

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA



TESIS DE GRADO

**CARACTERIZACIÓN DE LAS TIENDAS DE BARRIO EN LA
CIUDAD DE LA PAZ Y SU CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA
INFORMAL COMO UNIDADES DE AUTOEMPLEO**

POSTULANTE: Raúl Félix Callisaya Morales
TUTOR ACADEMICO: Lic. Walter Ferrufino Andrade
TUTOR RELATOR: Lic. Vladimir Gutiérrez Loza

LA PAZ – BOLIVIA

2010

DEDICATORIA

A mí querida madrecita Natividad Morales Vda. de Callisaya por su amor, cuidado, paciencia y apoyo incondicional, por sus sinceras frases reconfortantes que me llegan justo cuando las necesito.

A mi esposa Virginia y a mi hijo Raúl Edison por su amor, colaboración y sobre todo su paciencia y apoyo incondicional.

A mis hermanos Remberto y Maruja por su apoyo y empuje para que llegue a una de las metas propuestas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a nuestro creador por su infinita bondad porque me concedió culminar esta meta en el principio de un camino a la superación profesional.

A todos mis Docentes de la Carrera de Economía porque pusieron en mí, la confianza de recibir para bien todos los conocimientos durante mi permanencia en la etapa de mi superación profesional.

Un agradecimiento especial al Lic. Walter Ferrufino por su colaboración en la elaboración de la presente investigación, por compartir sus conocimientos y por toda la ayuda brindada.

Al Lic. Vladimir Gutiérrez por haberme dado la oportunidad de dar mis primeros pasos en el campo de la investigación.

A mis compañeros de estudio, Roció Valderrama y Windsor Sánchez, por su amistad, paciencia y sobre todo el impulso de continuar en esta etapa de superación profesional.

RESUMEN DE TESIS

La necesidad económica, el problema de subsistencia la desocupación, la marginación, etc., que enfrentan vastos sectores populares, los obligan a buscar por su cuenta las llamadas “estrategias de sobrevivencia”. Una de estas estrategias son las TIENDAS DE BARRIO.

Los objetivos específicos

- Analizar las características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz (tiempo de funcionamiento, tipo de productos, personas implicadas, y otros).
- Describir las características socioeconómicas de la población dedicada al comercio informal en tiendas de barrio.
- Establecer la importancia de las tiendas de barrio como unidades de autoempleo en la ciudad de La Paz.

Formulamos la Hipótesis: “Las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz, son unidades económicas que incrementan el sector informal contribuyendo a crear Fuentes de autoempleo”.

Variables

- Variable independiente: Tiendas de barrio
- Variable dependiente: Fuentes de autoempleo
- Variable interviniente: Sector informal

El Marco teórico para esta investigación es la teoría neoclásica de la economía.

La Metodología de la investigación, Tipo de estudio: Descriptivo ,Método: hipotético-deductivo

Técnicas: Encuesta dirigida a propietarios de las tiendas o tenderos de la ciudad de La Paz

Población: Propietarios de tiendas de barrio: Zonas Villa Fátima, Villa San Antonio, Villa Victoria, Gran Poder y Tembladerani

Muestra.- Se determinó seleccionar como muestra de estudio a un total de 125 tiendas (25 por cada zona), a través del muestreo “no probabilístico”.

Concluimos indicando que los negocios catalogados como tiendas de barrio, hacen su apertura con ahorros propios de parte de sus propietarios, y las ganancias que generan constituyen un apoyo importante para el sostenimiento de la familia,

Son pocos los dueños/as de las tiendas que emprenden este tipo de negocios con préstamos bancarios ya que el mismo requiere del pago de intereses que es lo que se quiere evitar.

Recomendamos a las autoridades deben atender las necesidades laborales de la población, que si bien ayuda a mitigar las necesidades económicas de las familias no contribuye al Estado por no estar inserto dentro de la economía formal, es decir no paga impuestos y no genera empleos directos. Se recomienda desarrollar un censo para saber con certeza cuantas tiendas barriales existen

ÍNDICE

	Pág.
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	4
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos.....	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos específicos	7
1.5 Hipótesis y variables.....	8
1.5.1 Formulación de hipótesis	8
1.5.2 Variables	8
1.6 Delimitación	9
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	10
2.1 La teoría neoclásica de la economía	10
2.1.1 Principales aportaciones del enfoque neoclásico.....	13
2.1.2 El desempleo desde la perspectiva neoclásica.....	14
2.2 La economía informal	14
2.2.1 El sector informal desde la perspectiva neoclásica.....	16
2.2.2 Enfoques sobre el sector informal urbano (SIU)	21
2.2.2.1 Enfoque latinoamericano.....	21
2.2.2.2 Visión de los países industrializados	24
2.1.3 Visión alternativa.....	26
2.1.4 Diferencia entre el sector formal e informal.....	29
2.1.5 El sector informal urbano en Bolivia.....	30
2.3 La economía popular	34
2.3.1 Enfoques sobre la economía popular.....	37
2.3.2 La unidad doméstica como elemento de la economía popular	42
2.3.3 Utilización del fondo de trabajo en la unidad doméstica	44
2.4 Las tiendas de barrio	46

2.4.1	Sentido colectivo de la tienda.....	49
2.4.2	Características de las tiendas de barrio.....	50
2.4.3	Importancia de las tiendas de barrio.....	52
2.4.4	La ciudad, los barrios y las tiendas.....	57

CAPÍTULO III

	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	60
3.1	Características del estudio	60
3.2	Métodos.....	60
3.3	Técnicas de recolección de información.....	61
3.4	Población y muestra	62

CAPÍTULO IV

	EL COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ.....	63
4.1	Situación del empleo	63
4.2	El comercio informal	65
4.3	Características del comercio informal urbano.....	66
4.4	Rasgos del comercio informal minorista	68
4.5	Organización de grupos informales	69
4.6	Factores adversos del comercio informal en la ciudad de La Paz.....	69

CAPÍTULO V

	LAS TIENDAS DE BARRIO DE LA CIUDAD DE LA PAZ.....	71
5.1	Zona de ubicación:	71
5.2	Nivel de formación educativa o profesional	73
5.3	¿Por qué decidió abrir la tienda o emprender esta actividad?.....	74
5.4	El lugar donde funciona la tienda es:.....	76
5.5	Recursos o capital para emprender o abrir la tienda	77
5.6	Además de la tienda, cuenta con otra actividad económica que le genere ingresos económicos.....	78
5.7	Años de funcionamiento de la tienda.....	80
5.8	Cómo marcha el funcionamiento de la tienda.....	81
5.9	Monto aproximado de ganancias (utilidades) que deja la tienda mensualmente	82

5.10 Si en la atención de la tienda colabora alguna otra persona	84
5.11 Si su respuesta anterior es afirmativa, cual la relación con esa persona .	85
5.12 Si la persona o personas que le colaboran en la atención de la tienda reciben remuneración o salario.....	87
5.13 Los ingresos que se obtiene en la tienda son suficientes para satisfacer las necesidades de alimentación, educación, vestido, vivienda y otros de la familia	88
5.14 Si le ofrecieran empleo con un ingreso similar o mayor al que obtiene en la tienda, ¿aceptaría?.....	89

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	91
--	-----------

6.1 Conclusiones	91
------------------------	----

6.2 Recomendaciones.....	93
--------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	95
---------------------------	-----------

ANEXOS.....	102
--------------------	------------

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La economía informal es un fenómeno presente en la mayor parte de las economías latinoamericanas. Bolivia no ha sido la excepción, más aún cuando el sistema económico formal no ha tenido capacidad para incorporar el exceso de mano de obra en el mercado, en forma sostenida y definitiva. Según Cadena, "el incremento de la actividad informal se debe principalmente a la escasez de trabajo formal y, a que las empresas de mayor tamaño no se dan abasto para contratar toda la mano de obra disponible en el país; situación que se agrava debido al aumento constante del desempleo y la degradación de la oferta de éste que implica salarios cada vez más bajos, carencia de seguridad social y estabilidad laboral"¹.

En América Latina, entre los años de 1990 y 2003, de cada 10 nuevas personas ocupadas, 6 trabajaban en el sector informal². No obstante esta creación de "empleos", insustituible como señala Tokman para la estabilidad política y económica de los países de la región, conlleva sin embargo problemas estructurales ligados a la vulnerabilidad del mercado de trabajo³. Así, las cifras muestran que, aproximadamente, sólo 5 de cada 10 nuevos asalariados tienen acceso a los servicios de seguridad social y sólo 2 de cada 10 nuevos asalariados en el sector informal contaban con esta cobertura en 2003.

En Bolivia, el 64,7% de la población ocupada en el área urbana trabajaba en el

¹ CADENA, F. (2005), "De la economía popular a la economía de solidaridad". 1ª. Ed. México: El Colegio de Tlaxcala A.C.

² OIT (2005). "Panorama Laboral 2004 – América Latina y el Caribe". Organización Internacional del Trabajo. Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

³ TOKMAN, Víctor. "Una Voz en el camino". Fondo de cultura económica. Chile 2004. Pág. 177.

sector informal; el 31,4%, en el sector formal y el 3,8%, en el desarrollo de actividades domésticas. Se conoce además, que 9 de cada 100 individuos activos se encuentran desocupados y 8 de estas personas tienen experiencia laboral previa. Aproximadamente un tercio de la población ocupada en el área urbana es subempleada por horas o ingresos. Cerca de tres quintas partes de la población ocupada desarrolla actividades en el sector informal y más de la mitad de ellos viven en situación de pobreza⁴.

Uno de los factores que ha contribuido al incremento del sector informal, es el proceso de ajuste estructural emprendido en 1985 a través del D.S 21060, que ocasionó la reducción del empleo y la modificación de los tipos de contratos laborales, dando como resultado un incremento del sector informal en la economía. Así lo confirma un estudio de UNICEF, donde se señala que "los efectos de la crisis y de la Nueva Política Económica, han llevado al incremento del desempleo, al aumento de la pobreza y deterioro de las condiciones de vida e ingresos, además de las estrategias de sobrevivencia desarrolladas por las familias de los sectores populares".⁵

Por tanto, los efectos sociales de la crisis económica y de la apertura económica se expresan en un inocultable deterioro de las condiciones de trabajo, la mayor precariedad de las fuentes de empleo y el aumento de la explotación a las que son sometidos los miembros de gran parte de las familias que se han visto obligadas a emprender actividades de autoempleo en busca del sustento diario, incrementando de esta manera el sector informal urbano.

El sector informal urbano está conformado por todas aquellas personas, que impedidas de entrar en los mercados formales de trabajo, buscan e inventan

⁴ MONTERREY ARCE Javier. (2004). "El sector informal urbano en Bolivia". En "El sector informal en Colombia y demás países de la Comunidad Andina". División de Mercadeo y Ediciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. Bogotá, D.C. Colombia. Pág. 121.

⁵ DOMIC, RIVADENEIRA, VALDIVIA. (1995). "El Trabajo: Los niños y adolescentes trabajadores en Bolivia", Ed. UNICEF, La Paz.

nuevas estrategias de sobrevivencia implantando así formas específicas de autogeneración de empleo y por tanto de ingreso⁶. La necesidad económica, el problema de subsistencia que enfrentan vastos sectores populares como consecuencia de un modelo económico de mercado, concentrador y excluyente, que se implantó en el país, la desocupación, la marginación, la represión, la reducción de las políticas públicas de beneficio social, la quiebra de empresas, etc., obligan a amplias capas de los sectores populares a buscar por su cuenta las llamadas "estrategias de sobrevivencia".

Una de estas estrategias lo constituyen las "tiendas de barrio", que son emprendimientos o negocios micro-empresariales generalmente desarrollados por un grupo familiar y de muy pequeña escala, en el cual se expenden artículos de primera necesidad (comestibles, bebidas, productos de aseo, etc.).

Muy al contrario de los sombríos presagios que se vaticinaban una vez implementada la apertura económica en 1985, las denominadas tiendas de barrio o tradicionales siguen manteniéndose vigentes. Fue tal el pesimismo que, incluso en 1992, el experto internacional del comercio Henry Salen, se atrevió a vaticinar que "a comienzos del siglo XXI no existirían las tiendas de barrio ni las centrales de abasto, debido a la consolidación del comercio"⁷. Sin embargo, la realidad ha mostrado lo contrario.

Más allá de cualquier debate que se quiera presentar respecto al papel de las tiendas y su importancia en la economía del país, lo cierto es que esta actividad económica, no se ha debilitado, sino que se ha fortalecido, constituyendo una de las actividades económicas relevantes en la generación de autoempleo.

⁶ El sector informal en Bolivia CEDLA.

⁷ PINILLA, O.; González, G. (2004). "Estudio comparativo de las características del merchandising aplicado la tienda tradicional de Barranquilla en estratos 2 y 5". Trabajo de Grado Especialización en Gerencia de empresas comerciales. División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte.

Sin embargo y a pesar de la reconocida importancia asignada a la tiendas, los estudios desarrollados son bastante escasos o inexistentes, sobre todo en lo que se relaciona con las características y su contribución a la economía informal como unidad de autoempleo; lo cual plantea la necesidad de investigar las características e importancia del sector, considerando el ámbito urbano de la ciudad de La Paz.

1.2 Formulación del problema

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, el problema de investigación se formula a través de la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz, y su contribución al sector informal como unidades de autoempleo?

1.3 Justificación

Si bien la economía informal por una parte, tiene repercusiones negativas en los índices de crecimiento económico de un país, por limitar la utilización eficiente de los recursos y mejoras de la productividad⁸, por otra, tiene efectos importantes a nivel agregado, puesto que se constituye en generador de producto y de demanda, de importancia sobre todo en periodos de crisis.

Lo anterior significa que la economía informal a pesar de sus efectos adversos, genera también ciertos efectos positivos; uno de ellos está relacionado con la posibilidad de obtener ingresos para los sectores más pobres de la población, ya que "la mayoría de los más pobres son autoempleados o trabajadores en

⁸ LOAYZA, N. (1997). "La economía del sector informal: modelo simple y evidencia empírica para América Latina", Washington D.C., Banco Mundial.

unidades muy pequeñas –del tamaño de una familia- a menudo en empleos inestables y en establecimientos no registrados”⁹. Sin embargo, dado su permanencia en la pobreza, la economía informal es más una opción de sobrevivencia que de superación de la pobreza.

Entonces, el sector informal permite integrar a la economía los segmentos más pobres de la población. Más aún, durante los periodos recesivos de la economía, el sector informal sirve de refugio a aquellos que han perdido su empleo o ingresos, aumentando de esta manera su importancia relativa en el empleo total. En efecto, mientras que la producción y el empleo formal disminuyen durante las recesiones, el empleo informal se expande, jugando un papel de amortiguador.

Dentro del sector informal, las tiendas de barrio son una de las actividades de sobrevivencia que cumplen un rol clave como mecanismo amortiguador de la marginalidad y la pobreza de la fuerza de trabajo con escasa productividad. Esta actividad ha permitido, mediante el mecanismo del autoempleo, generar ingresos para satisfacer, al menos, las necesidades básicas de la población.

Es necesario aclarar que “la tienda no pretende en general acumular capital, sino más bien, establecer un equilibrio o balance entre las necesidades de consumo inmediato en el hogar (canasta familiar) y el nivel de auto-utilización de fuerza de trabajo, especialmente del trabajo del tendero. Esto se constituye en el eje fundamental que le permite su sobrevivencia.”¹⁰.

Además, la tienda es una unidad económica de la cual obtiene beneficios la familia y que hace parte del comercio informal. Cabe mencionar que existen

⁹ OCHOA LEÓN Sara. (2004). “Economía Informal: Evolución reciente y perspectivas”. Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública. México. Págs. 5-6

¹⁰ LONDOÑO, Santiago. (1982). “La economía de la tienda de barrio: una explotación sobre la trilogía tienda - tendero – familia”. Biblioteca Luis Ángel Arango, No. Topográfico 338.642 e26a. Medellín: Cadena. Pág. xiii.

diferencias claras entre el comercio formal e informal, siendo las tiendas parte del comercio informal o también denominada economía informal. Para ello se consideran la circulación de capital y la procedencia del capital humano o fuerza de trabajo; por un lado, "la tienda de barrio está sujeta a un proceso de circulación de capital y a una forma de organización y funcionamiento diferentes. El comercio formal recurre al mercado externo e interno de trabajo. El comercio informal - las tiendas de barrio - recurren a un 'mercado de trabajo interno' en la medida en que se nutren en lo fundamental de trabajo familiar. Esto constituye el lazo que vincula a la familia- que ejerce la reproducción de la fuerza de trabajo- con el tendero-que ejerce el papel de administrador- y con la tienda- que se constituye en el agente de circulación de mercancías."¹¹.

Las tiendas de barrio, son un sector que ha crecido en función del desarrollo de la sociedad y que en la actualidad desempeña un papel económico esencial, pues es el encargado de relacionar la producción con el consumo y una función social que se mide en términos de empleo, por el elevado número de personas que cuentan con una actividad económica de estas características.

Sin embargo, es un sector sin definición desde el punto de vista teórico y poco conocido en la práctica, pues los estudios dedicados al comercio detallista son todavía escasos en la mayoría de los países. La falta de interés historiográfico se ha debido fundamentalmente a que hasta hace pocos años el comercio era considerado una actividad subsidiaria de la función de producción¹² y por tanto carente de interés.

Tradicionalmente sólo el gran comercio, el realizado entre países distintos, se ha considerado materia de análisis económico, siendo escasa la literatura dedicada al comercio pequeño y más aún a las "tiendas de barrio"; lo que exige

¹¹ LONDOÑO, Santiago. Ob. Cit. Pág. 11.

¹² CASARES, J. y RIPOLL, A. (1996). "Distribución Comercial". Madrid. Ed Cívitas. Pág. 21.

la necesidad de abordar el presente estudio y ampliar los conocimientos en el ámbito de las Ciencias Económicas.

Considerando la importancia del sector informal en la economía del país, donde el comercio es el sector económico que genera más empleo en las zonas urbanas y el que aporta con un porcentaje significativo al Producto Interno Bruto (PIB)¹³, el presente estudio pretende conocer las características de las tiendas de barrio como unidades de autoempleo, y su contribución a la economía informal, para lo cual se determina considerar el ámbito urbano de la ciudad de La Paz.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

“Determinar las características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz, y su contribución al sector informal como unidades de autoempleo”.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la evolución del comercio informal en la ciudad de La Paz en el periodo comprendido entre 2004 – 2009.
- Analizar las características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz (tiempo de funcionamiento, tipo de productos, personas implicadas, y otros).
- Describir las características socioeconómicas de la población dedicada al comercio informal en tiendas de barrio.

¹³ El aporte del sector Comercio en el PIB durante la gestión de 2005 fue de Bs 2.137.460, que significa el 6,7% de participación en el crecimiento económico de Bolivia.

- Conocer la percepción de los tenderos de la ciudad de La Paz, sobre las necesidades y expectativas que tienen respecto a su actividad económica.
- Establecer la importancia de las tiendas de barrio como unidades de autoempleo en la ciudad de La Paz.
- Determinar las causas que originan el incremento del comercio informal urbano y de las tiendas de barrio en la ciudad de La Paz.

1.5 Hipótesis y variables

1.5.1 Formulación de hipótesis

“Las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz, son unidades económicas que incrementan el sector informal contribuyendo a crear fuentes de autoempleo”.

1.5.2 Variables

- ❖ **Variable independiente:** Tiendas de barrio.
- ❖ **Variable dependiente:** Fuentes de autoempleo.
- ❖ **Variable interviniente:** Sector informal.

1.6 Delimitación

- **Delimitación temática.-** La investigación se circunscribe en el ámbito de la Economía Informal, dentro de la cual se encuentran las tiendas de barrio.
- **Delimitación Temporal.-** El estudio se realizó durante la gestión de 2010 con información retrospectiva del periodo 2004 - 2009.
- **Delimitación Espacial.-** El trabajo de investigación se realizó en cinco barrios/zonas tradicionales: Gran Poder, Tembladerani, Villa Victoria, Villa Fátima y Villa San Antonio, de la ciudad de La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo, se exponen las teorías económicas que sustentan el presente estudio, las cuales están relacionadas con la economía informal y la economía popular. El abordaje de estos temas permitirá caracterizar a la tienda de barrio de mejor manera.

2.1 La teoría neoclásica de la economía

Para encontrar explicaciones a la existencia del sector informal, varios autores utilizan o parten de los enfoques de la teoría neoclásica por medio del cual se regirá la presente investigación, porque esta corriente considera que el valor de los bienes está determinado por el deseo y la necesidad, y no por el costo de producción así como tampoco la cuantía de trabajo que se haya empleado en producirlos¹⁴.

Los neoclásicos¹⁵ le otorgan un papel fundamental al mercado, pues lo consideran el mejor distribuidor de los recursos. Según esta teoría (de la competencia), sólo con que el gobierno se abstuviera de intervenir en los asuntos económicos mediante la legislación social, los subsidios, los derechos arancelarios, etc. y abandonara el campo a la iniciativa privada y a la libre contratación en el mercado, se aseguraría automáticamente un alto nivel de ocupación.

¹⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Escuela_neocl%C3%A1sica_%28econom%C3%ADa%29

¹⁵ Neoclásicos. Movimiento que ha predominado en la historia económica desde el siglo XIX hasta la actualidad. Representantes también de la llamada teoría convencional, independientemente de la escuela. Se caracterizan por la defensa del mercado como principal agente regulador y distribuidor de los recursos y, por la utilización de categorías marginalistas.

Algunos consideran como verdaderos neoclásicos a Marshall¹⁶ y a Pigou¹⁷; ellos sentaron las bases de la llamada economía moderna.

Pigou, contemporáneo con Marshall, tiene varias obras, dentro de las que destaca "Teoría del empleo", donde desarrolla lo que se ha considerado la teoría neoclásica de la ocupación, que no es más que la teoría del empleo voluntario, la que explica a través de la ley de los rendimientos decrecientes de los factores de la producción, principalmente del trabajo. Él plantea que la relación entre el nivel de ocupación y el salario real es inversamente proporcional, lo que quiere decir que a medida que aumente el salario real, menor será el nivel de ocupación y viceversa.

La teoría neoclásica es el paradigma dominante en las ciencias económicas, que caracteriza a la economía no tanto como un sistema cerrado, sino como un método de optimización, el que es aplicable a la sociedad en su totalidad. Los neoclásicos, encuentran su fundamento en el individualismo metodológico (que explica los fenómenos económicos y sociales a través de comportamientos individuales).

Según esta corriente, en los mercados competitivos, las preferencias de los consumidores hacia los bienes más baratos y la de los productores hacia los más caros, se ajustarían para alcanzar un nivel de equilibrio. Ese precio de equilibrio sería aquel que hiciera coincidir la cantidad que los compradores quieren adquirir con la que los productores desean vender.

¹⁶ Marshall. Pertenece a la escuela angloamericana. Su principal obra Principios de la Economía, fue publicada en 1892. Fue el primero en las ciencias económicas en sustituir el concepto de Economía Política por Economía.

¹⁷ Arthur Cecil Pigou (1877-1959) Destacado estudiante y delfín oficial de Alfred Marshall, se convierte en el líder del Cambridge neoclásico, el defensor de la ortodoxia marshalliana en el primer tercio del siglo. Como consecuencia de ello se convierte en el blanco preferido de las críticas de su colega John Maynard Keynes. Pigou es considerado el fundador de la llamada Economía del Bienestar y principal precursor del movimiento ecologista al establecer la distinción entre costes marginales privados y sociales y abogar por la intervención del estado mediante subsidios e impuestos para corregir los fallos del mercado e internalizar las externalidades.

La teoría neoclásica se diferencia como economía pura de la economía política (planteada por Adam Smith), sosteniendo también que el mercado se autorregula por sí mismo y que a largo plazo, todos los mercados tienden al equilibrio, como también ven ineficientes las políticas del Estado en la economía, pues justifican que no tienen ningún efecto.

Es cierto que los neoclásicos perfeccionaron la metáfora smithiana de la mano invisible formalmente y con ello las leyes de la oferta y la demanda fueron formalizadas con el método de la optimización.

Por tal motivo, la designación neoclásica indica erróneamente cercanía a los clásicos, debido a que se pueden encontrar diversas diferencias:

- ✓ Los neoclásicos investigan la economía pura y suprimen por eso el factor político.
- ✓ La teoría de la productividad marginal sirve en lugar de la teoría del valor-trabajo como teoría de la distribución. Con ella es calculada cada distribución del ingreso, porque ésta corresponde a la productividad generada.
- ✓ Los neoclásicos se orientan en la lógica y la matemática y por ello es estática, mejor dicho estática-comparativa.
- ✓ Esta teoría ubica sólo al intercambio en el punto central.

A los neoclásicos no les preocupa la causa de la riqueza, explican que la desigual distribución de ésta y de los ingresos se debe en gran medida a los distintos grados de inteligencia, talento, energía y ambición de las personas. Por lo tanto, el éxito de cada individuo depende de sus características individuales, y no de que se beneficien de ventajas excepcionales o sean víctimas de una incapacidad especial.

Por último, cabe destacar, que las ideas de esta escuela se encuentran vigentes en mayor proporción hoy en día y que esta teoría realiza una gran cantidad de abstracciones, entre ellas, supone que la economía se encuentra en un estado de pleno empleo y el mercado en situación de competencia perfecta.¹⁸

2.1.1 Principales aportaciones del enfoque neoclásico

Los aportes fundamentales de la economía neoclásica son los siguientes:

- a) El énfasis está en los agentes del proceso económico, pues ellos son los que hacen y toman decisiones. Las decisiones básicas se refieren a qué, cuándo y cómo producir y consumir; los agentes o unidades económicas se dividen en productores y consumidores.
- b) Si los agentes económicos son consumidores y productores, la relación entre ellos se expresa en términos de demanda y oferta de bienes y servicios.
- c) Es una teoría fundamentalmente microeconómica, y en particular, basada en la teoría del precio.
- d) Las acciones de los agentes se orientan por el deseo de maximización: los productores de su beneficio y los consumidores de su utilidad.
- e) Confían en que es posible alcanzar, en el largo plazo, el equilibrio general y el pleno empleo.

¹⁸ Conjunto de ideas filosóficas, sociales, políticas económicas, morales. etc., propias de una época o de un grupo social o económico

2.1.2 El desempleo desde la perspectiva neoclásica

Desde la corriente neoclásica, el desempleo sólo puede existir si alguna interferencia extraña al mercado impide que los salarios y precios puedan moverse con total flexibilidad. Tales interferencias nocivas pueden provenir de diversas causas pero especialmente de la intervención del Estado o de los sindicatos obreros. Por eso el Estado debe dejar en absoluta libertad al mercado, pues sólo así se logrará que la economía funcione sin males del desempleo; se debe dejar que la economía alcance, por sí sola su equilibrio, que será invariablemente el equilibrio de pleno empleo.¹⁹

2.2 La economía informal

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), considera al sector informal como un grupo de unidades de producción que "...forman parte del sector de los hogares como empresas de hogares, es decir, como empresas que pertenecen a los hogares y que no están constituidas en sociedades"²⁰. Según la OIT, el sector informal está definido por "... un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esta actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo - en los casos en que exista - se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales..."²¹.

¹⁹ RAMOS Pablo "Paradigmas de la Política Económica".

²⁰ Organización Internacional del Trabajo. (1993). "Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal". Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo.

²¹ Organización Internacional del Trabajo. (2001). "Los sindicatos y el sector informal".

La OIT señala además, que "...las actividades realizadas por las unidades de producción del sector informal no se realizan con la intención deliberada de eludir el pago de impuestos o de contribuciones a la seguridad social, o de infringir la legislación laboral y otras disposiciones legales o ciertas normas y procedimientos administrativos. Por ende, el concepto de actividades del sector informal debería diferenciarse del de actividades ocultas o del de economía subterránea"²².

Por tanto, se puede decir que el sector informal es un término frecuentemente utilizado al referirse al segmento del mercado de trabajo que ha absorbido a un significativo número de personas que buscaban trabajo, principalmente autoempleados y trabajadores en unidades de producción pequeñas. Las actividades informales están usualmente caracterizadas por bajos niveles de capital, pocos conocimientos, difícil acceso a mercados organizados y tecnología, bajos e inestables ingresos y pobreza e impredecibles condiciones de trabajo. Algunos estudios sugieren que los pequeños negocios son los más propensos o posibles de ser informales²³.

En el caso boliviano, Dandler sostiene que lo informal no es un sector y no es una estrategia de sobrevivencia, por el contrario, es una estrategia de vida permanente, cuya presencia se amplía al sector rural y que, además involucra una variedad de fenómenos muy diferentes: desde la generación de autoempleo, pasando por la pequeña empresa hasta llegar a lo ilícito o clandestino. Esta última categoría puede actuar como un complemento al sector formal de la economía, destacando la utilidad de ciertas actividades productivas y distributivas que amortiguan la profundización de las crisis coyunturales en los sectores de medianos y bajos ingresos. Además, señala que la actividad

²² OIT. (1993). Ob. Cit..

²³ Organización Internacional del Trabajo. (1990). "Empleo en América Latina y la Heterogeneidad del Sector Informal". Santiago - Chile.

informal no es una actividad marginal o residual y que por el contrario, son actividades centrales en la estructura y desarrollo de la economía²⁴.

2.2.1 El sector informal desde la perspectiva neoclásica

En este enfoque se intenta explicar que los que ingresan a la fuerza de trabajo buscan empleo en el sector no formal por dos razones: por una parte, debido a la ausencia de oportunidades en el sector formal, y por otra su propia falta de formación²⁵

El enfoque de la teoría neoclásica considera que las restricciones institucionales (como el salario mínimo) impiden el funcionamiento pleno de los mecanismos del mercado, por tanto, admitiendo que las barreras existen, los diferenciales de productividad promedio entre el Sector Informal Urbano (SIU) y el Sector Formal (SF) se explican por los diferenciales en la productividad marginal de la mano de obra ocupada en uno y otro sector. La menor productividad marginal de los trabajadores informales resulta -alternativa o complementariamente- de insuficiencias en la calidad del factor trabajo (falta de calificaciones) y/o limitaciones en la dotación de capital por trabajador (baja relación K/L); éstas últimas estarían determinadas, al menos en parte, por las restricciones institucionales de acceso al mercado de capitales²⁶.

Entonces, según esta teoría, el sector informal urbano existe sólo en la medida de que hay interferencias institucionales que impiden el funcionamiento pleno de los mecanismos de mercado y de la formación de precios considerando como interferencia institucional a la asignación de un salario mínimo legal que no permite el normal desenvolvimiento de los mercados de trabajo.

²⁴ DANDLER Jorge (1985). "Apuntes Generales sobre Economía Informal". La Paz. s/e.

²⁵ CEDLA "El Sector Informal en Bolivia".

²⁶ JIMÉNEZ Fernando y otros. y otros. (2001). "El sistema tributario y el sector informal en Bolivia". UDAPE, La Paz Bolivia. Pág. 4.

Por otra parte, el sector informal es concebido como resultado de la aparición de un excedente de mano de obra con respecto al empleo del sector formal, constituido en su mayoría por migrantes rurales que no pueden encontrar trabajo en el sector urbano moderno y discurren maneras de desempeñar cualquier actividad que les permita recibir un ingreso.

Esta última concepción de la economía informal, aceptada en particular por la OIT, parte de la existencia de un sector cuya lógica de producción difiere de la que domina el resto de la economía (la lógica capitalista). El sector informal se presenta entonces como el conjunto de las actividades realizadas por individuos cuyo objetivo es asegurar la supervivencia del grupo (familiar en la mayoría de los casos). Se desarrolla afuera de la mentalidad acumuladora que caracteriza al capitalismo moderno. Esta lógica económica desemboca directamente en un cierto número de consecuencias: utilización de técnicas intensivas en trabajo, ingresos débiles y productividad limitada. Este sector caracteriza la heterogeneidad del mercado de trabajo, que resulta del excedente estructural de mano de obra y de una capacidad insuficiente del sector moderno para absorberlo²⁷.

Esta corriente toma en cuenta sobre todo las particularidades de los mercados laborales latinoamericanos. El avance tecnológico conduce a privilegiar el capital contra el trabajo, al adoptarse técnicas importadas (a pesar de una ventaja comparativa "natural" hacia el factor trabajo). La existencia de una tasa de crecimiento elevada de la población activa prohíbe toda reducción a mediano plazo de este sector informal, a pesar del extraordinario dinamismo industrial del subcontinente, por lo menos hasta el principio de los ochenta. Este enfoque tiene sus antecedentes en los trabajos sobre la marginalidad en América Latina, donde la preocupación se centraba en los fenómenos de marginalidad o de

²⁷ HERRERA Javier, ROUBAUD François y SUÁREZ Álvaro, (/2004) "El sector informal en Colombia y demás países de la Comunidad Andina". Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. Bogotá.

subcultura de los pobres, generados por la situación de excedentes de mano de obra en las ciudades como consecuencia del éxodo rural, provocado por una estructura social que implicaba una fuerte concentración de la riqueza (en particular la tierra).

Estos migrantes rurales en la ciudad, no pudiendo ser absorbidos por el sector moderno de la economía, tuvieron que desarrollar actividades que les permitiera alcanzar un ingreso pero al mismo tiempo mantener lazos de solidaridad, pues también se encontraban excluidos en los sistemas de producción social. Este enfoque del sector informal como modo de producción, establece un marco para interpretar y analizar esta insuficiente absorción de la mano de obra, la cual se produciría debido a las asimetrías de las relaciones internacionales que son generadoras de desigualdad y de progreso técnico, por tanto, la manera en que se difunde o no impone una cierta división internacional del trabajo condena a largas franjas de la población a ocupar empleos de muy baja productividad. El sector informal opera bajo este enfoque con su propia lógica y características. Los trabajadores tienen muy baja calificación y no disponen mayormente de capital ni tienen acceso al crédito, no existen barreras a la entrada, por lo cual se trata de una economía no regulada, de fácil saturación²⁸.

Por tanto, teóricamente el origen del "SIU" desde la perspectiva neoclásica se explicaría por la existencia de un creciente excedente de mano de obra excluido del mercado laboral capitalista o "formal"²⁹. En este sentido Raúl Prebisch³⁰, dentro la teoría estructuralista, señala por ejemplo, que la explicación de este fenómeno habría que buscarla en la dinámica misma del funcionamiento de las economías de América Latina, consideradas como economías periféricas, puesto que se importan patrones tecnológicos que no corresponden a sus

²⁸ HERRERA Javier, ROUBAUD François y SUÁREZ Álvaro, Ob: Cit.

²⁹ DE SOTO Hernando, (1986). "El otro sendero: La revolución informal", Editorial El Barranco.

³⁰ Citado en TOKMAN Victor, "El imperio de actuar: el sector informal hoy" en: Nueva Sociedad (Caracas), 90 (julio-agosto 1987), Págs. 93-105.

niveles de desarrollo, sino a los niveles de los países donde se producen, es decir, los países centrales. A la sustitución de empleo de mano de obra por esta vía, se agrega un factor de carácter estructural: el que corresponde al crecimiento vegetativo de la población. De aquí, que el empleo generado por el sector capitalista altamente tecnificado resulte insuficiente para absorber la creciente oferta de mano de obra, lo que implica, en consecuencia, la incapacidad de ese contingente de población para acceder al mercado de bienes y servicios. Surgiría así el "SIU" como respuesta al uso intensivo de capital en el proceso productivo, puesto que el excedente de fuerza de trabajo de esa manera generado crearía formas alternativas de ocupación para sobrevivir.

Otro es el criterio expuesto por Jaime Mezzera, quien señala como responsable en parte del excedente de fuerza de trabajo al reducido tamaño del sector "moderno" en las economías latinoamericanas, lo cual impide la generación suficiente de puesto de trabajo³¹. Mezzera define el "SIU" como "el conjunto de las unidades productivas que tienen muy baja relación capital/trabajo y constituyen el refugio de todos aquellos que resultan excluidos del empleo en el sector moderno y se ven forzados a inventar modos de obtener un ingreso que les permita subsistir"³².

También Mezzera reconoce la existencia de un excedente laboral cíclico que podría incrementar coyunturalmente el excedente estructural, y que se genera cuando la capacidad usada es menor que la capacidad instalada en el sector "moderno" en condiciones de demanda efectiva deprimida. El excedente estructural, incluyendo o no el cíclico, tendría que decidir entonces entre el desempleo abierto o el trabajo "informal", dependiendo la opción que se escoja

³¹ MAZZERA Jaime, "Abundancia como efecto de la escasez" en: TOKMAN Víctor Págs. 106-116.

³² Idem. Pág. 107.

de la magnitud del ingreso esperado, lo que se explica a través del modelo de maximización del mismo:

Por ingresos esperados se entiende el ingreso que provee una determinada actividad, multiplicado por la probabilidad de obtener empleo en esa misma actividad. Esta estimación del ingreso esperado en el sector moderno se compara con el ingreso obtenible en el sector informal y postulamos una tendencia a que esos dos ingresos esperados tienden a igualarse; no es de esperarse que se produzcan igualdad, pero sí que haya una tendencia hacia el equilibrio³³.

De la misma manera, se incluye en este tipo de análisis la influencia de la migración poblacional en la constitución del excedente laboral³⁴, dado que ésta determina en cierta magnitud el crecimiento de la Población Económicamente Activa. Este criterio supone, sin embargo, que el excedente así conformado sólo podrá ser absorbido por el sector "moderno" en coyunturas de expansión económica. Este mismo excedente es el que Paul Singer³⁵ identifica como Ejército Industrial de Reserva. Al considerar entonces que el sector "moderno" no crece al mismo ritmo de la PEA, el excedente laboral hallará condiciones de sobrevivencia al incorporarse a las actividades "informales".

Entendido de esta manera, el factor migración sería un elemento importante en las causas del desequilibrio entre oferta y demanda en el mercado urbano de trabajo, a lo cual puede agregarse la escasa calificación que existe en la población migrante, cuestión que contribuye a aumentar las dificultades para acceder al mercado laboral capitalista, tal y como se afirma también en el enfoque utilizado por el Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC).

³³ MAZZERA Jaime, "Apuntes sobre la heterogeneidad en los mercados de trabajo de América Latina" en ILDIS; CEPESIU, El sector informal urbano en los países andinos, Pág. 37.

³⁴ Véase: LAZARTE Rolando, (1990), "El éxodo hacia la metrópoli. Migración interna y mercado de trabajo" en: Nueva Sociedad, Pág. 118-125.

³⁵ Citado en: LAZARTE Rolando, Ob. Cit.

Otros factores que explicarían la dinámica de este excedente son los expuestos por Daniel Carbonetto³⁶, agrupados en dos categorías: los factores que influyen por el lado de la oferta de mano de obra y aquellos que influyen por el lado de la demanda. Entre los primeros se cuentan: a) el excedente de fuerza de trabajo "originario" o "preexistente", relacionado con el comienzo del proceso de industrialización en las economías de América Latina y b) el patrón de crecimiento demográfico en la región. Respecto a los segundos elementos, el autor menciona: a) el volumen de capital invertido y el ritmo de acumulación, y b) el uso de tecnología exógena. Argumenta Carbonetto que la influencia de ambas variables en el crecimiento del excedente laboral se produce puesto que, en el largo plazo, la tasa de crecimiento de la demanda de fuerza de trabajo es una función de la tasa de acumulación de capital y de la evolución del patrón tecnológico. El incremento del excedente generaría entonces desempleo abierto y subempleo, adquiriendo así significativa importancia el "SIU" dentro de las alternativas de empleo. De esta manera, lo esencial del concepto de "informalidad" aparece expresado en la imposibilidad de obtener empleo en el sector "moderno" y la autogeneración de nuevos puestos de trabajo o formas de subempleo de la mano de obra excedente (tiendas de barrio).

2.2.2 Enfoques sobre el sector informal urbano (SIU)

2.2.2.1 Enfoque latinoamericano

El enfoque latinoamericano se origina en los iniciales estudios realizados por la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y otras investigaciones efectuadas por diferentes autores, entre los cuales se pueden citar a los siguientes:

³⁶ CARBONETTO, Daniel (1985). "Notas sobre la heterogeneidad y el crecimiento económico en la región". En: "El sector informal urbano en los países andinos". ILDIS/CEPESSIU. Ecuador. Págs. 15-24.

- Carbonetto, sostiene que el SIU es el conjunto de puestos de trabajo autogenerados por la fuerza laboral excluida del sector moderno, donde se presentan las siguientes categorías ocupacionales:³⁷
 - Los patrones de microempresas
 - Los asalariados de las microempresas
 - Los independientes
 - Los trabajadores familiares no–remunerados que trabajan en microempresas de sus parientes.

Asimismo, sostiene que el sector informal tiene dos orígenes: uno de carácter estructural y otro de carácter coyuntural. El carácter estructural radica en el desfase entre la demanda de empleo del sector moderno y el ritmo de crecimiento de la fuerza laboral; el carácter coyuntural es el resultado de la cualidad cíclica de la actividad económica formal, que en períodos recesivos excluye a una fracción de trabajadores.

- Por su parte, Ortíz (1985), define al SIU como un gran sector poblacional, cuya fuerza de trabajo no es absorbida por las formas modernas de producción, por lo que debe realizar actividades que le permitan generar ingresos como mecanismo de subsistencia antes que de acumulación. Este autor, caracteriza al SIU de la siguiente forma: ³⁸
 - Pequeños establecimientos de producción, comercio y servicios.
 - La estructura de la propiedad es en general unipersonal y en algunos casos familiar.

³⁷ CARBONETTO Daniel (1985). "El Sector Informal Urbano en los Países Andinos". ILDIS-CEPESIU, 1985 Quito-Ecuador.

³⁸ Citado en JIMÉNEZ Fernando y otros. Ob. Cit.. Pág. 6.

- Funciona con limitaciones económicas, administrativas y técnicas legales tales como capitales sumamente reducidos (sin acceso al crédito bancario), con préstamos usurarios y sin un adecuado marco legal; razón por la cual no dispone de capacidad para contratar mano de obra asalariada y, por tanto, recurre a utilizar fuerza laboral familiar no–asalariada.
 - Los factores antes señalados hacen que el SIU tenga un costo de trabajo menor que en el sector moderno, la división del trabajo sea incipiente, su nivel tecnológico sea poco desarrollado y su capacidad relativa para generar valor agregado sea también menor.
- Para el caso boliviano, Dandler sostiene que lo informal no es un sector y no es una estrategia de sobrevivencia, por el contrario, es una estrategia de vida permanente, cuya presencia se amplía al sector rural y que, además involucra una variedad de fenómenos muy diferentes: desde la generación de autoempleo, pasando por la pequeña empresa hasta llegar a lo ilícito o clandestino. Esta última categoría puede actuar como un complemento al sector formal de la economía, destacando la utilidad de ciertas actividades productivas y distributivas que amortiguan la profundización de las crisis coyunturales en los sectores de medianos y bajos ingresos. Además, señala que la actividad informal no es una actividad marginal o residual y que por el contrario, son actividades centrales en la estructura y desarrollo de la economía³⁹.

Por tanto, desde el enfoque latinoamericano, el sector informal es definido desde el punto de vista de la fuerza de trabajo, como un conjunto heterogéneo de actividades productivas y no productivas cuyo principal elemento común es emplear un número de personas que no podrían ocuparse en el sector

³⁹ DANDLER Jorge (1985). "Apuntes Generales sobre Economía Informal". s/l.

moderno de la economía y deben subemplearse a factores de producción complementarios del trabajo, cuyo acceso es escaso.

2.2.2.2 Visión de los países industrializados

Desde la perspectiva de los países industrializados, el sector informal está relacionado con el conjunto de actividades irregulares, ya sea que su ejercicio sea ilegal o que no cumple con las normas fiscales, laborales o comerciales⁴⁰. Los países industrializados consideran a las actividades económicas ilegales que están al margen de las estadísticas oficiales y del control de la autoridad económica, como "Economía Subterránea". Desde este punto de vista se tienen las siguientes definiciones:

- Tanzi, establece que la principal causa para el crecimiento de la economía informal está en los elevados impuestos y las excesivas regulaciones estatales en la actividad económica; sostiene que la solución necesaria para atacar ese fenómeno está en la reducción de la carga tributaria y la liberalización de la economía⁴¹. Sin embargo, esta hipótesis fue refutada por Frey y Weck⁴² en un estudio realizado en base a la información proveniente de 17 países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OECD) respecto a la presión tributaria y la proporción de empleados públicos en la fuerza laboral total. Los resultados obtenidos mostraron completamente lo contrario, tal el caso de los países de Bélgica, Suecia y Holanda, que de acuerdo a la hipótesis de Tanzi, son considerados como países con una gran actividad económica subterránea, mientras que Italia, Irlanda y España serían países libres de su influencia. Esta situación en la realidad es distinta.

⁴⁰ MCGAFFEY, J. (1991) "La economía real de Zaire: La contribución del contrabando y otras actividades ilegales a la riqueza nacional". James Currey, Londres..

⁴¹ TANZI Vito (1983). "LA Economía Subterránea". Revista Finanzas y Desarrollo. Diciembre volumen 21/Número 4. Publicación FMI.

⁴² FREY P.S. and WECK H. (1983). "Estimación de la economía subterránea: una aproximación ingenua". Oxford Economic Papers, N° 35.

- Feige⁴³, considera que el crecimiento de la economía subterránea es una de las más importantes explicaciones para la coexistencia del desempleo y la inflación.
- J.J. Thomas⁴⁴, considera que el problema de lo legal o ilegal en la economía es todavía más complejo, considerando el tiempo y el espacio, debido a que ciertas actividades son legales en un país e ilegales en otro. Por ejemplo, en algunos países se contabiliza el valor agregado de la prostitución, además de estar en el universo de la tributación, mientras que en otros países es una actividad ilegal.
- En el caso boliviano, Doria Medina define el sector informal como "aquel conjunto de actividades legales e ilegales que no se registran en las cuentas nacionales y que al margen de no figurar en los registros oficiales, tampoco están sujetos al cumplimiento de las disposiciones emanadas por la autoridad económica para regular su funcionamiento y proteger determinados sectores".⁴⁵

Gran parte de las discusiones en los países industrializados sobre la economía subterránea, está centrada en la ilegalidad y la legalidad de esas actividades y su consideración como parte del producto de la economía, llegándose al consenso de que en la economía subterránea se encuentran agentes económicos que realizan actividades legales pero que rompen la ley, reportando menores ingresos y evadiendo impuestos. Sin embargo, no existe acuerdo respecto a otras actividades ilegales encontrándose claramente dos posiciones al respecto: por un lado, se sostiene que el PIB es un indicador del

⁴³ FEIGE E.L. (1980). "Una nueva perspectiva en los fenómenos macroeconómicos. Teoría y medición del sector inobservado de la economía de Estados Unidos: causas, consecuencias e implicaciones". s/l.

⁴⁴ THOMAS J.J. (1985). "Incorporación del sector informal a un modelo macroeconómico". Diciembre 1985.

⁴⁵ DORIA MEDINA Samuel, (1986) "La Economía Informal en Bolivia". La Paz, Bolivia EDOBOL

bienestar económico y social, por tanto, las actividades ilegales o delictivas (crimen) no deben ser incorporadas en la medida del PIB; por otra parte, se argumenta que se debe considerar como parte de la actividad económica todo bien o servicio para el cual existe una demanda efectiva.

3.1.3 Visión alternativa

Una tercera visión para definir el sector informal involucra al rol del Estado. Este enfoque es desarrollado por el antropólogo peruano Matos Mar, quien explica se trata de un complejo proceso de cambios producido por la combinación entre el intenso crecimiento demográfico, la explosión de las expectativas, el mayor acceso de las masas a la información, la urbanización sin industrialización y una crisis económica sin precedentes.⁴⁶

Según Matos, el desborde altera la sociedad, la cultura y la política del país, creando incesantemente nuevas pautas de conducta, valores, actitudes, normas, creencias y estilos de vida, que se traducen en múltiples y variadas formas de organización. La presión de las mayorías sobre la estructura del Estado, para obtener una mayor participación en los asuntos nacionales y en los beneficios de la modernidad, se opone a la rigidez excluyente del aparato institucional y su ordenamiento jurídico. La magnitud de la crisis -dice el autor- no se resuelve con medidas de carácter administrativo. Ella requiere la reformulación de las bases políticas, económicas, sociales y culturales del Estado.

El crecimiento del sector informal para Matos, se explica por la "falta de presencia estatal". En el último cuarto de siglo en Latinoamérica las altas tasas

⁸ MATOS MAR, José. (1986). "Desborde Popular y Crisis del Estado". Instituto de Estudios Peruanos. Lima.

de crecimiento vegetativo y la migración han sumado un aumento de la población urbana, que va muy por encima de los recursos fiscales.

En estas circunstancias, los mecanismos de integración social que pueden desplegarse oficialmente se ven totalmente sobrepasados por la tarea que se les impone: La urbanización y vivienda, la educación, la salud y la seguridad social, la Policía, los puestos de trabajo debidamente remunerados, etc., todo queda muy por debajo de las necesidades que demandan. Hay un desborde popular que se expresa en organizaciones para-institucionales y en su cultura propia: es la informalidad.

En el mismo sentido, Roubaud alude a la capacidad del Estado para regir la economía como causa del crecimiento de la economía informal. En efecto, según esta corriente, la principal razón de la informalidad es el desconocimiento de la reglamentación y de su necesidad. La falta de registro está ligada a la debilidad del Estado para controlar las actividades económicas y la principal razón del no registro es el desconocimiento de las leyes. Para los informales, el Estado no existe. La falta de registros estadísticos no se limita a las actividades productivas del sector informal; ejemplo: comercio transfronterizo, fuga de capitales, economía ilegal (de la droga). Se trata de unidades institucionales que forman parte de la población teórica pero que están ausentes de las estadísticas, por diversas razones la empresa viene de crearse y todavía no está registrada. Se tiene también el caso de profesiones liberales que por su tamaño y modo de operación no son ubicadas por los registros estadísticos⁴⁷.

Dentro de la producción no comercial de servicios domésticos, por ejemplo empleados domésticos no declarados al Seguro Social. Se tienen también las actividades realizadas por familias puras y no censadas directamente (son el

⁴⁷ ROUBAUD, F., "La economía informal en México: de la esfera doméstica a la dinámica macroeconómica", Fondo de Cultura Económica, México. 1994.

objeto de imputación). Respecto a la falta de registro fiscal al interior del campo informal, cabe señalar que una parte puede estar, sin embargo, presente entre los que responden a las encuestas estadísticas.

Recientes estudios sobre el sector informal cuestionan el rol tradicional asignado al sector informal, enfatizando las ventajas comparativas asociadas con algunas ocupaciones dentro del sector informal (Maloney⁴⁸). Estos estudios sugieren que el empleo en el sector informal es una "opción" en muchos casos mucho más productiva que el empleo en el sector formal, donde la burocracia y rigidez institucional incrementan los costos de transacción, limitan la flexibilidad y restringen la creatividad empresarial.

En la mayoría de las economías en desarrollo una gran parte del empleo en el sector formal está constituido por ocupaciones dentro del sector estatal, caracterizado por rigideces institucionales y altos niveles de burocracia. Frente a estas alternativas, el empleo en el sector informal en micro y pequeñas empresas familiares puede resultar una opción más rentable. Este enfoque enfatiza el rol de las micro y pequeñas empresas y de los trabajadores por cuenta propia, que representan un gran porcentaje del empleo en el sector informal⁴⁹.

En resumen, se puede afirmar que el concepto de sector informal, surge como consecuencia de la comparación con el concepto de sector industrial, es decir aquellas modalidades de producción, prestación de servicios, comercialización, etc., que son diferentes a los utilizados en el sector industrial. Se identifica al sector industrial de la economía de los países Latinoamericanos en general y en particular en Bolivia, como empresas que utilizan tecnología importada,

⁴⁸ MALONEY (2001). "Reconsiderando el sector informal". Working Paper World Bank.

⁴⁹ Un estudio en Bolivia por ejemplo demuestra que los ingresos de los "Cuenta Propias," que incluyen las pequeñas empresas familiares son mayores a los ingresos de los asalariados formales, lo que demostraría la mayor rentabilidad de esta ocupación informal (Morales, 2000 "Situación Actual y Perspectivas de las Unidades Económicas de Pequeña Escala".)

(tecnología de adopción, adaptación e innovación) de los países desarrollados, como consecuencia de la política de sustitución de importaciones llevaba a cabo en Latinoamérica después de la Segunda Guerra Mundial. Generalmente esta tecnología no puede absorber en su totalidad la abundancia del recurso humano que es característico en la generalidad de los países en vías de desarrollo y específicamente en Bolivia.

2.1.4 Diferencia entre el sector formal e informal

Es difícil establecer una línea divisoria entre comercio informal y micro negocios o microempresas. Para hacer esta diferencia es importante aclarar algunos puntos de dos grandes sectores de la economía: sector formal y sector informal. La OIT fue la precursora del término sector informal en los años 70. Surge el tema al detectar que una porción de la economía realiza actividades que generan ingresos, pero que escapaban del monitoreo del Estado.

De lo anterior se deduce que, aunque existen varios factores en común entre las microempresas y el sector informal, la diferencia entre ambos es su registro legal. "En 1989 el economista peruano Hernando De Soto desarrolló el criterio fines-medios donde informalidad se refiere a aquellas actividades económicas cuyos fines son legítimos (generación de ingreso para satisfacer necesidades humanas básicas), pero cuyos medios son ilegítimos en el sentido que ellos contravienen las regulaciones oficiales. En este enfoque, el estatus legal es el principal elemento distintivo actividades informales de las formales"⁵⁰.

Esta situación legal o formalización conlleva múltiples situaciones, una de ellas es la contribución que la empresa registrada hace al Estado o bien al gobierno local en que se ubique. Un elemento que no hay que perder de vista dentro del sector informal es el hecho de que dentro del mismo existen niveles de

⁵⁰ Citado en: OIT (2001). "La microempresa en América Central". 1ª. Ed. Ginebra: OIT. Pág. 27.

complejidad que va desde: a) una persona que realiza actividades para subsistir, como algunos vendedores ambulantes; b) Personas que contratan a otras para distribuir algún producto, cuya paga por las ventas es muy poca y la mayor ganancia le queda al dueño del negocio; c) Personas que son subcontratadas por grandes empresas para maquilar desde su casa y cuya paga también es muy baja.

Como se observa en los ejemplos anteriores, la informalidad también presenta complejidades, su condición de informal limita las posibilidades de la mayoría de personas que trabajan en ella debido a que quedan fuera de las regulaciones estatales, por lo tanto se ven en la necesidad de aceptar remuneraciones, horarios y condiciones de trabajo inadecuadas y sujetas a la voluntad de quien dispone de los recursos.

2.1.5 El sector informal urbano en Bolivia

El sector informal de Bolivia puede ser definido, como un sector de la economía que agrupa a un conjunto heterogéneo de unidades económicas, las cuales se dedican a la actividad económica de pequeña escala, la misma que podría ser legal o ilegal, caracterizándola de la siguiente manera:⁵¹

- El tamaño de los negocios y el número de sus empleados es muy bajo.
- La comercialización y la producción, son realizados principalmente con la participación del grupo familiar.
- Tienen una formación empírica en sus actividades y una deficiencia en el acceso a la educación.
- Desarrollan sus actividades con un capital mínimo y con recursos humanos insuficientes en aspectos administrativos.

⁵¹ JIMÉNEZ Fernando y otros. Ob. Cit. Pág. 10.

- El trabajo que realizan tiene un alto contenido manual, la misma que se constituye en una virtud de muchos de los oficios de este tipo.
- Las finanzas del hogar y el negocio no están separadas.
- Tienen acceso limitado al sector financiero formal y a los servicios no financieros.
- Su capacidad técnica y de gestión es limitada.

Un estudio realizado por Morales⁵² muestra algunos elementos que reflejan la importancia del sector informal en la economía del país. Dentro de estos factores se destacan:

- Dos terceras partes de los trabajadores urbanos trabajan en establecimientos con menos de 7 trabajadores (sector informal).
- El tamaño de las empresas está en función del tamaño del mercado de sus productos; sin embargo, esta demanda puede ser atendida por un productor grande o varios productores pequeños, lo que conlleva a la existencia de la dualidad tecnológica⁵³ y al compartimiento de nichos de mercado con el sector formal⁵⁴.
- La oferta de servicios laborales en el sector informal está caracterizada por: a) mayor presencia de mujeres, particularmente, jefes de hogar y esposas, b) un nivel educativo medio inferior al de las otras categorías laborales y c) vinculación histórica y cultural con las poblaciones quechua y aymara.
- De todas las mujeres que trabajan, el 64.5% está inserto en el sector informal; lo cual puede estar asociado a la posibilidad que tienen de que

⁵² MORALES (2000). "Situación Actual y Perspectivas de las Unidades Económicas de Pequeña Escala".

⁵³ La demanda de bienes y servicios de las familias pobres es satisfecha con una oferta de baja tecnología, mientras que las familias de ingresos elevados buscan bienes y servicios cuya producción necesita procesos tecnológicos más complicados.

⁵⁴ El sector formal, ante la incapacidad de absorber tecnología moderna a bajo costo, tiene dificultad de crecer por la competencia externa y comparte nichos de mercado con el sector informal.

al desempeñar este tipo de trabajo pueden también cumplir con sus deberes hogareños.

- La tasa de analfabetismo del sector informal afecta al 8.5% de los trabajadores, teniendo además, el número promedio de años de escolaridad más bajo que el de otras categorías ocupacionales.
- El 65.5% de los trabajadores informales se identifican con la cultura quechua y aymara, correspondiendo: 35.3% a la cultura quechua y 30.2% a la aymara, lo que se convierte en una dificultad para insertarse en el sector formal, por discriminaciones de carácter étnico y porque el sector formal requiere normalmente de trabajadores educados y mejor formados.
- Los ingresos laborales de los trabajadores por cuenta propia son superiores a los de obreros, empleados y al de las empleadas domésticas, para cualquier grado de escolaridad. Suponiéndose por la edad, que los trabajadores por cuenta propia llegan a esta situación después de haber trabajado algún tiempo en las otras categorías laborales (empleados domésticos, obreros y empleados.)
- La mediana de la edad de los trabajadores por cuenta propia es de 40 años, superior a la de los empleados domésticos (22 años), a la de los obreros (28 años) y a la de los profesionales independientes (41 años).
- El siguiente cuadro muestra las actividades que desarrollan los trabajadores informales, clasificados según CIU, por orden de importancia:

CUADRO Nº 2
ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LOS TRABAJADORES INFORMALES

Comercio al por menor no especializado	27,69%
Alimentos, bebidas y tabaco	8,81%
Venta de frutas y verduras	5,00%
Productos textiles, prendas de vestir	7,02%
Transporte por vía terrestre	11,03%
Transporte regular de pasajeros	7,77%
Construcción	7,61%
Manufactura	12,63%
Fabricación de prendas de vestir	3,62%
Elaboración de productos alimenticios	2,42%
Fabricación de muebles	1,86%

Fuente: JIMÉNEZ Fernando y otros. Ob. Cit. Pág. 17.

El cierre de empresas y la caída en la actividad económica, a raíz de la crisis económica y política experimentada en el país en los últimos años, puede haber ocasionado una fuga de trabajadores formales hacia el sector informal como principal mecanismo de subsistencia. En este contexto, los porcentajes de transición del sector formal al sector informal son mayores en la ciudad de Cobija (23%), El Alto (16%) y La Paz (16%), mientras que la transición de la informalidad a la formalidad es mayor en las ciudades de Trinidad (19%) y Sucre (8%). Desafortunadamente, dada la información proveniente de las encuestas de hogares en Bolivia no es posible establecer una matriz de tendencias en relación a la movilidad⁵⁵.

Como lo muestra UDAPE⁵⁶, si bien hubo una reducción de la informalidad en términos relativos entre 1996 y 2006 de 63% a 58% respectivamente, en términos absolutos se tiene un incremento de aproximadamente 300 mil personas, pasando de 1,2 millones a 1,5 millones de personas de la población ocupada en áreas urbanas, concentrándose en las actividades de actividades

⁵⁵ CANAVIRE Gustavo y MARISCAL Mirna. (2010) “políticas macroeconómicas, choques externos y protección social en Bolivia Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas UDAPE. LA PAZ – BOLIVIA. Pág. 25.

⁵⁶ UDAPE (2007). “Informe especial: La informalidad en el mercado laboral urbano 1996-2006”. Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. La Paz, Bolivia.

de comercio (42%), industria (17%) y transporte (11%), donde se encuentran en su mayoría trabajadores por cuenta propia (55%) y trabajadores familiares (15%). De igual forma, se observa disparidad en la participación de trabajadores en el sector informal, siendo las mujeres (63%), los trabajadores indígenas (69%) y aquellos trabajadores con bajos niveles de educación (73%) quienes tienen una mayor probabilidad de ser informales (UDAPE, 2007).

2.3 La economía popular

En términos generales la economía popular se entiende como el proceso a través del cual los individuos de sectores populares, utilizan su fuerza de trabajo y pocos recursos disponibles para generar nuevos recursos que les permita la subsistencia; por tanto, la economía popular tiene vinculación con el "Trabajo por cuenta propia". De este modo aquellos que han sido excluidos de la fuerza laboral, o incluso más, nunca han logrado incorporarse exitosamente a ella, buscan a través de trabajos por cuenta propia las posibilidades de subsistencia. Es verdad que la economía popular normalmente lleva aparejada además un concepto de solidaridad, dando origen así a la economía solidaria, en cuanto los grupos excluidos suelen enfrentar su economía precaria en forma conjunta. Sin embargo el primer paso de la economía popular, es el establecimiento de trabajos por cuenta propia, los cuales pueden o no derivar en economía solidaria, aún cuando muchos encuentran su término cuando aumenta la oferta del mercado laboral⁵⁷.

En síntesis, la economía popular es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto

⁵⁷ BECK, U. (2002) "Libertad o Capitalismo: Conversaciones con Johannes Willms". Editorial Paidós. Barcelona, España.

materiales como inmateriales. En esa perspectiva, el concepto remite a dos cuestiones fundamentales:

- a) Refiere a una dimensión de la economía que trasciende a la obtención de ganancias materiales y está estrechamente vinculada a la reproducción ampliada de la vida.**

De hecho, estableciendo relaciones sociales arraigadas en los valores de camaradería, reciprocidad y cooperación, los actores de la economía popular desarrollan estrategias de trabajo y supervivencia que buscan no sólo la obtención de ganancias monetarias y excedentes que puedan ser intercambiados en el mercado, sino también la creación de las condiciones que favorezcan algunos elementos que son fundamentales en el proceso de formación humana, como la socialización del conocimiento y de la cultura, salud, vivienda, etc. Así, más allá de las iniciativas económicas cuyo objetivo inmediato es la creación de ingresos, las actividades de la economía popular se encuentran en las acciones espontáneas de solidaridad entre familiares, amigos y vecinos y también en las acciones colectivas organizadas en el ámbito de la comunidad, que tienen como meta una mejor calidad de vida. Mencionamos, como ejemplo, los grupos de auxilio para la construcción de casas populares, para la limpieza de acequias o la ayuda de los amigos para el arreglo del tejado del vecino; la rotación de turno para cuidar a los niños mientras los padres están trabajando, la organización de guarderías comunitarias o la promoción, por medio de la asociación vecinal, de cursos de formación profesional.

En esta economía, las mujeres, como "líderes de la cotidianeidad"⁵⁸, se destacan por su capacidad de crear y activar redes de solidaridad que favorezcan la reproducción de la unidad doméstica y la protección del lugar

⁵⁸ CARIOLA, C. (coord) (1992). "Sobrevivir en la pobreza: el fin de una ilusión". Caracas, Cendes/ Nueva Sociedad.

donde vive la familia. Con el apoyo de redes primarias y comunitarias de convivencia, las iniciativas y emprendimientos de la economía popular pueden ser individuales, familiares o asociativas. Éstas últimas pueden ser denominadas grupos de producción comunitaria, producción asociada, asociación, cooperativa, etc. Desde esa perspectiva, los "clubes de trueque", mercados populares, mercados solidarios y otras formas asociativas también constituyen actividades de la economía popular.

b) Refiere a un conjunto de prácticas que se desarrollan entre los sectores populares, manifestándose y adquiriendo diferentes configuraciones y significados a lo largo de la historia de la humanidad.

Como es la forma a través de la cual, históricamente, los sectores populares intentan asegurar, a su modo, la reproducción ampliada de la vida, se tiene que considerar al menos dos diferentes dimensiones de esta economía:

- La primera tiene que ver con la forma en que ella, cotidianamente, se presenta, es decir, con la forma como los sectores populares, en su cotidiano, producen y reproducen su existencia.
- La segunda se refiere al sentido que la economía popular asume en cada espacio y tiempo histórico, tanto en las sociedades de cazadores-colectores, como en las sociedades capitalistas, socialistas, etc.

En cada una de ellas, se manifiesta de acuerdo con los horizontes políticos y a las prácticas cotidianas de trabajo de sus actores (aquellos que están en la "base de la producción") y también de sus agentes (aquellos que, desde el lado de afuera de los emprendimientos, apoyan, estimulan, financian y/o asesoran a

los trabajadores)⁵⁹. De acuerdo con el Diccionario Aurelio, economía popular es el "conjunto de intereses económicos del pueblo, bajo la protección jurídica del Estado". Al contrario de cuando en una determinada sociedad prevalecen los intereses de los trabajadores, como lo sugiere la definición del diccionario (y, en consecuencia, las personas cuentan con una legislación que intenta garantizar la hegemonía del trabajo sobre el capital), el concepto se va construyendo en referencia a la complejidad de las relaciones sociales marcadas por la insistencia, por parte del capital, de generalizar (es decir, globalizar) el neoliberalismo como proyecto político e ideológico.

2.3.1 Enfoques sobre la economía popular

Planteadas las cuestiones generales sobre la economía popular, se presenta a continuación cuatro posiciones teóricas sobre el tema:

- **Javier Iguíñiz: las opciones de gestión popular en la economía**

Iguíñiz⁶⁰ realiza un listado posible de los significados de lo popular. Primero señala que la más clásica en las ciencias sociales es la que define lo popular en términos de clase socioeconómica o más precisamente como **asalariados**. Pero agrega que lo popular también ha sido visto recientemente como el mundo de los **microempresarios**, donde este mundo introduce interesantes retos en torno a la gestión de la economía que les es más cercana en torno a las políticas económicas en las que les conviene influir. Pero desde antiguo, lo popular ha sido definido desde la perspectiva del consumo y los **consumidores**, caracterizando a estos últimos como populares por el hecho de acceder a una canasta insuficiente de bienes esenciales. Lo popular ha sido el

⁵⁹ TIRIBA, L., (2001). "Economía popular e cultura do trabalho: pedagogia da produção associada, Ijuí, Unijui.

⁶⁰ IGUÍÑIZ ECHEVERRÍA, J. (1992) Lo popular y la economía: gestión y opciones. En: ADRIANZEN, Alberto y BALLON, Eduardo (Editores) Lo popular en América Latina ¿una visión en crisis?. Lima: DESCO.

mundo de los necesitados y la respuesta, por ejemplo, la estrategia de las necesidades básicas.

Otra manera de acercarse a lo popular, según este autor, es desde la perspectiva de los miembros de un **territorio**, que se define a menudo justamente como popular. Esta aproximación introduce para él sus propios criterios sobre la gestión del pueblo, tanto en relación con la cuestión habitacional como con la del trabajo. Siendo una variante importante de aproximación a lo popular la que relaciona ese término con la **provincia**, en contraposición a la capital. Lo popular es visto, finalmente, también como rasgo que corresponde a una **cultura**, donde la gestión económica es también analizable desde su lugar en dicha cultura. Donde la actitud hacia el trabajo, la voluntad de asumir roles de responsabilidad, la estrechez en el cumplimiento de normas técnicas serían, entre otros, aspectos culturales de enorme importancia para determinar las opciones de **gestión popular de la economía**.

- **Fernando Villarán: la riqueza y los grupos de eficiencia de la economía popular**

Este autor presenta en su trabajo algunas experiencias peruanas, de fines de los 80, de grupos de pequeñas y micro empresas que han crecido sostenidamente durante esos últimos años y que representan ejemplos de éxito económico y de creación de riqueza desde lo popular. A estas aglomeraciones de pequeñas y micro empresas las llama grupos de eficiencia.

Villarán⁶¹ se refiere a la relación íntima, o si se prefiere simbiótica, que usualmente tiene lo **popular** con la **pobreza**. Destacando que resulta evidente que la mayoría de campesinos, la mayoría de obreros, la mayoría de

⁶¹ VILLARÁN de la PUENTE, F. (1992) Riqueza popular. En: ADRIANZEN, Alberto y BALLON, Eduardo (Editores) Lo popular en América Latina ¿una visión en crisis?. Lima: DESCO.

empleados públicos, de estudiantes y aun de profesionales, la mayoría de vendedores ambulantes, de pobladores de barrios marginales, de talleristas, de desempleados tienen bajos ingresos, por debajo de cierto mínimo de subsistencia que impide que cubran sus necesidades básicas y que por lo tanto podemos definir como pobres (una parte en pobreza extrema). Plantea que nadie puede cuestionar estas evidencias empíricas. Pero señala que lo que le interesa son las consecuencias de esta identificación la cual, por un lado, ha fomentado una cierta forma de organización social y le ha dado, dentro de la agenda popular, un mayor peso a la lucha reivindicativa donde, paralelamente, los investigadores han enfatizado las características y consecuencias de la pobreza, dejando en un segundo plano a otros aspectos de la realidad popular.

Pero por otro lado, desde la perspectiva de las causas del problema de la pobreza, se maneja el supuesto de que la riqueza es acumulada por los ricos de la sociedad. Y así, que la solución a la pobreza pasaba por el cambio del sistema, del patrón de acumulación, la toma del poder, la redistribución de la riqueza y los ingresos: depositando en el otro, en el Estado, en la acción política contra los enemigos, su resolución. Esta perspectiva y su consecuente práctica impidieron para este autor, ver con claridad "...las formas concretas en que el propio pueblo venía resolviendo sus problemas de ingresos"⁶².

- **Diego Palma: la economía popular como contracara del capitalismo**

Diego Palma⁶³ plantea que la crisis en América Latina ha devenido especialmente profunda en tanto no sólo se han desmoronado la economía y la sociedad, tal como nos habíamos llegado a acostumbrar que funcionaran, sino que también se han vuelto poco útiles las categorías y respuestas, teóricas y conceptuales, que hasta hace muy poco tiempo, nos resultaban familiares para

⁶² VILLARÁN de la PUENTE, F. Ob. Cit. Pág. 42.

⁶³ PALMA, Diego. (1987). "La informalidad, lo popular y el cambio social". Lima: DESCO.

reconocer y tratar esas situaciones y esos cambios. Eso pasa hoy, para él, con las categorías pueblo y popular. Sosteniendo que pueblo resulta mucho más ambigua y teóricamente floja que la otra, ortodoxa y densa, cuál era el proletariado a la que se acudía hasta hace poco. Pero él señala que en América Latina el capitalismo dependiente y subdesarrollado ha consolidado relaciones de compra-venta de fuerza de trabajo sólo para una franja estrecha de trabajadores; la mayoría labora sin contrato, muchas veces sin un empleador claro, conservando muchos la propiedad de los medios con que producen y de los bienes que generan. Así el abanico de las formas diversas de trabajo en América Latina es muy amplio pero (contra todo prejuicio dualista) todas esas formas resultan, por canales distintos, subordinadas al capital que extrae así valor por mecanismos varios.

En una primera aproximación plantea que lo popular pretende recubrir esa multiplicidad que, de distintas maneras, es expoliada por el funcionamiento del capital: el pueblo incluye al proletariado, pero es mucho más comprensivo que ese concepto ortodoxo. En una segunda aproximación, resalta que la terminología actual (pueblo-popular) no sólo aporta una necesaria ampliación en la extensión, sino que revaloriza las dimensiones extra-económicas de la inserción social que quedaban en segundo plano y oscurecidas en la definición clásica de «clase social», la cual se refería, fundamentalmente, a una particular inserción en el proceso de producción. Popular se refiere para este autor, también, con fuerza, a lo organizacional y a la cultura. Para Palma lo popular, por una parte, es **consecuencia del capital** (aunque no buscada en sí) y, por lo tanto, se despliega en un espacio acotado por la lógica de funcionamiento del capitalismo; pero, al mismo tiempo, lo popular representa una **reacción** contra la incapacidad de esa lógica de funcionamiento para universalizar sus logros y resolver la crisis de civilización. Vale decir que lo popular entrelaza elementos que son entre sí heterogéneos y contradictorios.

- **J.L. Coraggio: la economía popular urbana una nueva perspectiva para el desarrollo**

Coraggio⁶⁴ plantea que, usualmente, al hacer referencia a los agentes económicos clasificados como populares se apela al método de mosaico yuxtaponiendo diversos criterios: nivel de ingresos (pobres), tamaño (pequeños establecimientos), tecnología (mano de obra intensiva), productividad del trabajo (baja productividad), tipo de actividad (comercio, artesanías, servicio doméstico, entre otros), capacidad de acumulación (inexistente o irrelevante), tipo de relaciones de producción (relaciones de parentesco, maestro-aprendiz, u otro, pero en ningún caso relaciones capitalistas), tipo de valores predominantes (solidaridad), relación con el sistema legal (economía subterránea, informalidad) y varios etcéteras. El resultado termina siendo casi siempre, de esta forma, una lista ad-hoc que no responde a ninguna lógica específica. Este autor, en otro trabajo, define a la economía popular como el conjunto de recursos, prácticas y relaciones económicas propias de los agentes económicos populares de una sociedad. Siendo el concepto operativo de lo popular propuesto el siguiente: se trata de unidades domésticas elementales de producción-reproducción (individuales, familiares, cooperativas, comunitarias, etc.) orientadas primordialmente hacia la reproducción de sus miembros y que para tal fin dependen fundamentalmente del ejercicio continuado de la capacidad de trabajo de éstos. La condición fundamental para clasificar como popular a una unidad de reproducción es el **trabajo propio** (en relación de dependencia o por cuenta propia) como base necesaria de la reproducción; y en términos de clases, lo que genéricamente denomina trabajadores y a los miembros de sus unidades domésticas.

⁶⁴ CORAGGIO, J.L. (1998). "Economía Popular Urbana: Una nueva perspectiva para el desarrollo local". Buenos Aires: Programa de Desarrollo Local-Universidad Nacional de General Sarmiento/Colección Extensión-Cartilla 1.

2.3.2 La unidad doméstica como elemento de la economía popular

Los elementos de la Economía Popular son las unidades domésticas que dependen principalmente del ejercicio de su trabajo para lograr su reproducción biológica y cultural. La unidad doméstica moderna tiene como objetivo último la reproducción *ampliada* de la vida de sus miembros. "Ampliado" significa que no hay un nivel básico dado de necesidades que, una vez alcanzado, agota el impulso de la actividad económica, sino que, para todos los efectos prácticos, hay una búsqueda de mejoría en la calidad de vida *sin límites intrínsecos*, en buena medida por la introyección de valores y la construcción social de las necesidades impulsadas por la propaganda mercantil y los movimientos culturales de la sociedad moderna⁶⁵.

Dicha reproducción ampliada requiere condiciones materiales, las que se obtienen fundamentalmente mediante diversas formas de utilización, desarrollo e intercambio del principal recurso de que disponen las unidades domésticas populares: el *fondo de trabajo*⁶⁶ de sus miembros. Cualquier interrupción prolongada de la realización del fondo de trabajo pone a la unidad doméstica popular en situación de catástrofe vital, debiendo apelar a la liquidación de bienes de consumo durables indispensables, a los beneficios de la seguridad social, a la beneficencia pública o privada, o, en última instancia, a la apropiación ilegal de recursos, con una concomitante degradación de sus condiciones de vida.

La unidad doméstica popular puede organizar parte de sus recursos como emprendimientos separados (entre otras cosas para poder participar adecuadamente en los mercados), pero el sentido de estos sigue siendo el de

⁶⁵ CORAGGIO José Luis, (1998). "Economía urbana. La perspectiva popular", Abya-Yala, 2da. Edición. Quito.

⁶⁶ El fondo de trabajo está formado por el conjunto de las diversas capacidades de trabajo de los miembros de la unidad doméstica: niños, jóvenes, adultos y ancianos, hombres y mujeres.

la reproducción ampliada, incluso si se diferencia formalmente para lograr una mayor eficiencia (autonomía relativa de decisión del miembro a cargo del emprendimiento, forma jurídica especial, etc.).

En su proceso histórico de reproducción, la unidad doméstica popular también acumula. Lo hace bajo la forma de:⁶⁷

- Medios de producción (máquinas, instrumentos de trabajo),
- Medios de consumo durables (vivienda, artefactos del hogar)
- Ahorros monetarios.

Pero esta acumulación es limitada y subordinada instrumentalmente al objetivo de la reproducción *intergeneracional* ampliada de la vida. El ahorro se realiza generalmente a costa del consumo básico inmediato.

La unidad doméstica realiza su fondo de trabajo mediante diversas formas organizativas, algunas de las cuales han sido indebidamente puestas en un *continuum* con la forma empresarial capitalista, al verlas como formas atrasadas de la misma⁶⁸.

Por ello es pertinente, establecer cuándo una unidad económica cruza los límites entre la economía popular y la economía capitalista. No es suficiente con que se organice al estilo empresarial ni con que alcance un ingreso *per capita* por encima de la línea de pobreza. Es necesario que se autonomice de la lógica de la reproducción transgeneracional (es decir, que deje de ser una unidad

⁶⁷ CORAGGIO José Luis, (1998). "Economía urbana. La perspectiva popular". Ob. Cit.

⁶⁸ Aún si un grupo de trabajadores se organiza asumiendo algunos rasgos de la forma empresarial (como es el caso de una gran cooperativa industrial), en tanto su objetivo no sea la acumulación de capital sino obtener a través de un ingreso los medios para la reproducción de las unidades domésticas de sus miembros, no es válido evaluar su comportamiento según los patrones del tipo ideal de empresa capitalista.

Doméstica) y que su sentido pase a ser la acumulación en sí y, en particular, la apropiación de excedentes producidos por el trabajo ajeno⁶⁹.

Esto no significa que en el interior de la economía popular no haya explotación ni intercambio desigual (por ejemplo sobre bases de género, edad o etnia), pero no se hacen con los mecanismos propios de la explotación capitalista de plusvalor. Además, hay poco o ningún excedente económico en estas unidades: si se ahorra o se desvía parte de los recursos como inversión, esto es principalmente a costa de la calidad de vida inmediata y, por tanto, no puede ser conceptualmente caracterizado como *excedente*⁷⁰.

2.3.3 Utilización del fondo de trabajo en la unidad doméstica

La utilización del fondo de trabajo de una unidad doméstica se realiza a través de dos vías principales: el trabajo de reproducción y el trabajo mercantil.

Tres categorías cubren lo que se llama *trabajo de reproducción*, dirigido a satisfacer *de manera inmediata* necesidades de los miembros de la unidad doméstica:⁷¹

- a) El *trabajo doméstico de autoconsumo*, orientado a la producción/transformación de bienes (vivienda, vestimenta, cría de

⁶⁹ Nótese que no se pone como parteaguas la existencia o no de trabajo asalariado. Un emprendimiento popular puede contratar trabajo asalariado no familiar para lograr el objetivo de reproducción ampliada de la unidad doméstica, como en el caso de los empleados no miembros de una cooperativa, o del personal doméstico, o de los aprendices, o incluso de los obreros adicionales contratados para lograr la escala que se requiere para producir determinados productos o para alcanzar el mínimo de competitividad en el mercado.

⁷⁰ El excedente económico se define justamente como la parte del valor generado que excede el valor de los medios de producción y de los medios necesarios para reproducir la fuerza de trabajo en condiciones históricamente determinadas. En esto, nunca fue bien resuelto operativamente el problema de cómo establecer las condiciones de vida "históricamente determinadas" que deben reproducirse. Pero al poner como sentido de la unidad doméstica la superación continua de la calidad de vida y no la satisfacción de necesidades mínimas o básicas, su excedente aparente puede ser visto como una transacción entre calidad actual y futura de vida, o entre calidad de vida y sustentabilidad de sus bases materiales.

⁷¹ CORAGGIO José Luis, (1998). "Economía urbana. La perspectiva popular". Ob. Cit.

animales y siembra de verduras, preparación de alimentos, acarreo de agua, etc.) y a la prestación de servicios (cuidado de niños, aseo, educación, etc) consumidos en el interior de la misma unidad doméstica;

- b) El *trabajo doméstico de consumo solidario* (obras comunales: redes de electricidad, agua y alcantarillado, casas comunales, guarderías, caminos vecinales; servicios comunales: seguridad vecinal, organización de fiestas, redes de abastecimiento a mejores precios, distribución de donaciones, actividades educativas, etc.), el cual implica relaciones de reciprocidad con otras unidades domésticas;
- c) Una parte del fondo de trabajo puede ser realizada como reproducción de la capacidad transgeneracional de trabajo (simple o ampliada), a través del *trabajo de aprendizaje* (estudio, capacitación en el trabajo artesanal, información y discusión colectiva, etc), mediante la participación en procesos educativos, de información y capacitación, formales, no-formales o informales.

Dentro del *trabajo mercantil*, motivado por la ya mencionada necesidad de acceder monetariamente a medios de producción y a bienes de consumo no producidos en la unidad doméstica, se agregan tres categorías más:

- d) El *trabajo doméstico mercantil*, realizado en el interior de la unidad doméstica, productor de bienes y servicios para el intercambio en el mercado, el cual puede tomar tres formas predominantes: (1) el trabajo mercantil de miembros en la unidad doméstica, que es remunerado individualmente como parte de las reglas de distribución; (2) el trabajo de personas ajenas a la unidad doméstica, contratado para complementar el fondo propio; y (3) el trabajo doméstico con sentido mercantil

(Participante en la producción de bienes y servicios para el mercado), pero no remunerado;

- e) El trabajo mercantil independiente, realizado fuera de la unidad doméstica, productor de bienes o prestador de servicios vendidos en el mercado, y
- f) El trabajo asalariado, en que se intercambia directamente la fuerza de trabajo a cambio de un salario monetario.

Estos seis tipos de uso del fondo de trabajo implican intercambios económicos específicos, regidos sea por *relaciones mercantiles* (con otras unidades domésticas, con productores independientes, con agentes de la economía empresarial capitalista o del Estado), sea por *relaciones de reciprocidad* (internas o con otras unidades domésticas), y organizados esporádica o permanentemente, de manera bilateral o constituídos como redes.

2.4 Las tiendas de barrio

Aunque el término en sí mismo es fácil de definir en una primera instancia como “casa, puesto o lugar donde se venden al público artículos del comercio al por menor”. (Real Academia 2000), existen múltiples definiciones del espacio de consumo dependiendo de la mirada y de los actores inscritos en ella. Por ende es preciso aclarar, qué se considera una tienda de barrio.

En primera instancia, se reconoce a la tienda de barrio por tres características esenciales: un espacio comercial delimitado por el mostrador, carente de tecnologías sofisticadas y sin autoservicio. Para los investigadores en administración y mercadeo, una tienda de barrio se define de la siguiente manera: “dicho local tiene un área no mayor de 50 metros cuadrados, máximo

una caja registradora y se caracteriza por tener un mostrador o vitrina que separa al tendero del cliente y donde el acceso a la mayor parte de los productos es a cargo del primero y en general no tiene autoservicio. No consideran droguerías, panaderías y misceláneas"⁷².

En segunda instancia, la tienda de barrio es el canal de distribución más seguro y confiable dentro de la lógica de circulación de productos de consumo masivo, en cabeza de multinacionales fabricantes de marcas comerciales que buscan en ellas tanto la exhibición privilegiada y efectiva de sus productos como obtención de información de primera mano sobre los cambios de preferencias de los consumidores.

Desde esa mirada se considera tienda a "todos los establecimientos comerciales dedicados a la venta de productos de consumo masivo de alimentos y aseo"⁷³. De manera que dependiendo del proveedor o distribuidor, puede considerarse como tienda, una droguería para la distribución de gaseosas o no considerar como tal, a una panadería para la distribución de productos de aseo.

En tercer lugar, la tienda de barrio como un espacio característico de la economía informal que reclama su lugar en los escenarios económicos formales. En este sentido, la tienda de barrio para ser considerada como tal, debe cumplir a cabalidad con la siguiente descripción: "es una microempresa de tipo comercial en donde se venden productos de consumo masivo, la tienda clásica vende todos los artículos de la canasta familiar, cumple con las normas del establecimiento comercial, la persona debe poder entrar y la tienda debe

⁷² PÁEZ BARRETO, J. E. y PÉREZ GRACIA, Patricia (2005), "Acercamiento del comportamiento del Tendero" [Trabajo de grado], Bogotá, Universidad de los Andes, Facultad de Administración, Escuela de Posgrados. Pág. 16.

⁷³ PÁEZ BARRETO, J. E. y PÉREZ GARCÍA, Patricia. Ob. Cit. Pág. 15.

tener por lo menos una vitrina no estantería⁷⁴. Excluyendo así las tiendas de ventana.

Y por último, la más cercana a la realidad de las tiendas de barrio, propuesta por Pinilla y González, que expresa que "éstas pueden ser descritas como negocios micro empresariales que generalmente son desarrolladas por un grupo familiar y de muy pequeña escala, en el cual se expenden artículos de primera necesidad, comestibles, bebidas, licores, miscelánea y productos de aseo⁷⁵", una definición que relata la dimensión de la tienda en las economías informales en Colombia.

Otro aspecto a resaltar en las tiendas de barrio es que en ellas se desarrollan prácticas comerciales basadas en la confianza mutua entre tenderos y consumidores, también son importantes los factores de cercanía, la miniaturización de productos expendidos (ventas a granel), al fiado confiando sólo en la palabra y al regateo⁷⁶.

Sobre las razones por las cuales los pobres compran en las tiendas de barrio, Prahalad⁷⁷ encontró que por recibir ingresos día a día, deben fiar y/o comprar pocas cantidades y que existen oportunidades en los mercados de bajos ingresos para crear valor pero estos han permanecido 'invisibles'.

Los clientes compran en las tiendas de barrio porque los supermercados les queda lejos, por factores culturales, sociales y económicos (amistad con el tendero, crédito, precios)⁷⁸.

⁷⁴ PÁEZ BARRETO, J. E. y PÉREZ GARCÍA, Patricia. Ob. Cit. Pág. 15.

⁷⁵ PINILLA O. y GONZALEZ G. Ob. Cit.

⁷⁶ RAMÍREZ O. y PACHÓN A. (2004). "Una forma para entender la ciudad. Relaciones sociales y prácticas culturales en tres escenarios de mercado". Universidad Surcolombiana.

⁷⁷ PRAHALAD, C.K. (2005). "La oportunidad de negocios en la base de la pirámide", Bogotá, Grupo Editorial Norma.

⁷⁸ SIMON, L; CAPLOVITZ, D., Y KUNREUTHER, H., (1995). "Determinantes de tienda- nivel de elasticidad del precio". Stephen J. Hoch. Byung-Do.

Los usuarios de bajos ingresos le dan gran énfasis a las relaciones personales con los dueños de las tiendas porque ven la tienda como un centro social donde se encuentran con amigos y vecinos y por ello se sienten tímidos en los ambientes que no les son familiares (grandes almacenes)⁷⁹.

Los clientes de bajos ingresos compran en las tiendas por convivencia (cercanía, oportunidad); calidad (surtido, variedad, servicio); precios (descuentos, financiación) y especialidad (almacenes especializados y/o relación con el dueño de la tienda)⁸⁰.

2.4.1 Sentido colectivo de la tienda

El sentido colectivo de la tienda de barrio se puede entender desde dos perspectivas. La primera hace referencia a la tienda como parte de la comunidad y la segunda desde el cliente como parte de la comunidad.

La tienda es vista como parte de la comunidad porque es el sitio donde hay una interacción permanente entre los clientes y el personal en contacto⁸¹; donde se puede averiguar direcciones, se pueden dejar razones, se pueden ofrecer o comprar mascotas o productos del hogar⁸².

Los vecinos son parte de la comunidad y es una zona de control primario porque fija estándares de conductas esperadas y pone en acción presiones para los que se desvían de esas normas⁸³. "Cuando me encuentro con un

⁷⁹ GOLDMAN, A. (1976). "¿Tienen renta más baja los consumidores de un ámbito comercial más reducido?", *Journal of Marketing*, Vol. 40, N° 1, Págs. 46-54.

⁸⁰ GOLDMAN, A. (1976). "Comportamiento comercial reducido entre consumidores de baja renta. Un estudio empírico". *Journal of Marketing research*. Págs. 11 - 19.

⁸¹ GOLDMAN, A. (1981). "La transferencia de la Tecnología de Supermarketing hacia el desarrollo de los países menos desarrollados: El Caso de Supermercados". *Journal of Reatiling*, N° 57. Págs. 5-29.

⁸² RAMÍREZ O. y PACHÓN A. Ob. Cit.

⁸³ ANDERSON, N. (1965). "Sociología de la comunidad urbana". Fondo de Cultura Económica. México.

vecino en la tienda, lo saludo y hablamos de nuestras familias, de las alegrías y de las tristezas y celebramos dichos acontecimientos. En las observaciones se encontró un grupo de jóvenes que después de jugar fútbol a las 10 de la noche, compraron varias gaseosas y vasos desechables y comentaron el juego y otros temas. Este valor fue encontrado en el análisis cuantitativo en 76% de las ocasiones.

2.4.2 Características de las tiendas de barrio

La tienda de barrio es una de las actividades económicas más importantes y más representativos del comercio detallista, de consumo masivo. Las características principales de la tienda tradicional son:⁸⁴

- Utilizan el sistema de "mostrador", es decir que el consumidor no tiene acceso directo al producto sino que siempre habrá un tendero o un dependiente entre el producto y el usuario final.
- Un alto porcentaje de ellas viven en la informalidad, tanto en su manejo comercial como en sus relaciones laborales.
- Son muy cercanas al consumidor final y a los hogares en general. Mientras el estrato sea de menor poder adquisitivo habrá una mayor densidad de tiendas, cuando el estrato es de mayor poder adquisitivo, existirá una menor densidad de este tipo de negocios.
- El surtido está basado en productos de abarrote en general principalmente alimentos, granos y aseo.
- Tiene la capacidad de "miniaturizar" unidades de empaque, encontrándose ventas a granel.

⁸⁴ LONDOÑO, E.; Navas, M. E. (2005). "Canal tradicional en Colombia. Tiendas de barrio". En: "Investigación en Administración en América Latina: Evolución y resultados". Universidad Nacional de Colombia. Sede Manizales.

- Ofrecen crédito a sus clientes sin ningún tipo de garantía salvo la cercanía, la amistad y la confianza.

La tienda a diferencia de las cadenas de almacenes y supermercados, es un establecimiento que no cuenta con una administración de recursos por parte de personal especializado, simplemente el tendero toma este proceso como un motivo de subsistencia y no con carácter empresarial, no se preocupa por implementar y desarrollar estrategias para incrementar sus ventas o por lo menos para mantener estable un determinado número de clientes o para asegurar su permanencia dentro de un mercado competitivo. Pese a esto, la principal estrategia de venta que tiene, es el uso del crédito o fiado que le permite una mayor rotación de productos y la continuidad del negocio, como también la disponibilidad del horario acorde a la necesidad del consumidor⁸⁵.

La tienda de barrio, no utiliza recursos de capital, ni inversiones intensivas en tecnologías, tiene mayor utilización de mano de obra no calificada que en la mayoría de los casos son miembros de la familia, ya que representa un punto de apoyo para las personas que no encuentran oportunidades laborales y en cualquier lugar de su residencia incorporan pequeñas tiendas para su subsistencia, siendo alto el número de ellas en el mismo entorno.

La filosofía del servicio en la cual se apoya la tienda de barrio para su sobrevivencia en los distintos sectores económicos, es que los compradores encuentran todos sus productos en un sitio asequible a sus necesidades, debiendo establecer mecanismos que le permitan conocer cuáles son las necesidades más apremiantes que ellos tienen.

⁸⁵ PATIÑO OROZCO Luz María. (2002). “Volúmenes de compra y márgenes de ganancia de los productos agrícolas y de la canasta familiar en las tiendas de barrio de las ciudades de Pereira y Dosquebradas”. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Administración de Empresas. Perira. Pág. 5.

2.4.3 Importancia de las tiendas de barrio

Tradicionalmente las personas de ingresos bajos, han hecho sus compras en las tiendas de barrio - y continúan haciéndolo -, pese a que los precios unitarios sean superiores a los establecidos en supermercados y autoservicios. La tienda porta ventajas que no ofrece el supermercado tales como:⁸⁶

- ❖ Cercanía. Dependiendo del estrato socioeconómico del barrio puede disponer de 1 a 5 en su cuadra ó a lo sumo caminar tres cuadras.
- ❖ Cantidades acordes con sus necesidades. Se encuentran los productos en las cantidades (unidades y fracciones) que necesitan, en función de la disponibilidad de dinero; por ejemplo: café y leche en polvo por cucharadas, ½ barra de jabón, 1 copita de vinagre, 1 copita de aceite, 4 onzas de queso, etc.
- ❖ Trato personalizado. El tendero atiende interactúa con su cliente y puede entrar en el "detalle" de sus necesidades y deseos, principalmente en lo referente al suministro de aquellos productos que no son de venta masiva pero que algunas personas los consumen.
- ❖ Crédito: Cuenta con dos modalidades: el fiado y el dinero virtual sin intereses y teniendo como garantía solamente el voto de confianza, la palabra de cumplimiento.
- ❖ Horario extendido: abren a las 6:00 a.m., cierran a las 10:00 u 11 p.m. y muchas tiendas atienden de domingo a domingo durante todo el año.

⁸⁶ LONDOÑO Emperatriz y NAVAS María Eugenia. (2002). "La tienda de barrio en Colombia un canal importante en la distribución de productos de gran consumo". Universidad de Cartagena. Colombia.

Existen tres factores que han llevado a la tienda de barrio no sólo a mantenerse en el mercado, sino a coexistir y crecer de forma paralela al gran comercio minorista, disputándose el mercado de productos de gran consumo: socioeconómicos, culturales y comerciales.⁸⁷

a) Aspectos socioeconómicos:

- Recesión económica, desempleo y desplazamiento.- Ante la disminución de los ingresos familiares y en muchos casos la minimización del poder adquisitivo, gran parte de las familias se han visto en la necesidad de replantear sus gastos tanto en cantidad como en calidad y marcas, espaciando además, sus visitas al punto de venta y disminuyendo o fraccionando las compras de la canasta familiar; esto significa que las decisiones importantes de compra en los supermercados, se hacen en función del aprovechamiento de precios y gangas, en unos casos, y en otros, el número de visitas al sitio de compra aumenta y se adquiere sólo lo necesario para la manutención diaria y con escogencia de los productos de precio más reducido.
- El consumidor emergente.- Los movimientos económicos con sus consecuentes crisis, ocurridos en América Latina y en especial en Colombia, posibilitaron el ingreso al mercado de una serie de consumidores de bajos ingresos, que pasaron a consumir bienes a los que no tenían acceso previamente y aumentaron la frecuencia de consumo de algunos de ítems. Igualmente la presión económica sobre consumidores de estratos medios y altos para quienes la tienda significaba la compra de la leche o el pan y algún producto que se hubiera agotado antes de la compra semanal, les ha llevado de regreso a la tienda.

⁸⁷ LONDOÑO Emperatriz y NAVAS María Eugenia. Ob. Cit.

- Ampliación de la base de población pobre.- El incremento del número de pobres conduce a la disminución de las cantidades demandadas en los supermercados y aumento de éstas en las tiendas. Para un alto porcentaje de la población, además, la tienda de barrio se ha convertido en la mejor y muchas veces única alternativa para adquirir diariamente los productos en las cantidades que puede adquirir.
- Oportunidad de negocios.- El aumento de la demanda en las tiendas crea un atractivo para quienes desean invertir porque ven en ellas liquidez inmediata. Los mayoristas y los propietarios de tiendas de abastos manejan un modelo multiformato especial que va ganando adeptos, toda vez que la figura del mayorista ha ido perdiendo terreno en la medida que las negociaciones de los supermercados se realizan directamente con el fabricante:
- Generación inmediata de ingresos.- Para gran parte de las personas que se queda sin empleo, o que por cualquier motivo ha tendido que desplazarse de su sitio de origen, el establecimiento de una tienda, así sea en su lugar de vivienda, se convierte en una alternativa de generación de ingresos; el razonamiento apunta a que la tienda produce para la comida de la casa y algo para los demás gastos que anteriormente eran sufragados por los ingresos derivados del empleo u otras fuentes.
- Alternativa de generación de ingresos ante el desempleo profesional.- La baja demanda de oferta profesional y las acciones de fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa (incluidas las pymes de comercio), han estimulado a técnicos, tecnólogos y profesionales a convertirse en emprendedores comerciales, bien sea por la necesidad de experimentar en un nuevo campo, o por la continuidad del negocio familiar.

Los anteriores aspectos, han hecho que se presente una gran ola expansionista de tiendas de barrio, principalmente en los estratos socioeconómicos bajos, por la vía del ingreso de nuevos negocios o por la réplica de las ya existentes. La réplica del negocio, apunta hacia la oportunidad de atender un mercado que garantice una rentabilidad o en su defecto, al desarrollo de una "cadena" tras la que existe un proceso de "agrupación familiar" no nativa de la ciudad donde se realiza la actividad comercial.

b) La cultura de la tienda

Dentro de las fortalezas que tiene el pequeño comerciante frente a los grandes minoristas, se encuentra la función social que cumple la tienda, pues el trato personalizado le permite establecer relaciones más amistosas y agradables para la clientela; por ello, aunque se incremente la cuota de mercado de las grandes superficies, las visitas frecuentes al pequeño comercio próximo, pueden crear una vinculación más estrecha entre el comerciante o dependiente y el comprador. Esto se refleja en el grado de conocimiento que tiene el tendero de su cliente: por ejemplo, el tendero conoce el nombre de sus clientes.

La tienda, no sólo es un sitio donde se compran y venden productos. Es el lugar donde se discute la problemática del barrio y la del país, donde se puede alternar sin distingo de clases sociales o razas, ver un encuentro deportivo, escuchar música, tomarse unos tragos con los vecinos y amigos, generar lazos de amistad con el dueño del negocio y sus empleados, compartir las penas, jugar dominó, cartas, etc.; además, el hecho de que la tendencia en gran parte de los consumidores sea hacia la conformación de un mundo más pequeño, individualista y de retorno a las tradiciones y a la familia, hace que este tipo de establecimientos se constituya en el punto de fácil encuentro y muchas veces de diversión.

c) Aspectos comerciales

Históricamente, los tenderos han estado descartados de las rutinas de visitas los proveedores, porque su volumen de compra no es significativo; en consecuencia, éstos, han provisto su negocio acudiendo directamente a los mayoristas o a los distribuidores de algunas fabricantes, adaptándose además a los términos de negociación establecidos por éstos; se exceptúan algunas fábricas de licores que han llegado a ellos a través de su distribuidor exclusivo cuyos vendedores los han visitado con alguna frecuencia si el volumen de compra lo amerita; igualmente ha sucedido con las procesadoras de leche, cerveza y bebidas gaseosas, a través de los camiones repartidores, generalmente de propiedad del fabricante.

En la relación directa fabricante – tendero, los aspectos base de la negociación que significaban beneficio para el tendero hacían referencia entre otros a:

- Mercancía en consignación.
- Alguna flexibilización en el crédito.
- Apoyo en la presentación del negocio: Aviso con la publicidad de la empresa que lo obsequiante.
- Suministro del enfriador con la exigencia de la exclusividad en la venta del producto de la empresa obsequiante.
- Tendido del enfriador: Más que un apoyo es una estrategia consistente en “organizar” el enfriador del tendero, de manera que el producto quede arriba y el de la competencia en el fondo.

Por otra parte, el gradual desplazamiento de los proveedores hacia la atención directa al tendero tiene sus raíces en:

- Pérdida de poder de negociación de los proveedores frente a los grandes minoristas.
- Rápido incremento del número de tiendas y sus volúmenes de compra
- Cambios en los hábitos de consumo y conocimiento que del consumidor tiene el tendero.
- Búsqueda de no dependencia de dos o tres grandes distribuidores minoristas.
- Bondades de la venta a tenderos: pagan de contado; no exigen mercaderistas -que son costosas-, ni degustaciones; para el tendero es un honor vender ciertos productos, y la rentabilidad unitaria es mayor.
- El tendero es adaptable a los cambios en las negociaciones.
- Es una excelente fuente de información, para mantenerse enterado de la capacidad de compra del cliente y sus necesidades, así el industrial puede programar cantidades y presentaciones.
- El canal de tenderos permite concentrar las ventas directamente.

2.4.4 La ciudad, los barrios y las tiendas

Como las tiendas de barrio tienen una ubicación espontánea, uno se las encuentra a mitad de la cuadra, en las esquinas, frente a los parques, cerca a las universidades y en cualquier escenario urbano sin importar el estrato social, se evidencia que tiene una presencia viva en dos territorios fijos, la ciudad y los barrios, considerados así por la interpretación que propone Goffman para los "espacios geográficos, utilizados, transferidos o considerados como propios por los seres humanos y controlados por la ley y sus tribunales"⁸⁸. En consecuencia, la ciudad es el telón de fondo que emplean las tiendas de barrio para instalarse en la trama cultural de la misma.

⁸⁸ GOFFMAN, E (1979) "Relaciones en Público" Madrid, Alianza Editorial. Pág. 47.

Desde esa perspectiva, las ciudades se constituyen en la riqueza simbólica que aspiran a gozar tanto quienes la habitan como aquellos que acuden a ella en busca de todo tipo de oportunidades; en especial los campesinos influenciados por el modo de vida urbano a través de los medios de comunicación; o motivados por las vivencias de los que han migrado hacia la ciudad y los desplazados que ven en ella su única alternativa de subsistencia; efectos que configuran a la ciudad en un escenario trazado por la desigualdad, las diferencias sociales, el desequilibrio, la falta de oportunidades laborales que dan origen a la economía informal y al trabajo informal.

En ese orden de ideas, son los barrios, esos otros centros que describe Ledrut, caracterizados por ser el mundo del peatón y el entorno de la vida cotidiana, lo que el autor denomina la vida común; delimitados en el perímetro urbano por calles y carreras, los que albergan a miles de personas en escenarios comunes como escuelas, iglesias, plazas, parques, comercios y casas y edificios. Parfraseando al autor, los barrios desde una lectura sociológica son "aquella parte de la ciudad cuya población ha aumentado de tal manera que ya no pueden continuar formando una comunidad local"⁸⁹; en consecuencia modifican tanto la vida social como las formas de interacción previstas en la ciudad; sin embargo, ese espacio denominado por Ledrut hábitat, mantiene su papel en el vínculo social.

Retomar a Ledrut, implica entonces considerar la importancia de la historia de la urbanización dentro las fases evolutivas de las ciudades, desde esa lectura, se considera que los barrios se configuran como puntos de referencia geográficos e históricos en los siglos XIX y XX; en consecuencia describe los siguientes tipos de barrio de acuerdo a esas dos perspectivas; en primera instancia, los barrios del centro, escenarios que en su momento histórico conformaron comunidades locales y desde los cuales empezaron a delinearse los barrios

⁸⁹ LEDRUT, R, (1968) "El espacio social de la ciudad" Buenos Aires. Amorrortu. Pág. 127.

viejos, considerados muy antiguos, edificados antes de la primera guerra mundial, ubicados aparte del centro y los suburbios viejos y suburbios internos, conformados después del mismo momento histórico, descritos por el autor como barrios cercanos al centro de la ciudad que construyeron individualidad propia y un lugar en la ciudad. Sumado a lo anterior, los barrios nuevos desarrollados después de la segunda guerra mundial, construidos en un anillo más alejado del centro de la ciudad, considerados por el autor, como dinámicos, en formación y en pleno desarrollo y por último, los antiguos burgos de los alrededores; barrios periféricos a la ciudad que surgieron en extensos campos desocupados, caracterizados por ser sectores de escasa población y que en sus comienzos no fueron barrios urbanos.

Aunque el autor, precisa esa primera tipología de barrios, incluye otra, desde la mirada sociológica, la cual se trae a colación por considerarla oportuna en la relación ciudad, barrio; desde esta perspectiva, describe tres tipos de barrio categorizados por la vivienda y el tiempo de fundación. En primer lugar, describe la existencia del barrio popular viejo, ejemplificado por las siguientes características: un escenario estático y homogéneo, de casitas de gente humilde instalada hace bastante tiempo con jefes de familia mayores de 50 años. El barrio nuevo en evolución, considerado joven y popular, donde predominan construcciones nuevas y por último, el barrio heterogéneo, barrios en desarrollo con un pasado tras de sí, en los cuales sus habitantes se instalaron antes que los de los barrios nuevos.

Esta categorización planteada por Ledrut es determinante para entrar a considerar los barrios donde se inscriben las tiendas de la ciudad de La Paz y para seleccionar los barrios donde se realizó el trabajo de campo de la presente investigación.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Características del estudio

El presente estudio es de tipo **descriptivo**, en razón de que su propósito es describir las características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz como unidades de autoempleo, además de conocer su contribución al sector informal.

Según Hernández y colaboradores, "Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis... miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar".⁹⁰

3.2 Métodos

El método utilizado en la investigación fue el hipotético-deductivo. Este método "presupone la utilización de alguna hipótesis que guía la investigación y al mismo tiempo delimita el problema que se va a investigar"⁹¹.

La operatividad de este método comprende:⁹²

- a) Formulación de las hipótesis iniciales, generalmente sugeridas por experiencias
- b) Deducción de nuevos enunciados básicos a partir de las hipótesis iniciales

⁹⁰ HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto y Otros (2007). "Metodología de la Investigación". México, Edit. McGraw-Hill. Pag. 60.

⁹¹ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos. (1997). "Metodología, guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas". Edit. Mc Graw Hill. Bogotá.

⁹² KLIKSBURG, Bernardo, (1998) "El Pensamiento Organizativo", (Tomo II), Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina, Pág. 224.

- c) Control de dichos enunciados con la experiencia y obtención de nuevas conclusiones.

3.3 Técnicas de recolección de información

Las técnicas que permitieron la recolección de información fueron: la encuesta y la investigación documental.

- a) La encuesta fue dirigida a propietarios de las tiendas o tenderos de la ciudad de La Paz, con el propósito de conocer los motivos por los que han incursionado en esta actividad, además de sus expectativas y necesidades. "La encuesta es una técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, mediante el uso del cuestionario. La recopilación de información se realiza mediante preguntas que midan los diversos indicadores que se han realizado en la operacionalización de los términos del problema o de las variables de la hipótesis"⁹³
- b) La técnica de la investigación documental, permitió fundamentar la parte teórica del trabajo de investigación; además de ofrecer la posibilidad de recabar información estadística sobre el sector informal de la ciudad de La Paz. La información fue obtenida del Instituto Nacional de Estadística (INE), Unidad de Análisis de Políticas Económicas y Sociales (UDAPE), Gobierno Municipal de La Paz (GMLP), y de las bibliotecas universitarias. La técnica de la investigación documental "se caracteriza por la utilización de documentos; recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes...Utiliza los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación; análisis, síntesis, deducción, inducción, etc."⁹⁴

⁹³ MÜNCH Lourdes y ÁNGELES, Ernesto. (2003) "Métodos y Técnicas de Investigación". Edit. Trillas. México 2003., Pág. 55.

⁹⁴ BRAVO J. Luis, MÉNDEZ Pedro, y RAMÍREZ Tulio (1997). "La investigación documental y

3.4 Población y muestra

La población de estudio de la presente investigación está conformada por los propietarios de tiendas de barrio o tenderos de la ciudad de La Paz, para lo cual se consideró a cinco zonas o barrios representativos de la ciudad:

- Zona Villa Fátima
- Zona Villa San Antonio
- Zona Villa Victoria
- Zona Gran Poder
- Zona Tembladerani

Debido a que se desconoce el número exacto de tiendas que funcionan en los barrios descritos, se determinó seleccionar como muestra de estudio a un total de 125 tiendas (25 por cada zona), a través del muestreo “no probabilístico”⁹⁵

⁹⁵ bibliográfica”. Caracas, Venezuela. Edit. Panapo.
Las muestras no probabilísticas, denominadas también muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario. Aún así éstas se utilizan en muchas investigaciones y a partir de ellas se hacen inferencias sobre la población. HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto y Otros. Ob. Cit. Pág. 231

CAPÍTULO IV EL COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Antes de describir las características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz y su contribución a la economía informal, es necesario hacer referencia a las principales características del sector informal de la ciudad, de manera que se cuente con elementos de juicio necesarios que permitan contextualizar a las tiendas de barrio. Para el efecto, se inicia el presente capítulo con una descripción sobre la situación de empleo/desempleo, para posteriormente abordar el comercio informal.

4.1 Situación del empleo

Según datos del PDM del Municipio de La Paz, la población en edad de trabajar en esta ciudad es del 80%, pero el 38 % de la población está en condición económicamente inactiva, de esta manera, la Población Económicamente Activa en el municipio es equivalente al 42%, de los cuales el 39% se encuentra ocupada y el 3 % desocupada.⁹⁶

CUADRO N° 1
 ACTIVIDAD DE LA POBLACIÓN, POR CONDICIÓN DE POBREZA,
 MUNICIPIO DE LA PAZ (En porcentaje)

MACRODISTRITO	NO POBRE			POBRE			TOTAL		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
MUNICIPIO DE LA PAZ	100								
Población en Edad de no Trabajar (PENT)	19	16	17	28	24	26	22	19	20
Población en Edad de Trabajar (PET)	81	84	83	72	76	74	78	81	80
Población Económicamente Activa (PEA)	48	40	44	45	31	38	47	37	42
Población ocupada (PO)	45	38	41	41	30	35	43	36	39
Población Desocupada (PD)	3	2	3	4	2	3	4	2	3
Cesantes (C)	3	1	2	3	1	2	3	1	2
Aspirantes (A)	0	0	0	1	0	1	1	0	0
Población Económicamente Inactiva (PEI)	33	44	39	28	45	36	31	44	38

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011.

⁹⁶ Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 Diagnóstico Municipal. Dirección de Planificación y Control, Unidad de Planificación Participativa. Gobierno Municipal de La Paz.

Según el cuadro anterior se puede concluir que aproximadamente la mitad de la población en edad de trabajar se encuentra en estado inactivo.

Para el caso de las mujeres la población económicamente inactiva en las mujeres llega al 44%, observándose que es mayor a la de los hombres que alcanza al 31%. En cambio la PEA es del 37 % y considerando la pobreza de la mujer este índice baja hasta el 30 %.

Si se analiza la ocupación de la población en el municipio, se observa que de la población de mujeres ocupadas a nivel municipal un 35% de ellas están en actividades relacionadas a servicios y vendedoras del comercio y un 22,66% de trabajadoras no calificadas como las principales ocupaciones en el municipio. Cuando se estratifica por pobreza, esta situación se modifica e incrementa obteniéndose que del total de mujeres pobres, el 49,5 % esta dedicada a servicios y vendedoras del comercio, y un 24,3 % como trabajadoras no calificadas.

CUADRO N° 2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA POBLACIÓN EN LA OCUPACIÓN
PRINCIPAL POR CONDICIÓN DE POBREZA, SEXO, SEGÚN GRUPO
OCUPACIONAL, MUNICIPIO DE LA PAZ.
(En porcentaje)

MACRODISTRITO	NO POBRE			POBRE			TOTAL		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
MUNICIPIO DE LA PAZ	100,00								
Dirección en la adm. pública y empresas	7,48	3,82	5,64	0,82	0,27	0,58	5,21	2,83	4,07
Profesionales, científicos e intelectuales	18,35	14,95	16,64	1,83	1,95	1,88	12,74	11,32	12,06
Técnicos y profesionales de apoyo	17,26	9,78	13,50	6,31	3,25	4,99	13,54	7,96	10,86
Empleados de oficina	7,36	12,68	10,03	3,14	3,74	3,40	5,93	10,19	7,97
Servicios y vendedores del comercio	16,04	29,59	22,84	16,82	49,50	30,92	16,30	35,15	25,35
Agricultura, pecuaria y pesca	0,68	0,33	0,51	4,10	3,66	3,91	1,85	1,26	1,57
Ind. extractiva, construcc., ind. manufact.	17,61	6,37	11,97	43,37	12,60	30,10	26,36	8,11	17,60
Operadores de instalaciones y maquinarias	10,42	0,47	5,42	16,35	0,69	9,59	12,43	0,53	6,72
Trabajadores no calificados	4,82	22,01	13,45	7,25	24,34	14,62	5,64	22,66	13,81

Fuente: Dossier Estadístico del GMLP.

En estas condiciones, el 50% de las mujeres ocupadas realiza sus actividades económicas en grupos ocupacionales donde los derechos laborales son más vulnerados o no se pueden ejercer y un 24 % trabajan como mano de obra no calificada, sumando casi el 75% de las mujeres pobres en el municipio.

4.2 El comercio informal

Generalmente con el término comercio informal, se alude a las actividades comerciales realizadas en vía pública, que es un fenómeno que se presenta en la mayoría de las ciudades y, sin duda, constituye un rasgo tradicional de la ciudad de La Paz. Sin embargo, por diversos motivos, pero especialmente por los problemas estructurales de la economía boliviana, la presencia de vendedores en la calle se ha intensificado en los últimos años, hasta alcanzar un número que se aproxima a los 40.000 puestos de venta.⁹⁷

CUADRO N° 3
CRECIMIENTO DE COMERCIANTES EN LA CIUDAD DE LA PAZ

PERIODO	CRECIMIENTO QUINQUENAL	Porcentaje (%)	CRECIMIENTO ACUMULADO
Antes de 1951	369	0.00	369
1951-1960	1.056	286.18	1.425
1961-1970	2.233	211.46	3.658
1971-1980	5.937	265.88	9.595
1981-1990	18.217	306.84	27.812
1991-2000	9.214	50.58	37.026
2001-2003	2.789	30.27	39.815

Fuente: OMPE - Dirección de Mercados y Comercio en Vía Pública - Censo de Gremiales 2003
 Elaboración: DPC-UIEM

Varias investigaciones realizadas por instancias públicas y privadas coinciden en señalar que las causas que explican la presencia cada vez mayor de

⁹⁷ Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 Ob. Cit..

personas dedicadas al comercio minorista en las calles de la ciudad, son las siguientes⁹⁸:

- El crecimiento del desempleo, fruto de la crisis económica, que no ha podido ser contrarrestada con políticas de desarrollo productivo y del incremento vegetativo de la población económicamente activa.
- La migración campo-ciudad, que ocasiona un gran flujo a las áreas urbanas y periurbanas de gente sin capacitación técnica ni profesional y que, por ello mismo, tienden a concentrarse en el sector del pequeño comercio, acentuando la terciarización de la economía de la ciudad.
- La existencia de mayores oportunidades para obtener financiamiento de las entidades que otorgan micro-crédito, para actividades económicas de rápido giro, como es el pequeño comercio.
- El trabajo de comercio en vía pública es una alternativa, fácil, barata y de rápido retorno para los inmigrantes y desempleados.
- La influencia de factores histórico-culturales, así como de tradición familiar, que llevan a una cierta inercia en la elección de la actividad económica.

4.3 Características del comercio informal urbano

El sector informal urbano de la ciudad de La Paz, presenta las siguientes características:⁹⁹

- ✓ La mayoría de los comerciantes gremiales que trabajan en La Paz, están la ladera oeste y en la ciudad de El Alto.
- ✓ Existe una marcada predominancia de mujeres en la actividad. La mayoría percibe que no tiene opciones laborales alternativas a la

⁹⁸ Plan de ordenamiento y regulación del Comercio en vías y espacios públicos, OMPE - GMLP; 2005

⁹⁹ Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 Ob. Cit..

actividad comercial y proviene de familias que han optado por el comercio como medio de vida.

- ✓ Con fines de defensa y promoción de sus intereses, los gremiales se agrupan en organizaciones con varios niveles jerárquicos: asociación, federación y confederación, así como por rubro o producto de venta.
- ✓ La diversidad y alto número de comerciantes, así como el hacinamiento y saturación de los espacios destinados a su actividad, generan conflictos por el control de mercados y espacios, relativamente pequeños, originando la multiplicación de organizaciones gremiales, que reclaman la atención de las instancias del GMLP, encargadas de regular el comercio, con demandas muchas veces contradictorias.
- ✓ Pese a sus notables niveles de organización, los gremiales se sienten inseguros respecto de la posibilidad de retener el puesto de venta, lo cual condiciona su comportamiento frente a la autoridad y frente a sus líderes.
- ✓ La ocupación del espacio público se produce en un lugar fijo, durante todo el día o por un cierto número de horas, y también en forma ambulante.
- ✓ La cantidad de comerciantes gremiales en las vías y espacios públicos, registra variaciones estacionales, como en navidad, alasitas, carnavales y otras festividades.

El objetivo de la alcaldía de La Paz es recuperar los espacios y vías públicas ocupadas irracionalmente por los comerciantes minoristas, que están originando un proceso de deterioro urbano, consolidar la imagen y autoridad del GMLP sobre el control, regulación de los espacios y formalizar la actividad comercial en espacios y vía públicas autorizadas, coadyuvando al desarrollo económico y social del municipio.

4.4 Rasgos del comercio informal minorista

La evolución de la actividad del comercio minorista en los últimos 10 años, ha generado una situación que actualmente presenta los siguientes rasgos principales:¹⁰⁰

- Asentamiento de comerciantes minoristas desordenado y muchas veces sin respaldo legal.
- Hacinamiento y sobre saturación de comerciantes en determinados espacios y principales vías públicas, fundamentalmente en el centro de la ciudad y la zona de Max Paredes.
- Deterioro urbano por la masiva ocupación de los principales vías y espacios públicos, sobre todo en el centro histórico y la ladera Oeste, pero también en otras áreas de la ciudad.
- Avasallamiento masificado e ilegal de los principales espacios y vías públicas.
- La mayoría de los comerciantes gremiales provienen de El Alto y la ladera Oeste de la ciudad La Paz (83% mujeres).
- Las formas de ocupación del espacio público son: Fijo, Eventual y Ambulante.
- Los comerciantes minoristas gremiales se organizan por: Asociación Federación y Confederación, que se encuentran divididos y fracturados.
- Tiene capacidad de organización y movilización que es utilizado para el fortalecimiento de liderazgo dirigencial.
- Incertidumbre e inseguridad sobre la permanencia del puesto de venta situación que genera un estado de apronte ante el gobierno municipal de La Paz. (GMLP)

¹⁰⁰ Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 Ob. Cit..

4.5 Organización de grupos informales

Los comerciantes ambulantes, puestos eventuales y puestos fijos de la ciudad de La Paz se encuentran agrupados en asociaciones gremialistas, estos grupos se forman con el propósito de defender sus derechos, los cuales han ganado a través del transcurso de los años y que la autoridad ha tolerado, lo cual trae como consecuencia la fuerza política que estas agrupaciones han adquirido, es de lamentarse que los lugares donde desarrollan sus actividades comerciales lo consideren como una propiedad entre este sector, los cuales tienen un precio, muchas de las veces alto, o lamentablemente hacen contratos de anticrítico, alquiler o venta por los pequeños lugares como también se van transmitiendo de padres a hijos, a sabiendas de que este "lugar" es la parte de la calle, donde el vecino de este lugar es afectado porque el comerciante informal ocupa su lugar, esto ocasiona que los propietarios de esa casa o negocio no tengan acceso a su propiedad ya que estos comerciantes trabajan sin horario fijo.

4.6 Factores adversos del comercio informal en la ciudad de La Paz

Si bien, la presencia del comercio informal y callejero, constituye un mecanismo de contención de la presión que ejerce la fuerza laboral disponible en el mercado de trabajo y un factor que neutraliza posibles convulsiones sociales, en ausencia de empleo digno y permanente, se observa la presencia de un conjunto de elementos negativos que en su convergencia han dado lugar a que:

- ✓ La cantidad de informales que operan en el mercado aproximadamente ha registrado una cifra superior a 181.000, ubicados en comercios callejeros y vendedores ambulantes, correspondiendo al departamento de La Paz un 18%, siendo la segunda plaza en importancia, a nivel nacional.

- ✓ En la actualidad, el contrabando es el principal proveedor de mercancías del comercio que opera en vía pública, hecho que se traduce en competencia desleal con las empresas legalmente establecidas, menores precios de venta, una abierta evasión tributaria y ocupación desordenada de plazas, calles y avenidas.
- ✓ El comercio callejero ha cerrado toda posibilidad a las actividades económicas, legalmente establecidas de realizar las ventas esperadas, toda vez que productos iguales y/o similares son expendidos a la vista de las autoridades y no hacen una fiscalización y otorgamiento de permisos de asentamiento y/o ampliación de los denominados mercados negros.
- ✓ La magnitud del comercio callejero, evidencia un deterioro permanente de las condiciones laborales, debido a que operan expuestos a las condiciones adversas del clima de nuestra urbe, alejados de la seguridad social, y otros beneficios como la regulación de las jornadas de trabajo; siendo lo más grave que se encuentran exentos de las obligaciones impositivas que debe asumir todo agente económico en el emprendimiento de una actividad productiva, comercial o de servicios.
- ✓ La normativa que reglamenta la vigencia del Régimen Tributario Simplificado, definió la forma de tributación de los denominados comerciantes minoristas. Bajo el supuesto de que éstos, se encuentran en la imposibilidad material de cumplir con sus obligaciones tributarias, por su condición social, bajo nivel de instrucción y carencia de medios materiales.

Sin embargo, en la estructura de las recaudaciones del Servicio de Impuestos, el aporte del Régimen Tributario Simplificado alcanza apenas al 0.08% de las recaudaciones totales.

CAPÍTULO V

LAS TIENDAS DE BARRIO DE LA CIUDAD DE LA PAZ

En el presente capítulo, se describen las principales características de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz, con el propósito de establecer su contribución a la economía informal como unidades de autoempleo. Para el efecto, se exponen los resultados de la encuesta efectuada a 125 propietarios/tenderos de cinco barrios/zonas tradicionales de la ciudad de La Paz (Gran Poder, Tembladerani, Villa Victoria, Villa Fátima y Villa San Antonio).

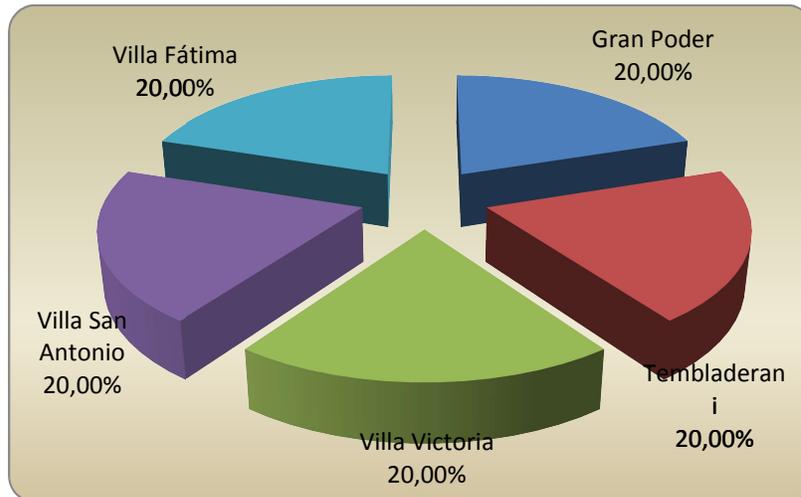
5.1 Zona de ubicación:

CUADRO N° 1
ZONA DE UBICACIÓN

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Gran Poder	25	20,00
Tembladerani	25	20,00
Villa Victoria	25	20,00
Villa San Antonio	25	20,00
Villa Fátima	25	20,00
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 1
ZONA DE UBICACIÓN



De acuerdo a los datos recabados y en concordancia con la muestra de la investigación se desarrollo la encuesta de manera pareja de los distintos barrios de la ciudad de La Paz, y que se caracterizan por encontrarse tiendas de barrio, como ser la zona del Gran Poder, Tembladerani, Villa Victoria, Villa San Antonio, y Villa Fátima, en cada uno de estos de manera pareja se utilizó el instrumento en 25 negocios lo que representa el 20% de total.

Los resultados que arroja la encuesta permitirán, tener un acercamiento lo más aproximado posible a sus distintas características y cuál es el papel que cumplen dentro de la economía informal de la ciudad de La Paz, constituidas como unidades de autoempleo.

5.2 Nivel de formación educativa o profesional

CUADRO N° 2
NIVEL DE FORMACIÓN EDUCATIVA O PROFESIONAL

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Primaria	34	27,20
Secundaria	67	53,60
Egresado de Instituto Técnico	11	8,80
Egresado de Universidad	8	6,40
Profesional	5	4,00
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 2
NIVEL DE FORMACIÓN EDUCATIVA O PROFESIONAL



En las distintas tiendas se ha encontrado una diversidad en la formación educativa, una mayoría 53,60% estudio hasta el nivel de educación secundaria, el 27,20% ha indicado que sus estudios llegaron hasta el nivel primario, el 8,80% exterioriza que es egresado de un Instituto Técnico, el 6,40% manifiesta que es egresado de la universidad y el restante 4,00% indica que es profesional.

Las respuestas que se observan en el cuadro y gráfico respectivo muestra que los tenderos/as de la ciudad de La Paz, tiene distintos grados de educación, de igual manera se encuentran las razones por las que decidieron dedicarse a esta actividad, el nivel educativo ha permitido una adecuada comunicación con los y las dueñas de tiendas en los distintos barrios de la urbe paceña.

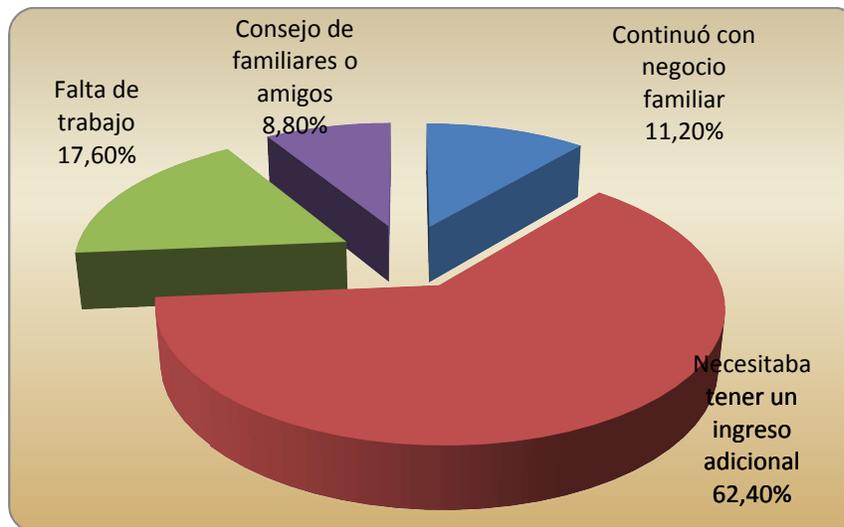
5.3 ¿Por qué decidió abrir la tienda o emprender esta actividad?

CUADRO N° 3
RAZÓN PARA ABRIR LA TIENDA O EMPRENDER ESTA ACTIVIDAD

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Continuó con negocio familiar	14	11,20
Necesitaba tener un ingreso adicional	78	62,40
Falta de trabajo	22	17,60
Consejo de familiares o amigos	11	8,80
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 3 RAZÓN PARA ABRIR LA TIENDA O EMPRENDER ESTA ACTIVIDAD



De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 62,40% manifiesta que abrió su tienda porque necesitaba de ingresos adicionales para la manutención de su familia, un 17,60% indica que es por la falta de trabajo, para el 8,80% comenzó con esta actividad debido a los consejos de familiares y amigos, finalmente el 11,20% ha exteriorizado que es la continuación de un negocio familiar ya existente.

Las distintas respuestas, muestra que una mayoría desplegó esta actividad como una forma de generar recursos adicionales a los de su actividad laboral, esto en virtud que las necesidades que tiene la familia son muchas y un solo ingreso no abastece, además indican que con una tienda toda la familia coopera en la atención de acuerdo al tiempo con el que disponen, convirtiéndose en un negocio familiar más que individual.

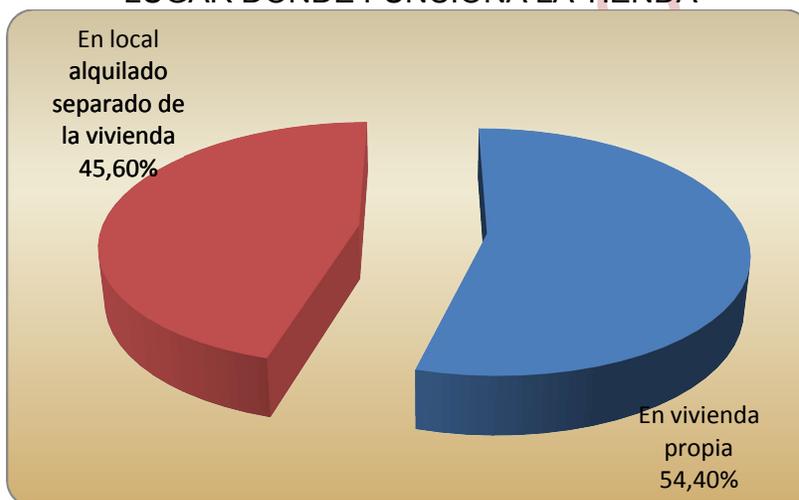
5.4 El lugar donde funciona la tienda es:

CUADRO N° 4
LUGAR DONDE FUNCIONA LA TIENDA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
En vivienda propia	68	54,40
En local alquilado separado de la vivienda	57	45,60
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 4
LUGAR DONDE FUNCIONA LA TIENDA



Respecto al lugar donde funciona la tienda, una mayoría representada por el 54,40% manifiesta que el negocio funciona en su propio domicilio, pero un porcentaje importante que alcanza al 45,60% ha expresado que el local es alquilado para uso exclusivo de la tienda y separado de la vivienda.

Como se observa en el cuadro y gráfico precedente, si bien la mayoría de las tiendas barriales funcionan en los mismos domicilios de los propietarios, existe una tendencia a que el negocio pueda funcionar en un lugar independiente, y ejercer un mayor control de los ingresos y egresos que el mismo genera.

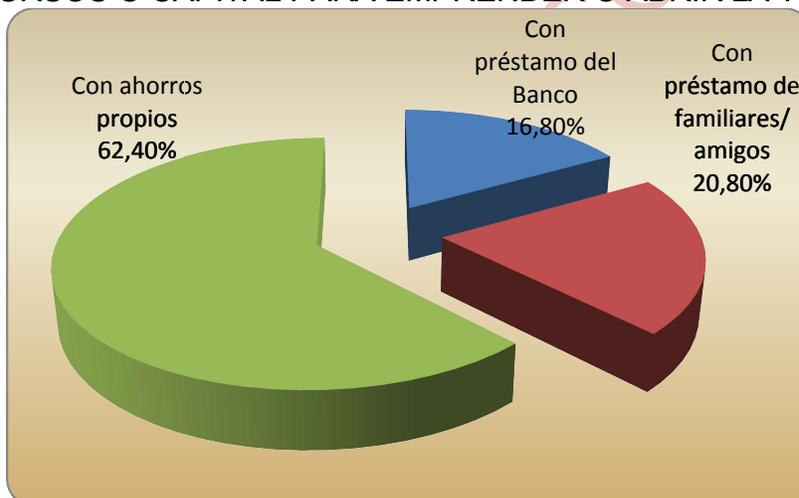
5.5 Recursos o capital para emprender o abrir la tienda

CUADRO N° 5
RECURSOS O CAPITAL PARA EMPRENDER O ABRIR LA TIENDA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Con préstamo del Banco	21	16,80
Con préstamo de familiares/amigos	26	20,80
Con ahorros propios	78	62,40
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 5
RECURSOS O CAPITAL PARA EMPRENDER O ABRIR LA TIENDA



Consultados sobre los recursos o capital que requirió para emprender o abrir la tienda la mayoría representada por el 62,40% manifiesta que lo hizo con ahorros propios, con porcentajes inferiores como el 20,80% ha señalado que emprendió el negocio con préstamo de dinero por parte de familiares y/o amigos, el restante 16,80% señala que para la apertura de su negocio recurrió a un préstamo bancario o de institución financiera.

La mayoría de los negocios catalogados como tiendas de barrio, hacen su apertura con ahorros propios de parte de sus propietarios, y las ganancias que generan constituyen un apoyo importante para el sostenimiento de la familia, es decir un complemento a los ingresos para la satisfacción de las necesidades, salvo algunos casos, los dueños/as de las tiendas no emprenden este tipo de negocios con préstamos bancarios ya que el mismo requiere del pago de intereses que es precisamente lo que se quiere evitar.

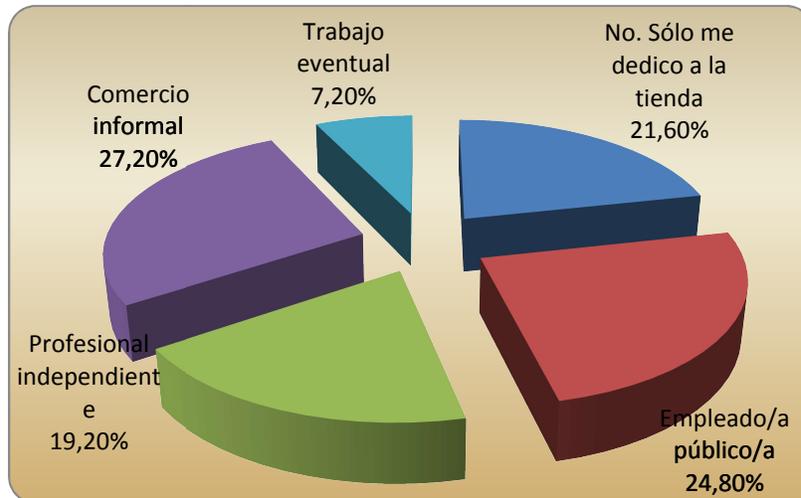
5.6 Además de la tienda, cuenta con otra actividad económica que le genere ingresos económicos

**CUADRO N° 6
 TIENE ACTUALMENTE OTRA ACTIVIDAD QUE LE GENERE INGRESOS**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
No. Sólo me dedico a la tienda	27	21,60
Empleado/a público/a	31	24,80
Profesional independiente	24	19,20
Comercio informal	34	27,20
Trabajo eventual mano de obra calificada	9	7,20
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 6 TIENE ACTUALMENTE OTRA ACTIVIDAD QUE LE GENERE INGRESOS



Consultados si los propietarios de estos negocios cuenta en la actualidad con otra actividad que le genere ingresos, el 27,20% manifiesta que cuenta con un negocio dentro del comercio informal, el 24,80% manifiesta que es empleado/a público, un 19,20% respondió que trabaja como profesional o técnico de forma independiente, el 7,20% exterioriza que a veces cuenta con trabajos eventuales como técnicos en algunos talleres, o trabajos de reparación, el 21,60% ha expresado que de manera exclusiva se dedica a la tienda.

Por las respuestas proporcionadas por los dueños se puede manifestar que, las tiendas de barrio, en su mayoría no son negocios exclusivos, sino más bien una forma de apoyo económico a la familia donde todos los miembros participan en la atención de los clientes (esposa, hijos, parientes cercanos e incluso amigos), de esta manera la tienda se constituye en una generadora de recursos y autoempleo al interior de la misma familia.

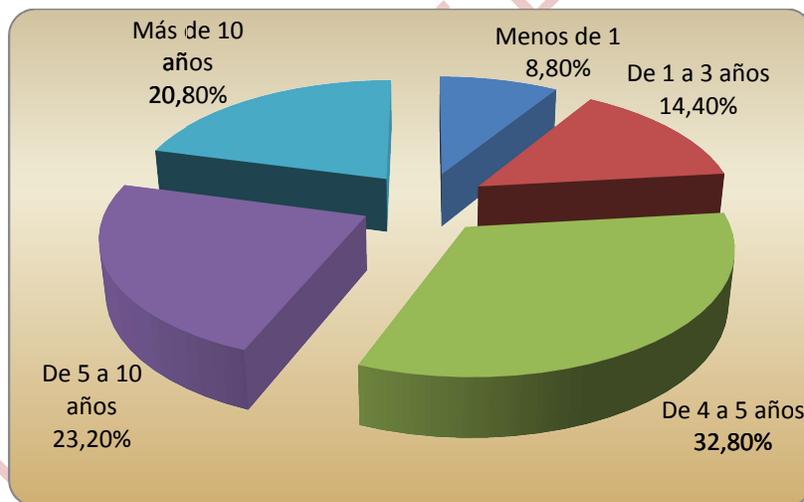
5.7 Años de funcionamiento de la tienda

CUADRO N° 7
 AÑOS QUE LLEVA CON LA TIENDA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 1	11	8,80
De 1 a 3 años	18	14,40
De 4 a 5 años	41	32,80
De 5 a 10 años	29	23,20
Más de 10 años	26	20,80
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 7
 AÑOS QUE LLEVA CON LA TIENDA



Las respuestas que se pueden observa en el cuadro y gráfico respectivo, muestra que el tiempo de atención de la tienda varía, un 32,80% manifiesta que funciona entre 4 a 5 años, el 23,20% expresa que el tiempo que tiene es del 5 a 10 años, un 20,80% indica que ya está funcionando por más de 10 años, algunos tiene un menor tiempo como el 14,40% de 1 a 3 años de estar

inaugurado, y por último el 8,80% exterioriza que es menos de un año de funcionamiento.

El tiempo de funcionamiento de estos negocios de tipo familiar varía, aunque una mayoría ya tiene varios años desde su apertura, y los miembros de la familia ya se han acostumbrado a la rutina y distribución de tareas donde incluye la atención de la tienda sin tener que afectar sus otras actividades.

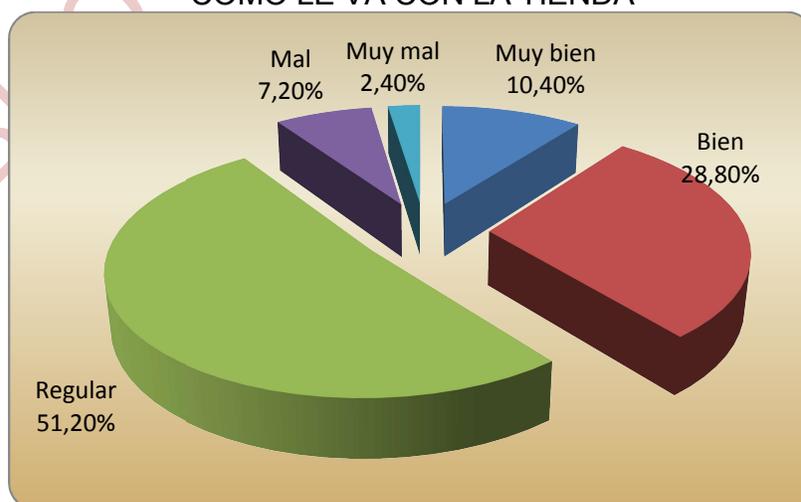
5.8 Cómo marcha el funcionamiento de la tienda

**CUADRO N° 8
 CÓMO LE VA CON LA TIENDA**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy bien	13	10,40
Bien	36	28,80
Regular	64	51,20
Mal	9	7,20
Muy mal	3	2,40
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

**GRÁFICO N° 8
 CÓMO LE VA CON LA TIENDA**



Consultados los dueños/as de las tiendas de barrio acerca de cómo califican la marcha de su negocio, la mayoría representada por el 51,20% la califica como regular, un 28,80% manifiesta que está bien, un 10,40% de manera optimista la considera como muy bien, para el 7,20% está mal y el restante 2,40% exterioriza que el negocio es muy mal.

Se puede considerar que las tiendas de barrio se encuentran con un promedio aceptable de funcionamiento y de ahí que la calificación mayoritaria es de regular para arriba, sin dejar de lado aquellos que expresan que no les está yendo bien, lo importante de acuerdo a lo que señalan los propietarios es que es una actividad complementaria a las de los padres y donde toda la familia participa de alguna manera y de esta manera se contribuye a generar mayores recursos para la satisfacción de las distintas necesidades.

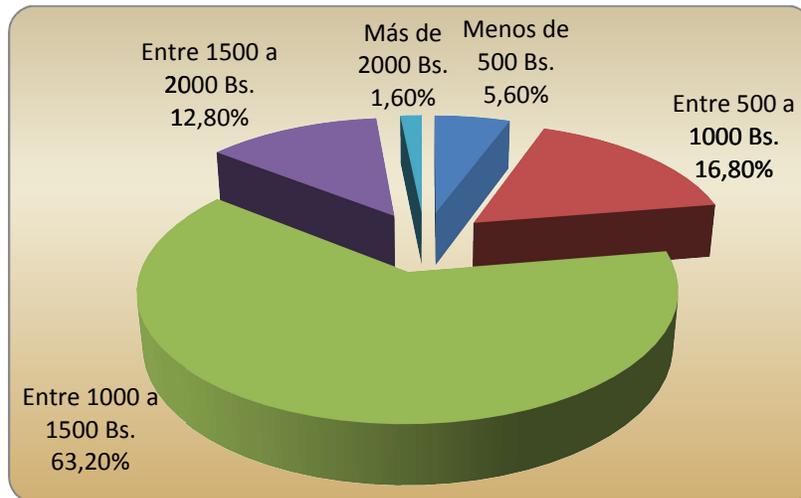
5.9 Monto aproximado de ganancias (utilidades) que deja la tienda mensualmente

CUADRO N° 9
MONTO APROXIMADO DE GANANCIAS

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 500 Bs.	7	5,60
Entre 500 a 1000 Bs.	21	16,80
Entre 1000 a 1500 Bs.	79	63,20
Entre 1500 a 2000 Bs.	16	12,80
Más de 2000 Bs.	2	1,60
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 9
MONTO APROXIMADO DE GANANCIAS/MES



Respecto al monto aproximado de las ganancias, estas también varían, pero para una mayoría oscila entre los 1000 a 1500 bolivianos como promedio de ganancia mensual; esta opinión corresponde al 63,20%, el 16,80% opina que sus ganancias son de 500 a 1000 bolivianos, según el 12,80% sus ganancias son de 1500 a 2000 bolivianos, porcentajes menores señalan en un 5,60% que sus ganancias son inferiores a 500 bolivianos y finalmente el 1,60% exterioriza que las ganancias representan más de 2000 bolivianos.

Los dueños/as de tiendas de barrios reconocen que las ganancias no son fijas varían de acuerdo a determinadas épocas y a como este surtido el negocio, estas ganancias fluctúan y como en su mayoría se trata de recursos complementarios no existe una adecuada planificación de cuanto es su ingreso neto, tampoco los propietarios/as llevan un libro contable ya que se trata de un negocio de tipo familiar y donde todos los miembros de una u otra forma aportan dedicando un espacio de su tiempo en la atención de los clientes.

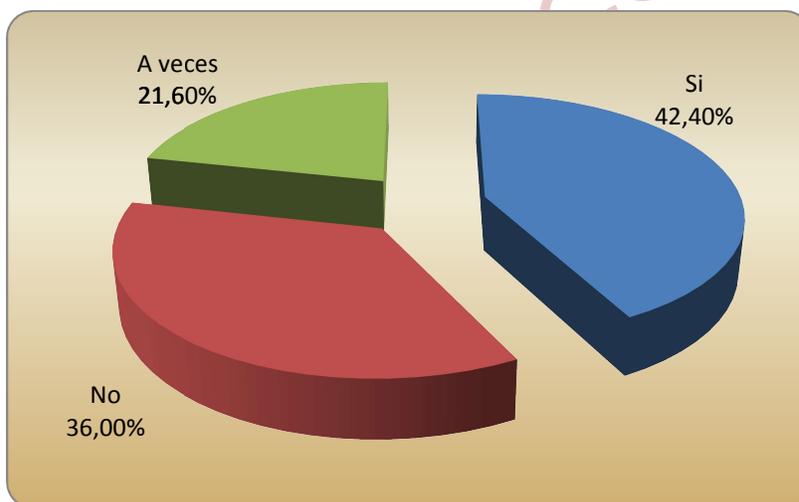
5.10 Si en la atención de la tienda colabora alguna otra persona

CUADRO N° 10
EN LA ATENCIÓN DE LA TIENDA LE COLABORA OTRA PERSONA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	53	42,40
No	45	36,00
A veces	27	21,60
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 10
EN LA ATENCIÓN DE LA TIENDA LE COLABORA OTRA PERSONA



Consultados si en la atención de la tienda colabora otra persona, el 42,40% ha dado a conocer una respuesta afirmativa, seguida de un 36% que indica que no existe cooperación de otra persona, en tanto que el 21,60% ha exteriorizado que a veces requiere de la colaboración de alguien.

Las respuestas si bien son diversas en muchos de los casos apunta a que se trata de una actividad colectiva de todos los miembros de la familia, por ejemplo quienes respondieron de manera afirmativa indican que participa toda la familia

y que estos atienden la tienda de acuerdo a su disponibilidad de tiempo, en el caso de los que respondieron de forma negativa manifiestan que no se requiere de la otra persona ya que entre los miembros de la familia principalmente los hijos se bastecen para la atención del negocio, y por último quienes exteriorizan que a veces cuentan con el apoyo de otra persona estos también hacen referencia algún miembro de la familia, son escasos los casos en que la tienda necesite de una persona específica, ya que ellos mismos aclaran que se trata de un negocio pequeño que atiende a los vecinos y eventuales clientes que pasan por el barrio.

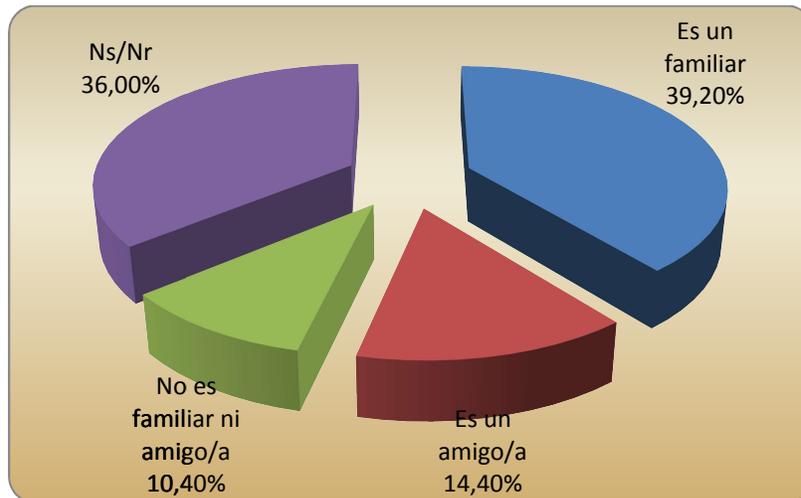
5.11 Si su respuesta anterior es afirmativa, cual la relación con esa persona

CUADRO N° 11
RELACIÓN TIENE CON LA PERSONA QUE COLABORA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Es un familiar	49	39,20
Es un amigo/a	18	14,40
No es familiar ni amigo/a	13	10,40
Ns/Nr	45	36,00
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 11
RELACIÓN TIENE CON LA PERSONA QUE COLABORA



Con relación a la anterior interrogante, las respuestas refuerzan lo anteriormente señalado, el 39,20% ha expresado que la relación que tiene con la persona que de coopera es que se trata de un familiar, un 14,40% manifiesta que se trata de un amigo/a, en tanto que para el 10,40% no se trata de ningún familiar ni amigo, el 36,00% corresponde a las personas que anteriormente respondieron de manera negativa.

Como se observa en el cuadro y gráfico respectivo, las respuestas muestran y grafican que en las tiendas de barrio por tratarse de negocios pequeños de tipo familiar la persona que colabora se trata de un miembro de la misma familia, en algunos casos pero minoritarios de trata de algún amigo o amiga, o se manera específica se cuenta con alguien de atiende mientras los otros miembros de la familia desarrollan sus propias actividades, esto significa que en gran medida las tiendas de barrio generan autoempleo en los miembros de las familias y de esta manera ayuda a generar recursos para la satisfacción de las distintas necesidades.

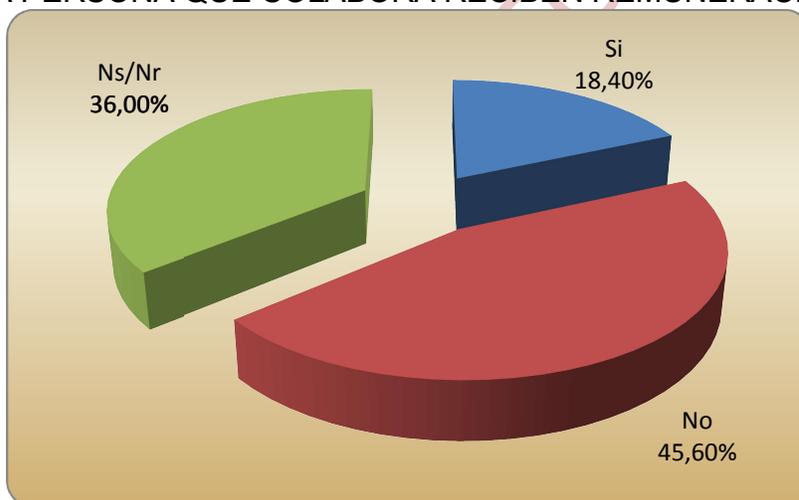
5.12 Si la persona o personas que le colaboran en la atención de la tienda reciben remuneración o salario

CUADRO N° 12
 LA PERSONA QUE COLABORA RECIBEN REMUNERACIÓN

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	23	18,40
No	57	45,60
Ns/Nr	45	36,00
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N° 12
 LA PERSONA QUE COLABORA RECIBEN REMUNERACIÓN



Consultados los dueños/as de las tiendas si la persona que los colabora reciben algún tipo de remuneración, la mayoría representada por el 45,60% ha expresado que NO, el 36% corresponde a las personas que indican que no cuentan con una persona específica que los coopere en la atención de la tienda, sólo un 18,40% respondió que Si paga a quien le coopera en la atención de la tienda.

Las respuestas muestran que si bien las tiendas de barrio generan un desarrollo de autoempleo, estos no generan ingresos de tipo salarial o sueldo, en muchos de los casos se considera que en la familia no se pagan remuneraciones sino todos se benefician con los ingresos ya que permiten mitigar las distintas necesidades que tiene la familia como ser de alimentación, estudios, vestido, entre otros.

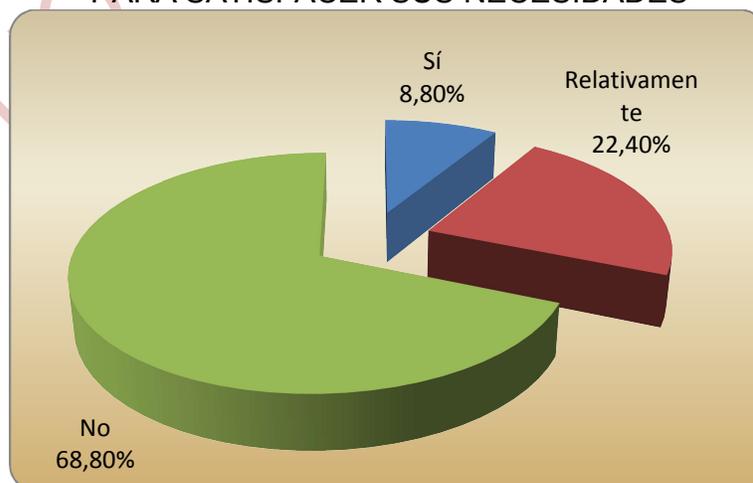
5.13 Los ingresos que se obtiene en la tienda son suficientes para satisfacer las necesidades de alimentación, educación, vestido, vivienda y otros de la familia

CUADRO N°
LOS INGRESOS DE LA TIENDA SON SUFICIENTES
PARA SATISFACER SUS NECESIDADES

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	11	8,80
Relativamente	28	22,40
No	86	68,80
Total	125	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N°
LOS INGRESOS DE LA TIENDA SON SUFICIENTES
PARA SATISFACER SUS NECESIDADES



A la pregunta, si los ingresos que obtiene en la tienda son suficientes para satisfacer sus necesidades de alimentación, educación, vestido, vivienda y otros de su familia el 68,80% manifiesta que NO, el 22,40% respondió que sólo de manera relativa se puede satisfacer las distintas necesidades, el 8,80% respondió de manera afirmativa.

Las respuestas afirman una vez más que las tiendas de barrio no son una actividad destinada a cubrir las distintas necesidades, sino más bien se trata de una actividad complementaria con la participación de toda la familia, que apoya a que las necesidades básicas sean atendidas con la participación de todos los miembros de la familia, y sólo en los casos donde las tiendas se han convertido en almacenes y cuentan con personal de apoyo además de ser la principal actividad generadora de recursos esta también está destinada a la satisfacción de todas las necesidades de la familia.

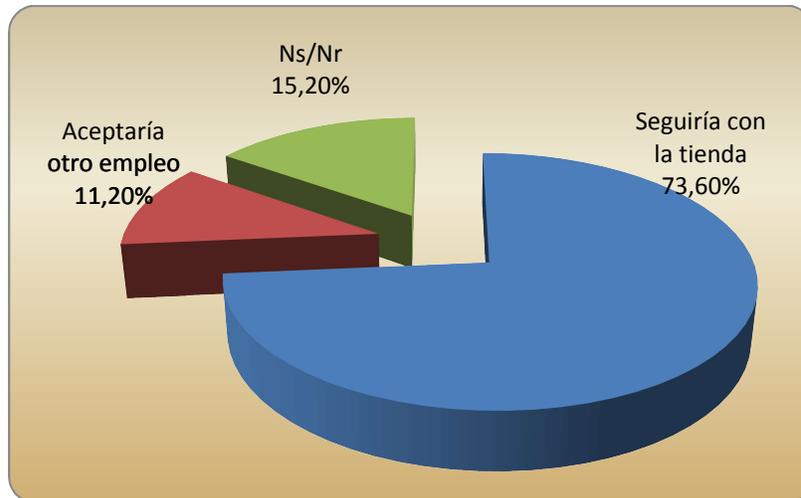
5.14 Si le ofrecieran empleo con un ingreso similar o mayor al que obtiene en la tienda, ¿aceptaría?

CUADRO N°
ACEPTARÍA UN EMPLEO CON UN INGRESO SIMILAR
O MAYOR AL QUE OBTIENE EN LA TIENDA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Seguiría con la tienda	92	73,60
Aceptaría otro empleo	14	11,20
Ns/Nr	19	15,20
Total	125	100,00

Fuente: elaboración propia en base a encuesta dirigida a propietarios o tenderos de las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz.

GRÁFICO N°
ACEPTARÍA UN EMPLEO CON UN INGRESO SIMILAR
O MAYOR AL QUE OBTIENE EN LA TIENDA



Respecto a que si le ofrecieran empleo con un ingreso similar o mayor al que obtiene en su tienda, los dueños/as aceptarían este trabajo, la mayoría representada por el 73,60% manifiesta que seguiría con la atención de la tienda, un 11,20% expresa que aceptaría otro empleo, y un 15,20% no dio respuesta a la interrogante.

Las respuestas muestran que a pesar de que tengan y en algunos casos si cuentan con otro empleo, la tienda seguiría funcionando ya que no depende de una persona en específico sino de un negocio de tipo familiar donde todos los miembros de la familia participan sin descuidar sus otras actividades (trabajo, estudio, atención del hogar), no se trata tampoco de la actividad principal sino de una acción complementaria destinada a generar recursos complementarios y satisfacer de mejor manera las distintas necesidades de la familia.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Los resultados de la investigación efectuada en 5 barrios de la ciudad de La Paz, indican que la mayoría de las tiendas barriales funcionan en los mismos domicilios de los propietarios, como una forma de integrar a la familia en torno al negocio y de participación de los mismos. Por tanto, son emprendimientos que funcionan en la vivienda propia, lo que les permite evitar gastos en alquiler de otros espacios.
- Los negocios catalogados como tiendas de barrio, hacen su apertura con ahorros propios de parte de sus propietarios, y las ganancias que generan constituyen un apoyo importante para el sostenimiento de la familia, es decir un complemento a los ingresos para la satisfacción de las necesidades.
- Las tiendas de barrio, en su mayoría no son negocios individuales, más bien es participativa donde todos los miembros de la familia participan en la atención de los clientes (esposa, hijos, parientes cercanos e incluso amigos), de esta manera la tienda se constituye en un generador de recursos y autoempleo al interior de la misma familia.
- La tienda de barrio, es la unidad comercial minorista de tradición principalmente en los países no desarrollados como Bolivia, en donde tiene gran importancia, especialmente en los estratos socioeconómicos bajos. Aunque en el contexto de los cambios en las estructuras comerciales de los últimos 20 años y la fuerza con que han entrado los

- nuevos formatos comerciales de grandes y modernas superficies, se suponga que el comercio tradicional tienda a desaparecer, como ha ocurrido en los países desarrollados, en donde la tienda de barrio es casi inexistente, en países como Bolivia el arraigo cultural de la tienda y la gran base de consumidores emergentes, sientan bases para esperar que el proceso de extinción no se produzca.
- La propuesta de valor para una clientela que nunca estuvo en el foco de los grandes minoristas, unido a la cultura de la tienda contrarrestan la fuerza de los impulsores del proceso de extinción del pequeño comercio tales como: cambios en los hábitos de los consumidores que buscan toda bajo un mismo techo, calidad y precio por una parte, y por otra, el bajo perfil administrativo y comercial del tendero que lo coloca en situaciones altamente desventajosas frente a los grandes supermercados que poseen la tecnologías, capacidad de negociación, logística y economías de escala.
- Son pocos los dueños/as de las tiendas que emprenden este tipo de negocios con préstamos bancarios ya que el mismo requiere del pago de intereses que es precisamente lo que se quiere evitar.
- La investigación concluye que las ganancias no son fijas varían de acuerdo a determinadas épocas y a como este surtido o cuales sean las características del negocio, no existe una adecuada planificación de cuanto es su ingreso neto, tampoco los propietarios/as llevan un libro contable ya que se trata de un negocio de tipo familiar y donde todos los miembros de una u otra forma aportan dedicando un espacio de su tiempo a la atención del negocio.

- Las tiendas de barrio por tratarse de negocios pequeños de tipo familiar generan autoempleo y de esta manera ayuda a generar recursos para la satisfacción de las distintas necesidades. No generan ingresos de tipo salarial o sueldo, en muchos de los casos se considera que en la familia no se pagan remuneraciones sino todos se benefician con los ingresos ya que permiten mitigar las distintas necesidades de alimentación, estudios, vestido, recreación, entre otros.
- La investigación muestra que a pesar de tener ofrecimientos de empleo, la tienda seguiría funcionando ya que no depende de una persona específica, sino de toda la familiar, donde sus miembros participan sin descuidar sus otras actividades (trabajo, estudio, atención del hogar), no se trata tampoco de la actividad principal sino de una acción complementaria destinada a generar recursos complementarios y satisfacer de mejor manera las distintas necesidades de la familia.
- En función de los resultados obtenidos, se puede concluir finalmente que las tiendas de barrio de la ciudad de La Paz, son unidades económicas que han incrementado el sector informal; sin embargo, éstas contribuyen a crear fuentes de autoempleo, dando ocupación particularmente a integrantes de las propias familias.

6.2 Recomendaciones

- Las autoridades deben atender las necesidades laborales de la población, ya que las mismas generan economía informal, que si bien ayuda a mitigar las necesidades económicas de las familias no contribuye al Estado por no estar inserto dentro de la economía formal, es decir no paga impuestos y no genera empleos directos.

- Las tiendas han generado un proceso de autoempleo, producto de la política económica que ha generado desempleo, o empleos con baja remuneración, por lo que se hace importante insertar a este sector dentro de la economía formal y mejorar las condiciones de trabajo dando mayores oportunidades de acceder a créditos, mercaderías adquiridas en el mercado legal y también puedan a futuro emitir facturas constituyéndose en un importante aporte para el Estado.
- Se recomienda desarrollar un censo para saber con certeza cuantas tiendas barriales existen en los distintos municipios y a partir de este estudio serio, impulsar políticas tendientes a mejorar la situación del autoempleo emprendido a partir de la participación de la familia.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, N. (1965). "Sociología de la comunidad urbana". Fondo de Cultura Económica. México.
- BECK, U. (2002) "Libertad o Capitalismo: Conversaciones con Johannes Willms". Editorial Paidós. Barcelona, España.
- BRAVO J. Luis, MÉNDEZ Pedro, y RAMÍREZ Tulio (1997). "La investigación documental y bibliográfica". Caracas, Venezuela. Edit. Panapo.
- CADENA, F. (2005), "De la economía popular a la economía de solidaridad". 1ª. Ed. México: El Colegio de Tlaxcala A.C.
- CARBONETTO Daniel (1985). "El Sector Informal Urbano en los Países Andinos". ILDIS-CEPESIU, 1985 Quito-Ecuador.
- CARBONETTO, Daniel (1985). "Notas sobre la heterogeneidad y el crecimiento económico en la región". En: "El sector informal urbano en los países andinos". ILDIS/CEPESSIU. Ecuador.
- CARIOLA, C. (coord) (1992). "Sobrevivir en la pobreza: el fin de una ilusión". Caracas, Cendes/ Nueva Sociedad.
- CASARES, J. y RIPOLL, A. (1996). "Distribución Comercial". Madrid. Ed Cívitas.
- CEDLA "El Sector Informal en Bolivia".
- CORAGGIO José Luis, (1998). "Economía urbana. La perspectiva popular", Abya-Yala, 2da. Edición. Quito.
- CORAGGIO, J.L. (1998). "Economía Popular Urbana: Una nueva perspectiva para el desarrollo local". Buenos Aires: Programa de Desarrollo Local-Universidad Nacional de General Sarmiento/Colección Extensión-Cartilla 1.

- DANDLER Jorge (1985). "Apuntes Generales sobre Economía Informal". La Paz. s/e.
- DE SOTO Hernando, (1986). "El otro sendero: La revolución informal", Editorial El Barranco.
- DE SOTO Hernando, (2001), "El Misterio del Capital", México DF, Editorial Diana.
- DOMIC, RIVADENEIRA, VALDIVIA. (1995). "El Trabajo: Los niños y adolescentes trabajadores en Bolivia", Ed. UNICEF, La Paz.
- DORIA MEDINA Samuel, (1986) "La Economía Informal en Bolivia". La Paz, Bolivia EDOBOL
- FEIGE E.L. (1980). "Una nueva perspectiva en los fenómenos macroeconómicos. Teoría y medición del sector inobservado de la economía de Estados Unidos: causas, consecuencias e implicaciones". s/l.
- FREY P.S. and WECK H. (1983). "Estimación de la economía subterránea: una aproximación ingenua". Oxford Economic Papers, N° 35.
- GOFFMAN, E (1979) "Relaciones en Público" Madrid, Alianza Editorial.
- GOLDMAN, A. (1976). "¿Tienen renta más baja los consumidores de un ámbito comercial más reducido?", Journal of Marketing, Vol. 40, N° 1.
- GOLDMAN, A. (1976). "Comportamiento comercial reducido entre consumidores de baja renta. Un estudio empírico". Journal of Marketing research.
- GOLDMAN, A. (1981). "La transferencia de la Tecnología de Supermarketing hacia el desarrollo de los países menos desarrollados: El Caso de Supermercados". Journal of Reatiling, N° 57.
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto y Otros (2007). "Metodología de la Investigación". México, Edit. McGRaw-Hill.

- HERRERA Javier, ROUBAUD François y SUÁREZ Álvaro, (2004) "El sector informal en Colombia y demás países de la Comunidad Andina". Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. Bogotá.
- IGUÍÑIZ ECHEVERRÍA, J. (1992) Lo popular y la economía: gestión y opciones. En: ADRIANZEN, Alberto y BALLON, Eduardo (Editores) Lo popular en América Latina ¿una visión en crisis? Lima: DESCO.
- JIMÉNEZ Fernando y otros. y otros. (2001). "El sistema tributario y el sector informal en Bolivia". UDAPE, La Paz Bolivia.
- KLIKSBURG, Bernardo, (1998) "El Pensamiento Organizativo", (Tomo II), Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- LAZARTE Rolando, (1990), "El éxodo hacia la metrópoli. Migración interna y mercado de trabajo" en: Nueva Sociedad.
- LEDRUT, R, (1968) "El espacio social de la ciudad" Buenos Aires. Amorrortu.
- LOAYZA, N. (1997). "La economía del sector informal: modelo simple y evidencia empírica para América Latina", Washington D.C., Banco Mundial,
- LONDOÑO Emperatriz y NAVAS María Eugenia. (2002). "La tienda de barrio en Colombia un canal importante en la distribución de productos de gran consumo". Universidad de Cartagena. Colombia.
- LONDOÑO, E.; Navas, M. E. (2005). "Canal tradicional en Colombia. Tiendas de barrio". En: "Investigación en Administración en América Latina: Evolución y resultados". Universidad Nacional de Colombia. Sede Manizales.
- LONDOÑO, Santiago. (1982). "La economía de la tienda de barrio: una explotación sobre la trilogía tienda - tendero – familia". Biblioteca Luís Ángel Arango, No. Topográfico 338.642 e26a. Medellín: Cadena.

- MALONEY (2001). "Reconsiderando el sector informal". Working Paper World Bank.
- MALONEY, William (2004) "Revisión de la informalidad", Desarrollo Mundial, Vol. 32, No. 7.
- MATOS MAR, José. (1986). "Desborde Popular y Crisis del Estado". Instituto de Estudios peruanos. Lima.
- MAZZERA Jaime, "Abundancia como efecto de la escasez" en: TOKMAN Víctor.
- MAZZERA Jaime, "Apuntes sobre la heterogeneidad en los mercados de trabajo de América Latina" en ILDIS; CEPESIU, El sector informal urbano en los países andinos.
- MCGAFFEY, J. (1991) "La economía real de Zaire: La contribución del contrabando y otras actividades ilegales a la riqueza nacional". James Currey, Londres..
- MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos. (1997). "Metodología, guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas". Edit. Mc Graw Hill. Bogotá.
- MONTERREY ARCE Javier. (2004). "El sector informal urbano en Bolivia". En "El sector informal en Colombia y demás países de la Comunidad Andina". División de Mercadeo y Ediciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. Bogotá, D.C. Colombia.
- MORALES (2000). "Situación Actual y Perspectivas de las Unidades Económicas de Pequeña Escala".
- MÜNCH Lourdes y ÁNGELES, Ernesto. (2003) "Métodos y Técnicas de Investigación". Edit. Trillas. México 2003.
- OCHOA LEÓN Sara. (2004). "Economía Informal: Evolución reciente y perspectivas". Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública. México.

- OIT (2001). "La microempresa en América Central". 1ª. Ed. Ginebra: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo (2005). "Panorama Laboral 2004 – América Latina y el Caribe". OIT, Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- Organización Internacional del Trabajo. (1990). "Empleo en América Latina y la Heterogeneidad del Sector Informal". Santiago - Chile.
- Organización Internacional del Trabajo. (1993). "Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal". Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo.
- Organización Internacional del Trabajo. (2001). "Los sindicatos y el sector informal.
- PÁEZ BARRETO, J. E. y PÉREZ GRACIA, Patricia (2005), "Acercamiento del comportamiento del Tendero" [Trabajo de grado], Bogotá, Universidad de los Andes, Facultad de Administración, Escuela de Posgrados.
- PALMA, Diego. (1987). "La informalidad, lo popular y el cambio social". Lima: DESCO.
- PATIÑO OROZCO Luz María. (2002). "Volúmenes de compra y márgenes de ganancia de los productos agrícolas y de la canasta familiar en las tiendas de barrio de las ciudades de Pereira y Dosquebradas". Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Administración de Empresas. Perira.
- PINILLA, O. y González, G. (2004). "Estudio comparativo de las características del merchandising aplicado la tienda tradicional de Barranquilla en estratos 2 y 5". Trabajo de Grado Especialización en Gerencia de empresas comerciales. División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte.

- Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 Diagnóstico Municipal. Dirección de Planificación y Control, Unidad de Planificación Participativa. Gobierno Municipal de La Paz.
- Plan de ordenamiento y regulación del Comercio en vías y espacios públicos, OMPE - GMLP; 2005
- PORTES, Alejandro, CASTELLS; Manuel y BENTON, Lauren (1989) "La economía informal: estudios en países avanzados y subdesarrollados", Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- PRAHALAD, C.K. (2005). "La oportunidad de negocios en la base de la pirámide", Bogotá, Grupo Editorial Norma.
- PREALC (1981), "Sector Informal, Funcionamiento y Políticas", Santiago de Chile, Oficina Internacional del Trabajo.
- RAMÍREZ O. y PACHÓN A. (2004). "Una forma para entender la ciudad. Relaciones sociales y prácticas culturales en tres escenarios de mercado". Universidad Surcolombiana.
- ROUBAUD, F., "La economía informal en México: de la esfera doméstica a la dinámica macroeconómica", Fondo de Cultura Económica, México. 1994.
- SIMON, L; CAPLOVITZ, D., Y KUNREUTHER, H., (1995). "Determinantes de tienda- nivel de elasticidad del precio". Stephen J. Hoch. Byung-Do.
- TANZI Vito (1983). "LA Economía Subterránea". Revista Finanzas y Desarrollo. Diciembre volumen 21/Número 4. Publicación FMI.
- THOMAS J.J. (1985). "Incorporación del sector informal a un modelo macroeconómico". Diciembre 1985.
- TIRIBA, L., (2001). "Economia popular e cultura do trabalho: pedagogia da produção associada, Ijuí, Unijui.
- TOKMAN Victor, "El imperio de actuar: el sector informal hoy" en: Nueva

Sociedad (Caracas), 90 (julio-agosto 1987).

- TOKMAN, Víctor (1987) "El sector Informal: Quince años después", El trimestre económico, Vol. 54, No 3
- TOKMAN, Víctor. "Una Voz en el camino". Fondo de cultura económica. Chile 2004.
- VILLARÁN de la PUENTE, F. (1992) Riqueza popular. En: ADRIANZEN, Alberto y BALLON, Eduardo (Editores) Lo popular en América Latina ¿una visión en crisis?. Lima: DESCO.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

ANEXO N° 1
ENCUESTA A PROPIETARIOS O TENDEROS DE LAS TIENDAS DE
BARRIO DE LA CIUDAD DE LA PAZ

Nombre de la tienda: _____

Zona de ubicación: _____

Sexo del propietario o tendero: Masculino _____ Femenino _____

1. ¿Cuál es su nivel de formación educativa o profesional?
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Egresado de Instituto Técnico
 - d) Egresado de Universidad
 - e) Profesional

2. ¿Por qué decidió abrir la tienda o emprender esta actividad?
 - a) Continuó con negocio familiar
 - b) Necesitaba tener un ingreso adicional
 - c) Falta de trabajo
 - d) Consejo de familiares o amigos

3. El lugar donde funciona la tienda es:
 - a) En vivienda propia
 - b) En local alquilado separado de la vivienda

4. ¿Con qué recursos o capital emprendió o abrió su tienda?
 - a) Con préstamo del Banco
 - b) Con préstamo de familiares/amigos
 - c) Con ahorros propios

5. ¿Además de la tienda, Ud tiene actualmente otra actividad económica que le genere ingresos económicos?
 - a) No. Sólo me dedico a la tienda
 - b) Empleado/a público/a
 - c) Profesional independiente
 - d) Comercio informal
 - e) Otro _____

6. ¿Cuántos años lleva con esta tienda?
- Menos de 1
 - De 1 a 3 años
 - De 4 a 5 años
 - De 5 a 10 años
 - Más de 10 años
7. ¿En su opinión cómo le va con su tienda?
- Muy bien
 - Bien
 - Regular
 - Mal
 - Muy mal
8. ¿Cuál es el monto aproximado de sus ganancias (utilidades) que le deja su tienda mensualmente?
- Menos de 500 Bs
 - Entre 500 a 1000 Bs
 - Entre 1000 a 1500 Bs
 - Entre 1500 a 2000 Bs
 - Más de 2000 Bs
9. ¿En la atención de la tienda le colabora alguna otra persona?
- Sí
 - No
10. Si su respuesta anterior es Sí ¿Qué relación tiene con esa persona?
- Es un familiar
 - Es un amigo/a
 - No es familiar ni amigo/a
 - Otro _____
11. ¿La persona o personas que le colaboran en la atención de la tienda reciben remuneración o salario?
- Sí
 - No

12. ¿Los ingresos que obtiene en la tienda son suficientes para satisfacer sus necesidades de alimentación, educación, vestido, vivienda y otros de su familia?
- a) Sí
 - b) Relativamente
 - c) No
13. Si le ofrecieran otro empleo con un ingreso similar o mayor al que obtiene en su tienda, ¿Ud. aceptaría el empleo?
- a) Seguiría con la tienda
 - b) Aceptaría el empleo

BIBLIOTECA DE ECONOMIA

“CARACTERIZACIÓN DE LAS TIENDAS DE BARRIO EN LA CIUDAD DE LA PAZ Y SU CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA INFORMAL COMO UNIDADES DE AUTOEMPLEO”



LAS TIENDAS DE BARRIO EN LA CIUDAD DE LA PAZ



ZONAS TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LA PAZ: GRAN PODER, TEMBLADERANI, VILLA VICTORIA, VILLA SAN ANTONIO, VILLA FÁTIMA



TIENDA DE BARRIO DE DOÑA FILOMENA CHURA ZONA VILLA VICTORIA



TIENDA DE BARRIO DE DOÑA CRISTINA LUNA

ZONA GRAN PODER



TIENDA DE BARRIO DE DOÑA EUGENIA GUTIERREZ DE LUQUE ZONA TEMBLADERANI



TIENDA DE BARRIO DE DOÑA MARIA INES DE CABRERA VILLA SAN ANTONIO



TIENDA DE BARRIO DE DON EDUARDO QUISPE VILLA FAFIMA

