

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



**"EL MICROCOMERCIO (KIOSCOS) EN EL PRADO DE LA
CIUDAD DE LA PAZ"**

ARTÍCULO CIENTÍFICO PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GERENCIA
PÚBLICA

PRESENTADO POR: VILMA ELISA JALLASI CONDORI

BAJO LA TUTORÍA DEL MGP. FREDDY EUSEBIO ALIENDRE
ESPAÑA

LA PAZ - BOLIVIA
2021

EL MICROCOMERCIO EN EL PRADO PACEÑO

“El mundo se mueve gracias a la suma de los pequeños empujones de cada trabajador honesto”

Helen Keller



AGRADECIMIENTOS

Al finalizar esta investigación, agradezco a Dios por todas sus bendiciones, por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo.

A mis padres Félix Jallasi y Angela Condori por todo su amor, comprensión, apoyo y ser ejemplo de trabajo y honradez. No tengo palabras para agradecerles las veces que me brindaron su apoyo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida.

Al MGP. Freddy Freddy Eusebio Aliendre España, quien con sus conocimientos y vocación me guio en el desarrollo de la presente investigación. Así también, por ser una persona íntegra y agradecerle por todo lo enseñado durante la carrera de Administración de Empresas.

Y por supuesto a mi querida Universidad Mayor de San Andrés por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la orientación y ser sede del conocimiento.

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN	1
METODOLOGÍA	2
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Instrumento	4
RESULTADOS	4
Características del Negocio	4
❖ Productos que se comercializan	4
❖ Años vendiendo	5
❖ Tipo de Kiosco.....	5
Factores Sociales	5
❖ Género.....	6
❖ Edad	6
❖ Nivel Educativo	7
❖ Número de integrantes	8
❖ Ocupación de los integrantes de la familia	9
❖ Tipo de vivienda	10
❖ Servicios Básicos	11
❖ Zona de residencia	11
Factores Económicos	15
❖ Capital.....	15
❖ Ingresos antes de la pandemia.....	20
❖ Ingresos después de la pandemia	21
Motivación y Futuro en el negocio	23
❖ Razón por la cual decidió trabajar en el negocio	23
❖ Perspectiva del futuro	24
DISCUSIÓN	27
CONCLUSIÓN	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXOS	32

Índice de Tablas

Tabla 1 Relación de Productos y Edad	6
Tabla 2 Relación de Género de los comerciantes y Nivel de educación	8
Tabla 3 Ocupación de los integrantes de la familia	9
Tabla 4 Relación Productos que comercializan y Tipo de vivienda	10
Tabla 5 Macrodistrictos de La Paz	13
Tabla 6 Relación Nivel de Educación y Ciudad	14
Tabla 7 Relación Ciudad y Tipo de Vivienda	15
Tabla 8 Relación Capital invertido y Productos que comercializan	17
Tabla 9 Relación entre Capital Invertido y Edad de los comerciantes	19
Tabla 10 Relación entre Ingreso antes de la pandemia y Productos que venden	21
Tabla 11 Motivación para trabajar en un kiosco	23
Tabla 12 Relación Percepción respecto el futuro del kiosco y La edad de los comerciantes ...	25
Tabla 13 Relación Productos que comercializan y Percepción del futuro del kiosco	26

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Productos que Venden en el Kiosco	4
Gráfico 2 Años que están trabajando en el Kiosco	5
Gráfico 3 Edad de los comerciantes	6
Gráfico 4 Grado de instrucción de los comerciantes	7
Gráfico 5 Número de integrantes en la familia de los comerciantes	8
Gráfico 6 Tipo de vivienda de los comerciantes	10
Gráfico 7 Macrodistrictos de residencia de los comerciantes en la ciudad La Paz	12
Gráfico 8 Distritos de residencia de los comerciantes en la ciudad de El Alto	14
Gráfico 9 Capital invertido en el Kiosco	16
Gráfico 10 Ingreso-venta diario antes de la pandemia Covid-19	20
Gráfico 11 Ingresos después de la pandemia	22
Gráfico 12 Perspectiva de permanencia en el Kiosco	24

El Microcomercio (Kioscos) en el Prado de la Ciudad de La Paz

Vilma Elisa Jallasi Condori

Universidad Mayor de San Andrés

Facultad de Ciencias Económicas y Financieras

Carrera de Administración de Empresas

elisajallasi@gmail.com

RESUMEN

Con el fin de determinar los factores socioeconómicos de los comerciantes de kioscos del centro de la ciudad de La Paz de la Plaza del Estudiante hasta la Plaza San Francisco. Se estudió factores como: edad, género, nivel educativo, número de familiares, actividad de los familiares, tipo de vivienda, acceso a los servicios básicos, ciudad y lugar de residencia, ingreso-venta diario, capital invertido, efectos de la pandemia, motivos para trabajar como comerciante en un kiosco, perspectiva respecto al futuro del negocio, entre otros. Para este propósito se utilizó la metodología cualitativa y se aplicaron 90 encuestas a los comerciantes para la recopilación de los datos.

Palabras clave: Comerciantes, kioscos, microcomercio, factores socioeconómicos

ABSTRACT

In order to determine the socioeconomic factors of the kiosk merchants in the center of the city of La Paz from the Student Square to the San Francisco Square. Factors such as: age, gender, educational level, number of family members, family activity, type of housing, access to basic services, city and place of residence, daily income-sale, invested capital, effects of the pandemic, were studied. reasons to work as a merchant in a kiosk, perspective regarding the future of the business, among others. For this purpose, the qualitative methodology was used and 90 surveys were applied to traders for data collection.

Keywords: Merchants, kiosks, micro-commerce, socioeconomic factors.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de La Paz, ciudad maravilla se caracteriza por contar con gente trabajadora que en su mayoría son comerciantes informarles que se ganan la vida vendiendo en diferentes sectores. Uno de ellos es la comercialización en Kioscos que surgió en La Paz a partir de los años 70 u 80, como consecuencia de la desocupación tan sentida en el país.¹ Este empleo emerge como una forma para luchar por la vida y la sobrevivencia de sus hijos,

¹ (SeaBolivia.com)

Durante la primera mitad de los años 80 Bolivia vivió una aguda crisis económica, caracterizada por una caída sostenible del producto interno bruto e hiperinflación. Esta crisis fue agudizada por el problema de la deuda externa, factores climáticos adversos, crisis política y social y un manejo macroeconómico ineficiente (Jemio, 1999)

mediante la creación de su propio empleo a través de la venta de productos accesibles a ellos con la construcción del capital poco a poco. Son personas de distintas edades, que se dedican a esta actividad desde su juventud.

La presente investigación describirá los factores socioeconómicos del microcomercio o kioscos del prado paceño, que son puestos de venta cuya ubicación es estática o movable, fijados a la acera o a la pared de la vía pública (PIEB, 2009), que comercializa especialmente golosinas², periódicos, accesorios de celular entre otros productos. En un recorrido por el prado paceño, se determinó que hay 254 kioscos.

El interés por desarrollar este tema es describir a los comerciantes de los kioscos, explicar lo que se ve todos los días y finalmente se vuelve parte de la cultura. Mediante la determinación de los factores socioeconómicos: género, nivel de escolaridad, número de integrantes en la familia, ocupación de sus familiares, tipo de vivienda, acceso a los servicios básicos, capital, ingresos entre otros. Por otra parte, conocer el motivo por el que decidieron trabajar en un kiosco, si en el futuro continuaran, y finalmente determinar los efectos de la pandemia Covid-19 sobre la economía de los comerciantes.

El objetivo general de la investigación es describir las características o factores socioeconómicos de los comerciantes en vía pública (kioscos) del Prado de la ciudad de La Paz.

Específicamente, el artículo se propone:

1. Caracterizar el microcomercio desarrollado en el prado de la ciudad de La Paz.
2. Describir los aspectos sociales fundamentales del microcomercio
3. Determinar la economía del microcomercio
4. Determinar el efecto de la pandemia Covid-19 sobre los kioscos

Para alcanzar los objetivos propuestos, la investigación utilizó la técnica cualitativa mediante preguntas relevantes, justamente para definirlos y caracterizarlos. Con una muestra de 90 comerciantes, ubicados en el centro de la ciudad de La Paz, desde la Plaza del Estudiante hasta la Plaza San Francisco. La encuesta se aplicó del 9 de octubre hasta el 23 de octubre de 2020.

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo descriptiva con enfoque cualitativo. La población de estudio abarca el centro de la ciudad de La Paz desde la Plaza del Estudiante hasta la Plaza San Francisco.

Para calcular la muestra, conociendo el total de la población, se aplicó la siguiente fórmula:

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

² **Golosinas:** hace referencia al conjunto de productos: dulces, galletas, chocolates, jugos, snacks, refrescos, masitas, y similares.

N = 254
Z= 1,96
p = 90%
q = 10%
e = 5%

Tamaño de la muestra

n = 89,77= 90 comerciantes

La muestra es de tipo no aleatorio simple de población finita o conocida, donde el intervalo de confianza, corresponde al 95% y el error del 5% conformada por 90 comerciantes, entre hombres y mujeres.

Se aplicó el tipo de muestreo no aleatorio debido a que, a la hora de aplicar las encuestas, aproximadamente el 50% de los kioscos estaban cerrados, por la reciente reanudación de actividades, después de la cuarentena rígida y dinámica a causa de la pandemia Covid-19, y por la reacción reacia de los comerciantes a la hora de encuestarlos.

El instrumento para la recolección de datos, fue la encuesta, que estuvo conformada por 15 preguntas de elección única y/o múltiple y otros.

Objetivo General

Describir los factores socioeconómicos que inciden en los comerciantes del microcomercio en el Prado de la ciudad de La Paz.

Objetivos Específicos

- 1) Caracterizar el microcomercio desarrollado en el centro-prado de la ciudad de La Paz, con énfasis en la identificación de:
 - ❖ Tipo de productos a la venta
 - ❖ Antigüedad
 - ❖ Tipo de infraestructura (kiosco)
- 2) Describir los aspectos sociales fundamentales del microcomercio
 - ❖ Género
 - ❖ Edad
 - ❖ Educación
 - ❖ Tamaño de familia
 - ❖ Actividad de los familiares
 - ❖ Tipo de vivienda
 - ❖ Acceso a los servicios básicos
 - ❖ Lugar de residencia
- 3) Determinar la economía de los micronegocios, con énfasis en la identificación de:
 - ❖ Capital invertido
 - ❖ Ingresos
- 4) Determinar el efecto de la pandemia Covid-19 sobre el microcomercio:

- ❖ Evaluación de los ingresos antes y después de la pandemia
- ❖ Evaluación del rubro de productos más afectado

Instrumento

Encuesta

RESULTADOS

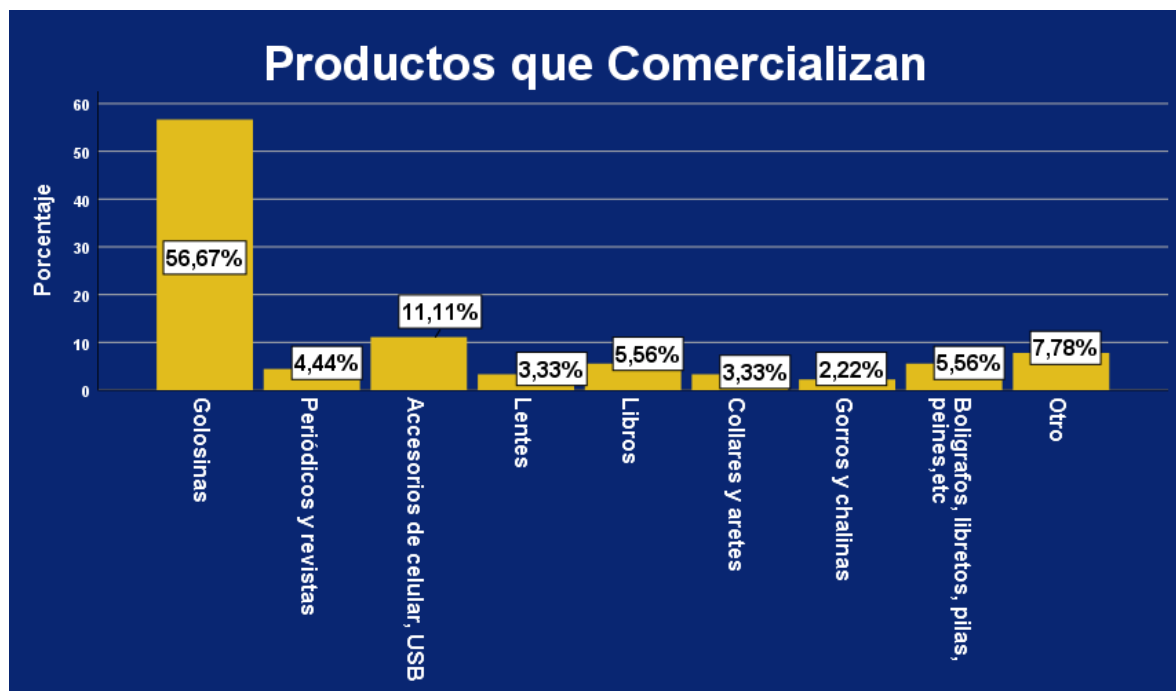
En esta sección se presentará los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas a los comerciantes, dividido en cuatro agrupaciones según los objetivos planteados.

Características del Negocio

Para cumplir el primer objetivo "Caracterizar el microcomercio del Prado Paceño", se describirá al sector de comerciantes de kiosco del prado paceño. Es un tipo de comercio en la ciudad de La Paz que se caracteriza por ofrecer distintos productos al paso de los empleados de una entidad pública o empresa, universitarios, colegiales, público en general. No cuentan con un horario fijo, son personas que se han auto empleado en un oficio creados por ellos mismos, sin ayuda de algún tipo. Para completar la información recogida por la investigación se describirá los productos que más se comercializan, los años que están en el negocio y el tipo de kiosco que tienen los comerciantes.

❖ Productos que se comercializan

Gráfico 1 Productos que Venden en el Kiosco

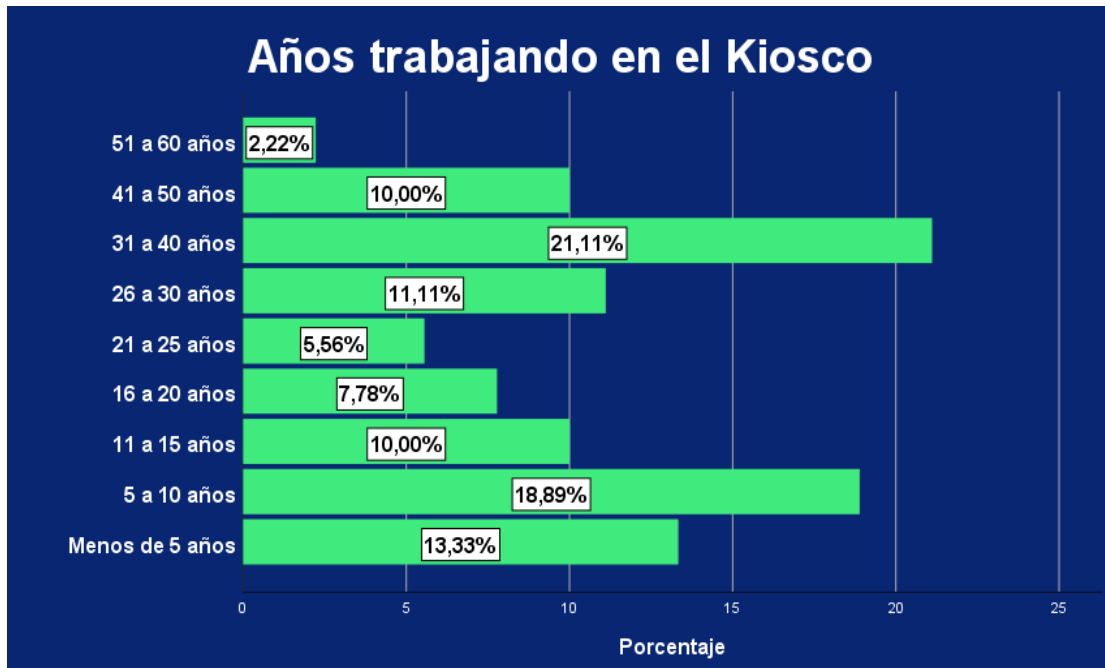


En el centro de la ciudad de La Paz - Prado Paceño, en los kioscos se comercializa distintos tipos de productos, el 56,67% comercializa golosinas (jugos, galletas, dulces, masitas, refrescos, chocolates, productos fritos, etc), el 11,11% accesorios de celular (audífonos, vidrio templado, estuche de celular, cargadores, cable USB, flash memory, etc.), el 5,56% bolígrafos, libretos, pilas, peines, etc. y el 7,78% en otros productos (maletas, billeteras,

artículos para mascotas, sombreros, gorros, jugos y artículos de belleza). Siendo el más popular, la comercialización de las golosinas; productos que se consumen diariamente y tienen precios reducidos, adquiridos después de salir del trabajo, o en una tarde muy acalorada.

❖ **Años vendiendo**

Gráfico 2 Años que están trabajando en el Kiosco



Los comerciantes han trabajado en su kiosco por varios años, el 21,11% de 31 a 40 años, el 18,89% de 5 a 10 años, el 13,33% menos de 5 años, el 11,11% de 26 a 30 años.

Las personas entrevistadas que están trabajando desde 26 a 60 años, empezaron desde su etapa de niñez y adolescencia, y es su forma de ganarse el sustento diario.

❖ **Tipo de Kiosco**

La modalidad en que utilizan la estructura física (kiosco) donde comercializan sus productos son de 3 formas: propio, alquiler y de un familiar. El 70,18% son dueños del kiosco, el 19,30% le pertenece a un familiar y se turnan para salir a vender, el 10,53% pagan alquiler.

Factores Sociales

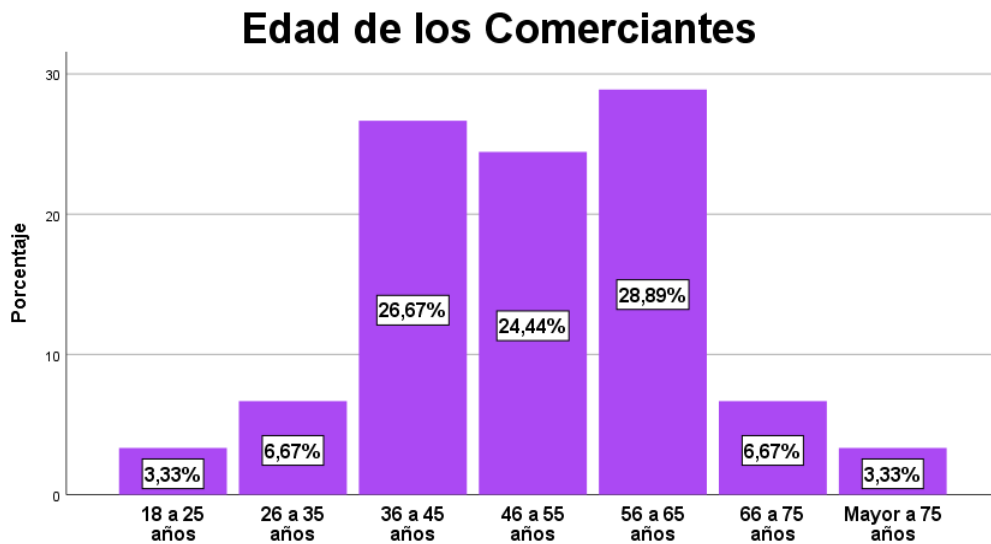
Para cumplir el segundo objetivo de la investigación, se presenta los resultados obtenidos de las variables: género, edad, nivel de educación, número de integrantes, ocupación de los familiares, tipo de vivienda y acceso a los servicios básicos.

❖ **Género**

En el negocio de kioscos del prado paceño, la participación de hombres y mujeres es desigual, es decir 89% son mujeres y 11% varones. Es así, que el comercio en vía pública en kioscos tiene un rostro predominante femenino.

❖ **Edad**

Gráfico 3 Edad de los comerciantes



En mayor medida los comerciantes registran edades de 36 a 65 años: el 28,89% de 56 a 65 años, el 26,67% de 36 a 45 años, el 24,44% de 46 a 55 años. Llama la atención, el hecho de que el sector absorbió a las personas de la tercera edad, el 39% aproximadamente son personas mayores de 60 años, que ya no pertenecen a la estructura laboral, pero para no ser una carga para sus familiares prefieren salir a las calles a vender y aún poder sostenerse económicamente, además, que representa una mejor forma de pasar su tiempo de vejez, que deprimirse por estar sin hacer nada en su domicilio.

Tabla 1 Relación de Productos y Edad

		Edad de los comerciantes - Productos que venden									
		PRODUCTOS QUE VENDEN								Total	
		Golosinas	Periódicos y revistas	Accesorios de celular, USB	Lentes	Libros	Collares y aretes	Gorros y chalinas	Boligrafos, libretos, pilas, peines, etc		Otro
EDAD DE LOS COMERCIANTE	18 a 25 años	33.3%		33.3%			33.3%				100.0%
	26 a 35 años	50.0%	16.7%		16.7%					16.7%	100.0%
	36 a 45 años	58.3%	4.2%	4.2%	8.3%	8.3%		4.2%		12.5%	100.0%
	46 a 55 años	59.1%	9.1%	13.6%			9.1%	4.5%		4.5%	100.0%
	56 a 65 años	50.0%		19.2%		11.5%			15.4%	3.8%	100.0%
	66 a 75 años	66.7%							16.7%	16.7%	100.0%
	Mayor a 75 años	100.0%									100.0%
Total		56.7%	4.4%	11.1%	3.3%	5.6%	3.3%	2.2%	5.6%	7.8%	100.0%

Los comerciantes mayores a 75 años, el 100% comercializan los productos tradicionales, las golosinas. Los mayores de 66 años van por las golosinas y bolígrafos, libretos. Los jóvenes de 18 a 25 años apuestan con similar porcentaje 33,3% por golosinas, accesorios de celular y similares, collares y aretes.

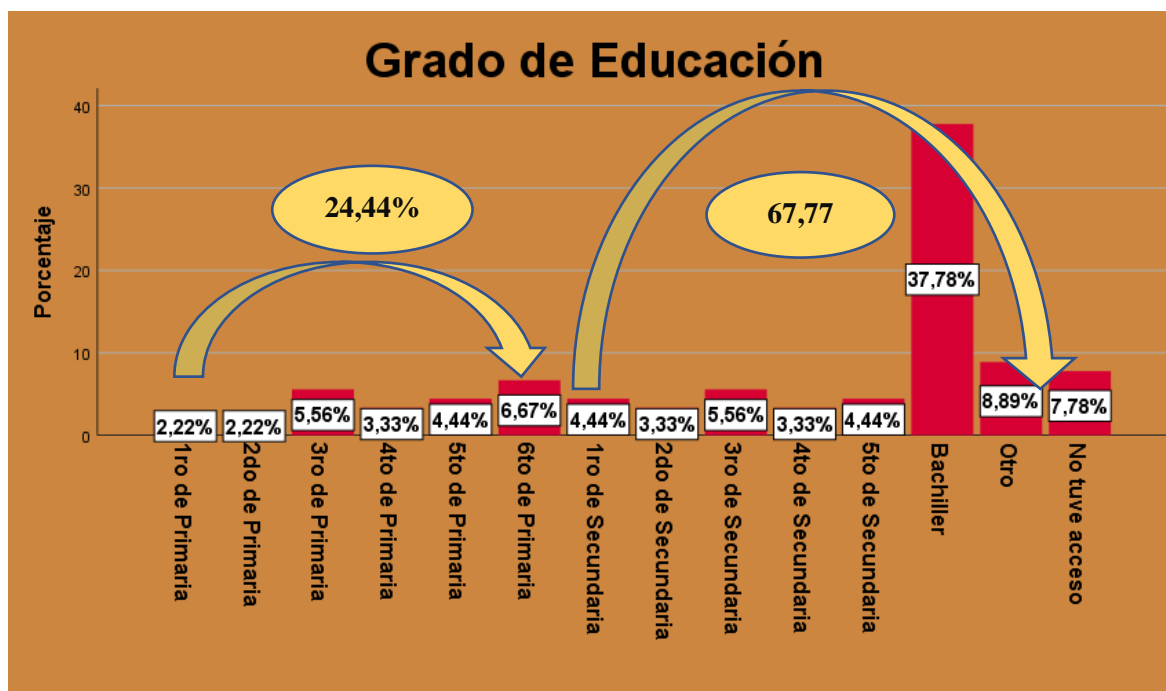
Los que tienen de 46 a 55 años el 59,1% comercializan golosinas, el 13,6% accesorios de celular, el 9,1% periódicos y revistas con igual porcentaje collares y aretes.

Es así, que las personas de la tercera edad, deciden comercializar el producto tradicional, las golosinas, en cambio los jóvenes se dividen en tres rubros distintos: golosinas, accesorios de celular y collares y aretes.

Los comerciantes de la tercera edad prefieren ya no cambiar de negocio, porque conocen el negocio hace años y ya tienen sus proveedores. Caso contrario de los jóvenes, que se muestran positivos si hay otro rubro mejor o cambiar de negocio.

❖ Nivel Educativo

Gráfico 4 Grado de instrucción de los comerciantes



La educación es una pieza clave para el desarrollo y evolución de la población, para lograr cambios, que permite acceder a mayores oportunidades de trabajo, consecuentemente mejorar la calidad de vida de las personas. Los comerciantes de kioscos, en su mayoría han accedido a una unidad educativa (92,22%), como lo refleja el gráfico, desde primero de primaria hasta la categoría otro (educación superior), reflejando un bajo nivel de analfabetismo. El 24,44% realizó cursos de primaria. El 67,77% de los comerciantes accedió al nivel secundario. Un dato que llama la atención es que hay muchos bachilleres (46,67%) trabajando como comerciantes en kioscos, dentro del dato están los que son bachilleres (37,78%) sumado aquellos que tienen un grado universitario/técnico (8,89%).

Después que la investigación determina que aproximadamente casi el 50% han logrado concluir los estudios del nivel secundario, cabe preguntar ¿Por qué no continuaron con estudios del nivel superior? Según las respuestas de los comerciantes, el factor económico y la numerosa familia a la que pertenecían en su niñez, adolescencia y juventud. Factores que los obligaron a trabajar y dejar sus estudios, siendo las dos respuestas más comunes. Otra respuesta fue “Porque no hay trabajo, tengo familiares profesionales y no tienen trabajo” (comerciante, mujer), que merecería un análisis por qué se encontró universitarios y técnicos (8,89%), que ven una mejor oportunidad de trabajar y generar más ingresos en un kiosco que en un empleo asalariado, además de otros beneficios como la flexibilidad horaria e independencia.

Tabla 2 Relación de Género de los comerciantes y Nivel de educación

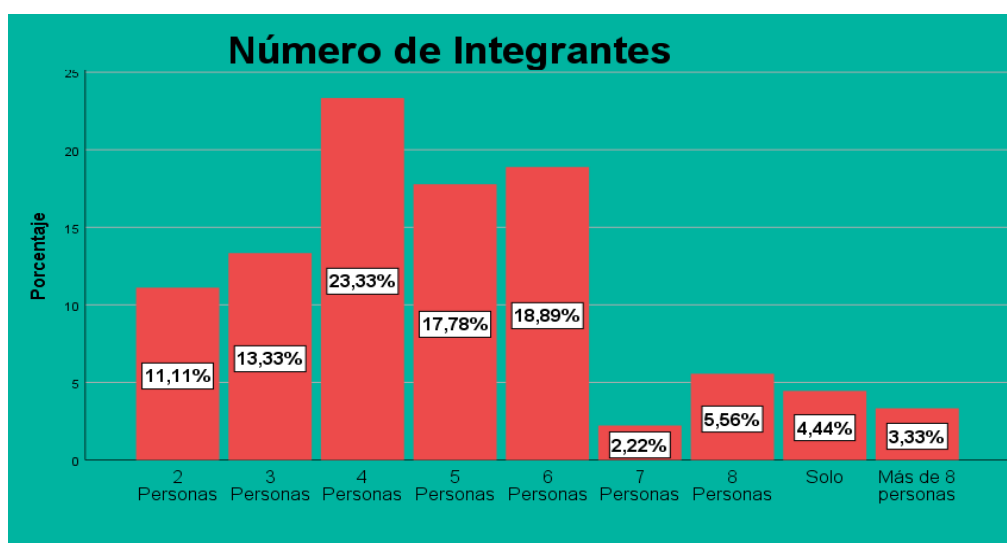
		Nivel de Educación - Género		Total
		GÉNERO		
NIVEL DE EDUCACIÓN	PRIMARIA	MUJERES	VARONES	
	SECUNDARIA	21.8%	25.0%	22.2%
	NO TUVE ACCESO	60.3%	66.7%	61.1%
	OTRO	9.0%		7.8%
		9.0%	8.3%	8.9%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Para profundizar el análisis acerca del grado de instrucción de los comerciantes que venden en un kiosco, se cruzaron dos variables: nivel de educación y el género de los comerciantes. Mujeres como varones comerciantes accedieron a los cursos del nivel secundario, el 66,7% varones y el 60,3% mujeres. Es así, que los comerciantes varones tuvieron más posibilidad de acceder a la educación del nivel secundario.

Así también los que solo pudieron acceder a los cursos de primaria están 25% varones y 21,8% mujeres.

❖ **Número de integrantes**

Gráfico 5 Número de integrantes en la familia de los comerciantes



La familia es el principal motivo para trabajar, para poder satisfacer las necesidades de sus integrantes. Y es la razón de que los comerciantes de kioscos se encuentren trabajando desde tempranas horas hasta altas horas de la noche. Y mientras más sea el número de integrantes, requiere un trabajo más sacrificado. Según los datos recogidos, la mayor parte de los comerciantes, el 60% conforman un hogar compuesto de 4 a 6 personas, un número de familia común compuesto por el esposo(a) e hijos(as), también comerciantes que viven solo con sus hijos. El 4,44% son comerciantes que viven solos, personas de la tercera edad (mayores de 60) que sus hijos ya formaron sus familias y viven en un lugar distinto al de los comerciantes.

❖ **Ocupación de los integrantes de la familia**

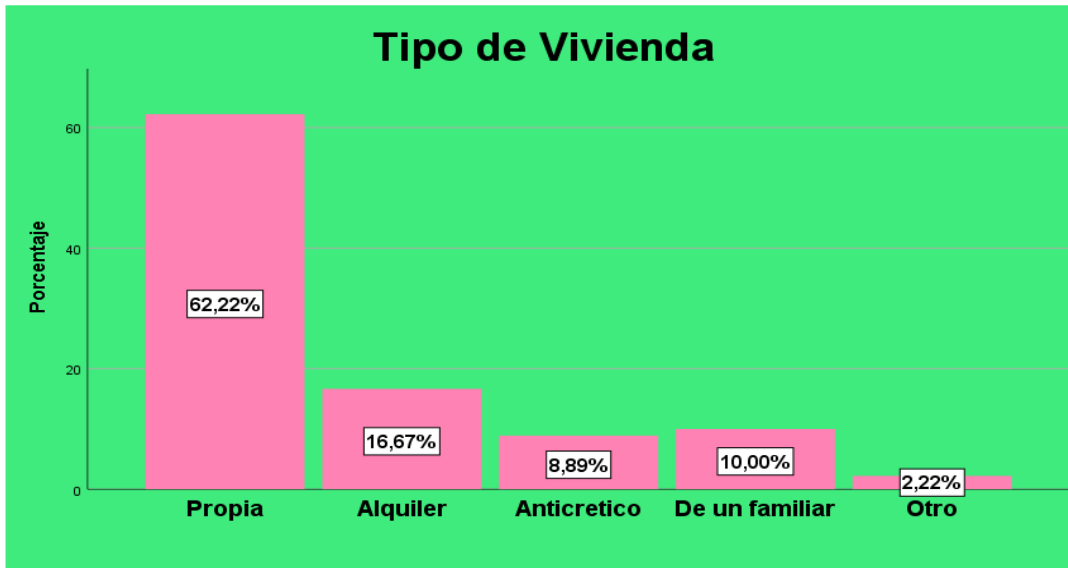
Tabla 3 Ocupación de los integrantes de la familia

		Ocupación de los Familiares	
		Respuestas	
		N	Porcentaje
Ocupación de los Familiares ^a	Albañil	6	3.4%
	Comerciante	26	14.7%
	Estudiante	54	30.5%
	Chofer	13	7.3%
	Empleado	19	10.7%
	Desempleado	4	2.3%
	Ama de Casa	6	3.4%
	Independiente	11	6.2%
	Profesional	10	5.6%
	Tecnico	2	1.1%
	Jubilado	3	1.7%
	Artesano	1	0.6%
	Universitario	17	9.6%
	Otro	1	0.6%
	Sin familiar	4	2.3%
Total		177	100.0%

Otro aspecto para caracterizar a los comerciantes es la actividad a las que se dedican los integrantes de la familia de los comerciantes. El 30,5% tiene hijos(as) que son estudiantes de escuela o colegio, que se dedican únicamente a sus estudios y son los comerciantes los que cubren sus necesidades económicas y educativas. Además, tienen hijos que son trabajadores independientes y profesionales. El 14,7% tienen familiares que son comerciantes, algunos rubros similares y otros diferentes, entre ellos están esposos(as), el 10,7% son empleados de una institución pública o empresa privada, compuesto por el esposo(a) y/o hijos(as). El 9,6% tienen hijos(as) que están en la universidad, el 7,3% tienen esposos que trabajan como choferes.

❖ Tipo de vivienda

Gráfico 6 Tipo de vivienda de los comerciantes



La vivienda es un derecho de la población boliviana, en el que se trabaja arduamente para obtenerla y sea parte del patrimonio. Seguramente una satisfacción al contar un lugar donde vivir con la familia y muy bendecidos si se cuenta con una casa propia. Según las respuestas de los comerciantes se identificó cuatro tipos de vivienda: propia, alquiler, anticrético y de un familiar. El 62,22% de los comerciantes son propietarios de casa, aseverando que el trabajo en el kiosco contribuyó a poder construir su casa. El 16,67% pagan alquiler, mientras que el 8,89% cuenta con un domicilio en calidad de contrato de anticrético, y en la categoría de otros están los que viven en un domicilio prestado.

Tabla 4 Relación Productos que comercializan y Tipo de vivienda

Productos que Comercializa - Tipo de Vivienda							
		TIPO DE VIVIENDA					Total
		Propia	Alquiler	Anticretico	De un familiar	Otro	
PRODUCTOS QUE VENDEN	Golosinas	62.7%	21.6%	5.9%	5.9%	3.9%	100.0%
	Periódicos y revistas	50.0%	25.0%	25.0%			100.0%
	Accesorios de celular, USB	80.0%	10.0%	10.0%			100.0%
	Lentes	33.3%	33.3%		33.3%		100.0%
	Libros	20.0%	20.0%	60.0%			100.0%
	Collares y aretes	66.7%			33.3%		100.0%
	Gorros y chalinas	50.0%			50.0%		100.0%
	Boligrafos, libretos, pilas, peines, etc	60.0%			40.0%		100.0%
	Otro	85.7%			14.3%		100.0%
Total		62.2%	16.7%	8.9%	10.0%	2.2%	100.0%

En la relación entre productos que comercializan y el tipo de vivienda, se puede apreciar lo siguiente:

De los que se dedican a la venta de golosinas, el 62,7% tienen una casa propia y mayor a ello los que comercializan accesorios de celular el 80% poseen una casa propia. Probablemente, debido al tipo de rubro, a un mayor capital invertido y la venta de sus productos a un mayor precio en relación a las golosinas. También los que se dedican a la venta de collares y aretes, del total, el mayor número de comerciantes tienen una casa propia (66,7%).

Los que tienen una vivienda en anticrético en su mayoría comercializa libros (60%) y periódicos-revistas (25%).

Los que comercializan bolígrafos, libretos, pilas, peines viven en una casa propia o de un familiar.

Es así que los comerciantes de golosinas y accesorios de celular, tienen mejores niveles de vida, los mismos que cuentan con todos los servicios básicos (agua, energía eléctrica y alcantarillado) y por las respuestas de los comerciantes, son las ganancias del kiosco lo que ha contribuido a poder comprar su casa.

❖ **Servicios Básicos**

El 100% (90 comerciantes) de los encuestados, cuentan con los servicios básicos de agua, energía eléctrica y la red de alcantarillado.

El cuarto servicio en la encuesta es el acceso a gas domiciliario, el 51,11% tiene el botellón de gas y el 48,89% cuenta con el servicio de gas domiciliario.

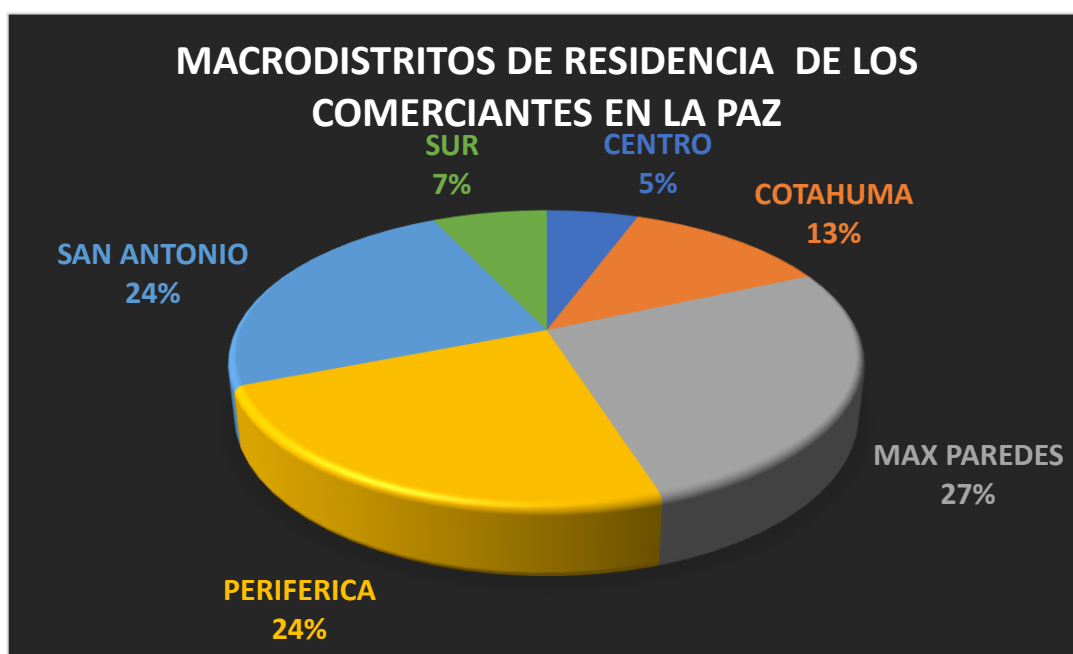
El quinto servicio es wi-fi internet, el 62,22% no cuenta con tal servicio y el 37,78% adquirió el servicio por temas de educación de sus hijos y/o por la cuarentena rígida que regía en el país.

❖ **Zona de residencia**

El lugar de residencia de los comerciantes de kioscos del prado paceño está distribuido en la ciudad de La Paz y El Alto. El 77% vive en la ciudad de La Paz, el 22% en la ciudad de El Alto y el 1% están en un municipio diferente. Para un mejor detalle, se realizó la distribución por ciudades: macrodistritos en La Paz y por distritos en El Alto.

Macrodistritos en La Paz

Gráfico 7 Macrodistritos de residencia de los comerciantes en la ciudad La Paz



En la ciudad de La Paz, el lugar de residencia de los comerciantes del prado paceño, está en el Macrodistrito Max Paredes (27%) y el 24% en la Periférica, al igual con el mismo porcentaje en el Macrodistrito San Antonio.

Detallando específicamente de la ciudad con mayor proporción que es La Paz, se los dividió por macrodistritos y zonas.

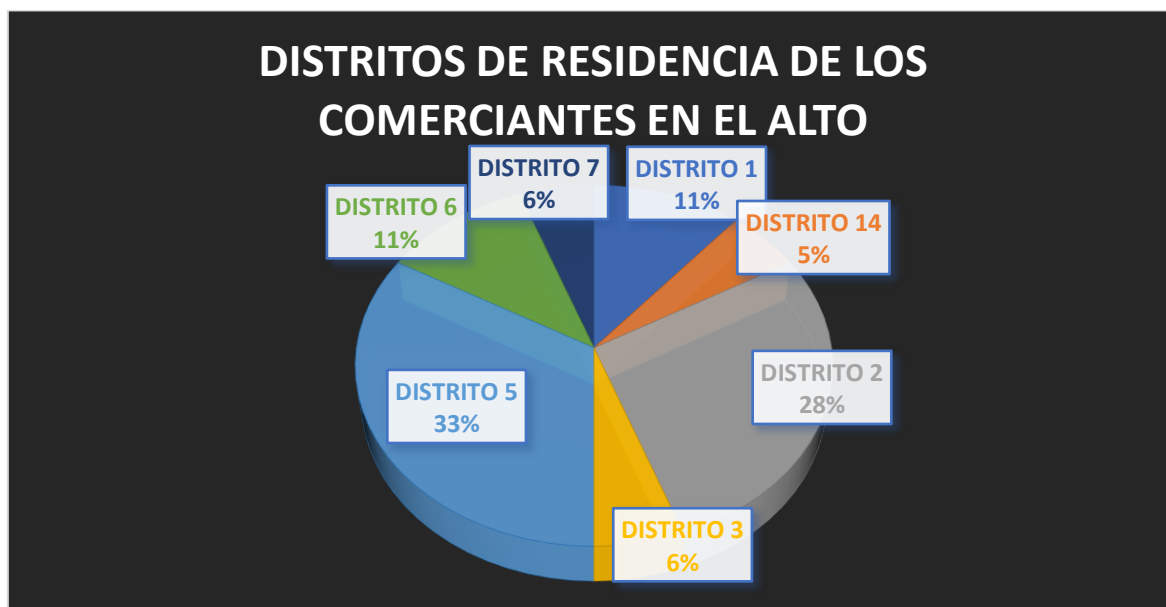
Tabla 5 Macrodistrictos de La Paz

Macrodistrito	Subtotal
Centro	4
Alto Miraflores	2
Miraflores	2
Cotahuma	9
Alto San Pedro	3
Alto Tacuaga	1
Pasankeri	1
San Pedro	3
Sopocachi	1
Max Paredes	19
Alto Chijini	2
Alto Pura Pura San Jose	1
Buenos Aires	4
Cementerio	2
Chijini	1
Ciudadela Ferroviaria	2
Garita Juan Granier	1
Los Andes	2
Munaypata	3
Portada	1
Periférica	17
Achachicala	4
Alto Santiago De La Caya	1
Cupilupaca	1
Periférica	1
Villa De La Cruz	1
Villa Fátima	3
Vino Tinto	4
Zona Norte	2
San Antonio	17
Alto San Antonio	2
Pampahasi	3
Villa Copacabana	8
Villa Salome	1
Villa San Antonio	3
Sur	5
Achumani	1
Callapa	1
Irpavi	1
Obrajes	1
Ovejuyo	1
Total	71

Las zonas de donde proceden los comerciantes en La Paz son: Villa Copacabana, Achachicala, Vino Tinto, Villa Fátima, Villa San Antonio, Buenos Aires, Pampahasi y Munaypata, que los absorbe los cuatro macrodistritos con mayor número de comerciantes Max Paredes, Periférica, San Antonio y Cotahuma.

Distritos en la Ciudad de El Alto

Gráfico 8 Distritos de residencia de los comerciantes en la ciudad de El Alto



En la ciudad de El Alto, el 33% viven en el Distrito 5. Los comerciantes del Distrito 5 proceden de las zonas Río Seco y Andina.

Tabla 6 Relación Nivel de Educación y Ciudad

		Ciudad - Nivel de Educación				Total
		NIVEL DE EDUCACION				
CIUDAD		PRIMARIA	SECUNDARIA	NO TUVE ACCESO	OTRO	
		La Paz		16	44	3
	17.8%		48.9%	3.3%	6.7%	76.7%
El Alto	4		11	4	1	20
Otro		4.4%	12.2%	4.4%	1.1%	22.2%
		0	0	0	1	1
Total		0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%
		20	55	7	8	90
		22.2%	61.1%	7.8%	8.9%	100.0%

En relación a la ciudad de residencia y nivel de educación, se puede apreciar lo siguiente:

- El 76,7% viven en la ciudad de La Paz, de los cuales el 48,9 % accedieron a la educación del nivel secundario y un 17,8% pertenecen al nivel primario.
- El 22,2% viven en la ciudad de El Alto, de los cuales el 12,2% accedieron a la educación de nivel secundario y un 4,4% pasaron solo hasta el nivel primario.

Es importante reconocer que los comerciantes que viven en la ciudad de La Paz tuvieron más posibilidad de realizar los cursos del nivel secundario que los que viven en la ciudad de El Alto. Además, que el 8,9% pasaron de la educación secundaria a la educación superior (universitarios, técnicos) y de ellos el 6,7% viven en la ciudad de La Paz.

Y ocurre lo mismo con los que accedieron a la educación primaria, el 17,8% viven en la ciudad de La Paz y el 4,4% vive en la ciudad de El Alto. Que confirma nuevamente que los que residen en la ciudad de La Paz son los que tuvieron más posibilidad de acceder a la educación en relación a los que viven en la ciudad de El Alto. Y mientras que en El Alto se encuentran los comerciantes que no tuvieron acceso a la educación (4,4%).

Tabla 7 Relación Ciudad y Tipo de Vivienda

		Tipo de Vivienda - Ciudad			Total	
		CIUDAD				
TIPO DE VIVIENDA		La Paz	El Alto	Otro		
		Propia		41	15	0
	45.6%		16.7%	0.0%	62.2%	
Alquiler			13	2	0	15
			14.4%	2.2%	0.0%	16.7%
Anticretico			8	0	0	8
			8.9%	0.0%	0.0%	8.9%
De un familiar		5	3	1	9	
		5.6%	3.3%	1.1%	10.0%	
Otro		2	0	0	2	
		2.2%	0.0%	0.0%	2.2%	
Total		69	20	1	90	
		76.7%	22.2%	1.1%	100.0%	

Los comerciantes que tienen su vivienda en la ciudad de La Paz y El Alto viven en una infraestructura propia. El 62,2% cuenta con una casa propia, y el 45,6% del total vive en la ciudad de La Paz y el porcentaje restante en la ciudad de El Alto.

El 16,7% paga alquiler por su vivienda, del cual el 14,4 % vive en La Paz y el 2,2% en El Alto.

El 8,9% vive bajo la modalidad de un contrato en anticrético, y viven en la ciudad de La Paz.

Factores Económicos

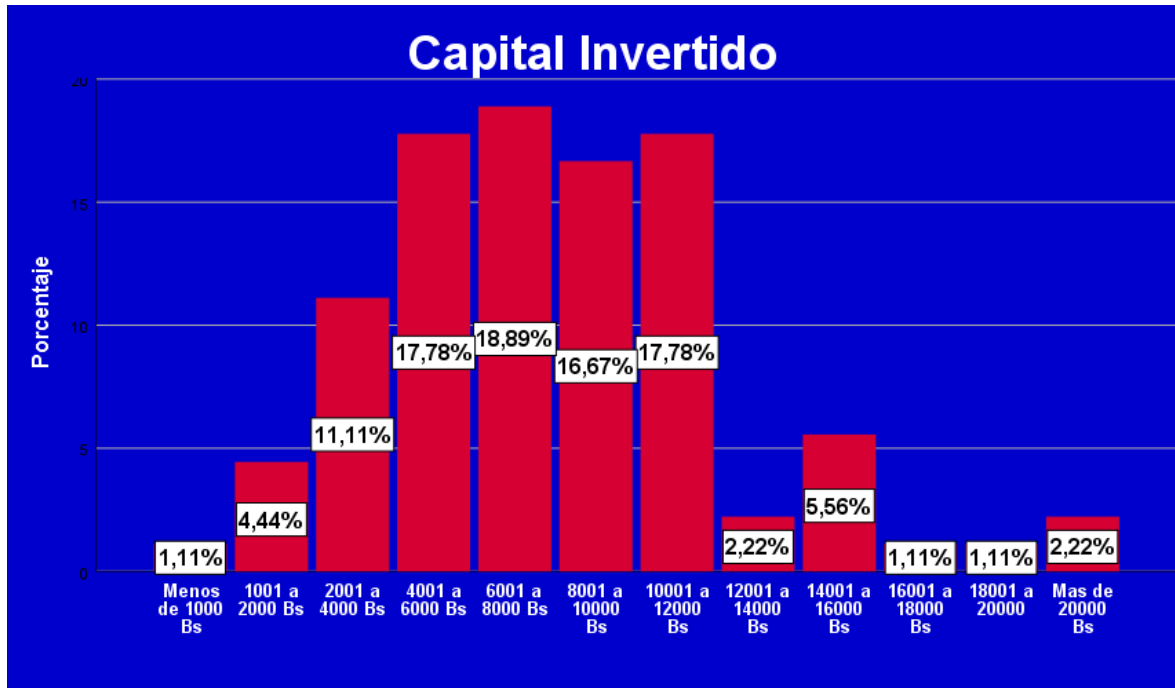
Para cumplir el tercer objetivo se describirá las siguientes variables: capital, ingresos antes de la pandemia, ingresos después de la pandemia.

❖ Capital

El capital es uno de los factores que define el tipo y tamaño de negocio, así también los productos que se venderán. El capital moda del que disponen los comerciantes encuestados se estimó en Bs.6667.33, monto que al parecer sería una traba a la hora de decidir emprender por tal negocio (kiosco). Pero que se maneja de manera diferente según el

rubro. Los que comercializan golosinas construyen su capital poco a poco; llenando de golosinas el kiosco a medida que se comercializan los productos. En cambio, los que venden libros lo que hacen es pedir en consignación la mercadería, y entonces no necesitan contar exactamente con un capital inicial para emprender su negocio.

Gráfico 9 Capital invertido en el Kiosco



El capital de trabajo de este grupo poblacional se concentra entre los Bs 4001 y los Bs 12000 (71,12%), el 18,89% de 6001 a 8000 bolivianos, el 17,78% de 10001 a 12000 bolivianos con igual porcentaje de 4001 a 6000 bolivianos, y el 16,67% de 8001 a 10000 bolivianos.

Un capital formado poco a poco, es decir a medida que perciben ingresos van llenando su kiosco de productos que se les terminaron o con nuevos productos.

Tabla 8 Relación Capital invertido y Productos que comercializan

		Productos que Venden - Capital Invertido													Total
		CAPITAL INVERTIDO													
		Menos de 1000 Bs	1001 a 2000 Bs	2001 a 4000 Bs	4001 a 6000 Bs	6001 a 8000 Bs	8001 a 10000 Bs	10001 a 12000 Bs	12001 a 14000 Bs	14001 a 16000 Bs	16001 a 18000 Bs	18001 a 20000	Mas de 20000 Bs		
PRODUCTOS QUE VENDEN	Golosinas	Recuento	0	1	4	11	9	7	14	1	4	0	0	0	51
		% del total	0.0%	1.1%	4.4%	12.2%	10.0%	7.8%	15.6%	1.1%	4.4%	0.0%	0.0%	0.0%	56.7%
	Periódicos y revistas	Recuento	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4
		% del total	1.1%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.4%
	Accesorios de celular, USB	Recuento	0	0	1	1	2	2	0	1	0	1	1	1	10
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	2.2%	2.2%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	1.1%	1.1%	11.1%
	Lentes	Recuento	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	3
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	Libros	Recuento	0	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0	5
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
	Collares y aretes	Recuento	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	Gorros y chalinás	Recuento	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
	Bolígrafos, libretos, pilas, peines, etc	Recuento	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		% del total	0.0%	1.1%	2.2%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
	Otro	Recuento	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	1	7
		% del total	0.0%	0.0%	2.2%	2.2%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	7.8%
Total	Recuento	1	4	10	16	17	15	16	2	5	1	1	2	90	
	% del total	1.1%	4.4%	11.1%	17.8%	18.9%	16.7%	17.8%	2.2%	5.6%	1.1%	1.1%	2.2%	100.0%	

En relación a los productos que venden y el capital invertido, los porcentajes más significativos están distribuidos como sigue:

- El 56,7% de la muestra de comerciantes pertenece al rubro de golosinas, de los cuales el 15,6 % invirtió en dicho rubro de 10001 a 12000 bolivianos, el 12,2% 4001 a 6000 bolivianos.

- El 11,1% comercializa accesorio de celular, de los cuales el 4,4% invirtió de 6001 a 10000 Bs y un porcentaje alejado del dato moda es del 3,3% que invirtió más de 16000 Bs, rubro que presenta la inversión más elevada.
- El 5,6 % comercializa libros e invirtió 8001 a 10000Bs (3,3%).
- El 5,6% comercializa bolígrafos, peines, libretos, etc. e invirtió de 2001 a 6000 Bs (4,4%).
- El 4,4% comercializa periódicos y revistas, de los cuales el 2,2% tiene invertido de 1001 a 2000 bolivianos y el 1,1% menos de 1000 Bs, siendo el rubro con menos capital invertido del total de tipos de producto.
- El 3,3% comercializa lentes, de los cuales el 2,2% invirtió 6001 a 10000 Bs, el 1,1% de 14001 a 16000 Bs.
- El 3,3 % comercializa collares y aretes, el 1,1% tiene un capital de 6001 a 8000 Bs.
- El 2,2% comercializa gorros y chalinas, de los cuales el 1,1 % invirtió 6001 a 8000 Bs y con igual porcentaje 10001 a 12000 Bs.
- El 7,8% comercializa diferentes productos a lo señalado en la encuesta como maletas, artículos de belleza, jugos, etc. y tienen un capital invertido de 2000 a 10000 Bs.

El capital determina la cantidad y variedad de productos que se vende, dependiente de cuál sea el movimiento de las ventas diarias que consecuentemente animará a los comerciantes a comprar los productos comercializados y podrá optar por aumentar su capital con nuevos productos pero que tengan relación con el rubro. Los comerciantes solo pueden vender los productos que están autorizados.

Es así que los datos de investigación determinan que los que venden accesorios de celular tienen mayor capital invertido. Por el contrario, los que tienen menor capital están los que comercializan periódicos y revistas.

Tabla 9 Relación entre Capital Invertido y Edad de los comerciantes

		Edad de los Comerciantes - Capital Invertido													Total
		CAPITAL INVERTIDO													
		Menos de 1000 Bs	1001 a 2000 Bs	2001 a 4000 Bs	4001 a 6000 Bs	6001 a 8000 Bs	8001 a 10000 Bs	10001 a 12000 Bs	12001 a 14000 Bs	14001 a 16000 Bs	16001 a 18000 Bs	18001 a 20000	Mas de 20000 Bs		
EDAD DE LOS COMERCIAN- TES	18 a 25 años	Recuento	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	26 a 35 años	Recuento	0	0	1	0	2	2	0	0	1	0	0	0	6
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	2.2%	2.2%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%
	36 a 45 años	Recuento	1	0	1	4	5	5	6	0	1	0	0	1	24
		% del total	1.1%	0.0%	1.1%	4.4%	5.6%	5.6%	6.7%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%	26.7%
	46 a 55 años	Recuento	0	2	1	4	3	3	6	0	1	1	0	1	22
		% del total	0.0%	2.2%	1.1%	4.4%	3.3%	3.3%	6.7%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	1.1%	24.4%
	56 a 65 años	Recuento	0	1	6	4	6	3	2	2	1	0	1	0	26
		% del total	0.0%	1.1%	6.7%	4.4%	6.7%	3.3%	2.2%	2.2%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	28.9%
	66 a 75 años	Recuento	0	1	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	6
		% del total	0.0%	1.1%	0.0%	2.2%	1.1%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%
	Mayor a 75 años	Recuento	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	3
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
Total		Recuento	1	4	10	16	17	15	16	2	5	1	1	90	
		% del total	1.1%	4.4%	11.1%	17.8%	18.9%	16.7%	17.8%	2.2%	5.6%	1.1%	1.1%	100.0%	

La tabla muestra:

- El 28,9% tiene una edad de 56 a 65 años, el 6,7% del rango de edad invirtieron de 2001 a 4000 Bs con igual porcentaje de 6001 a 8000 Bs.
- El 26,7% tiene una edad de 36 a 45 años, el 6,7% del rango de edad invirtieron 10001 a 12000 Bs.
- El 24,4% tiene una edad de 46 a 55 años, el 6,7% del rango de edad invirtieron de 10001 a 12000 Bs.

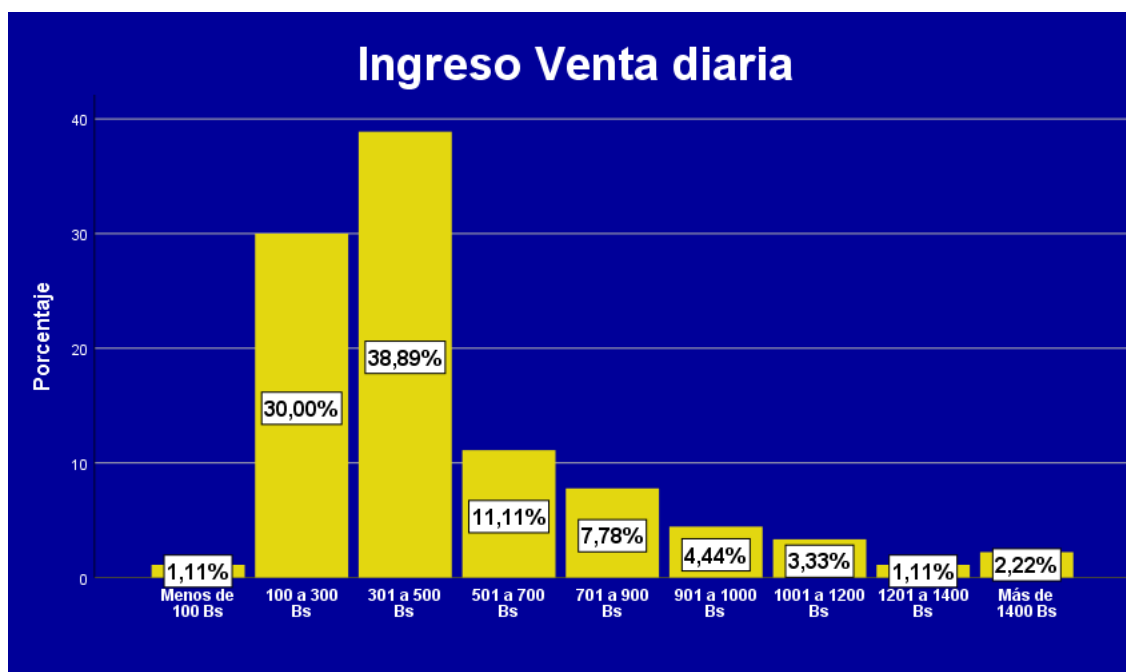
Es importante reconocer que los que invierten un capital elevado en el negocio más de 16000 Bs son los que tienen de 36 a 55 años.

Y los comerciantes de la tercera edad (mayores a 66 años) tienen un capital menor invertido de 4001 a 6000 bolivianos (2,2%).

❖ **Ingresos antes de la pandemia**

El ingreso bruto diario de los encuestados se considera el monto económico que genera al vender sus productos sin descontar la ganancia. El ingreso moda diario que generan los comerciantes encuestados se estimó en Bs.349.24. Percibidos antes de la pandemia Covid-19 y su efecto, la cuarentena rígida, que obligó a cerrar los kioscos.

Gráfico 10 Ingreso-venta diario antes de la pandemia Covid-19



El 38,89% generaba diariamente de 301 a 500 bolivianos, el 30% de 100 a 300 bolivianos, el 11,11% generaba de 501 a 700 bolivianos. Montos generados por la gran circulación de personas en el prado paceño debido a la existencia de colegios, discotecas, universidades, instituciones públicas y empresas privadas quienes concentran personas que necesariamente circulan por las aceras donde están ubicados tales negocios. Estos ingresos pueden ser variables según los días, afluencias de personas, temporadas y fiestas que se desarrollan en el prado paceño. Por otra parte, el horario de permanencia en vía pública es un factor determinante a la hora de generar diariamente ingresos, es decir mientras abran el kiosco más temprano y cierren a altas horas de la noche, los ingresos definitivamente aumentarían, como los comerciantes lo denominan “trabajar de sol a sol”.

Tabla 10 Relación entre Ingreso antes de la pandemia y Productos que venden

Ingreso*venta diario(antes de la pandemia) - Productos que venden												
			ANTES INGRESO DIARIO									Total
			Menos de 100 Bs	100 a 300 Bs	301 a 500 Bs	501 a 700 Bs	701 a 900 Bs	901 a 1000 Bs	1001 a 1200 Bs	1201 a 1400 Bs	Más de 1400 Bs	
PRODUCTOS QUE VENDEN	Golosinas	Recuento	0	11	24	5	6	2	0	1	2	51
		%del total	0.0%	12.2%	26.7%	5.6%	6.7%	2.2%	0.0%	1.1%	2.2%	56.7%
	Periódicos y revistas	Recuento	0	3	0	0	0	0	1	0	0	4
		%del total	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	4.4%
	Accesorios de celular, USB	Recuento	0	3	2	4	0	0	1	0	0	10
		%del total	0.0%	3.3%	2.2%	4.4%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	11.1%
	Lentes	Recuento	0	1	2	0	0	0	0	0	0	3
		%del total	0.0%	1.1%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	Libros	Recuento	0	2	1	0	1	0	1	0	0	5
		%del total	0.0%	2.2%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	5.6%
	Collares y aretes	Recuento	0	0	1	0	0	2	0	0	0	3
		%del total	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	Gorros y chalinas	Recuento	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
		%del total	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
	Bolígrafos, libretos, pilas, peines,etc	Recuento	1	2	2	0	0	0	0	0	0	5
		%del total	1.1%	2.2%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
	Otro	Recuento	0	4	2	1	0	0	0	0	0	7
		%del total	0.0%	4.4%	2.2%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.8%
Total		Recuento	1	27	35	10	7	4	3	1	2	90
		%del total	1.1%	30.0%	38.9%	11.1%	7.8%	4.4%	3.3%	1.1%	2.2%	100.0%

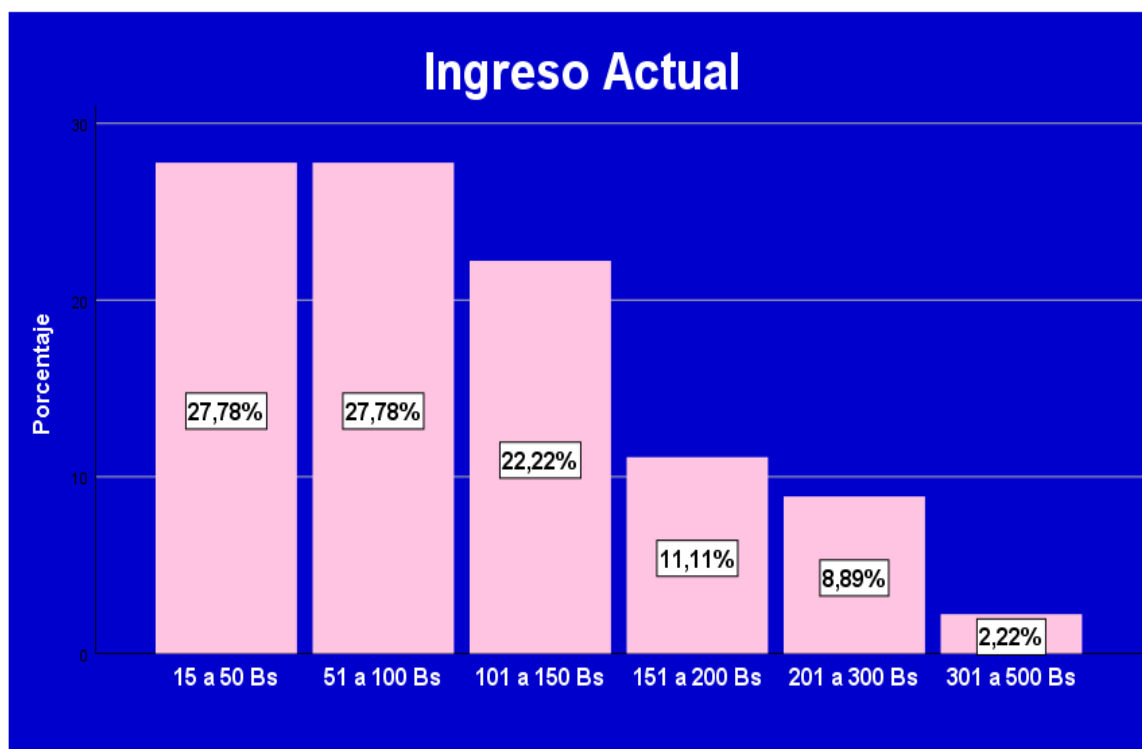
Complementariamente al gráfico de ingresos, se relacionó dichos datos según los productos que comercializan. Los principales resultados de la investigación señalan que el rubro de golosinas y accesorios de celular perciben los ingresos más elevados de todos los rubros, más de Bs. 1000 diariamente, aunque también un factor determinante para generar tales ingresos es el horario de permanencia en las calles y la variedad de productos.

Por el contrario, los que perciben menos ingresos comercializan bolígrafos-libretos-pilas-peines, menos de Bs.100 diariamente. Debido al tipo de productos y al precio reducido de ellos.

❖ Ingresos después de la pandemia

La pandemia Covid-19 ha llevado a la suspensión total o parcial de las actividades económicas y derivó en una crisis económica mundial del cual no se salvó los pequeños negocios (kioscos), fue uno de los sectores más golpeados por tal pandemia. De acuerdo a la información recopilada los comerciantes que venden golosinas aseguran que perdieron del 50 al 80 % de su capital, ya que venden productos perecederos. Caso contrario de los que comercializan accesorios de celular, bolígrafos, libretos y otros que por el tipo de producto no perdieron capital. Pero por el tiempo de cuarentena rígida que regía en toda Bolivia y donde las actividades económicas permanecieron cerradas, dejaron de generar ingresos y ver alternativas para subsistir, tomando en cuenta que una parte de los comerciantes viven en la ciudad de El Alto (22%) y en las laderas de la ciudad de La Paz. Lo cual imposibilitó a los comerciantes movilizarse hasta sus kioscos ubicados en el centro de la ciudad. Y en el caso de los que comercializan golosinas rescatar su capital (golosinas).

Gráfico 11 Ingresos después de la pandemia



Actualmente el ingreso, después de salir de la cuarentena rígida y pasar a la cuarentena flexible, definitivamente estos pequeños negocios se vieron muy afectados económicamente. Al regresar a sus fuentes de trabajo se encontraron con muchos factores contrarios. El reducido número de personas circulando por El Prado, puntos de concentración en instituciones públicas y empresas privadas cerradas, colegios y universidades cerradas, discotecas con las puertas cerradas, etc. Todo ello restringido por las autoridades nacionales y municipales por la emergencia sanitaria. Pero en definitiva el ingreso diario es totalmente dependiente de ellos, así lo reveló los datos recogidos en la investigación. Durante la pandemia el ingreso se concentra de 15 a 100 bolivianos (55,56%), el 22,22% de 101 a 150 bolivianos, ingresos por muy debajo de lo que antes se generaba diariamente. Así lo refleja el siguiente análisis:

El ingreso moda después de la pandemia se estimó en Bs.100 que representa el 28,63% del ingreso moda antes de la pandemia, es decir se estima que hay una caída del ingreso del 71,37%. Esta situación denota que ahora durante la pandemia generan Bs.249,24 menos, porque antes se generaba Bs.349,24 (Gráfico 10) y actualmente con la pandemia solo Bs.100 Se debe aclarar que el análisis se realizó sobre la base de las respuestas de los comerciantes.

Ingresos que se distribuyen entre el capital y la ganancia. Ganancias muy reducidas, que según los comerciantes ya no alcanza a cubrir los gastos, que desde la cuarentena rígida han empezado a gastar los ahorros generados años atrás, antes de la pandemia. Después de la pandemia, el semblante de los comerciantes era de preocupación, porque veían como sus

ahorros se terminaban y con los ingresos que están generando, apenas cubría su alimentación y gasto diario.

Motivación y Futuro en el negocio

❖ Razón por la cual decidió trabajar en el negocio

Tabla 11 Motivación para trabajar en un kiosco

Motivación de Trabajar en un Kiosco			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Necesidad Económica	30	33.3%	33.3%
Flexibilidad Horaria	14	15.6%	48.9%
Independencia	17	18.9%	67.8%
Herencia de un Familiar	6	6.7%	74.4%
No hay trabajo	17	18.9%	93.3%
Otro	6	6.7%	100.0%
Total	90	100%	

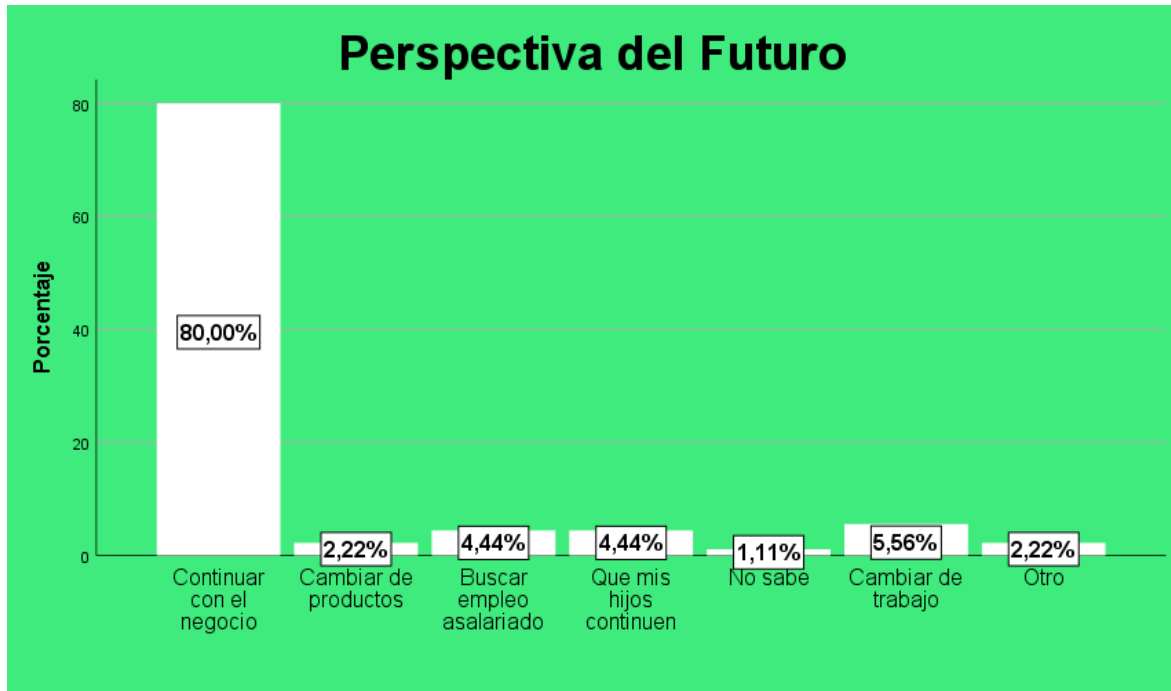
¿Qué motivos tienen la población para insertarse como comerciante de kiosco? Según lo recogido por la investigación, la necesidad económica (33,3%) y la falta de trabajo (18,9%) son los principales motivos para estar en las calles, que representan el 52,2%. Lo que señala que la mayoría, ve el comercio en vía pública (kioscos) un refugio ante la falta de oportunidades de empleo asalariado sumado a la necesidad de trabajar al pertenecer a una familia numerosa y ser los hermanos(as) mayores o porque ya tenían su familia, es que deciden trabajar en las calles.

“Ni para los profesionales ya hay trabajo, y esta es la forma que puedo sustentar a mi familia” (comerciante, mujer)

También existen otras razones que están relacionadas con otras necesidades, como la independencia (18,9%), es decir ellos son los gerentes y administran el kiosco (los jefes); deciden el monto de la ganancia, el destino del flujo económico diario. Sin la supervisión de un jefe son libres de elegir si quieren o no abrir el kiosco, tal vez una situación mejor contratar una persona para atender el kiosco. Otra razón es la flexibilidad horaria (15,6%), para las personas que tenían hijos en edad escolar, donde este tipo de trabajo les permitía estar pendiente de ellos y asistir a las reuniones de sus hijos. Finalmente, en la categoría de otros, mencionan que este tipo de trabajo es más fácil.

❖ **Perspectiva del futuro**

Gráfico 12 Perspectiva de permanencia en el Kiosco



Analizados los motivos de inserción en el sector, ahora cabe preguntar ¿Cuáles son las expectativas de los comerciantes de kioscos? De las respuestas obtenidas, se puede establecer que el 80% continuarán trabajando como comerciantes debido a que es la única actividad que han desarrollado a lo largo de su vida. Por otra parte, los comerciantes de la tercera edad, que ya no están dentro de la estructura laboral y ya no son opción para las instituciones públicas y privadas justamente por su edad prefieren quedarse en el kiosco. La otra alternativa de los comerciantes es la posibilidad de buscar un empleo asalariado, debido a que, con el tiempo, el negocio ya no genera los mismos ingresos de años atrás sumado al tipo de producto que se comercializa como los periódicos, que ya no son consumidos como antes, sino que fueron sustituidos por la información en tiempo real vía televisión e internet. Otro motivo es también que hay una competencia desleal con los ambulantes quienes pueden exponer sus productos de manera amplia caso contrario ocurre con los comerciantes de kioscos quienes tienen que taquear todos sus productos en su pequeño kiosco.

Tabla 12 Relación Percepción respecto el futuro del kiosco y La edad de los comerciantes

Perspectiva del Futuro - Edad de los Comerciantes										
			EDAD DE LOS COMERCIANTES							Total
			18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	46 a 55 años	56 a 65 años	66 a 75 años	Mayor a 75 años	
PERSPECTIVA DEL FUTURO	Continuar con el negocio	Recuento	3	4	21	14	23	5	2	72
		% del total	3.3%	4.4%	23.3%	15.6%	25.6%	5.6%	2.2%	80.0%
	Cambiar de productos	Recuento	0	0	1	1	0	0	0	2
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
	Buscar empleo asalariado	Recuento	0	1	1	2	0	0	0	4
		% del total	0.0%	1.1%	1.1%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.4%
	Que mis hijos continuen	Recuento	0	0	0	1	1	1	1	4
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	4.4%
	No sabe	Recuento	0	0	0	1	0	0	0	1
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%
	Cambiar de trabajo	Recuento	0	1	1	1	2	0	0	5
		% del total	0.0%	1.1%	1.1%	1.1%	2.2%	0.0%	0.0%	5.6%
	Otro	Recuento	0	0	0	2	0	0	0	2
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
Total		Recuento	3	6	24	22	26	6	3	90
		% del total	3.3%	6.7%	26.7%	24.4%	28.9%	6.7%	3.3%	100.0%

La percepción de los comerciantes respecto el futuro del negocio en relación a la edad, revela que la mayoría continuarán con el negocio, específicamente los comerciantes que tienen de 36 a 65 años continuarán el negocio, por su edad adulta ya no serían aceptados en otra fuente laboral, juntamente a que ya han pasado años vendiendo en el kiosco y están acostumbrados a vender en vía pública. Por otro lado, los jóvenes de 26 a 35 años también piensan continuar el negocio.

Se puede advertir que los comerciantes mayores a 66 años en su totalidad desean continuar con el negocio hasta donde las fuerzas se lo permitan o por los menos que sus hijos continúen. Según la información recopilada las personas adultas mayores presentan enfermedades propias de la edad, unos más que otros, que según su relato no tienen un seguro médico propio del sector. Tienen que utilizar sus reducidos mecanismos para ser atendidos, debido a que no cuentan con los suficientes ingresos para pagar los servicios de un buen médico, un especialista.

“No gano lo suficiente para ir a un buen hospital, me duele mi cuerpo, solo me curo con mates, tengo artritis, gastritis, no puedo comer todo lo que quiero porque si no, se me hincha el estómago, voy a un doctor que me hace tratamiento, donde gracias a Dios me atiende sin cobrarme, porque no gano mucho para poder pagarle” (comerciante mujer de bolígrafos, ositos, mayor de 66 años)

Es evidente que las personas de la tercera edad por sus condiciones físicas ya no podrían acceder a otro trabajo, que tal vez mejor deberían quedarse en sus casas. Pero el pensamiento en ellos señala que reposar en su casa traería más estrés y aumentaría su enfermedad. El panorama indicaría que este trabajo los ayuda a estar ocupados, aunque no precisamente generen buenos ingresos. Con la pandemia Covid-19 los ingresos redujeron,

pero los comerciantes personas adultas mayores aun así salen a vender en sus kioscos, esperanzados de que puedan vender más que el día anterior.

“Cada día vengo porque no quiero ponerme triste y enfermar, algo siempre venderé. El día de ayer vendí un par de zapatilla que me dejaron en consignación, y me puse muy feliz, porque de ellos gano más dinero” (comerciante mujer, mayor a 66 años)

Tabla 13 Relación Productos que comercializan y Percepción del futuro del kiosco

			Productos que venden - Perspectiva del Futuro							Total
			PERSPECTIVA DEL FUTURO							
			Continuar con el negocio	Cambiar de productos	Buscar empleo asalariado	Que mis hijos continuen	No sabe	Cambiar de trabajo	Otro	
PRODUCTOS QUE VENDEN	Golosinas	Recuento	41	0	2	4	1	2	1	51
		% del total	45.6%	0.0%	2.2%	4.4%	1.1%	2.2%	1.1%	56.7%
	Periódicos y revistas	Recuento	0	2	0	0	0	2	0	4
		% del total	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	4.4%
	Accesorios de celular, USB	Recuento	9	0	1	0	0	0	0	10
		% del total	10.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%
	Lentes	Recuento	2	0	1	0	0	0	0	3
		% del total	2.2%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	Libros	Recuento	5	0	0	0	0	0	0	5
		% del total	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
	Collares y aretes	Recuento	2	0	0	0	0	0	1	3
		% del total	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	3.3%
	Gorros y chalinis	Recuento	2	0	0	0	0	0	0	2
		% del total	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
	Bolígrafos, libretos, pilas, peines, etc	Recuento	4	0	0	0	0	1	0	5
		% del total	4.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	5.6%
Otro	Recuento	7	0	0	0	0	0	0	7	
	% del total	7.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.8%	
Total		Recuento	72	2	4	4	1	5	2	90
		% del total	80.0%	2.2%	4.4%	4.4%	1.1%	5.6%	2.2%	100.0%

Según los productos que venden y su percepción del futuro, se observa que en la mayoría de los rubros desean continuar comercializando en el kiosco, así lo refleja los datos recopilados:

- Del total del rubro de golosinas (51 comerciantes, 56,7%), el 45,6% que representa el 80% del total del rubro continuara comercializando.
- Del total que vende accesorios de celular (10 comerciantes, 11,1%), el 10% que representa el 90% del total del rubro continuara vendiendo en el kiosco.

Son los rubros más representativos: golosinas y accesorios de celular. Por el contrario, los que piensan dejar el negocio; cambiar de trabajo (2,2%) o productos (2,2%) son los que se dedican a vender periódicos (4,4%), es decir el total de ellos quiere dejar el negocio porque sus ventas han disminuido, ya no son lo que solía ser antes, venta de periódicos a diario en gran cantidad. En cambio, ahora la población prefiere la información proporcionada por vía internet, televisión y/o radio

Finalmente, para cumplir con el cuarto objetivo, que señalaba determinar los efectos de la pandemia Covid-19 sobre los kioscos, se dividió en dos variables:

- ❖ La evaluación de los ingresos antes y después de la pandemia:

Se determina que existe un daño económico en un 71,37% en la caída de sus ingresos (Gráfico 11).

❖ El rubro más afectado:

Se determina que es el rubro de las golosinas. Según la información recopilada sufrió un daño directo al capital, basado en las respuestas de los comerciantes, del 50% al 80% de su capital se echó a perder, porque comercializan productos perecederos. En el caso de los comerciantes de bolígrafos, libretos, agendas, perdieron el capital invertido en las agendas, debido a que por tales meses de venta se inició con la cuarentena rígida. Por otro lado, los demás rubros como los libros, accesorios de celular, lentes, y otros, son productos no perecederos, así que solo se mantuvieron en espera hasta que nuevamente se reiniciara las actividades en la ciudad de La Paz.

DISCUSIÓN

La investigación permite describir los factores socioeconómicos de los comerciantes de kioscos (microcomercio) ubicados en el prado paceño, dividido en cuatro partes: las características del negocio, los factores sociales, los factores económicos y los efectos de la pandemia Covid-19 en los kioscos.

Los principales resultados señalan que los kioscos de golosinas predominan en vía pública (56,67%). Por otro lado, los comerciantes son dueños de la infraestructura física del kiosco y que llevan trabajando de 31 a 40 años en el negocio. El rostro predominante de los comerciantes es femenino, su edad oscila entre los 36 a 65 años, donde el 46,67% ha culminado los estudios de secundaria, es decir hay bachilleres, técnicos y universitarios como comerciantes. La familia de los comerciantes está compuesta de 4 a 6 integrantes entre esposo(a) e hijos(as) que se dedican a estudiar en colegios o universidades, trabajar como comerciantes o empleados. Por otra parte, la vivienda en que habitan es propia, tales viviendas cuentan con los servicios básicos (agua, energía eléctrica y alcantarillado) y están distribuidos en la ciudad de La Paz (77%) en los macrodistritos Max Paredes, Periférica, San Antonio y Cotahuma. Respecto a la parte económica, el capital invertido en el kiosco es de 4000 hasta los 12000 bolivianos, y el rubro que tiene invertido un monto más elevado de capital son los que comercializan accesorios de celular y el rubro que requiere una menor inversión son los que comercializan periódicos y revistas. A esto se debe añadir la emergencia sanitaria en el país que afectó la economía de los comerciantes donde la caída fue del 71,37% en sus ingresos; antes generaban un promedio diario de Bs.349,24 y ahora Bs.100.

Por las características del comercio en kiosco en vía pública, no se esperaba que hubiera una gran cantidad de bachilleres sino por el contrario comerciantes con menor grado de instrucción. Otro dato importante es que el 62,22% de los comerciantes tienen una casa propia, que por el tipo de productos que comercializan se presumiría que es un bien no accesible para ellos, pero la investigación demostró lo contrario según lo recopilado de las respuestas de los comerciantes.

En la investigación realizada la gestión 2017 por (Cruz, 2015) "Causas del crecimiento del comercio informal y semiformal en la ciudad de La Paz y su incidencia en la creación de empleos directo e indirectos" que refleja que la antigüedad de los comerciantes en el prado paceño oscila entre dos rangos de 8 a 16 años y 24 a 48 años. La presente investigación ha corroborado estos datos, la antigüedad de los comerciantes de kioscos oscila entre dos rangos de 26 a 40 años (32,22%) y de 5 a 15 años (28,89%). Con lo que se puede afirmar que los comerciantes han trabajado en el kiosco desde de su etapa de niñez, adolescencia y juventud, es decir que sostienen a su familia con este negocio. Información que reafirma lo expresado en la investigación (Pereira, 2016), el comercio popular se ha transformado en la columna vertebral de la economía familiar de los comerciantes. Una actividad laboral creada por los mismos comerciantes, como respuesta a la necesidad de sobrevivencia, en un marco de carencia de empleo asalariado (PIEB, 2009). Que con el paso del tiempo se ha convertido en una fuente laboral desarrollada de generación en generación. Generaciones que ya se han acostumbrado a trabajar vendiendo en las calles. Siendo el kiosco su única fuente de ingresos para mantener a su familia. Información previamente determinada por la investigación de (Pereira, Comercio Popular en Via Publica - Estudio en el Macrodistrito Max Paredes de La Paz, 2015) que concluye "El comercio en vía pública ha dejado de ser una actividad precaria de mera subsistencia, convirtiéndose en el primer colchón económico de las familias que se dedican a esta actividad."³

El informe realizado por (Pereira, 2016) estableció que el rostro del comercio popular, así lo denominó, tiene rostro femenino, es decir que este sector absorbe la fuerza de trabajo de las mujeres. El trabajo presente determinó de la misma forma, que los comerciantes de kioscos tienen el rostro de mujer, existiendo un mínimo, el 11% de participación masculina.

Otra variable para describir el factor social, es el grado de instrucción de los comerciantes, según la investigación de Cruz María Isabel, un 42% culminó la educación secundaria. Datos similares refleja la presente investigación, el 46,67% de los comerciantes de kioscos son bachilleres o se encuentran cursando algún nivel de educación superior (8,89%). Los motivos por los que los bachilleres no continuaron con la educación superior son por la necesidad económica y que provienen de familias numerosas. Actualmente conforman una familia de 4 a 6 integrantes entre esposo(a) e hijos(as). No se obtuvo información a detalle de los familiares por la reacción reacia de los comerciantes.

La vivienda de la mayoría de los comerciantes es propia, y el total de ellos cuenta con los servicios básicos: agua, energía eléctrica y alcantarillado. Y las zonas donde están ubicadas sus viviendas, pertenecen a la ciudad de La Paz en cuatro macrodistritos: 27% Max Paredes, 24% Periférica, 24% San Antonio y el 13% Cotahuma, datos que guardan relación

³ "El comercio en vía pública ha dejado de ser una actividad precaria de mera subsistencia, convirtiéndose en el primer colchón económico de las familias que se dedican a esta actividad. Así, el comercio ya no es una actividad a la que se recurre sólo en casos de "emergencia" (cuando se presenta una situación de desempleo, cuando se pasa por una mala situación económica o cuando se tiene una emergencia familiar) y, más bien se ha transformado en la columna vertebral de la economía familiar de los comerciantes. Esto hace que la personas sean mucho más dependientes de los ingresos que genera esta actividad" (Pereira, Comercio Popular en Via Publica - Estudio en el Macrodistrito Max Paredes de La Paz, 2015)

con lo que sostiene Cruz María Isabel, la mayor proporción de comerciantes en vía pública, tienen viviendas ubicadas en los macrodistritos Max Paredes, Cotahuma, Periférica y San Antonio (Cruz, 2015).

En el que respecta a la parte económica, invirtieron Bs.6667.33 en capital, pero golpeado por la pandemia Covid-19 y todos sus efectos: paralización de las actividades económicas, cuarentenas, menor circulación de personas en las calles. Antes de la pandemia ellos generaban Bs.349,24 diariamente, de los cuales su ganancia era 50, 80, 100, 150 bolivianos, respectivamente según el monto del ingreso. Con ello mantenían a su familia, generaban para ahorrar, pagar al banco e invertir en capital, con tales ingresos estaban satisfechos, pero hasta que se vieron afectados por la pandemia. Los ingresos diarios con la pandemia son de 15 a 150 Bs, y el promedio es Bs.100, la caída del ingreso es del 71,37%. Ahora solo alcanza para la alimentación diaria y en ocasiones ni para ello. Sin embargo, algunos comerciantes prefieren estar en el kiosco más que en sus casas, que al final se volvió una costumbre estar en las calles vendiendo.

En el futuro todavía piensan continuar en el negocio o por otro lado lo dejaran a sus hijos. Pero el negocio continuara, por el gran apego que hay al esfuerzo de las generaciones pasadas. Que reafirma el estudio de Pereira “se observa que en varios tramos se concibe el comercio en vía pública como una actividad tradicional”⁴

CONCLUSIÓN

El objetivo de la investigación fue describir los factores socioeconómicos de los comerciantes de los kioscos. En base a los principales resultados, se ofrece las siguientes conclusiones.

El comercio en vía pública otorga un paisaje característico a la ciudad de La Paz. Los comerciantes se hallan en vía pública, ofreciendo distintos productos, pero el grueso de los oferentes, es del rubro de golosinas, atendiendo a funcionarios públicos, empleados de empresas privadas, colegios, universidades, etc.

El comercio en vía pública del Prado de la ciudad de La Paz, tiene un rostro predominante femenino y están trabajando más de 30 años en el negocio. La edad de los comerciantes oscila entre los 36 a 65 años. Lo que indica que los comerciantes llevan trabajando en el kiosco toda una vida, desde su niñez, adolescencia y juventud. Mantienen una familia compuesta de 4 a 6 personas entre esposo(a) e hijos(as) que tiene como actividad u oficio: estudiantes colegiales, universitarios, comerciantes y empleados. Un sector que surgió a causa del desempleo, es decir un refugio de la pobreza que al transcurrir los años paso de ser una actividad de mera subsistencia a un negocio que permite generar ingresos y transformarse en la columna vertebral de la economía familiar de los comerciantes.

En cuanto al lugar de residencia, los comerciantes poseen una casa propia con acceso a los servicios básicos (agua, energía eléctrica y alcantarillado) y están ubicadas en la ciudad de

⁴ “Se observa que en varios tramos se concibe el comercio en vía pública como una actividad tradicional. Esta noción se ve reforzada por la idea de una tradición histórica, que a su vez produce una fuerte memoria histórica colectiva, que al mismo tiempo refuerza relaciones de identidad con el territorio.” (Pereira, Comercio Popular en Via Publica - Estudio en el Macrodistrito Max Paredes de La Paz, 2015)

La Paz (77%). Los comerciantes viven en los macrodistritos Max Paredes, Periférica, San Antonio y Cotahuma, en las zonas: Villa Copacabana, Achachicala, Vino Tinto, Villa Fátima, Villa San Antonio, Buenos Aires, Pampahasi y Munaypata. Los comerciantes de la ciudad El Alto están distribuidos en el Distrito 5 en las zonas Río Seco y Andina.

Por otro lado, respecto al nivel educativo, el 46,67% de los comerciantes culminó la educación secundaria y el 8,89% avanzó hasta los cursos de educación superior. Bachilleres que no continuaron su educación debido a que pertenecían a una familia numerosa y la necesidad económica los obligó a trabajar a temprana edad o porque ya habían formado una familia que necesitaba sustento económico.

Se observó una importante presencia de personas de la tercera edad, debido a que es una actividad ideal para las personas mayores, por sus características particulares, como el no requerimiento de cualidades físicas y la ausencia de horarios fijos de entrada y salida. También explican que es una actividad que ya lo desarrollan por costumbre; es una forma de no aburrirse en casa y entristecerse que provocaría enfermedades. Aunque algunos de ellos ya las padecen, como la gastritis, dolor del cuerpo y artritis. Pero que siguen saliendo a trabajar y se exponen a las condiciones negativas del trabajo como las inclemencias del tiempo: lluvia, frío y sol. No cuentan con un seguro médico propio del sector, y utilizan la medicina natural para apaciguar las dolencias.

Otra parte importante de los resultados es la parte económica, que concluye que la inversión en el negocio es Bs.6667.33. El rubro que tiene una alta inversión (más de Bs.16000) son los que comercializan accesorios de celular y una menor inversión (menos de Bs.1000) los que comercializan periódicos y revistas. El ingreso promedio antes de la pandemia es de Bs.349.24 y después de la pandemia es de Bs.100, que revela una caída del 71,37% como efectos de la emergencia sanitaria que vive el país, que generó un gran impacto a estos pequeños negocios (microcomercio). Los comerciantes de golosinas son los más afectados, mencionan que se les echó a perder los productos por ser perecederos, el cual apunta a un 50% al 80% del capital perdido. Del cual se tratan de levantar llenando otra vez el kiosco. Pero se encuentran con otro factor negativo, las restricciones, colegios y universidades cerradas, así también los centros nocturnos—principales clientes, horarios de venta fijados por las autoridades municipales, limitando su permanencia en las calles.

Finalmente destacar que son personas trabajadoras que empiezan su labor desde tempranas horas hasta altas horas de la noche, como ellos lo denominan “un trabajo de sol a sol” si se quiere generar un buen ingreso diario. Enfrentando una competencia desleal en los ambulantes, quienes exhiben ampliamente sus productos y venden a un menor precio, al contrario de ellos, productos taqueados en un pequeño kiosco. Totalmente dependientes de la circulación de las personas, los colegios, universidades, centros nocturnos, trabajadores de las instituciones públicas y privadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cruz, M. I. (2015). *Causas del crecimiento del comercio informal y semi formal en la ciudad de La Paz y su incidencia en la creacion de empleos directo e indirectos*. La Paz.
- Jemio, L. C. (1999). *Reformas, Políticas sociales y Equidad en Bolivia*.
- Pereira, R. (2015). Comercio Popular en Via Publica - Estudio en el Macrodistrito Max Paredes de La Paz. *PIEB*.
- Pereira, R. (2016). *Comercio popular en via publica - estudio en el macroditrito Max Paredes de La Paz*". La Paz.
- PIEB, P. d. (2009). *Para escuchar las voces de la calle: el comercio en vía publica en La Paz*. La Paz.
- SeaBolivia.com. (s.f.). *La Paz: Alrededor de 14 mil anaqueles y kioscos son ilegales*. Obtenido de www.eabolivia.com/social/9775-la-paz-alrededor-de-14-mil-anaqueles-y-kioscos-son-ilegales.amp.html
- Segura, G. d., & Fernandez, F. (2003). *Como redactar un artículo científico*. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/pub/clivetpeqani/11307064v23n3/11307064v23n3p167.pdf>
- Villagrán, A., & Paul, H. (Febrero de 2009). *Algunas claves para escribir correctamente un artículo científico*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rcp/v80n1/art10.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

Modelo de la Encuesta

EL MICROCOMERCIO EN EL PRADO DE LA CIUDAD DE LA PAZ

Género: F M

1. Edad:

Menos de 18	18 a 25	26 a 35	36 a 45	46 a 55	56 a 65	66 a 75	Mayor a 75
-------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	------------

2. Productos que vende:

Golosinas	Periódicos y revistas	Accesorios de Celular, USB	Masitas	Artículos de Bioseguridad	Salchipapas
Lentes	Libros	Collares y aretes	Gorros y chalinas	Bolígrafos, libretos, pilas, peines	Otro.....

3. ¿Cuántos años está vendiendo en el kiosco?

Menos de 5 años	5 a 10 años	11 a 15 años	16 a 20 años	21 a 25 años	26 a 30 años	31 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	Mas de 60 años
-----------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	----------------

4. ¿Cuál es el curso o año más alto que aprobó en un centro educativo?

Primaria 1 2 3 4 5 6 b) Secundaria 1 2 3 4 5 6 c) No tuve acceso d) Otro....

5. ¿En qué zona vive actualmente?

- a) La Paz:
- b) El Alto:
- c) Otro.....

6. ¿Cuántas personas habitan en su casa?

a)2 b)3 c)4 d)5 e)6 f)7 g)8 h) solo i)

7. ¿Podría mencionar los familiares con los que vive y qué actividades realizan?

- a) Albañil
- b) Comerciante
- c) Estudiante
- d) Carpintero
- e) Mecánico
- f) Chofer
- g) Empleado
- h) Desempleado
- i) Ama de casa
- j) Ambulante
- k) Limpia casas ajenas
- l) Cocinera
- m) Lavandera
- n) Profesional
- o) Técnico
- p) Jubilado
- q) Artesano
- r) Universitario
- s) Otro.....

8. ¿En qué tipo de vivienda habita?

- a. Propia
- b. Alquiler
- c. Anticrético
- d. De un familiar
- e. Cuidador de casa
- f. Otro.....

9. ¿A qué servicios básicos accede?

- a. Agua
- b. Energía eléctrica
- c. Alcantarillado
- d. Internet
- e. Gas.....

10. Su kiosco es:

- a) Propio
- b) De un familiar
- c) Alquiler
- d) Anticrético

11. ¿Cuál es el monto aproximado invertido en capital?

Manos de 1000	1001 a 2000	2001 a 4000	4001 a 6000	6001 a 8000	8001 a 10000	10001 a 12000	120001 a 14000	14001 a 16000	16001 a 18000	18001 a 20000	Mas de 20000
---------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------	---------------	----------------	---------------	---------------	---------------	--------------

12. ¿Cuál era su ingreso -venta diario?

Menos de 100.....	100 a 300	301 a 500	501 a 700	701 a 900	901 a 1000	1001 a 1200	1201 a 1400	Mas de 1400
-------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	-------------	-------------	-------------

13. ¿Cómo se vio afectado sus ingresos por la pandemia? ¿Ahora cuánto es su ingreso?

Menos de 15bs	15 a 50	51 a 100	101 a 150	151 a 200	201 a 300	301 a 500	501 a 700	701 a 1000
---------------	---------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

14. ¿Cuál es la razón por la que se insertó al comercio en vía pública? ¿Por qué decidió vender en las calles?

- a. Necesidad Económica
- b. Flexibilidad Horaria
- c. Independencia
- d. Orgullo Propietario
- e. Herencia de un familiar
- f. Ayuda a un familiar
- g. Otro.....

15. ¿Cuál es su perspectiva respecto al futuro de su kiosco? ¿Piensa aun continuar con el negocio?

- a. Continuar con el negocio
- b. Cambiar de productos
- c. Buscar empleo asalariado
- d. Que mis hijos continúen
- e. No sabe
- f. Cambiar de trabajo
- g. Otro.....

ANEXO 2

Cálculo del Capital moda

La capital moda se estimó en Bs.6667.33, para su cálculo, se tomó en cuenta los siguientes datos:

Rango capital	Marca de clase [x _i]	Cantidad de comerciantes [f _i]	Frecuencia acumulada [F]	f _i *x _i
menos de 1000		1	1	0
1001 - 2000	1500.50	4	5	6002
2001 - 4000	3000.50	10	15	30005
4001 - 6000	5000.50	16	31	80008
6001 - 8000	7000.50	17	48	119008.5
8001 - 10000	9000.50	15	63	135007.5
10001 - 12000	11000.50	16	79	176008
12001 - 14000	13000.50	2	81	26001
14001 - 16000	78000.50	5	86	390002.5
16001 - 18000	17000.50	1	87	17000.5
18001 - 20000	19000.50	1	88	19000.5
mayor a 20000		2	90	0
Total		90		998,043.50

- ❖ Para el cálculo de la moda, se procedió a tomar los montos y reemplazarlos en la fórmula:

$$Mo = L_i + a * \frac{(f_i - f_{i-1})}{(f_i - f_{i-1}) + (f_i - f_{i+1})}$$

L_i : limite inferior de la clase modal

a: amplitud del intervalo

f_i: frecuencia absoluta de la clase modal

f_{i-1}: frecuencia absoluta anterior a la clase modal

f_{i+1}: frecuencia absoluta siguiente a la clase modal

Mo = 6001 + (8000-6001) * ((17-16) / ((17-16) + (17-15))) = Bs.6667.33

Es el capital que invierten los comerciantes en el kiosco

- ❖ Para el cálculo del promedio, se procedió a tomar los montos y reemplazarlos en la fórmula:

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i X_i}{n}$$

Promedio = 998043,50 / 90 = Bs. 11089.37

Promedio	11089.37
Moda	6667.33

ANEXO 3

Cálculo del Ingreso moda antes de la pandemia

El ingreso moda se estimó en Bs.349.24, se tomó los siguientes datos:

Rango ingreso	Cantidad de comerciantes [f _i]
Menos de 100 Bs	1
100 a 300 Bs	27
301 a 500 Bs	35
501 a 700 Bs	10
701 a 900 Bs	7
901 a 1000 Bs	4
1001 a 1200 Bs	3
1201 a 1400 Bs	1
Más de 1400 Bs	2
Total	90

Para el cálculo de la moda, se procedió a reemplazarlos los datos en la fórmula:

$$Mo = L_i + a * \frac{(f_i - f_{i-1})}{(f_i - f_{i-1}) + (f_i - f_{i+1})}$$

$$Mo = 301 + (500 - 301) * ((35-27) / ((35-27) + (35-10))) = 349,242424$$

Moda:

Bs. 349,24

ANEXO 4

Cálculo del Ingreso moda después de la pandemia

El ingreso moda se estimó en Bs.100 para su cálculo, se tomó en cuenta los siguientes datos:

Rango ingreso	Marca de clase [x _i]	Cantidad de comerciantes [f _i]	Frecuencia acumulada [F]	x _i *f _i
15 a 50 Bs	32.5	25	25	812.5
51 a 100 Bs	75.5	25	50	1887.5
101 a 150 Bs	125.5	20	70	2510.0
151 a 200 Bs	175.5	10	80	1755.0
201 a 300 Bs	250.5	8	88	2004.0
301 a 500 Bs	400.5	2	90	801.0
Total		90		9770.0

Para el cálculo de la moda, se procedió a tomar los montos y aplicarlos a la fórmula:

$$Me = Li + \left(\frac{\frac{n}{2} - F_{i-1}}{f_i} \right) \cdot a$$

$$Mo = L_i + a \cdot \frac{(f_i - f_{i-1})}{(f_i - f_{i-1}) + (f_i - f_{i+1})}$$

Promedio = $9770 / 90 = 108,56$

Media (Me) = $51 + (((45-25) / 25) * (100-51)) = 90,20$

Moda (Mo) = $51 + (100-51) * ((25-25) / ((25-25) + (25-20))) = \text{Bs.100}$

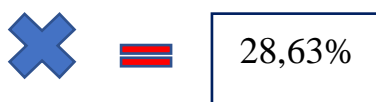
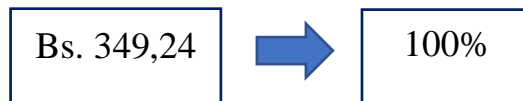
Moda:

Bs. 100

ANEXO 5

Cálculo del impacto de la pandemia sobre la economía de los comerciantes

El impacto económico de la pandemia fue del 71,37%, para su cálculo se hizo una regla de tres: Se tomó en cuenta el ingreso moda antes de la pandemia Bs.349,24 y el ingreso moda después de la pandemia Bs.100



Esto quiere decir, que Bs.100 representa solo el 28,63% de los Bs.349,24 que se generaba antes de la pandemia.

$$100\% - 28,63\% = \mathbf{71,37\%}$$

$$349,24 - 100 = \mathbf{249,24}$$

Con lo que se concluiría que hay una caída del ingreso del 71,37%; que cada día se genera Bs.249,24 menos que antes.