha sido exitoso en otros lugares, como ellos mencionaron “jamás arriesgarían en una mercadería desconocida”. Los bancos pueden tener gran captación de clientes para dar préstamos ya que la mayoría de los comerciantes trabajan con un capital prestado por el banco.

Respecto a los comerciantes que venden juguetes son inversionistas moderados es decir son personas que están dispuestos a tolerar cierto riesgo (neutral al riesgo) para aumentar sus ganancias, es así que son personas con ingresos estables porque ellos requieren su dinero a un mediano plazo y no a un corto plazo. Generalmente se puede encontrar comerciantes entre las edades de 35 a 60 años y de 60 años para adelante con este tipo de perfil, en el rubro de los juguetes.

Como puede apreciar los comerciantes que se dedican a vender ropa y calzados tienen una tendencia similar, ya que en ambos rubros se encuentran inversionistas conservadores, es importante mencionar que ambos productos son artículos de primera necesidad para el ser humano, respecto a los comerciantes minorista que vende juguetes debemos recordar que ellos no comercializan un producto de primera necesidad y obtuvieron un perfil moderado.

Para concluir mencionamos que solo se detectó dos perfiles de inversionista ya que no se encontró ningún perfil de inversionista Arriesgado, posiblemente este perfil se encuentre en otro tipo de rubro que no fue estudiado en esta investigación como también existen los comerciantes mayoristas para ello se recomienda otra investigación.

Bibliografía

- (18) *Afiliados y pensionados*. (2017). Obtenido de Tu perfil de riesgo:
https://www.proteccion.com/wps/portal/proteccion/movil/inicio/afiliados-pensionados/para-tu-ahorro-pensiones-voluntarias/perfil-riesgo-conservador/!ut/p/a0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIthU0tDP29DbwsQkIMDBz9TYMMHY1djbz9TPQLsh0VAZgFUxA!/
- (1) *AFP Integra*. (2013). Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de Inversiones y Rentabilidad:
<https://www.integra.com.pe/wps/portal/integra/personas/inversiones-y-rentabilidad/tolerancia-al-riesgo.html>
- (3) *Alto Nivel*. (26 de Marzo de 2014). Obtenido de La importancia del plazo para invertir:
<http://www.altonivel.com.mx/41677-la-importancia-del-plazo-para-invertir/>
- (22) Alvarez, S. (9 de Julio de 2014). *EXPANSION en alianza con CNN*. Recuperado el 18 de Abril de 2017, de ¿Cuál es tu perfil como inversionista?: <http://expansion.mx/mi-dinero/2014/07/08/que-tipo-de-inversionista-soy>
- (12) Annie, M. A. (2006). *Elaboracion de un simulador para identificar perfiles de inversion y valorar titulos de renta fija negociados en la Bolsa de Valores de Colombia en pesos*, 32. Bogota, Colombia.
- (17) *Banco Pyme Ecofuturo*. (2017). Obtenido de
<http://www.ecofuturo.com.bo/ecopasanaku.html>
- (16) Bolivia, C. s. (19 de Mayo de 2017). *Gepeese*. Obtenido de
http://www.finanzasparatodos.es/gepeese/es/inicio/sabiasQue/sabias_que_pasanaku.html
- (11) Callejas, E. (2012). En *El comercio minorista en las ciudades de La Paz y El Alto características y expansion* (págs. 67-68). La Paz-Bolivia: Instituto de investigacion y capacitacion en ciencias administrativas (I.I.C.C.A).
- (20) *Crece Negocios*. (31 de Enero de 2011). Recuperado el 27 de Marzo de 2017, de Finanzas personales: <http://www.crecenegocios.com/perfil-del-inversionista/>
- (15) *Disfruta Bolivia*. (2017). Obtenido de Fiesta del Señor Jesus del Gran Poder.
- (21) *El Economista*. (s.f.). Obtenido de Horizonte temporal de la inversión:
<http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/horizonte-temporal-de-la-inversion>

- (5) Empresa, E. y. (28 de Febrero de 2012). Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de La importancia de estudiar finanzas:
<https://escuelayempresa.wordpress.com/2012/02/28/la-importancia-de-estudiar-finanzas/>
- (8) Escorza, A. S. (2013). Optimación de portafolios accionarios diversificados internacionalmente: propuesta de una estrategia. Mexico, Universidad Nacional Autonoma de Mexico: Tesis.
- (21) Finacial Group, M. (14 de Septiembre de 2016). Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de Perfil de inversionista: <https://www.principal.com.mx/es/acerca-de-principal/principal-financial-group/sala-de-prensa/articulos/Perfil-de-inversionista/>
- (23) *Finanzas Practicas*. (2017). Obtenido de <https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/bancarios/inversiones/quetipoo.php?print=y>
- (7) Garcia, A. (22 de Octubre de 2016). *¿Qué diferencia hay entre un banquero, un economista, un inversor y un comerciante?* Recuperado el 29 de Marzo de 2017, de <https://es.quora.com/Qu%C3%A9-diferencia-hay-entre-un-banquero-un-economista-un-inversor-y-un-comerciante>
- (14) Gitman, L. J. (2012). Principios de Administracion Financiera. En *Riesgo y Tasa de rendimiento requerido* (Decimosegunda ed., págs. 289-290). Mexico: Pearson Educacion.
- (6) Gomez, J. (14 de Octubre de 2012). *Finanzas Personales Alcanzar la libertad financiera*. Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de <http://tuasesoreninversiones.blogspot.com/2012/08/inversiones-reales-y-financieras.html>
- (23) Gonzalez, O. S. (7 de Octubre de 2015). *No es lo mismo ser comerciante, empresario y accionista*. Recuperado el 29 de Marzo de 2017, de <http://www.contadoresbc.org/component/k2/489>
- (4) *Instituto PYME*. (2017). Obtenido de Pronóstico de la demanda: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/416/Pron%C3%B3stico-de-la-demanda>
- (24) Martinez-Ribes, L. (24 de Febrero de 2017). *El mejor comerciante n es solo experto en su producto, tambien es experto en personas*. Recuperado el 29 de Marzo de 2017, de Portal PQS: <http://www.pqs.pe/emprendimiento/lluis-mart%C3%ADnez-mcommerce-consumidores-claves>

- (10) Ortega, A. (8 de Enero de 2017). *Comerciantes cambian de mercadería: Invierten hasta Bs 50.000 en materiales escolares*. Recuperado el 29 de Marzo de 2017, de https://www.laestrelladeloriente.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=63999:comerciantes-cambian-de-mercaderia-invierten-hasta-bs-50-000-en-materiales-escolares&Itemid=719
- (9) Padilla, M. C. (2015). En *Mercado de Valores* (Primera ed.). Bogota, Colombia: Ediciones ECOE. Obtenido de https://books.google.com.bo/books?id=AN3DDQAAQBAJ&pg=PT376&dq=PERFIL+DEL+INVERSIONISTA&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=PERFIL%20DEL%20INVERSIONISTA&f=false
- (25) Sampieri, R. H. (2006). *Metodologi de la Investigacion* (Cuarta ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- (13) *Servicio al cliente*. (27 de Mayo de 2017). Obtenido de Conceptos de autores sobre servicio al cliente: <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>
- Stanton, E. y. (2007). Fundamentos de Marketing. En *Naturaleza e importancia de las ventas al detalle* (Decimocuarta ed., págs. 432-433). Mexico: McGraw Hill Interamericano.
- (19) *SVS educa Portal de Educacion Financiera*. (s.f.). Recuperado el 10 de Mayo de 2017, de <http://www.svs.cl/educa/600/w3-article-1252.html>
- (2) *Wikipedia La enciclopedia libre*. (10 de Abril de 2017). Obtenido de Rentabilidad: <https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>

ANEXOS

ANEXO 1: Lista de comerciantes

MERCADO HUYUSTUS (CENTRAL)			
Nro.	ACTIVIDADES O PRODUCTOS	CANTIDAD DE COMERCIANTES MINORISTAS	SELECCION DE LA POBLACION
1	ACCESORIOS PARA COMPUTADORAS	7	NO SELECCIONAR
2	ACCESORIOS PARA TELEFONOS Y CELULARES	12	NO SELECCIONAR
3	ADORNOS Y SIMILARES	16	NO SELECCIONAR
4	AFEITADORAS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
5	AGENDAS Y SIMILARES	3	NO SELECCIONAR
6	ALFOMBRAS	13	NO SELECCIONAR
7	ALIMENTOS COCIDOS	1	NO SELECCIONAR
8	ALMOHADAS	4	NO SELECCIONAR
9	ANAFES/COCINAS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
10	API Y PASTELES	1	NO SELECCIONAR
11	ARTEFACTOS ELECTRONICOS	26	NO SELECCIONAR
12	ARTEFACTOS ELECTRODOMESTICOS	35	NO SELECCIONAR
13	ARTEFACTOS JUEGOS ELECTRONICOS	4	NO SELECCIONAR
14	ARTESANIAS	3	NO SELECCIONAR
15	ARTICULOS DE BAZAR	69	SELECCIONAR
16	ARTICULOS DE CUERO Y SIMILARES	2	NO SELECCIONAR
17	ARTICULOS DE LIMPIEZA	12	NO SELECCIONAR
18	ARTICULOS DE TOCADOR Y SANITARIO	5	NO SELECCIONAR
19	ARTICULOS DE USO PERSONAL	17	NO SELECCIONAR
20	ARTICULOS DEPORTIVOS	6	NO SELECCIONAR
21	ARTICULOS ELECTRONICOS	17	NO SELECCIONAR
22	ARTICULOS PARA EL HOGAR	52	NO SELECCIONAR
23	BEBIDAS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
24	BILLETERAS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
25	BOLSONES	2	NO SELECCIONAR
26	CAFÉ, TE Y MATES	6	NO SELECCIONAR
27	CALCOMANIAS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
28	CALCULADORAS Y SIMILARES	3	NO SELECCIONAR
29	CALZADOS	65	SELECCIONAR
30	CAMISAS Y CORBATAS	9	NO SELECCIONAR
31	CARNES CRUDAS	1	NO SELECCIONAR
32	CARRITO PARA NIÑOS	4	NO SELECCIONAR
33	CARTERAS Y SIMILARES	34	NO SELECCIONAR
34	CD'S, DVD'S, VHS'S, CASSETS EN	11	NO SELECCIONAR
35	CELULARES Y ACCESORIOS	11	NO SELECCIONAR
36	CHAMARRAS	7	NO SELECCIONAR
37	CHINELAS O SANDALIAS	11	NO SELECCIONAR
38	CHOCOLATES	1	NO SELECCIONAR
39	CHOMPAS Y SIMILARES	4	NO SELECCIONAR
40	CHURROS	1	NO SELECCIONAR
41	CINTURONES Y SIMILARES	2	NO SELECCIONAR
42	COLGADORES DE ROPA	7	NO SELECCIONAR
43	COMIDAS	5	NO SELECCIONAR
44	COSMETICOS Y SIMILARES	48	NO SELECCIONAR
45	CRISTALERIA	4	NO SELECCIONAR
46	CUADROS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
47	DEPORTIVOS	1	NO SELECCIONAR
48	DULCES	1	NO SELECCIONAR
49	DULCES/ GOLOSINAS	3	NO SELECCIONAR
50	EDREDONES Y FUNDAS	3	NO SELECCIONAR

ANEXO 2: Lista de comerciantes

51	EMPANADAS	1	NO SELECCIONAR
52	EMPANADAS/ TUCUMANAS Y SALTEÑAS	1	NO SELECCIONAR
53	EQUIPOS ELECTRONICOS	1	NO SELECCIONAR
54	ESTUCHES DE CELULAR	1	NO SELECCIONAR
55	FANTASIAS	3	NO SELECCIONAR
56	FRUTAS SECAS	1	NO SELECCIONAR
57	FUNDAS	1	NO SELECCIONAR
58	GAFAS/ LENTES/ MONTURAS	2	NO SELECCIONAR
59	GORRAS Y SIMILARES	2	NO SELECCIONAR
60	GUANTES	2	NO SELECCIONAR
61	HELADOS	6	NO SELECCIONAR
62	INSTRUMENTOS MUSICALES	1	NO SELECCIONAR
63	JUEGOS	8	NO SELECCIONAR
64	JUEGOS DE DIVERSION	2	NO SELECCIONAR
65	JUEGOS DIDACTICOS	4	NO SELECCIONAR
66	JUGOS DE FRUTAS Y REFRESCOS	4	NO SELECCIONAR
67	JUGUETES	105	SELECCIONAR
68	LAMPARAS	2	NO SELECCIONAR
69	LECHON	1	NO SELECCIONAR
70	LENTE	9	NO SELECCIONAR
71	LIBROS	1	NO SELECCIONAR
72	MALETAS	1	NO SELECCIONAR
73	MALETAS Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
74	MALETINES Y MALETAS	9	NO SELECCIONAR
75	MALLAS	1	NO SELECCIONAR
76	MANDILES Y SIMILARES	1	NO SELECCIONAR
77	MANTAS Y SIMILARES	4	NO SELECCIONAR
78	MANTELES/ INDIVIDUALES Y SIMILARES	3	NO SELECCIONAR
79	MANTELES/ SABANAS/ FUNDAS Y	3	NO SELECCIONAR
80	MASITAS	1	NO SELECCIONAR
81	MATERIAL DE ESCRITORIO Y OFICINA	23	NO SELECCIONAR
82	MATERIALES ELECTRONICOS	1	NO SELECCIONAR
83	MATERIALES PLASTICOS	7	NO SELECCIONAR
84	MEDIAS	14	NO SELECCIONAR
85	MOCHILAS	15	NO SELECCIONAR
86	MUÑECOS DE PELUCHE Y SIMILARES	4	NO SELECCIONAR
87	OLLAS	4	NO SELECCIONAR
88	PAN	1	NO SELECCIONAR
89	PANTALONES	10	NO SELECCIONAR
90	PANTUFLAS Y CHINELAS	2	NO SELECCIONAR
91	PAPEL DE REGALO	8	NO SELECCIONAR
92	PEINES Y CEPILLOS	5	NO SELECCIONAR
93	PERFUMES Y SIMILARES	2	NO SELECCIONAR
94	PILAS Y CASSETTES	1	NO SELECCIONAR
95	PIPOCAS	1	NO SELECCIONAR
96	PISOS	3	NO SELECCIONAR
97	PLASTICOS	8	NO SELECCIONAR
98	PLASTICOS Y NYLON	2	NO SELECCIONAR
99	POLERAS	2	NO SELECCIONAR
100	POLLOS A LA BROASTER Y HAMBURGUESA	1	NO SELECCIONAR
101	PORTA CD	7	NO SELECCIONAR
102	RADIOS	6	NO SELECCIONAR
103	RADIOS PEQUEÑAS-CALCULADORAS	2	NO SELECCIONAR
104	REFRESCOS	2	NO SELECCIONAR
105	REFRESCOS/ CHANTILLY/GELATINA	1	NO SELECCIONAR
106	REFRESCOS EN VASO	4	NO SELECCIONAR
107	REGALOS	1	NO SELECCIONAR
108	REGALOS/ADORNOS	4	NO SELECCIONAR
109	RELOJERIA	5	NO SELECCIONAR
110	RELOJES Y SIMILARES	14	NO SELECCIONAR

ANEXO 1 Lista de comerciantes

111	REPARACION DE CALZADOS	1	NO SELECCIONAR
112	REPUESTOS DE ELECTRODOMESTICOS	3	NO SELECCIONAR
113	REPUESTOS EN GRAL.	2	NO SELECCIONAR
114	ROPA	36	NO SELECCIONAR
115	ROPA DE BAÑO	3	NO SELECCIONAR
116	ROPA DE BEBE	26	NO SELECCIONAR
117	ROPA INTERIOR	36	NO SELECCIONAR
118	ROPA NUEVA	567	SELECCIONAR
119	SANDWICHES DE CHORIZO	13	NO SELECCIONAR
120	SOMBRERERIA	1	NO SELECCIONAR
121	SOMBREROS	3	NO SELECCIONAR
122	SOMBRILLA	1	NO SELECCIONAR
123	TAPETES	1	NO SELECCIONAR
124	TARJETAS	1	NO SELECCIONAR
125	TELEFONOS	4	NO SELECCIONAR
126	TOALLAS DE BAÑO	6	NO SELECCIONAR
127	TRIPAS COCIDAS	1	NO SELECCIONAR
128	UTENCILIOS Y SIMILARES	12	NO SELECCIONAR
129	VAJILLA	6	NO SELECCIONAR
130	VIDEOS	4	NO SELECCIONAR
131	VIDEOS AUTORIZADOS	5	NO SELECCIONAR
132	ZAPATEROS	1	NO SELECCIONAR
133	ZAPATILLAS Y SIMILARES	21	NO SELECCIONAR
134	ZAPATOS	18	NO SELECCIONAR
TOTAL		1669	

Nota: No se tomó en cuenta los artículos de bazar porque al momento de realizar la entrevista-cuestionario no se encontró muchos puestos de artículos de bazar.

(Anexo 2)

A continuación se muestra la elección y asignación de los sujetos de estudio:

Del cual se escogió los rubros con más número de comerciantes, es decir ≥ 65 comerciantes en un rubro.

DEFINIMOS LA POBLACIÓN		
	RUBRO	N° DE COMERCIANTES
3	CALZADOS	65
4	JUGUETES	105
5	ROPA NUEVA	567
	TOTAL POBLACIÓN	737

Inicialmente para hallar el tamaño de la muestra en una población finita como la presentada, en este caso se utilizara la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Datos:

z	1,64
p	0,5
q	0,5
e	0,05
N	737

$$n = \frac{(1,64)^2 * 737 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (737 - 1) + (1,64)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 197$$

Debido a las características de la población el método probabilístico que se desarrolló para la elaboración de esta encuesta es el Método de muestreo Estratificado, el cual requiere separar a la población según grupos, que en este caso será cada rubro.

Muestreo Estratificado	
CALZADOS	17
JUGUETES	28
ROPA NUEVA	152
MUESTRA	197

$$\frac{65 * 197}{737}$$

(Anexo 3)

VARIABLES	
GENERO	<p>En el tema de inversiones sigue siendo el sexo masculino quien toma las mayores decisiones, aunque es una batalla en la que las mujeres han logrado avanzar durante estas últimas décadas, principalmente porque poseen habilidades que las hacen tener una mayor probabilidad de éxito cuando están al mando de su dinero.</p> <p>De acuerdo con un estudio de Black Rock y del sitio GoGirlFinance las mujeres ostentan algunas particularidades que las hacen mejores inversionistas⁹</p>
NIVEL DE ESTUDIO	Es necesario conocer el nivel de educación de los comerciantes porque pueden existir profesionales que se dedican al comercio o ambos.
ESTADO CIVIL	No tienen los mismos intereses las personas solteras que las casadas o separadas.
EDAD	<p>Ajustarse a un perfil podría estar relacionado en mayor o menor medida con la edad de la persona. Los expertos recomiendan que, mientras más cerca se encuentre de la edad del retiro (65 años), su perfil deberá ser más conservador.</p> <p>Habrán quienes tengan un perfil más arriesgado cuando son jóvenes, pero con el tiempo se vuelvan más conservadores debido a que cambian sus preocupaciones y necesidades (la familia crece y no quieren arriesgar el patrimonio familiar), pero habrá otros que conserven su personalidad de inversionistas así como su "genio y figura"¹⁰.</p>
EXPERIENCIA INVERSIONES	<p>EN Si me ofrecen un negocio necesito el consejo de personas conocidas que hayan participado en él.</p> <p>Creencias: Efecto Heurístico de disponibilidad, los individuos otorgan mayor probabilidad a aquellos sucesos que recuerdan con más facilidad, bien por ser vivencias directas o por ser eventos recientes. (Annie, 2006)</p>
OBJETIVO	DE Cuanta ganancia quiero y los plazos para

⁹ THE VISIONARY. (Marzo 2017). Mujeres, mejores inversionistas. Recuperado Marzo 2017, de ' Sitio web: <http://www.finamex.com.mx/the-visionary/soy-inversionista/mujeres-mejores-inversionistas/>

¹⁰ EL ECONOMISTA. (2011). Descubra qué tipo de inversionista es usted. Recperado Marzo 2017, de ' Sitio web: <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2011/09/04/descubra-que-tipo-inversionista-usted>

INVERSIÓN	conseguirlas, es decir quiero ganar rápido dinero o esperaré para obtener ganancias.
SENTIMIENTOS CON RESPECTO AL RIESGO	Creencias Aversión a las pérdidas: los inversionistas decidirán comprar o vender en función de que su decisión le suponga ganancias o pérdidas a partir de un precio de referencia que fijan ellos mismos, adicionalmente estos inversionistas son reacios a vender cuando esta venta supone una pérdida con respecto al precio de referencia, es decir, prefieren retardar cualquier posible pérdida por si acaso es capaz de recuperarla en lugar de asumirla de manera inmediata, a pesar de que esto lo pueda llevar a una menor riqueza (actitud irracional). (Annie, 2006)

(Anexo 4)

CUESTIONARIO CERRADO

MERCADO HUYUSTUS: EL PERFIL DEL COMERCIANTE MINORISTA A LA HORA DE INVERTIR.

Buenos días (tardes)

Quisiera pedir su colaboración para el llenado de este cuestionario. Estoy trabajando en una investigación científica para elaborar un artículo científico para la universidad UMSA y me es necesario su respuesta. Para lo cual se pide la mayor sinceridad a sus respuestas.

Muchas gracias por tu colaboración.

INSTRUCCIONES

- Marcar solo una opción.

PARTE I: INFORMACIÓN BASE

I. Genero

- 1) Masculino 2) Femenino

II. ¿Cuál es tu nivel máximo de estudios?

- 3) Menor a secundaria 4) Secundaria 5) Universidad
 6) Licenciado o superior

III. ¿Cuál es su Estado civil?

- 7) Casado 8) soltero 9) viudo 10)
 Divorciado
 11) Conyugue

PARTE II: PERFIL DEL INVERSIONISTA

1. ¿Cuántos años tiene?

- a) Menor de 35 años
 b) Entre 35 y 60 años
 c) Más de 60 años

2. ¿Usted tiene dinero guardado para casos de emergencia como robos, incendios u otros?

- a) No
 b) Sí, máximo 3 meses para utilizarlo.
 c) Sí. Más de 3 meses para utilizarlo.

3. ¿Cuándo compra su mercadería, lo que paga es?

- a) El Minino de su capital
- b) La Mitad de su capital
- c) Más de la mitad de su capital

4. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a esperar para ganar dinero de la mercancía que venderá?

- a) Quiero ganar rápidamente dinero, aunque sea poco (Menos de 1 año)
- b) Quiero esperar cierto tiempo para ganar dinero (De 1 a 5 años)
- c) Quiero esperar bastante tiempo para ganar mucho dinero (Más de 5 años)

5. ¿Cuánto quiere ganar y arriesgar con la compra y venta de su mercadería?

- a) Que gane poco dinero pero con la seguridad de no tener pérdidas.
- b) Quiero ganar moderadamente dinero con pérdidas razonables si ocurriera.
- c) Quiero ganar mucho dinero aunque incluya un gran riesgo de pérdida.

6. ¿Que haría usted, elija una situación de abajo?

- a) Nunca arriesgaría mi dinero en una mercadería que no conozco aunque pierda la oportunidad de ganar más dinero
- b) Asumo ciertos riesgos, pero no me gusta que la mercadería que compro y vendo cambie de precio en el mercado.
- c) Busco ganar mucho dinero y sé que con ello me arriesgo a perder el dinero invertido

7. ¿Qué haría con la mercadería que acaba de comprar y hay una noticia mala que afecta el precio de tu mercadería?

- a) vendería inmediatamente
- b) Pediría consejos a conocidos y arriesgaría un poco, vendería una parte
- c) Utilizaría mi experiencia analizando cómo ganar más dinero aunque implique talvez gastar dinero

8. ¿Estas pendiente del precio de tu mercancía llegando al mercado Huyustus

- a) Si, tengo mis propias fuentes de información
- b) Leo de vez en cuando las noticias
- c) Solo veo lo que ocurre

a) Administración de la prueba

- **A las preguntas 1, 3 y 8.**

Valoración para cada ítem	
Si contesto...	El puntaje es
a)	3
b)	2
c)	1

- **A las preguntas 2, 4, 5, 6 y 7.**

Valoración para cada ítem	
Si contesto...	El puntaje es
a)	1
b)	2
c)	3

a) Características generales de la prueba

Suma de puntajes de los ítems	Indicador
Si obtuvo entre 8 y 12 puntos	Inversionista Conservador
Si obtuvo entre 13 y 16 puntos	Inversionista Moderado
Si obtuvo 17 o más puntos	Inversionista Agresivo

CUESTIONARIO ABIERTO

MERCADO HUYUSTUS: EL PERFIL DEL COMERCIANTE MINORISTA A LA HORA DE INVERTIR.

Tiempo de duración 15 minutos

El cuestionario se aplica mediante la entrevista.

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Cómo llegó usted a ser comerciante? Por medio de familiares, amistades...
3. ¿Cuántos años tiene de ser minorista?
4. ¿Cómo minorista que productos compra y vende?
5. ¿Cuáles son los motivos por el que quiere adquirir ese producto o mercancía?
6. ¿Siempre compra y vende el mismo producto?
7. ¿Piensa vender otro producto? ¿Porque?
8. ¿Cuál es la principal característica de su negocio que lo haga confiable con respecto a otros?
9. ¿Gana usted lo suficiente para sustentarse a usted o su familia?
10. ¿Usted ahorra? ¿Porque?
11. A parte de comprar y vender mercadería tiene algún otro negocio?
12. ¿El dinero con el que compra mercadería es propio o prestado?
13. ¿Si tuviera deudas estoy influye en la cantidad de compras de mercaderías?
14. ¿Cuál es el producto que más ha vendido este mes?
15. ¿En qué temporada siente más demanda de su mercancía o producto?
16. ¿Cómo mayorista quienes son sus proveedores o son ustedes mismos sus proveedores?
17. ¿Cómo eligió a sus proveedores? Por ejemplo por recomendaciones, por la seguridad que le brinda.
18. ¿Quiénes son sus clientes?
19. ¿Qué beneficios reciben sus clientes al comprar sus productos?
20. ¿Tiene algún sistema de seguridad contra robos para su mercadería?
21. ¿Qué espera en el futuro de su negocio?

FIN DE LA ENTREVISTA

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN EN LA ENTREVISTA

