**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO**
**VICERRECTORADO**
**DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS DEL DESARROLLO**
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE TRABAJO SOCIAL**

# CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES DEL RUBRO CALZADOS Y SU APORTE AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE EL ALTO, PERIODO 2018 – 2021

Resolución HCC N°37/2022 Ciencias de Desarrollo
Resolución HCC N°018/2022 Trabajo Social


**EQUIPO DE INVESTIGADORES:**

**CARRERA CIENCIAS DEL DESARROLLO**
Docente Investigador : Ing. Edgar Agustín Corzo Martínez
Auxiliar de Investigación : Univ. Pablo Cesar Balboa Layme
Auxiliar de Investigación : Univ. Ricardo Piza Escobar

**CARRERA DE TRABAJO SOCIAL**
Docente Investigador : Lic. Víctor Oporto Ordoñez
Auxiliar de Investigación : Univ. Emma Carhuani Quispe
Auxiliar de Investigación : Univ. Olivia Aguilar Mamani



EL ALTO – BOLIVIA
2022

**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO**

**AUTORIDADES**

Dr. Carlos Condori Titirico
**RECTOR**

Dr. Efrain Chambi Vargas Ph. D.
**VICERRECTOR**

Dr. Antonio López Andrade Ph. D.
**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

Lic. Adrián Huanca Laura
**DECANO DEL ÁREA CIENCIAS SOCIALES**

Lic. Rosio L. Callisaya Tintaya
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE TRABAJO SOCIAL**

Lic. Omar León Cruz
**DIRECTOR DE LA CARRERA CIENCIAS DEL DESARROLLO**

Lic. Adela Esther Paredes Quisbert
**COORDINADORA DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN TRABAJO SOCIAL**

Lic. Julio Edwin Paco Montevilla
**COORDINADOR DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS DEL DESARROLLO**

**CONVENIO INTERINSTITUCIONAL**

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO – MUNICIPIO DE EL ALTO

DERECHOS RESERVADOS Universidad Pública de El Alto

SENAPI RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA Nro. 1- 2804 / 2022

Dirección UPEA: Av. Sucre s/n Zona Villa Esperanza

Diciembre 2022
El Alto – Bolivia

# PRESENTACIÓN

La carrera Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto – UPEA (creada por ley No. 2115 del 5 de septiembre de 2000), inicia sus actividades académicas el año 2001. Tiempo después, el 15 de septiembre de 2008, mediante Resolución del Honorable Consejo Universitario N° 044/2008, se crea el Instituto de Investigación (IICD); sin embargo, su funcionamiento se daría a lugar recién el 01 de agosto de 2011. Transformándose desde entonces, en uno de los primeros espacios de estudio, investigación y generación de conocimiento científico que busca responder a las necesidades y problemáticas de las sociedades a nivel local, regional y nacional.

Por lo expuesto, es que el Instituto de Investigación de la Carrera Ciencias del Desarrollo y el Instituto de Investigación y Posgrado de Trabajo Social - UPEA, se complacen en presentar el proyecto de investigación titulado: “Características de las empresas familiares del rubro calzados y su aporte al desarrollo socio económico de la ciudad de El Alto, periodo 2018 – 2021”. El presente trabajo responde a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de las empresas familiares del rubro de calzados en el desarrollo y crecimiento socio económico en los distritos 1 y 3 durante el periodo 2018 – 2021? Así pues, el estudio hace énfasis en indagar el tipo de tecnología, los mercados, los volúmenes de comercialización, el nivel de conocimiento de los recursos humanos y el efecto que generan los factores externos en lo que refiere las empresas familiares y la producción de calzados en la urbe alteña.

Tomando en cuenta los cambios que las sociedades han tenido en los últimos años (producto de la pandemia COVID - 19), es de aplaudir y enaltecer los resultados alcanzados por el equipo de investigación, y por lo mismo, queremos agradecer a cada uno de los integrantes del equipo multidisciplinario por haber culminado satisfactoriamente el trabajo encomendado y contribuir a la generación de conocimiento científico.

Lic. Julio Edwin Paco Montevilla
**COORDINADOR**
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN**
**CIENCIAS DEL DESARROLLO**

Lic. Adela Esther Paredes Quisbert
**COORDINADORA**
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**
**DE TRABAJO SOCIAL**

## AGRADECIMIENTOS INSTITUCIONALES

El equipo de investigación multidisciplinario tanto docentes y estudiantes auxiliares de las Carreras de Ciencias del Desarrollo y Trabajo Social, desean expresar sinceramente a nuestros informantes que participaron en la toma de datos en el trabajo de campo, los productores familiares del rubro calzados agrupados en la Asociación de Productores de Calzados Viajeros al Exterior (APROCALVIE), en especial a quienes tuvieron la gentileza de colaborar en la coordinación y nos abrieron gentilmente las puertas de sus talleres de producción.

Igualmente, expresamos nuestros agradecimientos a la Dirección de desarrollo productivo de pequeñas y medianas empresas dependiente de la secretaria municipal de Desarrollo Económico, de la Honorable Alcaldía Municipal de la ciudad de El Alto, en la persona del Licenciado Juan Carlos Apaza Pajsi y por su intermedio a la Alcaldesa Eva Copa.

Nuestro agradecimiento especial a las Carreras Ciencias del Desarrollo y Trabajo Social por posibilitar a través de sus Institutos de Investigación, del presente estudio.

Ing. Edgar Agustín Corzo Martínez
**INVESTIGADOR PRINCIPAL**
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN**
**CIENCIAS DEL DESARROLLO**

Lic. Víctor Oporto Ordoñez
**INVESTIGADOR PRINCIPAL**
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN**
**TRABAJO SOCIAL**

# ÍNDICE

**CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

1. EL PROBLEMA……2

1.1. Planteamiento del Problema de Investigación.....3

1.2. Delimitación Espacial y Temporal del Problema de Investigación .....3

2. EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN……..4

2.1. Objetivo General.....4

2.2. Objetivos Específicos .....4

3. LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN……4

3.1. Identificación de las variables dependiente e independiente .....4

3.2. Operacionalización de la hipótesis de trabajo .....5

4. LA JUSTIFICACIÓN……5

**CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

1. MENCIÓN DE OTROS ESTUDIOS RELATIVOS AL TEMA……6

1.1. Empresas Familiares en el Contexto Internacional .....6

1.2. La Empresa Familiar en el Contexto Nacional .....14

2. MENCIÓN DE LOS PUNTOS DE VISTA DE OTROS INVESTIGADORES 21

2.1. Microempresas, Pequeñas Empresas y Empresas Familiares .....21

2.2. Definición y Características de las Empresas Familiares.....22

2.2.1. Empresa Familiar y Desarrollo Económico.....24

2.2.2. Internacionalización de las Empresas Familiares.....26

2.3. Algunos aspectos críticos de las Empresas Familiares que preocupa.....26

2.3.1. Fortalezas y debilidades de las empresas familiares .....27

2.3.2. Beneficios y desventajas de las empresas familiares .....35

2.4. Capital social .....37

2.5. Economía.....38

2.5.1. Posible Modelo Económico de la Ciudad de El Alto.....38

2.6. Características Socio Económicas de la Ciudad de El Alto y Las Empresas Familiares .....40

2.6.1. Tipo de Economía en la Ciudad de El Alto .....40

2.6.2. Sector Industrial Manufacturero.....41

2.7. Las Microempresas Familiares en El Alto Durante los Conflictos Nacionales Electorales en 2019.....43

2.8. Las Microempresas Familiares en Bolivia Durante la Pandemia de COVID-19.....43

2.8.1. De la Cuarentena Rígida a la Crisis Económica: ¿Quiénes Fueron las mas afectadas……..43

2.8.2. Daños al Tejido Económico Informal .....44

3. CORRIENTE O ENFOQUE ELEGIDO POR EL INVESTIGADOR……45

4. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES……..48

**CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN……..50

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN……..51

3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN……..52
3.1. Variable Independiente.....52
3.2. Variable Dependiente.....53
3.3. Definición Conceptual de las Variables.....54
4. POBLACIÓN Y MUESTRA 54
4.1. Población.....54
4.2. Muestra.....55
4.3. Informantes.....55
4.3.1. Información Secundaria.....55
4.3.2. Información Primaria.....55
4.4. Recopilación de Información.....56
4.4.1. Plan para la Recolección de Información.....56
5. AMBIENTE DE LA INVESTIGACIÓN 57
5.1. El Contexto Histórico de la Ciudad de El Alto.....57
5.2. Ubicación Geográfica.....58
5.3. Toponimia y Creación de la Ciudad de El Alto.....58
5.4. Administración Política y Territorial.....58
5.5. Lenguas que se Hablan.....59
5.6. Demografía.....60
5.7. Educación.....61
5.8. Caracterización de la Pobreza.....61
5.9. Esperanza de Vida.....61
5.10. Economía Plural.....62
5.10.1. Mercados y Ferias.....63
5.10.2. Ordenamiento Territorial en Economía Plural.....63
6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS……..64
6.1. Técnicas.....64
6.1.1. La encuesta.....64
6.1.2. La entrevista.....65
6.2. Instrumentos.....66
6.2.1. Guía de entrevista.....66
6.2.2. Cuestionario.....66
7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN……67
**CAPITULO IV: RESULTADOS**
1. SITUACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADOS……..68
1.1. Aspectos Demográficos de los Productores de Calzados.....68
1.2. Mercados y Volúmenes de Comercialización de Calzados.....77
1.3. Nivel de Conocimiento de los Productores de Calzados.....88

1.4. Determinar el Efecto que Ocasiona los Factores Externos, en la Producción de Calzados en la Ciudad de El Alto……91

**CAPITULO V: CONCLUSIONES**……97

**CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES**……100

**BIBLIOGRAFÍA**……102

**ANEXOS**……107

**INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico Nº 1. Participación porcentual departamental, gestión 2018, partida Fabricación de calzados……...42

Gráfico Nº 2. Distribución de la población encuestada por edad……..…67

Gráfico Nº 3. Distribución de la población encuestada según idioma……..…68

Gráfico Nº 4. Distribución de la población encuestada según grado de escolaridad alcanzada……..…69

Gráfico Nº 5. Estado civil de la población encuestada……..70

Gráfico Nº 6. Distribución de la población encuestada según la cobertura de salud……70

Gráfico Nº 7. Relación de propiedad de la vivienda que ocupa la población encuestada……71

Gráfico Nº 8. La casa donde vive es:……72

Gráfico Nº 9. Número de miembros de la familia de la población encuestada……..72

Gráfico Nº 10. Tiempo de innovación de modelos de calzados……75

Gráfico Nº 11. Tiempo de mantenimiento de la maquinaria……..76

Gráfico Nº 12. ¿De qué material prefiere los calzados?.....78

Gráfico Nº 13. Tipo de calzados producidos……78

Gráfico Nº 14. ¿Qué tipo de calzados utiliza en su día a día?.....79

Gráfico Nº 15. Producción de calzados por día (en pares de docenas)……..80

Gráfico Nº 16. ¿Cada que tiempo compra nuevos calzados?.....81

Gráfico Nº 17. Lugar de distribución o comercialización de los calzados……82

Gráfico Nº 18. Costo en bolivianos de las docenas de calzados…… ……83

Gráfico Nº 19. Expectativas de producción y elaboración para esta gestión 2022……83

Gráfico Nº 20. ¿Usted considera para la compra de calzado alguna marca específica?.....85

Gráfico Nº 21. ¿Habitualmente donde compra sus calzados?.....86

Gráfico Nº 22. ¿Qué monto destina a la compra de calzados en bolivianos?..... ……86

Gráfico Nº 23. ¿Qué hace con sus calzados usados?.....87

Gráfico Nº 24. Forma de remuneración a sus trabajadores……..…..89

Gráfico Nº 25. Factores que influyen en la preferencia de calzado nacional……..….91

Gráfico Nº 26. Amenazas a la producción de calzado nacional……..…92

Gráfico Nº 27. ¿Desarrolla alguna actividad laboral remunerada que se ha visto afectada por la pandemia?..94

Gráfico Nº 28. Usted compra calzados de origen……..…94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1. Participación de la industria cómo % del PIB…….. 41
Tabla Nº 2. Datos de exportaciones de partida Fabricación de calzados por departamento, gestión 2018... 42
Tabla Nº 3. Maquinaria empleada en el proceso de producción…….…... 74
Tabla Nº 4. Procedencia de la maquinaria que utiliza…….……. 74
Tabla Nº 5. Procedencia de la materia prima utilizada en el proceso de producción……. 77
Tabla Nº 6. Marca de calzados que produce…… 81
Tabla Nº 7. Territorio de la producción de calzados……. 84
Tabla Nº 8. Fuente de aprendizaje de la producción…… 87
Tabla Nº 9. Contribución de la organización APROCALVIE a sus afiliados……. 88
Tabla Nº 10. Número de empleados que cuenta su empresa…… 88
Tabla Nº 11. Monto en bolivianos por remuneración a los empleados…….…… 90
Tabla Nº 12. Producción de calzados en las gestiones 2018 – 2021…….…….. 90
Tabla Nº 13. El Estado en su conjunto genera políticas públicas para mejorar la producción de calzados... 93
Tabla Nº 14. Rentabilidad de la elaboración y producción de calzados…… 93

## INDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1. Operacionalización Variable Independiente (Producción de calzado por empresas familiares).53
Cuadro Nº 2. Operacionalización Variable Dependiente (Nivel Desarrollo y Crecimiento Socioeconómico)…53
Cuadro Nº 3. Idiomas con mayor predominancia por distrito…….……58
Cuadro Nº 4. Proyección de población al 2020……..……..59
Cuadro Nº 5. Población por sexo y grupos quinquenales de edad, censo 2012……..……..59
Cuadro Nº 6. Número de empresas por tamaño……..……61

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración Nº 1. La toma de decisiones en las empresas familiares……...30
Ilustración Nº 2. Solapamiento entre propietario y gerente……...31

## RESUMEN

Analizar las **Características de las Empresas Familiares del Rubro Calzado y su aporte al Desarrollo Socio Económico de la Ciudad de El Alto, Periodo 2018 – 2021**, es relevante porque permite comprender desde un enfoque multidisciplinario, las características principales de este importante sector económico y su influencia en el desarrollo socio económico de esta urbe, las unidades económicas de este rubro pertenecen a la economía popular y son microempresas familiares impulsadas por emprendedores experimentados en la producción, que contribuyen en la creación y generación de puestos de trabajo.

Sin embargo, el lema que los microempresarios familiares alteños de la industria del calzado han adoptado dentro de la globalización es: renovarse o morir, eso es derivado de la competencia que han generado los tratados internacionales, que facilitan competir en precio y productos de calidad, que satisfacen los gustos y preferencias del mercado consumidor. La principal fortaleza de la microempresa familiar es que el calzado es elaborado de diferentes tipos de cuero, lo cual da un valor agregado, tanto en variedad como durabilidad.

La investigación exterioriza, que la fabricación de calzado a un menor costo, se alcanza con la utilización óptima de la combinación y uso de los factores fabriles de la producción, tales como: los materiales, mano de obra y el uso de las máquinas. La productividad y los costos de producción son establecidos o se suceden, cuando los recursos invertidos se utilizan a un nivel dado de productividad; entonces, cuando ésta crece, los costos disminuyen.


´

## ABSTRACT

Analyzing the Characteristics of Family Businesses in the Footwear Industry and their contribution to the Socio-Economic Development of the City of El Alto, Period 2018 - 2021, is relevant because it allows us to understand, from a multidisciplinary approach, the main characteristics of this important economic sector and its influence. In the socio-economic development of this city, the economic units of this category belong to the popular economy and are family micro-enterprises promoted by entrepreneurs experienced in production, who contribute to the creation and generation of jobs.

However, the motto that family microentrepreneurs from El Alto in the footwear industry have adopted within globalization is: renew or die, this is derived from the competition generated by international treaties, which make it easier to compete on price and quality products, that satisfy the tastes and preferences of the consumer market. The main strength of the family business is that the footwear is made from different types of leather, which gives added value, both in terms of variety and durability.

The research reveals that the manufacture of footwear at a lower cost is achieved with the optimal use of the combination and use of the manufacturing factors of production, such as: materials, labor and the use of machines. Productivity and production costs are established or follow each other, when the invested resources are used at a given level of productivity; then, when it grows, the costs decrease.

# CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

El constante crecimiento de la actividad económica mundial, la diversificación y desarrollo de los sectores comercio, industria y servicios que engloban todas las actividades económicas que el ser humano como iniciativa propia construye, determina el bienestar de la sociedad en general. Las libertades económicas que el Estado y como ley natural que brindan, provoca, que a nivel micro la distribución de los recursos sea más eficiente. Es así que, la teoría de la empresa indica que un agente económico es tomador de decisiones y es racional, por ello, los determinantes del emprendedor o de un inversionista, observa primero la variedad de oportunidades de acuerdo a sus alternativas. Estas alternativas constituyen en factores decisorios.

En este sentido, la formación de las empresas familiares es construida por emprendedores, debido al alto costo que se incurre en la formación de empresas grandes. La realidad de la divergencia y convergencia de estas actividades económicas en la ciudad de El Alto y en Bolivia, es determinada por la ausencia de políticas municipales y de Estado en creación de oportunidades laborales, asimismo, debido al alto nivel de desempleo, pobreza extrema y moderada, y la concentración económica de la actividad empresarial en sectores primarios (minería e hidrocarburos) que no son productivos, inducen la iniciativa privada.

Por su parte, la concentración por actividad económica muestra: el sector comercial con 59,3%; la actividad industrial con 13,1% y servicios con 27,6%. Esta referencia, es la presencia de sectores generadores de ingresos y empleo, y la desindustrialización de la economía. La actividad de las MyPEs es calificada como un sector productivo, debido a la generación de empleos e ingresos.

De acuerdo a la premisa general, surge la interrogante de cuál es la importancia y el efecto de las Empresas Familiares en el Desarrollo y Crecimiento Socioeconómico. Para contestar esta interrogante, se desarrolla un modelo de regresores microeconómicos (empresa, empleo y producción) para un efecto macroeconómico (crecimiento económico), y para la validación empírica de la importancia y efecto buscado, se utiliza series temporales estadísticas publicadas por UDAPE, INE, y CONAMyPE, según estudios realizados en periodos 2017 - 2021, respectivamente. El modelo resuelto

permite, además de cuantificar la importancia y el efecto de las Empresas Familiares sobre el PIB, mostrar sus principales elasticidades.

El incremento de las micro y pequeñas empresas ha estado relacionado generalmente con una decisión de autogeneración de empleo, desprovisto de apoyos institucionales estatales y privados. Se ha constituido en el colchón amortiguador del desempleo. (Saravia, 2007, p. 39).

Según datos del Ministerio de Finanzas, en 2020 la ciudad de El Alto tenía registradas un total de 28.513 empresas vigentes, así mismo señala que "Durante el período 2005 a 2019 se crearon en total 26.028 nuevas empresas en esa urbe, que contribuyeron a dinamizar la economía de esa región". (2021, p. 1).

Una característica y condición es que en el caso de las micro y pequeñas empresas se trata de unidades económicas familiares, en las cuales se emplea fuerza de trabajo de los propios miembros del grupo social, ello significa un tipo particular de relaciones de producción de cooperación, por otro lado, se trata de mano de obra especializada a partir de la experiencia empírica que permite desarrollar competencias productivas que permiten seguir vigentes estos emprendimientos.

De manera general, el presente trabajo se divide en seis capítulos. En el primero se encuentra la Introducción (el problema, el objetivo, la hipótesis y la justificación de la investigación); el segundo capítulo considera el Marco Teórico, el tercer capítulo está referido al Marco Metodológico (tipo de investigación, diseño, variables, población y muestra, ambiente y procedimiento de la investigación) y los capítulos cuatro, cinco y seis, reflejan los Resultados, Conclusiones y Recomendaciones, respectivamente.

## 1. EL PROBLEMA

Una de las variables que condiciona el desempeño del sector real a nivel micro, es la realización de las libertades económicas, especialmente en economías en desarrollo, el municipio de El Alto y el Estado presupone una restricción presupuestaria que no condiciona a incurrir en actividades económicas. Por ello, la economía de mercado es el asignador eficiente de los recursos escasos, por efecto, de la formación de empresas productivas y extractivas.

El pensamiento clásico plantea (A. Smith), que la riqueza de las naciones esta impuesta en el desarrollo de la industria, generación de empleo y la competencia internacional contribuye de manera favorable al crecimiento del producto.

En este sentido, bajo los componentes de la oferta, el emprender cualquier actividad económica subrayado en las empresas, contribuyen significativamente en la generación de empleos, mayor producción, diversificación de la actividad económica, en efecto, provoca la expansión del producto nacional, asimismo, el incremento de bienestar material y psicológico de la población.

En el caso de las empresas dedicadas a la producción de calzados en la ciudad de El Alto, se trata de indagar acerca de sus principales características relacionadas con el volumen de producción, empleo de mano de obra, organización empresarial, destino de la producción y comercialización, ingresos que genera la actividad y satisfacción de necesidades de los miembros de las familias dedicadas a este rubro.

### 1.1. Planteamiento del Problema de Investigación

De acuerdo al punto anterior, el campo de las Empresas Familiares es un sector amplio, por ello, la importancia del presente trabajo se centra en las siguientes interrogantes:
¿Cuáles son las características de las empresas familiares del rubro de calzados en el desarrollo y crecimiento socio económico en los distritos 1 y 3 durante el periodo 2018 – 2021?

Es precisamente esta interrogante que motivan el desarrollo del presente trabajo y que se convierte en problema de investigación.

### 1.2. Delimitación Espacial y Temporal del Problema de Investigación

El periodo general de estudio del problema de trabajo es: 2018-2021 caracterizado por los efectos de la recesión económica mundial (en economías emergentes), la crisis social y política 2019, reprivatización de la actividad económica, el cierre del ATPDEA con EE.UU. y la crisis financiera internacional de finales de 2019, las restricciones a las exportaciones 2018, y la incertidumbre de la economía mundial debido al COVID 19, en 2020 - 2021.

## 2. EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.1. Objetivo General

Establecer las características de las empresas familiares del rubro calzados en el desarrollo y crecimiento socio económico de la ciudad de El Alto durante el periodo 2018 – 2021.

### 2.2. Objetivos Específicos

- Analizar las características sociodemográficas de las empresas familiares dedicada al rubro calzados en la ciudad de El Alto.
- Describir el tipo de tecnología que utilizan las empresas familiares en la producción de calzados.
- Identificar los mercados y volúmenes de comercialización de calzados en la ciudad de El Alto.
- Determinar el nivel de conocimiento de los recursos humanos en el proceso de producción de calzados.
- Determinar el efecto que ocasiona los factores externos, en la producción de calzados en la ciudad de El Alto.

## 3. LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

En atención a las consideraciones expuestas y la situación de las empresas familiares de la ciudad de El Alto, la hipótesis que se plantea es acorde con la teoría de crecimiento económico, misma que se plantea de la siguiente manera: ***"La producción de las Empresas Familiares contribuyen de manera significativa en el crecimiento socioeconómico del sector calzados en el municipio de la ciudad de El Alto"***.

### 3.1. Identificación de las variables dependiente e independiente

De acuerdo a la hipótesis de investigación se identifican las siguientes variables.

**Variables independientes,** producción de las Empresas Familiares.
**Variable dependiente,** crecimiento socioeconómico.

### 3.2. Operacionalización de la hipótesis de trabajo

Definición de Variables:

El número de Empresas Familiares a nivel de la ciudad de El Alto

Participación de las Empresas Familiares en el empleo: se refiere a la Generación del empleo respecto a la población económicamente activa.

Aporte de las Empresas Familiares al PIB: medido en el producto sectorial (en millones de bolivianos).

Y el Crecimiento Económico: medido a través del PIB (en millones de bolivianos).

## 4. LA JUSTIFICACIÓN

Existe evidencia empírica para las economías latinoamericanas respecto del efecto de las Empresas Familiares sobre el nivel de empleo, pobreza y producción.

A nivel social, la formación de las Empresas Familiares en la ciudad de El Alto (en mayor proporción de la economía informal) responde a respuestas de la existencia crónica de los índices de pobreza y desempleo, en economías en desarrollo, Bolivia en particular, este sector es generador de certidumbre en cuanto a la reducción de índices negativos en una economía. A nivel económico, la dinamización del sector provoca externalidades positivas a nivel micro y macro (ingresos de familias, utilidades de empresas, y en el crecimiento económico). Complementar que, el equilibrio macroeconómico es resultado de los buenos indicadores a nivel micro.

Por otro lado, la investigación se justifica en el marco del encargo de la Universidad Pública de El Alto que, a través de sus Institutos de Investigación, se orienta a la generación de conocimiento científico acerca de la situación social, económica y política de la ciudad de El Alto.

Existe la necesidad de comprender cómo las empresas familiares dedicadas a la producción de calzados generan empleos y contribuyen de esa manera a amortiguar los efectos de la crisis económica, tomando en consideración que el empleo formal pues la tasa de desocupación se encuentra en un 8,1 %, panorama en el que la autogeneración de empleo constituye un alivio para enfrentar la pobreza.

# CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En esta investigación se entiende por empresas familiares a las unidades productivas y de servicios en el ámbito de las microempresas del rubro de calzados en la ciudad de El Alto.

Para establecer este elemento, abordaremos la teoría en base a lo siguiente: conceptualización de distintos autores sobre las empresas familiares, economía popular y economía informal a partir de diversas perspectivas teóricas.

## 1. MENCIÓN DE OTROS ESTUDIOS RELATIVOS AL TEMA

Sobre el tema de la economía popular se han realizado diversos estudios, al que corresponden indudablemente las empresas familiares, en este caso del rubro de calzados, se refiere prácticamente en su mayoría a medianas y micro emprendimientos, que se caracterizan por el uso intensivo de fuerza de trabajo de los mismos componentes de las familias en base a una división del trabajo por los siguientes factores:

- Determinación de las actividades por género
- Actividades productivas de acuerdo a la edad
- Especialización en base a la experiencia acumulada

En este sentido, hay aportes desde diferentes perspectivas internacionales y nacionales, que repasaremos a continuación.

### 1.1. Empresas Familiares en el Contexto Internacional

Las empresas familiares necesitan mantener un equilibrio entre sus objetivos comerciales (crecimiento, innovación y reclutamiento) y sus objetivos familiares, como la conservación de los valores y protección de la riqueza familiar.

> Al respecto, algunos autores manifiestan que la empresa familiar es el principal motor de las economías en todo el mundo por su alta contribución al producto interno bruto y a la generación de empleo. En la empresa familiar, las interrelaciones entre sus subsistemas, propiedad, empresa y familia, provocan comportamientos y gestión diferenciados. Entre ellos, las empresas familiares generan lazos estrechos con su entorno, por ejemplo, la comunidad, los clientes o los empleados. (Anderson, et al, 2003; Astrachan, et al 2003; Lagos, et al, 2018; Gersick, et al, 1997; Uhlaner, et al, 2011; Neubaum, et al, 2012, citado en Maciel & Delgado, 2020).

**Derechos humanos laborales fundamentales (DHLF), buenas prácticas laborales (BPL) y responsabilidad social empresarial (RSE).**

Históricamente, las primeras formas de organización de la actividad comercial e industrial constituyeron una extensión del sistema familiar. Sin embargo, durante mucho tiempo se la ha prestado poco interés a la existencia y relevancia económica de este tipo de empresas; como consecuencia los derechos humanos laborales fundamentales, buenas prácticas laborales y responsabilidad social empresarial, fueron vulneradas por los contratantes.

> Inicialmente, es relevante destacar que México ha sido el primer país en reconocer los derechos laborales, lo cual se encuentra plasmado desde la Constitución de 1917 (Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH], 2016; Diario Oficial de la Federación [DOF], 1917). Adicionalmente, existen diversos instrumentos internacionales que reconocen el derecho al trabajo y los derechos humanos en el trabajo, los cuales han sido suscritos por este país. Entre ellos se destacan “La Observación General n.° 18, El derecho al Trabajo” (Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 2005) y los ocho convenios fundamentales emitidos por la Organización Internacional del Trabajo1 (OIT, 1996-2020). (Maciel & Delgado, 2020).

Aunque el concepto aún está en construcción, instituciones como la Organización Internacional del Trabajo han trabajado buscando su consolidación. De acuerdo con la recomendación 195 (OIT, 2005), los empleadores -tanto públicos como privados- deben implementar BPL en materia de desarrollo de los recursos humanos. Estas iniciativas deben considerar por lo menos tres perspectivas: la jurídica, la de clima laboral y la de beneficio a los trabajadores.

**Derechos Humanos Laborales Fundamentales (DHLF)**

De acuerdo con la legislación mexicana, los derechos humanos laborales fundamentales son la base para el mejoramiento de las condiciones de vida del trabajador en la empresa, al garantizar su libertad e igualdad. (1. Empleo estable, 2. Salario suficiente, 3. Condiciones satisfactorias de trabajo, 4. Libertas de asociación y acción sindical, 5. Contratación colectiva, 6. Derecho a huelga, 7. Derecho de género para las mujeres, 8. Protección a menores de edad, 9. Irrenunciabilidad de los derechos adquiridos, 10. Justicia laboral).

**Buenas Prácticas Laborales (BPL)**

Aunque el concepto aún está en construcción, instituciones como la Organización Internacional del Trabajo han trabajado buscando su consolidación. De acuerdo con la recomendación 195 (OIT, 2005), los empleadores tanto públicos como privados deben implementar BPL en materia de desarrollo de los recursos humanos. Estas iniciativas deben considerar por lo menos tres perspectivas: la jurídica, la de clima laboral y la de beneficio a los trabajadores.

**Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

> Como se mencionó con anterioridad, las prácticas de RSE son voluntarias y de tendencia innovadora. Algunos factores, como cambios en la industria, en las regulaciones o en los valores sociales, aceleran significativamente la integración de ellas dentro de las empresas. (Reyno, 2006, Caincross, 1992; Judge, 1998; Sharma, 2000; citado en Maciel & Delgado, 2020).

En algunos casos, bajo el principio de caridad se propone que las personas con más fortuna tienen como deber compartir su riqueza con aquellos que no tuvieron acceso a una mejor situación económica o social, como empleados, discapacitados, enfermos y ancianos.

> Sin embargo, otros trabajos cuestionan esa relación positiva. Por ejemplo, los resultados de Cuadrado- muestran que en las EF se antepone el interés financiero a las prácticas de RSE; o que la influencia familiar reduce su compromiso hacia la RSE, por lo que se estima que el comportamiento de la EF ante la RSE no es inherente a su naturaleza, sino contingente, donde algunos factores que se destacan son la tradición o los valores familiares; el tamaño; la innovación; el liderazgo generacional, el nivel de control o la participación familiar en la toma de decisiones. Para los factores determinantes dependen del tamaño, el sector y la generación, mientras que para los factores que favorecen la institucionalización de prácticas de RSE pueden agruparse en sectoriales, organizativos y de entorno. (Cabrera et al., 2005; Déniz y Cabrera, 2005; Suárez et al., 2011; Ballesteros et al., 2015; Cabeza-García et al., 2017; Niehm et al., 2008; Uhlaner et al., 2004; Sharma, 2004; Marques et al., 2014; Amato y Amato, 2007; Perrini et al., 2007; Nisim y Benjamin, 2008; Amann et al., 2012; Gavana et al., 2017; Sharma, 2004; Quintana, 2005; Campopiano et al., 2012; citado en Maciel & Delgado, 2020).

Indudablemente, el tema de las empresas familiares, el sector informal y la economía popular, ha generado un amplio debate a nivel internacional, en base a estudios sobre

este fenómeno económico. Una de las obras más relevantes ha sido el libro de Hernando de Soto, *El otro sendero*, que ha constituido un verdadero aporte para el estudio de este tema, que atañe fundamentalmente a las economías de América Latina y el tercer mundo, contexto en el que este tipo de actividades tienen amplia presencia, aunque también existe en el primer mundo.

A partir de esta obra, se han continuado los estudios sobre la temática planteada.

En el texto *Sector informal, economía popular y mercados abiertos*, (1987), en base a una mesa redonda de expertos latinoamericanos, Hernando de Soto, ahonda en el análisis de este tipo de economía, ejemplificando en base a diversos casos y hechos, afirma contundentemente que el sector informal se desenvuelve al margen de la ley, tiene fines lícitos, pero utiliza medios ilícitos.

Asimismo, menciona que se realizaron distintos estudios de campo en la ciudad de Lima, que permitieron establecer las características fundamentales del sector informal, pudiendo de esta manera establecer que:

> Lo investigado no es todo lo que hay que saber sobre los informales; pero es, indudablemente, relevante verificar una realidad y que haya, como consecuencia, surgido la gran interrogante: ¿Por qué han tenido que hacer los informales las cosas ilegalmente; cuáles son los costos que significa esta situación para la economía y cómo se puede solucionar el problema? En primer lugar, creemos, hemos detectado el porqué. La respuesta que surge es: El costo de la ley es muy alto para los pobres... (p. 3).

Señala también que realizaron experimentos en el campo de la economía informal, que permitió determinar que la ley cuesta mucho a los pobres constituyéndose en un elemento que arrincona muchos emprendimientos en esa condición de “informales”, sumado a los costos económicos están también los costos en tiempo, al establecer en uno de los experimentos que tardaron 289 días para legalizar una actividad económica.

El texto muestra una verdad irrefutable que pese a los años de publicación de la obra no ha cambiado al presente en América Latina y por ende en Bolivia que consiste en que la ley trata de manera diferenciada a los pobres, las clases medias y a las clases altas, poniéndose muchas trabas a los primeros. En este sentido:

> Si el Estado no garantiza la propiedad, si no facilita las transacciones, si el Estado no ayuda a resolver disputas; si el Estado no trata de compensar las externalidades negativas

> que producen las transacciones entre los privados o los particulares; si el Estado no crea una buena legislación contractual, sencillamente el mercado no funciona tan bien. Concluimos que los pobres tienen grandes costos de transacción y muchos de ellos son obstáculos que no tienen sentido... Los 207 pasos burocráticos para vivienda que descubrimos nosotros se pueden reducir a 7. La ley, aquella que quiere salvaguardar los intereses de todo el mundo, no está siendo aplicada. Mejor es que se lleve a la práctica una parte de ella, a que no se aplique casi nada y, sobre todo, que obstaculice a los que son menos ricos. (p. 4).

Por otro lado, Manual Mora y Araujo en el mismo libro afirma que el problema del sector informal de la economía se encuentra ampliamente diseminada en la república de Argentina, alcanzando en la época de la publicación del texto, al 50% de la población económicamente activa, que no está centrada sólo en los pobres.

> En lo que podemos llamar el “modelo argentino”, la informalidad se refiere a gente que quiere salir del mercado; no a la que quiere entrar y no puede. La gente que está y no sabe qué hacer para dejar de estar allí. Y esto que había sido, en general, percibido como un fenómeno de significación menor, encontramos que tiene una trascendencia muy profunda y muy central en el funcionamiento de la sociedad. Porque no es ya el fenómeno de algunos pobres, de algunos vendedores ambulantes o de algunas personas de clase media o profesionales. (p. 6).

Se puede apreciar y concluir que la economía informal el difícil superar y que forma parte constitutiva de la economía capitalista moderna, es, por lo tanto, inherente al sistema, por lo que se la considera como un fenómeno estructural.

Establece también que es tan extendida en la economía y que incluye a amplios sectores sociales, ejemplificando cuando un profesional médico, contador, etcétera, no otorgan “recibo”, esta situación evidentemente se da también en nuestro país cuando no se otorgan factura por ejemplo por servicios del dentista y otros.

Manfred Max Neef, autor conocido, que también forma parte de la obra que exponemos, señala puntos cruciales, prefiriendo denominar al sector informal como *mundo invisible*.

Afirma que el mundo invisible, el sector invisible no crea empleo, crea trabajo porque este último es tan antiguo para la humanidad, por lo que es más que el empleo que es una invención moderna del capitalismo.

> Otro aspecto, consiste en la necesaria diferenciación para la emergencia y existencia del sector invisible, que hay más motivaciones que las barreras institucionales, por ejemplo, las trabas en los trámites de legalización de las actividades económicas que en América Latina son muchos y en EEUU son pocos, pero también es estas latitudes existe ese mundo invisible, por lo tanto, hay un *"abanico de gran complejidad que hay que es necesario entender".* (p. 11).

Otro aspecto que enfatiza es que la economía invisible es muy funcional para el sector formal, ya que determinadas empresas viven del trabajo informal o ilegal del mundo invisible.

También ocurre en Barcelona, donde gran parte de la industria textil está informalizada, está sumergida. Las maquinarias que estaban antes en las fábricas están ahora distribuidas en montones de talleres subterráneos, lo que es muy útil para el sector formal. (Ídem).

Este fenómeno se da también en la actualidad en la industria textil en Brasil, Argentina y Bolivia.

En un estudio más reciente, Marín, K., Maldonado, P. y Olmedo, J. (2020). *Análisis del sector informal y discusiones sobre la regulación del trabajo en plataformas digitales en el Ecuador.* CEPAL, analizan este sector para el contexto ecuatoriano, estructurando el trabajo en cinco capítulos en los cuales dan cuenta de este fenómeno recurrente en América Latina, los cuales son: I. Análisis del mercado laboral en Ecuador, II. El fenómeno de la informalidad en el Ecuador, III. Nudos críticos y política pública implementada a favor del mejoramiento de la calidad del Empleo, IV. Políticas públicas enfocadas en la regulación de las plataformas digitales, y, V. Recomendaciones para el diseño de estrategias para reducir la brecha del acceso a empleos de calidad en Ecuador.

La novedad, sin duda, es que estudio es de actualidad y aborda también como un plus el ámbito de las plataformas digitales y sus aplicaciones en la economía, si bien este estudio hace referencia hasta 2019, ya nos brinda amplia información sobre la regulación de estas herramientas de internet en actividades económicas ampliamente reconocidas por la ciudadanía de los países de américa latina, tales como la aplicación UBER en el transporte urbano de pasajeros y la industria del delivery.

Con la pandemia del COVID-19 en América Latina a partir de marzo de 2020, las ventas por las plataformas digitales han experimentado un verdadero boom.

Otro aspecto relevante de crucial importancia de la obra es la conceptualización actualizada de economía informal, sector informal y empleo informal que es un fenómeno de gran difusión en los países latinoamericanos, en especial.

> El estudio realiza un repaso de las diferentes interpretaciones del mundo informal, desde el origen del concepto a partir del aporte de Keith Hart, en base a sus estudios de la economía formal e informal en África en los tempranos años de la década del setenta. (p. 17).
>
> Los autores logran clasificar las definiciones en cuatro corrientes epistemológicas a saber, escuela dualista, escuela estructuralista, escuela legalista y escuela voluntarista, mencionando en ellas a algunas figuras emblemáticas del estudio de la informalidad como Castell y Hernando de Soto. (p. 17-18).

Citando a la OIT (2013), establecen las siguientes características de la economía informal:

> 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 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; Las unidades de producción de la economía informal presentan los rasgos característicos de las empresas de hogares; El activo fijo y otros valores no pertenecen a la empresa en sí, sino a sus propietarios; Las unidades como tales no pueden efectuar transacciones o celebrar contratos con otras unidades, ni contraer obligaciones en su propio nombre; y, Los propietarios tienen que reunir los fondos necesarios por su cuenta y riesgo y deben responder personalmente, de manera ilimitada, de todas las deudas u obligaciones que hayan contraído en el proceso de producción. (p. 18).

Así también, los autores, definen el sector informal como unidades económicas que operan a baja escala, con un bajo nivel de organización, mínima división del trabajo y mecanismos de reclutamiento del personal a partir del empleo ocasiones en base a relaciones sociales con “conocidos” y por parentesco, entre otras características.

Finalmente, proveen la siguiente definición de empleo informal.

> El empleo en el sector informal se puede entender desde dos visiones: 1) La visión legal, que considera a la informalidad como una actividad marginal e ilegal y 2) La visión económica que reconoce que existe incapacidad de generar suficientes plazas formales de empleo. (p. 20).

Continuando con la revisión de aportes de estudios, presentamos los siguientes:

**"Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización"** Carlo Ferraro y Sofía Rojo, Organización Internacional del Trabajo, Chile, 2018.

En el artículo los autores afirman que las MYPES generan empleo y ganancias económicas, pero en Ameca Latina y el Caribe, se encuentran en estado de informalidad que es un fenómeno multidimensional que requiere un abordaje integral de manera pública con políticas económicas.

En América Latina y el Caribe es el sector informal el que predomina en las MYPES por tal razón la producción suele ser baja con la generación de empleo incierto, para entender este fenómeno desde las políticas de desarrollo productivo, los incentivos microeconómicos de mercado, el marco institucional y finalmente el contexto macroeconómico. El artículo en cuestión nos da un ejemplo de un diseño de ejecución de política pública MIPYME: Política MIPYME integrada a la estrategia del desarrollo productivo, fortalecer la articulación público-privada. Diseño de políticas basado en evidencia, considerar heterogeneidad, evitar multiplicidad de objetivo. Considerar instancias de coordinación entre políticas, ejecución de estables y presupuestos adecuados, Evaluar y rediseñar interactuar con las empresas y formas de representación, Pasar de "experiencias novedosas" a instrumentos de alcance masivo. Los autores sostienen:

> Las brechas de productividad entre empresas por tamaño, también, se refleja en el plano laboral con incidencia en los indicadores de trabajo decente y condiciones de trabajo. Igualmente, en la calidad del empleo y en los niveles de ingresos de algunos segmentos más vulnerables, de cobertura de la seguridad social, de grado de sindicalización y de informalidad. Este patrón de comportamiento afecta la calidad del empleo y al estar ligado a elementos estructurales como la productividad es un freno para un desarrollo económico más inclusivo. (p. 50).

Según datos suministrados por el Departamento Nacional de Estadística - DANE, es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia.

> En tal sentido, las pequeñas y medianas empresas representan aproximadamente 90% del potencial empresarial nacional, las cuales generan un 73% de empleo y aportan un 53% de producción bruta de los sectores industria, comercio y servicios. Es así que, las empresas familiares EF son fundamentales en el contexto económico nacional, ya que permiten generar empleo, ingresos, flexibilidad laboral, capacidad de adaptación y aprendizaje. Sin embargo, es curioso ver cómo, aún con la importancia mencionada, es difícil encontrar consolidados de censos actuales sobre estas unidades empresariales. (Jaramillo, 2005; citado en Fernando, Maritza, & Tatiana, 2020).

En el caso argentino, la Empresa Familiar se genera motivada de acuerdo al contexto cultural, social y económico; principalmente, es el resultado como fruto de la inspiración y la audacia de un individuo. Al respecto, se considera algunos estudios que amplían el panorama.

> Esa empresa individual requiere que el mismo sea operario, comprador, vendedor y administrador. A medida que el negocio se va desarrollando, es necesario que vaya delegando alguna o parte de esas funciones; generalmente, debido a la desconfianza, conveniencia o incluso, inadvertidamente, se van descargando funciones en miembros del grupo familiar más cercano (hermano, hijos). Una variante de este esquema es la actividad emprendida en conjunto por un grupo de hermanos, bajo la dirección de uno de ellos.
> A medida que el negocio progresa se van incorporando otros integrantes del grupo familiar, privilegiando a los del mismo grado por sobre el resto, y ya comienza a verse la necesidad de incorporar a terceros con ciertas especialidades requeridas por el negocio (pero reservando siempre los puestos de mando para los familiares.
>
> Con el paso del tiempo el proceso no se agota ya que se van incorporando generaciones sucesivas (nietos, sobrinos) y parientes por afinidad (esposas o esposo de aquellos). Se hace referencia en el documento de. (Barone, 1999).

## 1.2. La Empresa Familiar en el Contexto Nacional

Las empresas familiares son muy importantes para la economía de Bolivia. Sin embargo, las propias características de la propiedad y gestión en la empresa familiar hacen que

estas empresas tengan elementos claramente diferenciados en comparación a las empresas no familiares.

**"Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad**" Samuel Israel Goyzueta Rivera, Revista Perspectivas n.31, Cochabamba, 2013.

El artículo en cuestión aborda el tema de cómo las empresas microempresas familiares abordan distintos tipos de dificultades a causa de esto menos del 30% de estas llegan a pasar a un segundo nivel para dejar de ser microempresas, que crean hijos ricos, pero nietos pobres con la sucesión empresarial, por tal razón aquí se aborda un modelo para poder gestionar una microempresa para que tenga éxito comercial y alcanzar el crecimiento. Por ejemplo, en Norteamérica estas empresas comprenden más de la mitad de fuentes de empleo que genera y a nivel mundial aproximadamente el 50% del producto nacional interno bruto. También a base de distintas fuentes y autores da consejos y sugerencias sobre cómo debería ser la óptima planeación, administración, comercialización, producción y su relación con el Estado de las empresas familiares en Bolivia.

> Se ha de tener en cuenta que en una empresa familiar se provoca una situación compleja debido a la existencia de tres sistemas interrelacionados, que son la propiedad, la gestión y la familia y que habitualmente coinciden en las mismas personas, es decir, que la misma persona es familiar, propietario y gestor, haciendo la situación realmente compleja. Por ello, se requiere compatibilizar los intereses de los distintos colectivos implicados en la propiedad y gestión de la empresa familiar, un proceso que favorece la existencia, a menudo latente, de tensiones en el seno de estas empresas. (p. 129).

**"Bolivia: Situación y perspectivas de las MPYPES y su contribución a la Economía"** Dionisio Borda, Julio Ramírez, Serie de Notas de referencia, Banco Interamericano de Desarrollo, junio de 2006.

Es un informe del BID que aborda distintos de tipos de consejos para las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel estratégico para su adecuación al nuevo gobierno que entraría en vigencia el 2006. Trata de responder la pregunta sobre si es posible que las microempresas dejen de serlo para poder expandirse y generar empleo a su vez producir al mercado interno y externo. Entran detalles como: si la relación costo beneficio en este tipo de emprendimientos genera ganancias para justificarse, o los costos de producción.

Para hacer este tipo de informe se basa en primero analizar la economía de Bolivia en los años 80 y 90, el producto interno bruto. La inflación y el nivel de pobreza. Luego abre el tema sobre la informalidad, de cómo esta genera baja productividad y por consecuencia el desempleo; basándose en datos del INE de Bolivia de esa gestión muestra como a lo largo de los años baja o aumenta dependiendo del contexto social o político, siendo el sector informal más de 71%. Por otra parte, solo el 1,5% de 36.252 de las micro, pequeñas o medianas empresas exporta según el SAT (Sistema de Administración Tributaria), muchas de estas siendo tan informales que no pueden no estar registradas en ningún informe y no poseen NIT o RUC o Licencia Municipal de Funcionamiento. Sobre los contratos de este tipo de empresas indica que muchos están fuera del salario mínimo y en los más informales son solo a “palabra dada”, La baja calidad de la mano de obra de las MPYMES tienen la necesidad de modernizar y actualizar la capacitación, entrenamiento y experiencia de trabajo de los recursos humanos. Esto implica promover el desarrollo de entidades privadas de alta calidad en la formación de recursos humanos técnicos, incorporando áreas de innovación, calidad gerencial y de gestión productiva en los segmentos empresariales.

**“Que sucede si eres parte de las micro y pequeñas empresas MYPES de Sucre durante el COVID-19**” Iván Marcelo Poveda Velasco, Revista Digital, investigación & negocios, Sucre, 10 de abril 2021.

Durante la pandemia mundial del COVID-19 los sectores más afectados en el ámbito económico de Bolivia fueron las micro y pequeñas empresas según los representantes de este sector y distintos analistas, una de las fuentes usadas es la CAINCO que en base a 117 empresas con entrevistadas y cuestionarios se tiene el conocimiento actual sobre las mismas, tomando en cuenta los créditos bancarios y las políticas nacionales existentes. Muchas de las empresas manufactureras han despedido a varios empleados, vender las maquinas o cerrar la empresa y cambiar de rubro en varios casos llegar a la informalidad. Antes de la llegada de la pandemia Bolivia ya tena una crisis política social en 2019 que causa una recesión y baja productividad generando desempleo y el cierre de emprendimientos para después en 2020 la llegada del coronavirus a Bolivia y las políticas sanitarias resintieron más en la economía de las micro y pequeñas empresas a esto se sumó el riesgo de contagio de loes empleados, la cuarentena, horarios reducidos, mitad de los recursos humanos en producción para evitar la aglomeración de personas. Por

estas razones CONAMYPE sugiere que el estado ayude con inyección de dinero o nuevos créditos por mencionar algunos; por lo tanto, dice:

> Es indudable que durante la gestión 2020, la pandemia Covid-19 provocó el cierre de muchos pequeños emprendimientos, a pesar de la ayuda de las autoridades nacionales con el diferimiento del crédito, así como de facilidades al financiamiento, muchas de ellas no pudieron acceder debido a los requisitos exigidos por las entidades financieras. Esto aún se puede ver que muchos emprendimientos actuales y MYPES con mayor antigüedad perdieron sus negocios. (p. 73).

**"El mercado del calzado en Bolivia"** Jokin Franco Oyarbide, ICEX España Exportación e Inversiones, La Paz, 2020.

En este informe nos explica que: El mercado del calzado es muy dependiente de las importaciones, siendo las exportaciones prácticamente muy bajas y siendo prácticamente nulas, se ha visto reducida en los últimos 5 años gracias a la política comercial del gobierno. Los principales mercados son de Brasil en un 47%, China con un 31%, Vietnam un 11% e indonesia 6%. El problema principal de los productores locales es la falta de industria y maquinaria especializada que le permita competir con productores extranjeros. El futuro de la producción de calzado en Bolivia es incierto por el hecho de que gran parte de la población boliviana y la clase media está más interesada en productos del exterior. Comparando las ventas de calzado de Bolivia y España el autor argumenta:

> A pesar de las dificultades mencionadas, existen empresas bolivianas que han logrado desarrollar su producción a nivel industrial. El mayor exponente es Manaco (grupo Bata), una empresa manufacturera destinada a la comercialización y fabricación de calzados que actualmente comercializa cerca de 5 millones de pares al año en más de 125 tiendas por todo el país. La compañía es líder del mercado agrupando cerca del 30% de las ventas. (p.4).

Este estudio puntualiza que Bolivia es unos de los países con menor producción e industrialización, sin embargo, también se puede rescatar que existe un progreso o crecimiento económico en los departamentos de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, pero a raíz de la pandemia COVID-19, se vio afectada a travesando una crisis económica.

**"Economía popular y solidaria ¿realidad o utopía? caracterización de las entidades de fomento"** Castro Ana, (2018) Universidad Politécnica Salesiana, Abya-Yala.

El texto hace notar que la economía popular también denominada economía solidaria o economía trabajo es una manera de visibilizar o valorar las actividades que desarrollan para el bienestar de las personas o comunidades y de tal manera poder satisfacer las necesidades humanas.

Su teoría central es la de sustentar que la actividad económica popular, no simplemente es el intercambio de mercado, sino que también consideran aspectos como la redistribución y reciprocidad, estos dos factores hacen que la economía sea homogénea con el fin de dar y recibir.

> La economía popular, puede ser entendida como un conjunto inorgánico de actividades realizadas por trabajadores, subordinadas directa o indirectamente a la lógica del capital, que puede adicionarse para que se transforme en un subsistema económico orgánicamente articulado, centrado en el trabajo. (Medina, 2018).

Cabe destacar que en la economía popular se considera en sus tres elementos para satisfacer las necesidades humanas, las mismas son: Producir, distribuir y consumir, es así que las Microempresas familiares en rubro de calzados trabajan con la economía popular o dicho de otra manera economía de trabajo.

**“Empresas Familiares Diagnostico estratégico para la toma de decisiones”** Vanoni Giuseppe, Brito María, Vasco Fabricio, Brito A. Jorge, Alfonso Jesús. (2012) Universidad Internacional del Ecuador.

Analiza que la empresa familiar, es una organización conformada por miembro de consanguineidad, así mismo resalta la importancia de una empresa familiar y con qué fines está siendo creada, también en las empresas familiares o microempresas hacen la designación de roles a cada miembro de la empresa familiar, considerando ante todo que el que designa los roles debe ser un conocedor del mercado y de esta manera poner a flote la Empresa Familiar.

> Las Empresas Familiares, como campo de estudio en la economía y, especialmente en el escenario de los estudios gerenciales, es un fenómeno relativamente nuevo que se inició formalmente en Estados Unidos. A lo largo del tiempo, diversas obras han abordado la problemática de este tipo de empresas, las cuales proponen, a manera de recetas, diferentes formas de mejorar su desempeño económico y productivo, generalmente con base en postulados de la teoría económica y de la ciencia de la dirección. Desde entonces, su estudio ha sido de especial interés para los investigadores, ya que, de

> acuerdo a múltiples autores, alrededor del 60 al 80% de las empresas en el mundo son familiares. (Martinez, Ochoa, Mora, Aguilar, & Omaña, 2000).

Así mismo proponen, diferentes formas de mejorar su desempeño económico productivo. El crear una Empresa Familiar el crear una empresa familiar tiene aspectos a favor y en contra, es un entorno donde se puede relacionar dos aspectos el poder y el dinero y eso es lo que hace muy particular a otras organizaciones o empresas.

**"Las empresas Familiares en América del Sur frente al Covid-19"** Coelho Jubran, Oliveira Carolina, Private Enterprise, abril, 2021.

En este informe indica que las empresas familiares han sido cada vez más reconocidas a lo largo de este trayecto, tenían o tienen la capacidad de generar empleo.

Una gran cantidad de empresas en América del Sur refieren que la pandemia de COVID-19 afecto en el crecimiento de las empresas familiares disminuyendo los ingresos y por lo mismo muchas de las empresas tuvieron que cerrar para enfrentar la crisis venía con la pandemia, se plantean 12 nuevas estrategias de desarrollo para adaptarse realidad empresas tomaron la decisión de reducir gastos en diferentes ámbitos o espacios de sus empresas familiares. Así también hace notar que en el año 2020 el PIB descendió a un 3% en dicha gestión.

> La importancia de las empresas familiares es cada vez más reconocida en todo el mundo. Su capacidad para generar valor y empleo ha sido una de las características más destacadas por los especialistas que dedican su tiempo al estudio de nacimiento, composición y desarrollo de estas organizaciones; por lo que ha sido de especial interés en los últimos años la generación de políticas y medidas orientadas a fomentar y mejorar su aparición y sostenibilidad, en el tiempo, especialmente en Latinoamérica. (Coelho & Oliveira, 2021).

**"Las diversas Tipologías de las Empresas Familiares: un acercamiento Teórico"** Jorge Zamudio y José Satsumi, Articulo 7, Sucre, Bolivia 2014.

Las empresas familiares son la unidad principal para el desarrollo de cualquier región, ya que, a través del tiempo y crecimiento de esta, se aporta de gran manera a la economía del país.

Las empresas familiares tienen sus propias características que los diferencian de las demás empresas, como ser: propiedad, las relaciones afectivas con los propietarios, la

visión, el poder y control, continuidad del negocio, la legitimidad, la capacidad de elegir, la valoración de la propiedad, el empleo, el salario, los dividendos, la confianza, la disciplina y la comunicación.

Así como se caracterizan por ser únicas, estas se diferencian también por nueve tipologías que señala el artículo, estas son: tipología por aptitud se diferencian por "actitud/voluntad"; tipología por aportación familiar se diferencian por ser profesionalmente preparados; tipología por desempeño y dirección dentro de esta resulta útil dos enfoques: la empresarial y la familiar, la primera le da la dirección a la empresa y la segunda la organización que debe tener; tipología por evolución, está compuesta por cuatro dimensiones, dos son parte de la actividad del negocio y otras dos en la relación familiar. Estas evoluciones optan por tres caminos, el primer camino es la "tradicional" que es de tipo bonsái, el segundo camino es "evolución rápida" es cuando el fundador es un verdadero líder de la empresa y usa todas sus capacidades y las oportunidades que le ofrece su entorno, el tercer camino es la "evolución equilibrada" es donde la empresa maneja las cuatro dimensiones; tipología generacional, se diferencia por la sucesión del manejo de la empresa una vez que los fundadores de dicha empresa lleguen a la muerte, los sucesores serian hijos e hijas, y por consiguiente primos; tipología por nivel de diversificación, este tipo de tipología se aplica para las empresas centenarias as cuales han desarrollado a lo largo de su vida más de cien años; tipología por relaciones de trabajo, tiene la firme convicción de estar unido en el ámbito familiar, más sin embargo han decidido dejar de ser una empresa familiar y ser más familia para evitar la ruptura de la familia; tipología por tamaño, se basa en el tamaño de la familia y el tamaño dela empresa; tipología por transformación, se basa de una empresa familiar a una familia empresaria.

**"Efectos de la pandemia COVID-19 en mujeres del sector informal de la economía en Bolivia"** Ximena Pabón y Bernarda Sanabria, Archivo digital, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Asuntos del Sur, 2021.

La pandemia del covid-19 encontró a Bolivia en un estado de crisis generalizada de polarización, fractura socio-cultural y violación de los derechos humanos. Todo esto protagonizado por un gobernó transitorio que no tenía la legitimidad de la población boliviana.

Al no ser un gobierno legítimo las medidas y políticas para hacer frente a la crisis sanitaria se desarrollaron en un contexto de pugnas políticas partidarias, donde no hubo coordinación entre los distintos niveles del Estado. Ignoraron además los problemas estructurales económicos caracterizados por un sector informal conformado por el 80 % de la población, del cual el 70% son mujeres.

Las políticas y medidas implementadas del gobierno transitorio no han tenido un impacto en el manejo de la recuperación de la economía del sector informal, lo que genero un incremento desproporcional del sector informal, debido a las necesidades que presenta la población.

El objetivo del estudio es analizar los efectos de la pandemia COVID-19 en mujeres del sector económico informal de los municipios de La Paz y El Alto de Bolivia.

## 2. MENCIÓN DE LOS PUNTOS DE VISTA DE OTROS INVESTIGADORES

### 2.1. Microempresas, Pequeñas Empresas y Empresas Familiares

> Al respecto, en la exitosa nación de Japón, la empresa familiar es denominada Shinise. El Shinise es una empresa de larga vida, una tienda antiguamente establecida o un negocio perdurable. El origen del Shinise viene del concepto “imitación de cómo administrar las cosas”. El ejemplo más memorable de este tipo de empresa familiar japonesa es Kongo Gumi Co. Ltd. que fue por más de 1,420 años una cultura de negocio familiar que operó continuamente. Ellos se especializaban en la construcción de templos budistas, sus actividades continuaron alrededor de 40 generaciones. (Rivera, 2013).

Mientras que en la estructura empresarial boliviana predomina el sector de microempresas. Dentro de este sector existen, a su vez, las microempresas productivas con posibilidades de desarrollo y las microempresas de subsistencia. El sector predominante son las segundas, que se crean más bien como amortiguadores de desempleo, cuya ventaja comparativa es precisamente la informalidad. Este segmento debe ser considerado más bien como parte de la política social de lucha contra la pobreza que como un sector vinculado a la estructura productiva del país. (Borda & Ramírez, 2006).

> En el mismo documento de referencia, los autores enfatizan la importancia de ambos tipos de microempresas. Por una parte, están aquellas (subsistencia) que generan empleos (o subempleo) y una producción con escaso o nulo valor agregado y otras que no solo

> generan empleo sino también valor agregado y poseen potencialidades de desarrollarse como empresas, a través de su capacidad de vincularse a cadenas productivas. Estas cadenas productivas facilitarían acceso a tecnología, crédito y mercado a las microempresas, permitiendo su formalización y crecimiento. No obstante, la política sectorial debería insistir en la capacitación de los recursos humanos de este sector, aumentar el nivel de competitividad, facilitar la incorporación de mejoras tecnológicas y cooperar en crear incentivos para la comercialización como el ATPDEA. (Borda & Ramírez, 2006).

Desde la óptica de algunos investigadores apasionados en descifrar y generar información en el campo económico como son las MYPEs; acorde a la evolución de la ciencia y arte de la administración nace la institución universal denominada, Empresa Familiar. En general, se suele asociar a las empresas familiares con las micro y pequeñas empresas y poco profesionalizadas; pero en realidad lo que las define no es su tamaño ni la calidad de su gestión directiva, sino el hecho de que la propiedad y la dirección estén en manos de uno o más miembros de un mismo grupo familiar y que existe intención de que la empresa siga en propiedad de la familia, como un hecho cultural.

> Bolivia, se caracteriza por ser un mercado pequeño, con reducido nivel de industrialización y un alto índice de pobreza. Con 11 millones de habitantes aproximadamente, el PIB per cápita en 2018 fue de 3.005€. A pesar de esto, se ha observado un claro crecimiento de la clase media muy concentrado en los principales centros urbanos del país: La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Esta tendencia se frenará obviamente por la crisis económica como consecuencia de la pandemia del Covid-19: el país crecía entono al 4% anual, sin embargo, las estimaciones para el año 2020 por parte del Banco Mundial (BM) se han visto reducidas a una contracción del 5,9%, mientras la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) la situó en 5,2%. (Oyarbide, 2020).

## 2.2. Definición y Características de las Empresas Familiares

Es necesario mencionar que las empresas familiares pueden ser micro y pequeñas empresas que solo cuentan con pocos empleados y que por lo general son integrantes de la familia, como un gran emporio industrial o empresario que maneja gran cantidad de firmas.

> Según el estudio realizado por Martínez Nogueira (Empresas Familiares, ed. Macchi, 1988) elabora una definición de estas empresas, según la cual la empresa familiar constituye la conjunción de dos instituciones: la empresa y la familia. La empresa - institución

> económica, vinculada a la producción de bienes y servicios destinada a la satisfacción de necesidades humanas-es un ámbito social del trabajo y un medio para la coordinación de esfuerzos sobre la base de la cooperación. La familia - institución previa a la empresa, de significación humana y social más amplia, con proyección temporal a través de la acción procreadora y educativa-no se agota en las actividades que pueden realizarse en su seno, ya que permite y promueve la identidad social del individuo, constituyendo una comunión de personas en la que estas participan en forma plena a través de lazos y relaciones fundamentalmente afectivas. Es decir, la empresa es un instrumento, una herramienta creada por el hombre para superar las restricciones que le impone la naturaleza y para transformarla. La familia tiene su esencia fundamentalmente opuesta, y en esta diferencia radica lo sustancial de los problemas de la empresa familiar. (Barone, 1999).

En el mismo documento se hace referencia y énfasis a las características particulares de las empresas familiares, a continuación, se detalla como sigue:

a) Al principio la propiedad está en manos de una sola persona o la familia, con lo cual la responsabilidad de todo el negocio lo asume uno.
b) Son empresas en crecimiento, con una participación creciente en el mercado y con las crisis propias de las empresas en desarrollo.
c) Generalmente utilizan mano de obra no calificada.
d) Con frecuencia en la empresa pequeña familiar la producción es no planificada.
e) Son altamente dependientes de los proveedores locales, y sufren sus problemas.
f) Sus clientes suelen ser grandes empresas que le imponen su mayor poder de negociación.
g) Dificultades al conseguir financiamiento.

Estas características son comunes en cualquier empresa pequeña o mediana, pero hay un elemento que las diferencia de las demás y el cual es de suma importancia cuando se las quiere analizar: la coexistencia de dos realidades superpuestas con objetivos contrapuestos: la empresa y la familia.

> Se considera una empresa familiar aquella unidad económica cuya propiedad está en manos de una o varias familias, cuyos miembros intervienen de forma decisiva en la administración y dirección del negocio. Existe, por tanto, una estrecha relación entre propiedad y gestión o, dicho de otro modo, entre la vida de la empresa y la vida de la familia. (Vainrub, 2006; Ministerio de Economía, 2003; citado en Jiménez & Piña Zambrano, 2011).

> Existen diversas ideas y definiciones del concepto de empresa familiar, de acuerdo a los autores referidos en el documento, una empresa familiar es una "organización económica sostenida por vínculos de afinidad reconocidos socialmente, como la relación entre padres e hijos, entre hermanos o individuos con cierto parentesco." También señalan que su objetivo es darle continuidad generacional al derecho de propiedad y su control, ya sea para garantizar la seguridad económica de la familia, conservar la herencia o mantener la unión parental (Ramirez y Hernández, 2015; citado en Tuxtla Gutiérrez, 2015).

De la misma forma, autores referidos en el documento, brindan sus puntos de vista respecto a las características particulares de las empresas familiares donde se mencionan:

> Las decisiones empresariales, las cuales están a cargo de la familia, aunque las responsabilidades y la dirección son asumidas solo por algunos miembros de esta; las relaciones familiares, las cuales interactúan con la actividad empresarial y ejercen influjo bidireccional. Por otra parte, el mercado de la empresa, su marco legal y su cultura organizacional son aspectos que generan variaciones en la Empresa Familiar. Aunado a lo anterior la dificultad de poder establecer y conformar su propio talento humano en las Empresas Familiares influye tanto en su desempeño organizacional como en los valores con los que se identifican sus miembros. Otros aspectos que menciona son la concentración del poder, la falta de delegación de funciones, de tecnología, de planeación a corto, mediano y largo plazo y los fallos en la comunicación interna. (Rentería y Orozco, 2012; Sandoval y Guerrero, 2010; Jaramillo, 2005; citado en Fernando, Maritza, & Tatiana, 2020).
>
> De acuerdo a varios autores referidos en el documento, hacen referencia a los valores (algunos mencionados como el respeto, la honradez y el orgullo por la empresa) que son compartidos por los administradores familiares y los no familiares generan tanto motivación, cooperación y compromiso, lo cual se refleja en culturas fuertes y bien administradas que incrementan la eficiencia organizacional de las empresas familiares, impactando en la continuidad y en el éxito de las mismas. (Romero, 2008-9; Cervera, et al., 2012; Espinoza y García, 2011; citado en Fernando, Maritza, & Tatiana, 2020).

### 2.2.1. Empresa Familiar y Desarrollo Económico

> Una de las características que definen al desarrollo local es la dimensión territorial (geográfica) del desarrollo, ya que el territorio es concebido, en sí, como un factor estratégico activo de oportunidades en función de sus características específicas (Matesanz, 2009). Las características específicas de cada territorio son el resultado de

> múltiples variables relativas tanto a recursos naturales como humanos, culturales y sociales, los cuales generan un determinado espíritu emprendedor, especialización laboral en determinadas áreas, cultura industrial y conocimientos específicos. Todo ello genera una red exclusiva de relaciones que caracteriza y articula la economía y la sociedad de una determinada zona geográfica. (Moranchel-Bustosα & Suárez, 2019).

En esa doble estructura, local y globalizada, están presentes con una intensidad destacable, las empresas familiares, se hace referencia desde distintas perspectivas, como sigue:

- Desde la perspectiva local, porque el surgimiento de las empresas familiares está vinculado a la explotación de un recurso o de una oportunidad de negocio en sus inicios.
- Desde la perspectiva de globalización porque, siguiendo a Claver, et al., (2006), “las empresas familiares, frente a las no familiares, presentan un compromiso internacional similar, medido tanto a través del número de inversiones directas en el exterior como mediante la propensión exportadora” (p.22).

Por otra parte, autores referidos en el documento, incorporan un elemento adicional al considerar que las empresas familiares son capaces de crear capital social valioso a través de las relaciones estables con los diferentes *stakeholders* y que ello es posible por la estabilidad y permanencia en el tiempo del órgano decisor de la empresa. (Carolis y Saparito, 2006; citado en Barroso & Barriuso, 2014).

Referido sobre el mismo punto, el autor Astrachan (1988) sostiene que existe una intensa relación entre las empresas familiares y la sociedad en que desarrollan su actividad. El éxito y perdurabilidad de las empresas implica necesariamente que posean una cultura similar o, cuando menos, no contradictoria con el entorno en el que se ubican; y parece que las empresas familiares manifiestan un mayor nivel de compatibilidad con la comunidad que las empresas no familiares. (Barroso & Barriuso, La agricultura y la ganaderia extremeña, 2014).

> Sin embargo, las fortalezas de las empresas familiares se pueden potencializar y las debilidades superar, a partir de alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación que les permitan enfrentarse a la globalización y las transforme en prenda de garantía de su continuidad en el mercado. Muchas de las empresas familiares requieren acuerdos de

cooperación para acceder a otros mercados. Las alianzas estratégicas son, por tanto, el camino eficaz para el proceso de internacionalización, pues les permite compartir y encontrar recursos financieros, tecnológicos, humanos, organizativos y relacionales. En otros términos, las alianzas estratégicas ofrecen la posibilidad a las empresas familiares de mejorar su posición competitiva e incrementar sus recursos y capacidades, lo que supondría asegurar la continuidad de la empresa familiar a través de las generaciones. (Lozno, 2003; Fernández, 1996; Bañegil, et al., 2011; citado en Pérez & Gutiérrez, 2016).

### 2.2.2. Internacionalización de las Empresas Familiares

La internacionalización de las empresas familiares puede considerarse una estrategia muy valiosa e importante tanto para empresas familiares como no familiares, que las convertiría en una actividad económica sostenible.

La literatura referida a la internacionalización de las empresas familiares, atribuye una serie de fortalezas y debilidades que pueden condicionar notablemente el éxito o el fracaso de su expansión internacional. Tras haber analizado el sector vitivinícola con denominación de origen en España, los resultados muestran que existe una relación entre grado de familiaridad, puntos fuertes y débiles de la empresa familiar y su desarrollo internacional. Así, a medida que las empresas familiares exhiben un mayor grado de familiaridad, encuentran más dificultades para afrontar su expansión internacional, a tenor del mayor número de estas específicas debilidades que en ellas se manifiestan y del menor número de fortalezas aprovechables. Sin embargo, cuando estas tienen un menor grado de familiaridad las debilidades prácticamente no son tales y sí las fortalezas susceptibles de ser utilizadas en pos de desarrollar una sólida estrategia de internacionalización. (Lombardo, Martos, & Rubio, 2007).

## 2.3. Algunos aspectos críticos de las Empresas Familiares que preocupa.

El tiempo de permanencia de forma activa de las empresas familiares es una cuestión muy preocupante debido a que es inevitable que, en algún momento del ciclo de vida de las empresas de familia, aparecen siempre conflictos que pueden poner en peligro la supervivencia del negocio.

Los conflictos comienzan a generarse a nivel lateral, es decir entre ejecutivos con el mismo rango o poder, y luego se traslada a otros vineles (hacia arriba o hacia abajo), pero con la particularidad de ser siempre entre parientes, y se ve más agravado cuando se incorpora el factor generacional. Los jóvenes tienen la tendencia de objetar a los mayores, y tienen un

> factor que los diferencia de esto últimos, la capacitación o formación de las nuevas generaciones. (Barone, 1999).

Las empresas familiares se caracterizan por ejercer dentro de las relaciones entre los integrantes un aspecto dual; esto conlleva de forma inevitable a confundir los roles que desempeñan en la empresa y en la familia, hecho que acarrea conflictos (en la familia y en la empresa), pueden conducir a un rápido desgaste y decadencia, hasta la desaparición de la misma.

> Los conflictos intrafamiliares afectan las dinámicas empresariales, provocando tensión generando riesgo en la continuidad de la Empresa Familiares. Así, un aspecto particular dentro de la revisión es la mención que se hace a la influencia de la mujer en el cuidado del patrimonio, el desarrollo profesional y la conservación de la unidad familiar: la participación de la mujer en la Empresa Familiar provee una buena comunicación entre quienes conforman la unidad familiar, dinamizando las relaciones internas en las Empresa Familiares. (Gómez, et al, 2011, citado en Fernando, Maritza, & Tatiana, 2020).

### 2.3.1. Fortalezas y debilidades de las empresas familiares

Según el trabajo presentado por la Dra. Liliana Galán (Los Recursos Familiares y la Profesionalización en las Empresas Familiares, C.P.E.C.F. Jornadas de Especialización, 1988), estas se encuentran enunciadas de la siguiente manera, en el documento del autor: (Barone, 1999).

- **Fortalezas de las empresas familiares:** Las características que más distingue a estas empresas es el clima singular que genera el sentido de pertenencia y un propósito común de los recursos humanos que conforman la fuerza laboral.

Según Leach (2002) citado por Barroso & Barriuso, (2014); la empresa familiar presenta una serie de ventajas debidas al clima particular existente en la empresa, que genera un sentido de pertenencia y un propósito común a toda la fuerza laboral. Esto se manifiesta como cualidades concretas y positivas que pueden servir para proporcionar a la empresa una importante ventaja competitiva.

- **Compromiso:** los individuos que construyen una empresa suelen sentir pasión por la misma. Para muchos de estos empresarios la empresa es su vida. Esto los lleva a una total dedicación y compromiso que se extiende a todos los miembros de la familia.

Para Chirico (2008). Los individuos que construyen una empresa familiar tienen mayores niveles de compromiso que los individuos de las empresas no familiares, e incluso pueden llegar a sentir pasión por la misma (Cole y Johnson, 2007). Esta profunda afición tiene como consecuencia dedicación y compromiso, que se extiende a todos los miembros de la familia que han contribuido al éxito de la empresa. Éstos tienen una responsabilidad familiar en común, por eso están dispuestos a dedicar más tiempo y energía en el trabajo. (2014, p.78).

- **Conocimiento y comunicación:** las empresas familiares tienen sus propias modalidades que no poseen sus competidores, y estos pueden ser escatimados y mantenido en secreto dentro de la familia.

  La comunicación, es comprendida como una acción final donde se comparte y se tiene en común un saber mutuo, es un pilar fundamental de la organización de la sociedad de la información y del conocimiento, como quiera que es ella quien establece la utilidad verdadera de la información y del conocimiento. (Lopez, 2006).

  Sin embargo, para otro autor referido en el documento, compartir conocimientos entre los miembros es necesario para el éxito de la empresa familiar, pues unas relaciones cordiales y prósperas en la familia son requisitos previos para el éxito y la longevidad de la misma. Así, compartir conocimientos es una acción que se repite muy a menudo en las empresas familiares, debido a que entre las características de las empresas de dicha naturaleza están la confianza y la comunicación existente en su seno. Por tanto, la comunicación es una fuente clave de ventaja competitiva para las empresas familiares. (Barroso,et al, 2013, citado en Barroso & Barriuso, 2015, p. 78).

  Otros autores señalan que, en otras ocasiones, el conocimiento del sector se adquiere por la contratación de directivos externos, personal muy cualificado, de reconocido prestigio en el ámbito empresarial y con una amplia experiencia internacional en el sector. (Lombardo, Martos, & Rubio, 2007, p.1356).

- **Flexibilidad en el trabajo, el tiempo y el dinero:** esto lleva a las empresas familiares a aplicar el tiempo que sea necesario para terminar un determinado proyecto, como así también en algunos casos a resignar dinero en beneficio de la empresa. Otro aspecto de este compromiso es que todos los miembros de la familia pueden ser capaces de tales sacrificios en mejora de la compañía.

La flexibilidad en el trabajo, el tiempo y el dinero; es un factor más del compromiso de las empresas familiares, ya que, si el trabajo lo requiere, la familia emplea el tiempo necesario para llevarlo a cabo, sin percibir a cambio bonificaciones ni horas extras. Esta flexibilidad también se aplica al dinero, ya que para las familias empresarias el salario no es un ingreso fijo, puesto que éstos deciden cuánto percibir para cubrir sus necesidades sin perjudicar a la empresa. (Leach 2002, citado en Barroso & Barriuso, 2015, p. 78).

Por su parte, la flexibilidad se consigue por la gran capacidad de adaptación a los cambios de la demanda, mediante innovación continua en los productos de la compañía. (Lombardo, Martos, & Rubio, 2007, p. 1356).

- **Planeamiento a largo plazo- Perseverancia:** por lo general las empresas familiares son más eficientes que el resto a la hora de fijar los objetivos a largo plazo, porque tienen una clara visión de sus objetivos.

  > La supervivencia de la empresa familiar es un asunto importante para las familias ya que su principal objetivo es construir un legado duradero para su descendiente y que la empresa continúe activa a través de las generaciones, lo cual sugiere que están potencialmente abocadas a la maximización del valor a largo plazo. Las empresas familiares, por lo general, tienen una clara visión de sus objetivos a largo plazo. (Kellermans, 2008 citado en Barroso & Barriuso, 2015, p.79).

  Estas empresas familiares están muy orientadas a la continuidad del negocio pues invierten la mayor parte de sus beneficios en conseguir que la empresa sea cada vez más competitiva. (Lombardo, Martos, & Rubio, 2007).

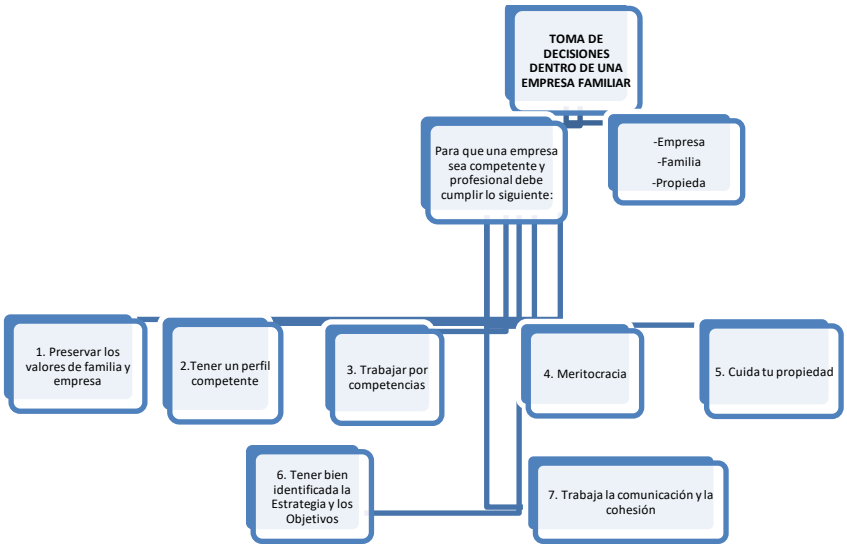
- **Una cultura estable:** las empresas familiares suelen tener estructuras estables.

  > Para Hall y Nordqvist (2008) la cultura de una empresa familiar suele ser el resultado de los valores y normas del fundador que han echado raíces en la familia y en su historia, lo que hace que estos valores y normas se manifiesten en forma de pensamientos estables a través de los miembros de la familia; es decir, la cultura dentro del entorno de trabajo de una empresa familiar está basada en la ética, las normas y los valores presentes en una familia. (Barroso & Barriuso, 2015).

- **Rapidez en la toma de decisiones**: el proceso de toma de decisiones está delimitado a uno o dos individuos, por lo tanto, hay una mayor rapidez a la hora de decidir.

En las empresas familiares la toma de decisiones normalmente está centralizada y limitada a un familiar o un grupo muy reducido de miembros de la familia. Habitualmente, si una persona desea algo de la empresa debe ir y preguntárselo al dueño directamente. Sin embargo, en las empresas no familiares, cuando las decisiones son importantes tienen que pasar por varios niveles. (Martínez & Iglesias, 2014).Llevar a cabo un análisis de nuestra empresa para detectar cual o cuales de estos obstáculos nos impiden aprender y avanzar y presentar, con datos sólidos, los resultados es una tarea para la que las DRH (Dirección de Recursos Humanos) se hallan en una buena posición. A los profesionales que trabajan en RH nos va mucho en que las empresas desarrollen su capacidad de aprender: primero porque deseamos que nuestras empresas sean competitivas y segundo porque deseamos que, además, sean lugares germinales para el desarrollo e imanes para atraer el talento. Hago un alto en este punto para señalar que la pretensión de tantos de atraer y retener talento es sólo una quimera si la propia Organización. (Andrés, 2012).

**ILUSTRACIÓN 1**
**La toma de decisiones en las empresas familiares**




*Fuente: a partir del blog digital Ventas, elaboración pro*

Las empresas familiares consiguen mejores resultados que las empresas no familiares, y el ciclo de vida de estas es mayor respecto a las no familiares. (Mas s./f..).

**Solapamiento entre propietario y gerente.** Según los estudios sobre costes de agencia, la coincidencia y sinergia entre las responsabilidades de propietario y gerente permite que los negocios de propiedad familiar posean costes administrativos más bajos o nulos debido a la menor compensación que recibe el director general, los reducidos niveles de

supervisión y la reducida inversión en sistemas y controles financieros según Poza, (2005). Por tanto, para Claver (2004) este solapamiento puede generar ventajas derivadas de la racionalización y de mecanismos de supervisión eficaces. Además, la dualidad entre propiedad y gestión puede ser fuente de una ventaja competitiva para la empresa puesto que, por un lado, la propiedad permite apostar por el largo plazo y, por el lado de la gestión, ser más eficaz cuando estos dos factores actúan conjuntamente. (Barroso & Barriuso, 2015).

**ILUSTRACIÓN 2**

| | Gerente de Producto | Propietario del producto |
|---|---|---|
| Enfoque general | Altamente estratégico. Gran visión del producto. Enfoque a largo plazo. Mercadotecnia. Asegurar la alineación en torno a la estrategia y dirección general del producto. | Más orientado a los detalles. Enfoque de corto a mediano plazo. Interfaz a equipos de diseño y desarrollo. Garantiza que el equipo de desarrollo tenga claro en qué trabajar a continuación. |
| Áreas de responsabilidad | Visión del producto. Descubrimiento del cliente. Alineación de equipos cruzados. Decidir qué características construir a continuación y priorización. Descubrir lo que los usuarios necesitan realizando investigaciones sobre los usuarios y revelando conocimientos críticos. | Optimizar el proceso de desarrollo. Convertir la visión del producto en un Backlog procesable. Abogar por necesidades de los clientes frente al equipo de desarrollo. Garantizar alineación con la hoja de ruta. Comunica la voz del cliente al equipo de desarrollo. Proporciona retroalimentación al gerente de producto. |
| Es dueño de | Hoja de ruta del producto. PMVs. | Pila del producto. Épicas. Historias de usuarios |
| Horizonte | Ciclo de vida del producto y mapa de ruta. | Iteración |
| Métricas de éxito | NPS (producto). Conversiones (producto). Ingresos (negocios). Churn (negocios) | Historias completas. Otras métricas relacionadas con el desempeño del equipo de desarrollo. |

*Fuente: extraído en LinkedIn de Arturo Penas Rial 2020*

El gerente de producto es un papel holístico de alto nivel con responsabilidades que abarcan todo el ciclo de vida del producto, desde el descubrimiento del cliente hasta la entrega del producto. El gerente de producto dirige la estrategia de producto entendiendo las necesidades del cliente, el producto y el mercado en general. El propietario del producto implica un enfoque más estrecho y una colaboración más estrecha con el equipo de desarrollo. (Rial, 2020).

- **Confiabilidad y Orgullo- El Apellido:** el concepto de orgullo, está vinculado con el de confiabilidad: las personas que manejan empresas familiares por lo general se sienten orgullosas de haber logrado establecerla y construirla.

  > Ya que la familia tiene su nombre y reputación asociados con sus productos y/o servicios; así, se esfuerzan por aumentar la calidad de su producción y por mantener una buena relación con sus socios, clientes, proveedores, empleados, comunidad, etcétera. (El Empresario, 2011).

> En las empresas familiares aparece el concepto de orgullo, que se vincula con la confiabilidad. Leach, (2002) Esto surge porque las personas que manejan las empresas familiares se sienten muy orgullosas de su empresa por haberlas establecido y construido; el resto del personal, también suele mostrar cierto grado de orgullo por el hecho de trabajar para una empresa familiar y estar comprometidos con la familia. Este orgullo se traduce en un poderoso instrumento para el marketing. (Barroso & Barriuso, 2015).

**Debilidades de las Empresas Familiares:** Por lo general derivan de los conflictos que pueden surgir entre los valores empresariales y los familiares:

- **La rigidez- La repetición:** algunas empresas de familia son muy reacias al cambio y la modernización, aferrándose de manera insistente a olas fórmulas que en su momento brindaron éxitos, sin tener en cuenta si las condiciones son las mismas. Otro tema de difícil tratamiento es la renovación del management.

  La rigidez organizacional ha de definirse como la capacidad de la organización de resistencia al cambio y, evidentemente, todas las organizaciones tienen, como los cuerpos físicos, un cierto grado de rigidez que está en función de la naturaleza de la organización en sí. (García-Egocheaga, s. /f.).

> Una de las más importantes desventajas que posee las empresas familiares de acuerdo a Claver, et al., (2008) en su forma rígida para abordar los permanentes cambios que se vienen dando en el mundo. En este tipo de empresas normalmente se hacen las mismas cosas, de la misma manera y durante mucho tiempo, siendo resistentes al cambio porque siempre les ha ido bien tal y como lo hacen. Los patrones de conducta son arraigados a la familia, que están limitados por la tradición y por tanto están menos dispuestos para el cambio. (Barroso & Barriuso, 2015).

**Nepotismo dentro de un ambiente familiar.** Se considera al nepotismo como un factor que contribuye al fracaso de una empresa familiar. Sin embargo, también se observa que el nepotismo es favorable cuando se cumplen determinadas condiciones. Este trabajo tiene como objetivo, investigar, describir y comparar dos casos de nepotismo en la empresa familiar, uno funcional y el otro disfuncional, con la finalidad de identificar y conocer bajo qué condiciones el nepotismo se convierte en una ventaja o en una desventaja. Para tal efecto se realizó una investigación documental y otra de campo. (Fernando, Yolanda, & Yessica, 2015).

> No existe nepotismo pues los puestos directivos de estas empresas están ocupados en su mayoría por personal externo a la familia, con lo cual la gestión es muy especializada.

> Estilo de dirección autocrático y paternalista En estas empresas, la toma de decisiones suele estar bastante centralizada, al igual que ocurría con las empresas familiares puras. Sin embargo, debemos señalar que estas decisiones se centralizan en personas con formación superior, amplia experiencia del sector, con un fuerte espíritu empresarial y cultura internacional, a diferencia del perfil que muestran los directivos de las empresas puras. (Lombardo, Martos, & Rubio, 2007).

- **Desafíos Comerciales:** los mismos pueden clasificarse en tres categorías:
  - **Modernización de las prácticas obsoletas:** los métodos utilizados en las empresas familiares son un producto histórico, y puede que ya se hallan vuelto obsoletas.
  - **Manejo de las transiciones:** el problema surge cuando el fundador tiene edad avanzada y su hijo, el heredero forzoso, está convencido que las cosas deben hacerse de manera diferente.
  - **Incremento de capital:** las empresas familiares tienen opciones mucho más limitadas que las compañías colectivas, a la hora de aumentar el capital. Además, estas empresas ponen reparos a la hora de conseguir dinero de fuentes externas ya que quieren conservar la total autonomía en la dirección, colocando la idea de perder parte del control de la firma como una idea inconcebible.
- **Sucesión empresarial:** el paso de una generación a otra en una familia empresaria es un proceso que por lo general se atraviesa con problemas. Dicho cambio es una transformación en la cual la nueva generación reconstruye la organización de acuerdo a sus pautas y sus nuevas ideas con respecto al negocio.

La sucesión de empresas es, en el derecho laboral, una cesión empresarial o transmisión de titularidad, en la que se mantiene la identidad de la organización, entendida como el conjunto de medios organizados para llevar a cabo una actividad económica. (Conceptos Jurídicos, s./f.).

> El paso de una generación a otra en una familia empresaria, implicando el cambio de liderazgo, es un proceso complejo y duradero que normalmente se atraviesa con muchas dificultades y con problemas emocionales, tanto por parte del personal como de la familia. En este traspaso de una generación a otra se pone en juego la continuidad de la empresa familiar. Por ello, una de las principales causas de la muerte de las empresas familiares

está relacionada con los cambios generacionales, puesto que se estima que solo el 30% de las empresas familiares sobreviven en el paso de la primera a la segunda generación; y de éstas, únicamente el 15% continúan activas en la tercera generación. (Barroso & Barriuso, 2015).

- **Conflictos emocionales- el escenario familiar:** en el ámbito familiar fundamentado en aspectos emocionales, prevalece la protección y la lealtad, mientras que en el ámbito empresario, que se sustenta en la tarea, rigen el rendimiento y los resultados.

  Los conflictos suelen surgir en diferentes circunstancias, como al tomar decisiones empresariales. Los jóvenes se esfuerzan por destacar para lograr ascensos y mejoras, proponen cambios, no temen arriesgarse y manejan recursos tecnológicos, lo que genera problemas con los familiares de mayor edad. (Cárcamo, 2018).

  > Suelen surgir más conflictos que en las no familiares debido al solapamiento entre familia, dirección y propiedad. Los problemas emocionales producen una desventaja para la actividad productiva de la organización, ya que el sistema familiar se rige por las emociones y el empresarial está basado en la racionalidad. En el ámbito familiar prevalecen la protección y la lealtad, mientras que en el ámbito empresarial rigen el rendimiento y los resultados. La fusión de estos ámbitos puede enfrentar serias dificultades debido a que están basados en objetivos diferentes. En algunas empresas familiares los intereses familiares son más importantes que los intereses empresariales. (Barroso & Barriuso, 2015).

- **Liderazgo y legitimidad:** una cualidad de las empresas de familia en algunos casos es la ausencia de liderazgo, ya que nadie dentro del entorno familiar propietario tiene las cualidades para llevarlo. Este problema se agrava a partir de la segunda generación y más con las siguientes.

  Existen dos estilos de liderazgo; el estilo autoritario se caracteriza por imponer la autoridad del líder. En este caso, el líder es el que determina la forma de trabajar y toma todas las decisiones sin consultar con el resto del equipo, independientemente de que estas les puedan afectar o no. Por otro lado, conocemos también el estilo de liderazgo participativo. Es aquel que escucha las aportaciones que realiza el resto del equipo y las tiene en cuenta a la hora de tomar las decisiones. (Liderazgo 3d, s. /f.).

  > Podríamos hablar por tanto del altruismo, ya que una lealtad demasiado fuerte hacia la familia puede suponer una debilidad del negocio. Así, el altruismo paternalista puede llevar a ineficacias de gobierno (Lubatkin, et al., 2007) cuando los padres colocan los intereses

> de sus hijos por encima de los de la empresa. Entre las consecuencias negativas del altruismo podemos señalar la contratación de familiares atendiendo solo a su vinculación con la familia, y no por sus cualificaciones y capacitaciones profesionales, o el menor grado de exigencia a los empleados familiares. (2014, p. 88).

### 2.3.2. Beneficios y desventajas de las empresas familiares

Las empresas familiares son un tipo de entidad que suele transferirse de generación en generación y donde todo el mundo se conoce y tiende a tratarse de igual manera, no todo iba a ser ventajas, pues este tipo de compañías también acarrean sus aspectos negativos. De ahí que hoy vayamos a ver puntos positivos y negativos de las empresas familiares. (Navarro, 2021).

**Beneficios de las empresas familiares**

- Existe mayor complicidad entre los miembros de la empresa al conocer de primera mano los valores de la entidad y la personalidad de quienes están al mando y en puestos de menor responsabilidad. De igual manera hay confianza entre todos, y eso se nota a la hora de la verdad; y muchas veces también en los resultados.
- Los miembros de la familia que integran la empresa estarán dispuestos a dar más de sí y a realizar sacrificios si llega a hacer falta, pues está en juego un activo de la familia que ha podido pasar de generaciones anteriores. Es decir, todo el mundo tiende a dar lo mejor de sí sin la necesidad de algo a cambio.
- Suele existir un punto de vista común entre los miembros de la familia: garantizar el éxito de la empresa. Por esta razón no suele haber mayores desavenencias a la hora de reinvertir los beneficios y de generar planes de desarrollo a largo plazo.
- Normalmente quien está a la cabeza de este tipo de empresas es el propietario, un miembro de la familia en la que probablemente se tenga mucha confianza. De ahí que no se tienda a dudar de sus decisiones, se le deje libertad de movimientos y la burocracia interna se agilice enormemente.
- Hay mayor estabilidad laboral para empleados y directiva, pues por lo general en este tipo de empresas se desarrollan vínculos de amistad que dificultan el hecho de buscar la rentabilidad a base de afectar a los empleados de base. Algo común en otro tipo de empresas.

- Al estar el capital en manos de la familia hay muchas menos posibilidades de que puedan entrar en el consejo de administración personas que pretendan desvirtuar y prostituir la esencia de la compañía.
- El ambiente de trabajo suele ser muy bueno, pues es frecuente encontrarse con un panorama de compañerismo y respeto.
- Suelen ser empresas que tienen reputación, pues por lo general llevan ya tiempo en el mercado. Los clientes confían en ellas, y gran parte de este éxito simplemente es porque la familia se ha mantenida unida al frente.
- Existen beneficios fiscales para las empresas familiares

**Desventajas de las empresas familiares**

- En este tipo de empresas suele existir la problemática de la financiación, pues muchas veces los miembros tienden a recurrir en exceso a la autofinanciación. Un recurso que en si es positivo, pero que puede acarrear problemas a futuro.
- Si bien el ambiente suele ser muy bueno no menos cierto es que en caso de darse problemas familiares la situación puede volverme muy turbia, incluso con miembros tratando de meter cizaña, con diferencias irreconciliables en la gestión y mucho más. No suele haber diferencias entre la vida privada y la profesional, y de ahí suelen surgir estos problemas.
- Muchas veces los miembros de la empresa están ahí por ser quienes son y no por su valía. Esto quiere decir que en muchas de estas empresas existe una formación y experiencia muy escasa entre sus miembros. Además de que en caso de vacantes se tiende a dar preferencia a los familiares sobre otros empleados o personal externo.
- También existe la posibilidad de que los herederos no quieran seguir con el negocio, o mismamente de que éstos no estén preparados para ello. En estas situaciones se puede encargar la dirección a un gestor profesional; pero claro, se pierde control y la cosa ya no es igual.
- Puede haber problemas a la hora de plantear los cargos de responsabilidad, el organigrama directivo o la sucesión en el consejo de administración (si es que lo hay).

## 2.4. Capital social

El capital social en las empresas familiares Las organizaciones empresariales han representado para el desarrollo económico, un alto potencial e impulso laboral, así como un gran estímulo para la creación y crecimiento de las mismas desde un punto de vista social y familiar, aplicado este último a la sucesión de bienes, dedicación y compromiso asumidos por miembros de una familia donde el sentido de pertenencia juega un rol importante para éstos, ya que al unir esfuerzos, la empresa se hace más competitiva.

> En términos concretos, Moreno, (2005) plantea que el capital social es un concepto que ha resurgido en respuesta a los fracasos de las ideas economicistas del desarrollo, resaltando la necesidad de incluir y re-jerarquizar en este proceso, valores como la confianza interpersonal, la asociatividad, la conciencia cívica, la ética y los valores predominantes en la cultura de una sociedad (Jiménez & Piña Zambrano, 2011).

Con respecto a los procesos de talento humano, mencionan los autores citados en el documento, que el hecho de que estos se hayan empezado a implementar de manera incipiente hace que las Empresas Familiares sean poco competitivas frente al entorno globalizado. De la misma manera, el capital del que dispone la Empresa Familiar influye en la presencia de áreas de recursos humanos dentro de su estructura, lo cual explica el hecho de que en muchos casos los dueños asumen los roles organizacionales y las funciones del área de recursos humanos. Además, se menciona que el equilibrio entre familia y empresa incide en que las políticas de recursos humanos se orienten en mayor o menor medida a la aplicación de principios de equidad y profesionalidad para mantener un capital humano motivado y eficiente que aporte valor a la empresa. Finalmente, se debe mencionar que, dadas las nuevas características de los vínculos laborales, se debe lograr establecer relaciones fuertes y vínculos emocionales entre la Empresa Familiar y los empleados. (Carrasco & Sánchez, 2014; Romano & Redondo, 2016; citado en Fernando, Maritza, & Tatiana, 2020).

El capital social es una serie de recursos en los que se invierte para obtener beneficios; pero a diferencia del capital humano que representa una inversión en conocimientos y habilidades, el capital social implica una inversión en redes sociales. (García & Medina, 2011).

El capital social no hace referencia a un solo aspecto de las relaciones sociales, sino a una variedad de entidades.

### 2.5. Economía

La economía se entiende desde un punto de vista holística como la ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas; también, se puede decir que es un sistema de producción, distribución, comercio y consumo de bienes y servicios de una economía sana.

> Al respecto, la economía apareció como ciencia con la publicación de la obra de Adam Smith (1723-1790) intitulada “La riqueza de las Naciones” (1776), citado por (Ordoñes, 2014). Hace refencia a que este filósofo es considerado como el padre de la ciencia económica y sus ideas son el fundamento de la economía moderna debido a que “defiende el principio de división del trabajo y libertad de comercio. Smith pensaba que la satisfacción del propio interés individual, limitado por el de los demás, es el mejor medio para conseguir el mayor beneficio para el mayor número de gente. Sin embargo, Smith apoyó la intervención del Estado en materia de justicia, educación, salud y todas aquellas empresas que la iniciativa privada fuese incapaz de abordar”.
>
> Según Napoleón (1962:651) citado en el libro de (Albuquerque, 2018). Refiere que la economía es “La ciencia que estudia las condiciones que debe satisfacer la conducta humana para conseguir un placer máximo con un costo mínimo”.

Para estos dos autores la economía está basada en la división de trabajos y las condiciones de los recursos para satisfacer las necesidades del ser humano.

> La economía debía concentrarse en la investigación de las fuerzas que gobiernan el volumen de la producción y del empleo en su conjunto, es decir, no hay que partir del producto de la empresa, sino del producto nacional, esto es, a nivel macroeconómico. (Lugo, 2004).

#### 2.5.1. Posible Modelo Económico de la Ciudad de El Alto

En El Alto existe una inmensa cantidad de talleres productivos que operan bajo una lógica distinta a la mercantil capitalista en tanto están basados en el trabajo familiar y comunitario, que sustituye la ausencia de ciertas condiciones con elementos

organizativos, la incorporación y adecuación de tecnologías propias, las relaciones de parentesco y comunitarias para uso de garantías en el sistema financiero, entre otras. La calidad de la producción es diversa, pero hay muy buena especialmente en la confección de ropa que se exporta a países vecinos. Este “megataller atomizado”, según expertos internacionales, incluso podría hacerle frente a la producción china si lograra articularse con una coordinación centralizada. (Gosalvez, 2021).

El Modelo Económico Social Comunitario Productivo es el que está vigente a nivel nacional en Bolivia sobre este modelo Ergueta señala:

> Ahora bien, en relación con un artículo aparecido en el diario Página 7 del 28 de abril, bajo el título “El infame modelo Económico, Social, Comunitario, Productivo”, firmado por el economista Antonio Saravia, es necesario recordar el siguiente aspecto político: la palabra populismo. Este concepto era (y es aún) utilizado en dos sentidos. Primero, en forma habitual, como adjetivo para el insulto y la denigración personal y, segundo, no como término económico sino en sentido que significa construir el socialismo sobre el primitivísimo, sistema de las comunidades indígenas (que existió en época anterior al Reino Aymara, cinco mil años atrás), sin pasar, previamente, por la etapa capitalista. (2022, s/p).

El Modelo Económico Social Comunitario Productivo sí funciona, ha dado los resultados esperados en cuanto a la implementación de la inversión pública, para lograr mayor crecimiento económico y distribución del ingreso para disminuir la pobreza, dijo el ministro de Economía y Finanzas Públicas, Marcelo Montenegro, tras su interpelación realizada el miércoles 16 de febrero respecto a la situación de la economía del país, políticas públicas, y la reactivación de la economía boliviana. (Balderrama, 2022).

El Alto es un modelo complejo y diverso que ha sido capaz de hacer viable una realidad donde se combina la identidad propia como herencia ancestral junto a una modernidad capitalista subordinada a lo plurinacional y comunitario, como un proyecto histórico al que jamás consiguió doblegar la oligarquía ni como gobierno ni como sector social que sumieron al conjunto del país en la pobreza y atraso más agudos de la Región. (Gosalvez, 2021).

Según lo expuesto por distintos puntos de vista de los analistas se puede afirmar que la informalidad de la ciudad de El Alto se existe desde los orígenes de su fundación que se

realizó con fines de crear comercio entre la población aymara. La población alteña opta por inversiones propias y a su vez apoya a un modelo económico que prefiere invertir en el sector púbico; a partir de aquí existe una contradicción con el modelo económico nacional y las inversiones propias o “privadas” que realizan con sus propios emprendimientos, donde la población alteña se dedica en un 70% a este tipo de actividad económica, los grupos familia que apuestan a la inversión con créditos para mejorar su calidad de vida dan apoyo a un modelo económico y político que poco ayuda a los inversores privados y por consecuencia a la ciudad de El Alto.

## 2.6. Características Socio Económicas de la Ciudad de El Alto y Las Empresas Familiares

Para poder comprender la teoría sobre el aporte económico que realizan las microempresas familiares en primer lugar se va a desglosar el tipo de economía que se desenvuelve dentro de la ciudad de El Alto, la brecha entre lo formal e informal, el tipo de mercado y las características determinadas que posee al ser denominada la capital aymara a nivel Latinoamérica. (Ticona, 2020). Por tal motivo se realiza la revisión bibliográfica con distintos puntos de vista en el contexto determinado.

### 2.6.1. Tipo de Economía en la Ciudad de El Alto

Al menos ocho puntos de la ciudad de El Alto, fueron tomados por el comercio informal en los últimos años y que se incrementó en un 70%. (Mamani S. A., 2019). Que explica:

> El informe corresponde a la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico de la Alcaldía de El Alto, que a partir de hoy empezará con el colocado de carteles de advertencia y prohibición de asentamientos ilegales, más conocidos como ambulantes, en diferentes sectores de la ciudad. “Nos dijeron que como Municipio no hacemos nada en la temática del comercio informal, cuando es lo contrario, porque hay mucho desempleo y hay que ser realistas dentro del Municipio, ya que un 70% es del comercio informal”, dijo a El Alteño la responsable del área, Ana María Saavedra. Según la autoridad municipal, en los sectores: el puente del Arquitecto (Ceja), la avenida 6 de marzo, la avenida Jorge Carrasco, la avenida Juan Pablo II, la 16 de Julio, Extranca Río Seco, Puente Vela y Pacajes, Caluyo, se asienta fuertemente el comercio informal. Una de las causas, es la falta de empleo en la urbe y el país, ya que los comerciantes son también de Cochabamba, Oruro, Potosí y hasta Santa Cruz. Pero también se puede ver en las calles vendedores extranjeros como chinos. ( 2019, s/p).

Así mismo el hecho de que la ciudad deba a su economía lo informal se remonta desde su creación.

Al momento de su creación, la población, los dirigentes vecinales y las autoridades de Gobierno, tuvieron el objetivo de establecer a la urbe alteña como una ciudad industrial y polo de desarrollo en la región, esta situación por diferentes motivos no se logró consolidar en estos 34 años y actualmente la ciudad de El Alto basa su economía en el comercio informal. Ante el vertiginoso crecimiento vegetativo de la población alteña que bordea el millón de habitantes, varias necesidades deben ser cubiertas a la brevedad posible. (Lazcano, 2019).

### 2.6.2. Sector Industrial Manufacturero

Según UDAPE a través de sus investigadores Khaterina Capra Seoane, Gonzalo Urcullo y Alvaro Lazo, se muestran las características del sector manufacturero, en ella se realiza una comparación de la industria manufacturera boliviana en relación a los países de latino América, como se aprecia en la siguiente tabla:

**TABLA Nº 1**

**Participación de la industria cómo % del PIB**

| País | 1990 | 1999 | 2000 |
|---|---|---|---|
| Bolivia | 16,96 | 16,42 | 16,30 |
| Argentina | 36,00 | 27,60 | 27,60 |
| Brasil | 38,70 | 27,50 | 28,60 |
| Chile | 41,50 | 36,80 | 37,50 |
| Colombia | 37,90 | 28,10 | 30,50 |
| Uruguay | 32,90 | 26,30 | 26,00 |
| Venezuela | 50,20 | 36,40 | 36,40 |
| Ecuador | 38,00 | 37,50 | 40,20 |
| Paraguay | 25,20 | 26,00 | 27,60 |
| Perú | 27,40 | 30,20 | 29,70 |

*Fuente: banco mundial. Citado en (capra, 2005).*

Se puede observar que, a nivel de Latinoamérica, en Bolivia la industria manufacturera tiene una participación en el PIB nacional en casi 17% de, siendo la más baja de los países. Este comportamiento de la industria, según los autores se deben fundamentalmente a la mínima inversión que se realiza en el sector, lo que tiene incidencia en la mejora e innovación de los equipos de producción, la misma afecta a los niveles de producción y competitividad frente a las mercancías importadas. Por otro lado,

se analizan las diferentes políticas que se implementaron en la década 80 y 90 del siglo pasado, a los que se los llamó reformas estructurales, la más representativa de ellas es el D.S. 21060, antes de este decreto, la política económica vigente era el de sustitución de importaciones, esta política se caracterizaba por aranceles diferenciados, empresas estatales, control del tipo de cambio, entre otras más. (Capra, 1990 - 2001).

**Tabla Nº 2**

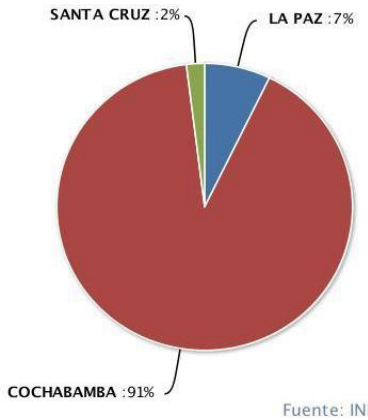
**Datos de exportaciones de partida Fabricación de calzados por departamento, gestión 2018 (En millones de dólares)**

| Departamento | Valor |
|---|---|
| | Millones de $us |
| LA PAZ | 0,05 |
| COCHABAMBA | 0,69 |
| SANTA CRUZ | 0,01 |
| **TOTAL** | **0,76** |

*Fuente: INE, Elaboración DAPRO*

**GRAFICO Nº 1**

**Participación porcentual departamental, gestión 2018, partida Fabricación de calzados**




Fuente: INE-COMEX, elaboración DAPRO

El principal departamento que se dedica a la exportación de calzados es Cochabamba con un 91%, seguido de La Paz con un 7% y Santa Cruz con un 2%. (DAPRO, 2020).

## 2.7. Las Microempresas Familiares en El Alto Durante los Conflictos Nacionales Electorales en 2019

Las grandes y pequeñas industrias en la ciudad de El Alto quedaron mal paradas con el paro y las movilizaciones violentas de octubre y noviembre, pues para ellas significaron pérdidas millonarias. “Hemos trabajado al 50%; teníamos que ir a marchar y eso era obligatorio”. “No hemos tenido ingresos; nuestros operarios viven pasando el lugar más conflictivo, Senkata y Ventilla”. “Hemos incumplido contratos con clientes en Europa, Alemania y EEUU”. “No hemos vendido nada”. A todo ello, “los industriales tuvieron que hacer vigilia en sus fábricas las 24 horas del día durante los días del conflicto”. (Castillo, 2019).

De manera coincidente, la Gobernación de La Paz, la Alcaldía de El Alto, la Federación Regional de la Micro y Pequeñas Empresas (FERMYPE) de El Alto y la Cámara Nacional Industrias (CNI) dijeron que los 40 días de inactividad y convulsión social en ambas ciudades, de manera particular en la urbe alteña, generaron pérdidas y desconfianza en los clientes porque incumplieron con la entrega de productos y envíos al extranjero. (Castillo, 2019).

## 2.8. Las Microempresas Familiares en Bolivia Durante la Pandemia de COVID-19

Frente a este panorama, no se han tenido medidas efectivas por parte del Gobierno Nacional para impulsar o por lo menos apoyar las actividades empresariales formales, pues los créditos para el pago de salarios tenían condiciones imposibles de cumplir por los flujos de caja solicitados por los bancos, las tasas de interés eran demasiado altas para poder hacer frente a obligaciones fijas de las empresas y los periodos demasiado cortos para su cumplimiento. Alrededor del 15% de las empresas chuquisaqueñas han accedido a este tipo de créditos. (Velasco, 2021).

Los problemas ocurridos en las empresas familiares durante la pandemia de covid 19 se desenvuelven en los siguientes puntos:

### 2.8.1. De la Cuarentena Rígida a la Crisis Económica: ¿Quiénes Fueron las Más Afectadas?

Tras la pandemia del Covid-19, Bolivia ingresa a una cuarentena rígida donde el sector más afectado fue el sector informal. Sanabria señala en su libro que autoridades de los

niveles descentralizados en los municipios de La Paz y El Alto y de expertas en el tema, permiten identificar los siguientes impactos derivados en las medidas mitigadoras de la pandemia:

> El confinamiento en los hogares, la prohibición a la venta de productos y artículos que no eran de primera necesidad, la limitación de los horarios de venta y las restricciones a la circulación del transporte durante la cuarentena rígida que se extendió por 71 días, constituyeron un primer duro golpe a la economía de las trabajadoras en la informalidad. En este lapso de tiempo, varias de las actividades en las que se encuentran pararon y pese a que posteriormente (1 de julio de 2020) se ingresó a una cuarentena dinámica y condicionada al riesgo -la cual permanece hasta ahora varios rubros todavía no logran recuperar sus pérdidas, en tanto otros, aún permanecen estáticos. (Sanabria, 2021).

### 2.8.2. Daños al Tejido Económico Informal

Las restricciones de circulación de personas y la fuerte reducción de actividades económica frente a las restricciones de la pandemia del covid-19, tuvieron un fuerte impacto en las empresas informales. La OIT (OIT, Mayo 2020) menciona que tuvieron las siguientes consecuencias:

> **Una pérdida inmediata de ingresos para las unidades económicas informales:** Dado que no tienen ahorros ni otro tipo de colchón financiero, la mayoría de los propietarios de empresas informales tal vez no tengan más remedio que utilizar su escaso capital comercial para el consumo. Como resultado, pueden verse obligados a cerrar sus negocios informales de forma temporal o permanente, lo que provoca la pérdida de puestos de trabajo y un aumento de la pobreza. A su vez, la pérdida de ingresos y el aumento de la pobreza podrían provocar un fuerte aumento del trabajo infantil y una disminución de las tasas de matriculación escolar, especialmente de las niñas. (OIT, mayo 2020).
>
> **La expansión de la economía informal tras el colapso financiero y el cierre permanente de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) del sector formal, que desencadenaría un aumento sin precedentes del desempleo y el subempleo:** Es probable que la crisis tenga efectos duraderos en la economía, y se prevé que la recuperación sea lenta y desigual. A falta de una renta de sustitución, especialmente en los países de ingresos bajos y medianos bajos en los que los sistemas de protección social son deficientes y la cobertura es baja, muchas personas podrían recurrir a ganarse la vida como propietarios de microempresas informales, trabajadores por cuenta propia o empleados informales. Algunas MIPYME formales también podrían verse empujadas a la informalidad. (Ídem).

**El impacto desigual de la crisis en los distintos sectores puede desencadenar una reestructuración en gran escala de las actividades económicas:** podría a su vez provocar una redistribución de la mano de obra del sector informal (y del sector formal) hacia sectores económicos menos afectados o sectores con demanda de consumo que podrían recuperarse relativamente más rápido. La reestructuración de las actividades de producción y las cadenas de suministro podría dar lugar a un desempleo friccional o a una mayor expansión de la economía informal. (Ídem).

## 3. CORRIENTE O ENFOQUE ELEGIDO POR EL INVESTIGADOR

Sobre el tema de las empresas familiares, objeto de la investigación, existen entre otras tres corrientes o enfoques teóricos para el tratamiento del tema.

a. Considerar las empresas familiares como unidades económicas informales, enfoque con el cual se corre el riesgo de identificarlas en un nivel cuasi ilegal o fuera de la ley, principalmente por su estructura interna como el uso de fuerza de trabajo familiar y no estar registradas en las instituciones correspondientes.
b. Pensar que las empresas familiares son apenas unidades económicas con un bajo nivel de rendimiento económico debido a su baja composición del capital y que apenas sirven para proveer los mínimos ingresos económicos a sus miembros.
c. Ubicar a estas empresas en un amplio campo dentro de la economía popular, el mismo que es diverso y multifacético, pues existen desde pequeños emprendimientos y negocios, otros medianos y hasta grandes empresas productivas y de servicio, como las dedicadas a la exportación e importación de diversos productos.

En esta investigación, se opta por el tercer enfoque teórico, de la economía popular, que entendemos como un vasto conjunto de unidades económicas y una diversidad de empresas pequeñas y medianas ubicadas en zonas populares de la ciudad de El Alto, La Paz y en las principales capitales de Bolivia. En el caso de las empresas familiares del rubro calzados, se entienden a estas como emprendimientos familiares que se desenvuelven en una dinámica particular en la ciudad de El Alto, forman parte de una asociación, organizan o participan en ferias donde comercializan sus productos, venden por unidad y también hacen entregas de determinadas cantidades de docenas, implementan un proceso de provisión de materias primas como el cuero y las suelas de

goma y de cuero, asimismo tienen un sistema de comercialización en mercados locales y extranjeros, trabajan con bancos y otras entidades de intermediación financiera.

Hay empresas dedicadas al comercio local y otras, enteramente a la exportación y articulación de la economía global con economías locales.

> Emprendimientos económicos familiares de orígenes populares (…), han experimentado niveles importantes de expansión en los últimos años. En vez de acoplarse a procesos de exportación impulsados por el capital transnacional o a grandes empresas estatales, la expansión de la economía popular se ha ido fortaleciendo y fundamentando en una serie de estructuras locales, que incluyen tanto estrechos lazos familiares como extensas redes de parentesco. En dicho proceso de expansión, los emprendimientos familiares han ido delineando un sistema económico que, a pesar de su extensión transnacional, queda fuertemente anclado en la dinámica del país. (Arbona, J. et al, 2015, p. 28).

De esta manera, podemos comprender que estas empresas no son unidades económicas sólo de subsistencia, sino esencialmente factores que aportan significativamente en el desarrollo económico social de miles de productores y prestadores de servicios diversos, en tal sentido, afirmamos que dada la situación del empleo en Bolivia, donde solamente un 15 a 20% de la PEA (población económica activa) tiene un empleo formal y son asalariados, miles de familias se dedican a actividades económicas generando el autoempleo, asegurando así los ingresos económicos necesarios para sí y sus familias.

> Los actores de esta economía apuestan y reinvierten paulatinamente tanto en sus actividades económicas como en institucionalidades y estructuras sociales locales, logrando así desarrollar una serie de prácticas de gestión, estrategias económicas y formas de afirmación propias, como también prácticas de apropiación de la economía global que esbozan un sistema económico particular. (p. 29).

La economía popular tiene una experiencia acumulada de manera empírica que le permite establecer un sistema de gestión empresarial intuitivo para evitar el fracaso económico y de esa manera posicionarse en el mercado, buscando la maximización de los ingresos de las operaciones económicas para garantizar la sostenibilidad.

El desarrollo del concepto de “economía popular” buscó, a partir de la década de 1980, establecer un cambio de paradigma en las formas de abordaje de las prácticas

económicas de los sectores populares, partiendo de una mirada crítica hacia aquellos enfoques que tradicionalmente se habían dedicado al abordaje del sector.

El enfoque teórico de la economía popular permite al equipo investigador identificar a los actores involucrados como un conjunto de personas con capacidades desarrolladas, como emprendedores creativos y competitivos en un escenario desafiante, están integrados al sistema económico global, su actividad repercute a nivel de las familias y de los trabajadores con paga, también a nivel de los proveedores de materias primas como cuero y suelas, el otro nivel es el de la comercialización propiamente dicho o la circulación de la mercancía que es un elemento dinamizador en mercados locales y regionales.

> El sector económico popular y solidario se define como el conjunto de formas de organización económico-social en las que sus integrantes, colectiva o individualmente, desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios. Las formas de organización del sector económico popular y solidario incluyen a las organizaciones de la economía popular y solidaria (Cruz, 2016, p. 64).

Las microempresas familiares, logran una producción totalmente independiente con lo cual entre dos a cinco personas logran producir diferentes productos para el mercado interno, a este movimiento económico de producción se lo conoce como economía popular y solidaria; logran una producción a su vez genera recursos económicos por esta razón el gobierno debe de fomentar con inversión a este sector con el fin de general nuevas oportunidades para fomentar la creación de empresas que este reguladas por el Estado y de general empleos apoyando a este sector.

> La economía popular y solidaria es un modelo económico en el cual el factor dinero está en segundo plano. Se basa en el bien común y parte del ser humano como sujeto y fin, respetando a la naturaleza. Es un modelo económico, no existe una ruta o un modelo a seguir. En países de Latinoamérica se está empezando a realizar, pero es imposible que sea igual en todo el país porque cuando cada uno tiene diferentes recursos humanos, naturales, culturales (p.72)

Finalmente, es parte también del enfoque teórico del equipo investigador la economía política, que permitirá abordar y analizar las relaciones sociales de producción al interior de las empresas familiares dedicadas al rubro calzado.

## 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES

Durante el desarrollo del proyecto de investigación se han presentado distintas fuentes para ser identificadas en contextos nacionales e internacionales sobre nuestra temática en empresas familiares productoras de calzados. Para elaborar nuestro marco teórico se usaron textos de diferentes autores, así como también artículos científicos, tesis; también de sitios web como periódicos digitales.

El equipo investigador trabajó con fuentes de tres tipos, que son recurrentes y necesarios.

**Fuentes primarias**

Este tipo de información se obtuvo de los propios actores económicos que, en este caso, pertenecen al rubro de cuero de la ciudad de El Alto, entre ellos se encuentran productores de calzados con 45 afiliados y 38 miembros activos; que brindan la información necesaria sobre la producción del calzado, ventas y el valor económico generado. A su vez hizo una primera aproximación a los sujetos del estudio; entre ellos, a clientes en distintas ferias y mercados donde los productos de las MYPES productoras de calzado realizan la exposición y comercialización.

**Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias que utilizamos se agruparon en internacionales y nacionales, documentos e informes digitales de instituciones nacionales e internacionales como el BID, el Banco Mundial, Naciones Unidas, la CEPAL, OIT, CAINCO, Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico, entre otros. Y también gubernamentales como ministerio de Economía de Bolivia o la alcaldía de la ciudad de El Alto. De donde se extrajo la información necesaria para encontrar los distintos puntos de vista de varios autores y el desarrollo de conceptos, del mismo modo los datos, características de las empresas familiares y sus diferencias, los años durante los conflictos de 2019, pandemia, cuarentena, y la reactivación económica.

Se utilizó fuentes digitales e impresas, considerando los autores con mayor influencia en el análisis de la economía popular, desde enfoques institucionales, hasta puntos de vista críticos.

**Fuentes terciarias**

Se ha acudido a publicaciones institucionales del gobierno central y municipal de la ciudad de El Alto.

Las fuentes se encuentran debidamente mencionadas en la bibliografía del marco teórico.

# CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

## 1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación **"CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES DEL RUBRO CALZADO Y SU APORTE AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA CIUDAD DE EL ALTO PERIODO 2018 – 2021"**, proyecto multidisciplinario entre las Carreras Ciencias del Desarrollo y Trabajo Social, articula elementos fundamentales que se expresan en el tipo de investigación.

Según su enfoque metodológico, la investigación es del tipo cuantitativo y cualitativo, ya que el objeto de estudio tiene manifestaciones objetivas y medibles, como la fuerza de trabajo empleada en el proceso productivo, los procesos de elaboración de las mercancías, el destino de las mismas, las materias empleadas, el financiamiento y la inversión entre otros; también expresa procesos y significados que se dan en las interacciones entre los miembros de las empresas familiares, las experiencias desarrolladas y el aprendizaje obtenido, se interesa por el fenómeno de la cultura, que se refiere al significado de ser productor en la ciudad de El Alto, aunque es evidente que el estudio cualitativo requiere bastante tiempo, sin embargo, se realizará el mayor esfuerzo para obtener información cualitativa a través de técnicas de investigación como la entrevista.

> Uno de los rasgos más importantes de la investigación cuantitativa es que opera fundamentalmente con cantidades y que su propósito final es establecer semejanzas y diferencias en términos de proporciones. La investigación cuantitativa demanda y/o está obligada a la construcción de una base de datos que generalmente requiere mucho cuidado y disciplina al momento de identificar, levantar, registrar la información. (2011, p. 118).

Según Rodríguez, Gil & García (1996), la investigación cualitativa:

> Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales – entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos - que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas. (p. 32).

En ese marco, es que la utilización de la investigación cualitativa nos permite emplear distintos métodos de investigación y recolección de datos, para concluir con la determinación de la hipótesis planteada en el proceso y de esta manera llegar a describir la realidad de la situación socioeconómica de los productores de calzado por empresas familiares de los distritos 1 y 6 de la ciudad de El Alto.

Por otro lado, la investigación será descriptiva.

> Según Cazau (2006), *"En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otra, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno".* (p. 27).

La investigación descriptiva permitirá analizar las variables del proyecto, como es la Producción de calzado por empresas familiares y el Nivel de desarrollo y crecimiento socioeconómico para describirlas independientemente una de la otra para poder realizar un pronóstico del problema de estudio.

## 2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es un plan que permite responder adecuadamente el problema, alcanzar los objetivos y demostrar o verificar la hipótesis.

En principio, al ser la investigación de carácter mixta en su enfoque metodológico, es decir cuali – cuantitativo, el trabajo será no experimental, ya que no se manipulará ninguna variable y se estudiará el objeto de estudio en sus condiciones naturales o normales de desarrollo.

Por otro lado, será longitudinal porque se estudiará el fenómeno en el período 2018 – 2021, llegando a abarcar un período de cuatro años de la vida del objeto de estudio.

> De acuerdo con Humberto Ñaupas, *"Se utiliza en investigaciones longitudinales o de seguimiento histórico de 1 a 5 años o más, para ver el comportamiento de una variable cualquiera"*. (2018, p. 368).

Así, este diseño de investigación no experimental y longitudinal, posibilitará medir y comprender las variables independiente y dependiente en el período de cuatro años. para estudiar el comportamiento de las mismas en el año 2018 y 2019 en condiciones previas

a la pandemia del covid 19; luego analizar las variables en los años 2020 y 2021 que corresponden al período de la pandemia incluyendo las cuarentenas rígidas y observar su impacto en ambas variables, pues evidentemente toda la actividad económica del país y por ende de la ciudad de El Alto ha sido ampliamente afectada.

Finalmente, el estudio también será correlacional, según Cazau (2006):

> Tiene como finalidad medir el grado de relación que eventualmente pueda existir entre dos o más conceptos o variables, en los mismos sujetos. Más concretamente, buscan establecer si hay o no una correlación, de qué tipo es y cuál es su grado o intensidad (cuán correlacionadas están). El propósito principal de la investigación correlacional es averiguar cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas, es decir, el propósito es predictivo. Los estudios correlaciónales la predicción está apoyada en evidencias más firmes, a saber, en la constatación estadística de un vínculo de correlación. (p. 27).

La investigación correlacional aporta de manera significativa determinando el grado de relación de las variables con el fin de establecer un control estadístico de las mismas, y así poder establecer seguridad al momento de trabajar con las variables planteadas en el proyecto de investigación.

## 3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Las variables de investigación son las distintas características o propiedades de los seres vivos, objetos o fenómenos que tienen la particularidad de sufrir cambios y que pueden observarse, medirse, ser objeto de análisis y controlarse durante el proceso de una investigación. Gabriela, G. (2020).

### 3.1. Variable Independiente

Son aquellas que ocasionan cambios en otras variables. Las variables independientes son utilizadas y estudiadas por el investigador para explicar el fenómeno observado.

**CUADRO Nº 1**

**Operacionalización Variable Independiente (Producción de calzado por empresas familiares)**

| Conceptualización | Categorías o Dimensiones | Indicadores | Ítems |
|---|---|---|---|
| Es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y organización) por parte de las empresas, con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias y satisfagan las necesidades que éstas presentan. | Procesos de Producción | Artesanal | - ¿Cómo es su proceso de producción? |
| | | Tecnificado | |
| | Elementos de la Producción | Mano de Obra | - ¿Para la producción de calzado que tipo de materia prima utiliza?<br>- ¿Cuál es su costo de producción?<br>- ¿Cuántos trabajadores forman parte de su taller? |
| | | Materia Prima | |
| | | Costos Indirectos de Fabricación | |
| | Factores de Producción | Tierra | - ¿Cuántos pares de zapatos produce diariamente?<br>- ¿Cuál es la forma de pago a sus proveedores? |
| | | Trabajo | |
| | | Capital | |
| | | Organización | |

*Fuente: Elaborado por los docentes investigadores, en base al proyecto (2022)*

## 3.2. Variable Dependiente

Son las variables modificadas por la acción de la variable independiente. Son las que se miden y originan los resultados de la investigación.

**CUADRO Nº 2**

**Operacionalización Variable Dependiente (Nivel Desarrollo y Crecimiento Socioeconómico)**

| Conceptualización | Categorías o Dimensiones | Indicadores | Items |
|---|---|---|---|
| El estatus o nivel socioeconómico es una medida total que combina la parte económica y sociológica de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, el acceso a recursos y el gasto familiar. | Dimensión Económica | Ingresos | - ¿Su principal fuente de ingresos lo constituye su taller de producción?<br>- ¿Qué porcentaje corresponde a los resultantes de la producción de calzado?<br>- ¿En qué magnitud afecta el contrabando? |
| | | Gastos | |
| | Dimensión Social | Educación | -Formación Académica<br>-Tipo de Construcción<br>-Característica sociodemográficas |
| | | Salud | |
| | | Vivienda | |
| | | Capital Humano | |

Fuente: Elaborado por los docentes investigadores, en base al proyecto (2022)

En las variables se observa una correlación entre X y Y, siendo X la variable independiente La producción de las empresas familiares dedicadas al rubro de calzados y Y la variable dependiente Crecimiento socio económico, entendido como la generación de ingresos y mejoramiento de las condiciones materiales de vida de la población. Así, se establece claramente la relación entre ambas.

### 3.3. Definición Conceptual de las Variables

La producción de la empresa familiar de calzado se refiere a como estas empresas llevan a cabo su producción en cantidad por periodos de tiempo y sus costes de producción para su respectiva comercialización.

Del mismo modo al generar ingresos estas microempresas dan un aporte socio económico en su entorno, ya sea la zona, distrito o ciudad; dando empleo e ingresos económicos determinando otras variables como la salud, educación o seguridad ciudadana.

Asimismo, este aporte que la empresa familiar genera en el campo socio económico varía dependiendo del tiempo o acontecimiento suscitado durante este tiempo como es el periodo o años 2018 a 2021; presentándose distintos sucesos históricos durante estas gestiones.

## 4. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 4.1. Población

> Población. “Es todo conjunto de elementos, finito o infinito, definido por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen, y sólo ellos. Se entiende por población a la totalidad del universo que interesa considerar, y que es necesario que esté bien definido para que se sepa en todo momento que elementos lo componen”. (2008, p.1).

Se denomina población al conjunto de elementos que forman el universo de la investigación, son todas las personas que son parte del objeto de estudio; la muestra es una parte de la población que se establece en base al criterio de representatividad que es un requisito para expresar el conjunto.

### 4.2. Muestra

Cuando se trata de poblaciones grandes es necesario determinar una muestra que se obtiene aplicando una fórmula para determinar su tamaño. Sin embargo, en el caso de la presente investigación, al tratarse de 45 microempresas familiares afiliadas a su organización, se aplicará la encuesta al total de la población, realizándose prácticamente un censo.

Por otro lado, se aplicará una encuesta no probabilística a 100 personas que eventualmente realicen compras de los productos en los mercados de venta de calzados que se encuentren en las ferias, y puestos de venta respectivos.

### 4.3. Informantes

#### 4.3.1. Información Secundaria

La información secundaria será obtenida a través de la recopilación de datos ya existentes que se pueden visualizar gracias a las investigaciones previas, artículos científicos, revistas, notas periodísticas proyectos referentes al rubro calzado en la ciudad de El Alto.

#### 4.3.2. Información Primaria

Se emplearán las siguientes fuentes de investigación primaria:

- Un seminario taller y un *grupo focal* con productores de calzados de la ciudad de El Alto.
- Diez entrevistas a profundidad a dueños de las PyMEs que comercialicen calzado artesanal, incluyendo a los dueños de las de la Empresas Familiares productoras del rubro calzado en la ciudad de El Alto.
- 100 encuestas a mujeres y varones que adquieran calzados de cuero de las empresas familiares en la ciudad de El Alto.

Es necesario realizar una investigación de mercado para definir y conocer los gustos y preferencias del consumidor final respecto a los calzados artesanales a los clientes alteños, por tanto, se utilizarán fuentes de información secundaria y primaria, y las fuentes

de información primaria deben cubrir los objetivos de la investigación tanto general como específicos, ya que proveerán información más precisa y actualizada.

### 4.4. Recopilación de Información

> El proceso de recolección de datos para una investigación se lleva a cabo mediante la utilización de métodos e instrumentos, los cuales se seleccionan según trate de información cuantitativa o cualitativa. Algunos procedimientos son directos como la observación o la entrevista, otros indirectos como los cuestionarios y formatos. El método seleccionado depende de los objetivos y el diseño del estudio, así como de la disponibilidad de personal, tiempo y recurso financieros. (2011, p. 133).

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

#### 4.4.1. Plan para la Recolección de Información

- Definición de los sujetos: personas que van a ser investigados. En este proyecto, la población de estudio son los productores de calzado de las empresas familiares de los distritos 1 y 6 de la ciudad de El Alto.
- Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información. Las técnicas a ser utilizadas son la observación, la entrevista, el grupo focal y la encuesta.
- Selección de recursos de apoyo (equipo de trabajo).

Para la elaboración del proyecto se cuenta con el apoyo y colaboración de la Asociación de los Productores de calzado o MyPEs, y comerciantes independientes, aglutinados y reconocidos por el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

- Explicación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.

Se aplicarán las encuestas en la población antes mencionada, para llevar a cabo el siguiente esquema:

- Escrutinio de la información recogida, con el fin de determinar qué datos serán necesarios.
- Tabulación de las encuestas realizadas a los productores de calzado
- Representación gráfica.
- Análisis e interpretación de los gráficos realizados.

## 5. AMBIENTE DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1. El Contexto Histórico de la Ciudad de El Alto

Como antecedentes según PTDI (2017), la sociedad del municipio atravesó por diferentes procesos de transformación de ocupación de su territorio sobre todo desde la segunda mitad del siglo XX. El Alto no fue ajeno de este proceso de transformación viendo afectadas sus tierras; generando el proceso de parcelamiento e individualizando a los comunarios mediante títulos de propiedad:

- A partir de la década de los 40 se produce los primeros asentamientos en el sector de la Ceja y Alto Lima, expandiéndose y consolidándose a partir de 1.952. Como un efecto de modo de vida sobre las instalaciones de los servicios aeroportuarios y ferrocarrileros.
- Los cambios a partir de la reforma agraria de 1953 en las organizaciones comunales produjeron la migración campo ciudad generando la mercantilización de la tierra y el proceso de ocupación del territorio, siendo las primeras urbanizaciones Villa Dolores, 12 de octubre y Villa Bolívar, por otro lado, el sector norte la zona 16 de Julio, Alto Lima, y Villa Ballivián.
- Posteriormente la intervención del Estado implementa programas de vivienda, consolidando las urbanizaciones cómo, Ciudad Satélite, Santiago Primero, Santiago Segundo, Villa Adela, Primero de Mayo, Nuevos Horizontes, y 16 de febrero (urbanización fabril), donde los principales beneficiarios fueron migraciones del interior del país sobre todo quechua y por efectos de la relocalización en la década de los 80 el sector minero.
- Paulatinamente, se ha estructurado el territorio del municipio con la creación de nuevas urbanizaciones como: Tupak Katari, Ferroviaria, Los Andes, 16 de febrero,

Nueva Marka, Agua de la Vida, 23 de marzo, Villa Concepción, Tahuantinsuyo, 6 de junio, San Juan de Rio Seco, Pedro Domingo Murillo y muchos otros.

### 5.2. Ubicación Geográfica

También el PTDI GAMEA (2017) explica que: El Municipio de El Alto, se encuentra ubicado en el Departamento de La Paz, cuarta sección de la Provincia Murillo, en un entorno geográfico situado sobre una meseta caracterizada por una superficie plana y ondulada, al pie de la Cordillera de La Paz y Cordillera Oriental1, a 16º31' latitud sur y 68º13' longitud oeste, a una altura variable entre los 6.000 m.s.n.m. (Nevado del Huayna Potosí) y 3.700 m.s.n.m. (Valle de Kaque Marka).

### 5.3. Toponimia y Creación de la Ciudad de El Alto

Mediante Decreto Ley No. 19062 promulgada en fecha 15 de julio de 1982, se Homologa la Ordenanza Municipal 45/82 de 12 de julio de 1982, del municipio de La Paz, mediante la cual se crea la Alcaldía Distrital de El Alto como Modelo Institucional Piloto, con autonomía de gestión y competencia para resolver los problemas urbanos de su jurisdicción, debido a que el crecimiento urbano sobrepaso la capacidad administrativa del municipio paceño. El 6 de marzo de 1985, se promulga la Ley No. 728 mediante el cual se crea la Cuarta Sección de la Provincia Murillo con su capital El Alto de La Paz. Tres años más tarde, el 26 de septiembre de 1988 se eleva a rango de ciudad mediante Ley Nº 1014. (PTDI, 2017).

### 5.4. Administración Política y Territorial

Según el PTDI GAMEA (2017): El municipio de El Alto cuenta con una extensión Territorial de 428,03 Km2, esta superficie se halla resguardada por la Ley 2337 de fecha 12 de marzo de 2002. Esta misma Ley en el Art. 3º delega la demarcación correspondiente al Instituto Geográfico Militar (IGM), en conformidad al Art. 29º parágrafo 1 de la Ley 21503. El proceso de demarcación realizada por el IGM estuvo encuadrado en la Ley 2337, la Ley 2150 y su Decreto Reglamentario DS 26520 de 21 de febrero de 2002, este Decreto Reglamentario señala en su Art. 5º “en todo proceso de delimitación de Departamentos, Provincias, Secciones de Provincia o Cantones, no debe afectarse la continuidad territorial”.

La cuarta sección de la provincia Murillo (Municipio de El Alto) se encuentra dividida en 14 Distritos Municipales.

La Ley 482 de Gobiernos Autónomos Municipales, señala que el Concejo Municipal dentro de sus atribuciones establecerá requisitos y procedimientos generales para la creación de Distritos Municipales mediante una Ley Municipal; en este escenario la última modificación distrital fue aprobada mediante Ordenanza Municipal No. 194/13 de fecha 16 de agosto de 2013.

### 5.5. Lenguas que se Hablan

Los idiomas que se hablan con mayor influencia en el Municipio de El Alto son en orden de importancia: el Castellano el Aymara, y el quechua tal como se describe en el cuadro siguiente:

**CUADRO Nº 3**

**Idiomas con mayor predominancia por distrito**

| IDIOMA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DISTRITO | CASTELLANO | QUECHUA | AYMARA | GUARANÍ | OTROS OFICIALES | IDIOMA EXTRANJERO | NO HABLA | SIN ESPECIFICAR | TOTAL |
| **D-1** | 69.556 | 1.077 | 9.051 | 59 | 115 | 115 | 88 | 1.176 | 81.237 |
| **D-2** | 54.137 | 1.025 | 11.042 | 52 | 126 | 62 | 62 | 1.232 | 67.738 |
| **D-3** | 102.612 | 1.702 | 25.463 | 55 | 225 | 137 | 99 | 1.950 | 132.243 |
| **D-4** | 68.736 | 1.057 | 26.043 | 49 | 147 | 76 | 86 | 1.755 | 97.949 |
| **D-5** | 62.071 | 926 | 30.374 | 19 | 69 | 74 | 76 | 1.388 | 94.997 |
| **D-6** | 64.956 | 652 | 16.011 | 52 | 130 | 72 | 74 | 1.419 | 83.366 |
| **D-7** | 18.130 | 1.013 | 20.400 | 5 | 55 | 22 | 26 | 765 | 40.416 |
| **D-8** | 71.712 | 2.355 | 33.612 | 42 | 164 | 67 | 79 | 2.031 | 110.062 |
| **D-9** | 511 | 5 | 1.107 | 0 | 2 | 0 | 3 | 17 | 1.645 |
| **D-10** | 371 | 1 | 341 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 718 |
| **D-11** | 498 | 5 | 489 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 1.002 |
| **D-12** | 12.123 | 285 | 5.257 | 5 | 24 | 13 | 8 | 280 | 17.995 |
| **D-13** | 621 | 12 | 1314 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1.951 |
| **D-14** | 22.697 | 476 | 19.235 | 18 | 100 | 25 | 27 | 834 | 43.412 |
| **TOTAL** | 548.731 | 10.591 | 199.739 | 356 | 1.157 | 665 | 628 | 12.864 | 774.731 |

*Fuente: DOTPE en base a datos del INE, 2012*

## 5.6. Demografía

Según la proyección del Instituto Nacional de Estadística publicada el 15 de marzo de 2016, manifiesta: *"De acuerdo con las proyecciones, en la ciudad más joven del país existen 902.000 habitantes, de los cuales 463.000 son mujeres y 439.000, varones".*

Según proyecciones del INE la población en la urbe alteña tendrá un crecimiento de la siguiente manera:

**CUADRO Nº 4**

**Proyección de población al 2020**

| MUNICIPIO | 2012 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|---|
| El Alto | 848.452 | 912.206 | 922.598 | 933.053 | 943.558 |

*Fuente: INE (Publicación 2016)*

**CUADRO Nº 5**

**Población por sexo y grupos quinquenales de edad, censo 2012**

| EDAD QUINQUENAL | HOMBRE | MUJER |
|---|---|---|
| 0 a 4 | 46925 | 45749 |
| 5 a 9 | 43588 | 42908 |
| 10 a 14 | 48023 | 47507 |
| 15 a 19 | 45439 | 48849 |
| 20 a 24 | 42365 | 45484 |
| 25 a 29 | 34792 | 39199 |
| 30 a 34 | 33535 | 39212 |
| 35 a 39 | 27159 | 31914 |
| 40 a 44 | 22863 | 26081 |
| 45 a 49 | 17038 | 19564 |
| 50 a 54 | 14177 | 15847 |
| 55 a 59 | 10241 | 11217 |
| 60 a 64 | 8194 | 8903 |
| 65 a 69 | 5478 | 6071 |
| 70 a 74 | 3816 | 4109 |
| 75 a 79 | 2299 | 2808 |
| 80 a 84 | 1682 | 2168 |
| 85 a 89 | 817 | 1154 |
| 90 a 94 | 340 | 444 |
| 95 y más | 177 | 280 |

*FUENTE: elaboración DOTPE en base a datos del censo 2012 (INE).*

## 5.7. Educación

La Ley Nº 70 “Elizardo Pérez- Avelino Siñani”, reconoce los siguientes subsistemas de educación.

- ✓ Subsistema de Educación Regular:
  - Educación Inicial en Familia Comunitaria.
  - Educación Primaria Comunitaria Vocacional.
  - Educación Secundaria Comunitaria Productiva
- ✓ Subsistema de Educación Alternativa y Especial
- ✓ Subsistema de Educación Superior de Formación Profesional.

## 5.8. Caracterización de la Pobreza

Los datos del censo del 2012, según lo establecidos en el anterior cuadro, muestra que el 35,40 % de la población del municipio es pobre, cifra que equivale a 300.390 habitantes quienes carecen de servicios básicos, residen en viviendas que no reúnen las condiciones apropiadas, tienen bajos niveles de educación y/o tienen inadecuada atención de salud.

Cuando hablamos de la población del municipio, indicamos que el 31,47% se halla en situación de Pobreza Moderada, 3,88% en condiciones de Indigencia, 36,50% se encuentra en el Umbral de Pobreza, 26,34% registra Necesidades Básicas Satisfechas y 0,05% de la población está en condiciones de Marginalidad.

## 5.9. Esperanza de Vida

Según el INE: La esperanza de vida promedio al nacer en el Departamento de La Paz es de 61 años, sin embargo, haciendo un análisis entre los hombres y las mujeres, la que tiene mayor esperanza de vida al nacer es la mujer llegando a 62 años, mientras que el sexo masculino llega solamente a 59 años, estos datos consideran y catalogan las condiciones de pobreza, reflejadas en la incipiente asistencia médica a este grupo etáreo, la dieta familiar y la actividad productiva permanente de subsistencia.

Con excepción de la mancha urbana, en las comunidades rurales presentan índices de pobreza superiores al 89%. En la comunidad de Milluni se observa el mayor índice de pobreza 96,2.

Entre 2001, y 2012 ha bajado en 30,9 % de puntos porcentuales de la población en situación de pobreza.

Las condiciones de vida de la población, muestran importantes grupos humanos con carencias o falta de acceso a servicios básicos como el agua potable, servicios sanitarios, eliminación de excretas e insumos energéticos adecuados.

### 5.10. Economía Plural

El informe de Economía Plural del Ministerio de Economía y Finanzas (2017), El desarrollo y funcionamiento de la economía plural alteña, está fuertemente articulado con la existencia de los cuatro sectores productivos que están conformadas por: privados, estatales, comunitarios y cooperativas. El Alto es la segunda ciudad más poblada de Bolivia y conocida como la capital de la industria manufacturera artesanal, en 2015 según el informe de desarrollo humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, el municipio alteño aportaba al PIB nacional un 7%, al presente 2016 se estimó un 7.39% de aporte al PIB nacional.

Los cuatro sectores de la Economía Plural (2017), reconocidos por el Estado en la estructura del modelo económico social comunitario productivo están asociados y establecidos territorialmente mediante la ocupación del suelo, destacando el sector económico primario, secundario y terciario, donde existe mayor participación territorial del sector privado y estatal en la producción de bienes y servicios.

El sector estatal, desarrolla gran variedad de bienes y servicios con las instituciones públicas establecidas territorialmente, además de las transferencias financieras como producto del Dialogo 2000 (HIPIC II) la Coparticipación Tributaria e Impuesto Directo a los Hidrocarburos IDH, que se destinan a la ejecución de diferentes programas y proyectos en el territorio alteño.

**CUADRO Nº 6**
**Número de empresas por tamaño**

| | MICROEMPRESAS | PYMES | EMPRESAS GRANDES | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| PORCENTAJE | 97% | 2% | 1% | 100% |
| NÚMERO DE EMPRESAS | 13.769 | 284 | 142 | 14.195 |

*FUENTE: FUNDEMPRESA, 2014*

El sector privado, aproximadamente representa un 97% que son micro empresas productivas, el 2% de las PyMes y el 1% en grandes industrias según cruce de datos de Fundempresa (2014), Funda Pró, UDAPE, Ministerio de Desarrollo Productivo, Economía Plural y el INE, que se encuentran ubicadas en las carreteras de primer y segundo orden, específicamente en los distritos 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

El sector comunitario, conformado por once comunidades desarrolla la actividad agropecuaria de autoconsumo, sin fines agroindustriales, en el área periurbana circundante y rural donde la producción agrícola que alcanza diferentes escalas de producción generando ventajas comparativas, pero no ventajas absolutas. Y en partes del sector territorial comunitario existe la actividad turística escénica.

El sector cooperativo es la asociación de personas naturales y jurídicas, presentan escaza participación territorial y poca participación en la dinámica económica alteña.

### 5.10.1. Mercados y Ferias

Los mercados y ferias según la PTDI GAMEA (2017), abarcan varios sectores, empezando desde centros comerciales de La Ceja – El Alto, donde se congrega la mayoría de edificios administrativos públicos y privados, centro financiero bancario, comerciales y sedes de organizaciones sociales que ofrecen variedad de productos, bienes y servicios. También se establecen puestos de venta callejeros y sistemas vecinales de ferias.

La “Feria 16 de Julio” ubicado en el Distrito 6 es considerada una de las más grandes en Bolivia donde realizan transacciones económico financieras de al menos dos millones de bolivianos, solo en dos jornadas entre jueves y domingos donde acuden aproximadamente 70.000 personas26 encontrando gran variedad de bienes, productos y servicios, de distintas épocas.

### 5.10.2. Ordenamiento Territorial en Economía Plural

- Las principales actividades económicas se encuentran en el diagnóstico de economía plural subtitulo *4.1.4 Principales Actividades de los actores económicos en economía plural.PTDI*

Existen los cuatro tipos de economías, Comunitaria, Cooperativa, Privada y Estatal vemos que en el territorio alteño urbano se desarrollan en un entorno muy próximo a las carreteras de primer orden y segundo orden con mayor presencia en primer lugar el sector privado, segundo lugar el estatal, tercer lugar la comunitaria en el área periurbana y rural, por último, en cuarto lugar, la cooperativa.

## 6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

En general, las técnicas de investigación de manera similar a los métodos de investigación se encuentran en un nivel procedimental y de carácter instrumental aproximando al equipo hacia el objeto de estudio por lo que se encuentran en un nivel empírico, es decir, en la realidad misma, de esta manera, también permiten una relación directa con los sujetos de la investigación.

> Las técnicas de investigación tienen la función de realizar la recolección de información, la función de poner a prueba empírica el problema y la hipótesis, finalmente, la de operativizar los objetivos planteados. En tal sentido, *"Las técnicas e instrumentos de investigación permiten captar o arrancar de la realidad los datos empíricos para realizar análisis concretos a fin de corroborar la validez o no de la teoría y del método de investigación".* (Rojas, 1992, p. 68).

### 6.1. Técnicas

#### 6.1.1. La encuesta

Evidentemente, las técnicas de investigación se apoyan en la teoría y en el método.

Para la recolección de información cuantitativa se utilizará -como se mencionó líneas arriba- la encuesta.

> La encuesta es el método de obtención de información primaria sociológica basado en el planteamiento de preguntas orales o escritas al conjunto de personas investigado. El contenido de estas preguntas constituye el problema de la investigación al nivel empírico. En este sentido, la comunicación del investigador con la fuente de la información buscada (el encuestado) aparece mediada por un instrumento metodológico especial (el cuestionario o el plan de la entrevista), así como por los encuestadores, los cuales cumplen la función de operadores en la aplicación del instrumento. (1988, p. 323).

Esta técnica se aplicará a la población que, en este caso, son todas las personas que forman parte de las familias de productores de calzados de la ciudad de El Alto, con la condición de que participan en la producción y/o comercialización de productos.

Para ello, se confeccionará el instrumento del cuestionario en base al problema de investigación, los objetivos y la hipótesis, que por supuesto, como se afirmó antes, se basa en el enfoque teórico desarrollado en el capítulo II, que se sintetiza en la propuesta de la economía popular.

Una vez confeccionado el mismo, se procederá a su aplicación en coordinación con el presidente de la Federación de Productores de Calzados de la ciudad de El Alto, con quien ya se tuvo contactos previos de coordinación.

El cuestionario es una modalidad de la técnica de la encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo. (Ñaupas, 2018, p. 291).

### 6.1.2. La entrevista

La otra técnica orientada, esta vez, hacia la obtención de datos cualitativos será la entrevista, la misma se entiende como una conversación entre dos o más personas con el objetivo de generar conocimientos, donde un interlocutor es el investigador y el otro el sujeto del estudio. En este sentido, se trata de una interacción psico social entre ambos actores del proceso de investigación.

Según (Medina, 2011). Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar.

La entrevista se aplicará a informantes clave, que con las que experimentan una mayor dinámica entre los sujetos de investigación, en el caso de la presente investigación serán líderes de la organización gremial, funcionarios medios y altos relacionados con el sector productivo del gobierno municipal de El Alto y productores más antiguos.

Se aplicará el tipo de entrevista semiformalizada o semiestructurada, ya que permite ciertos grados de libertad entre el informante y el equipo de investigación, pero que se basa en una guía de preguntas directamente relacionadas con el tema, problema, objetivos e hipótesis planteados.

> Es la que basándose en una guía no es tan formal y rígida porque permite que el investigador pueda introducir algunas preguntas para esclarecer vacíos en la información; esto quiere decir que no todas las preguntas están predeterminadas. (p. 295).

## 6.2. Instrumentos

### 6.2.1. Guía de entrevista

Por otro lado, se aplicará una guía de entrevista a través del instrumento de recolección de la información.

El diseño de una entrevista está irremediablemente condicionado por el diseño de investigación en el que se enmarca, y del que forma parte, así como por la utilización o no de otras técnicas e instrumentos cuantitativos y/o cualitativos. Los aspectos que sobre el diseño abordamos tienen que ver con el título que da nombre a este apartado: el guión de entrevista. Este instrumento se dirigirá al registro de la información, realizando las descripciones más completas posibles, evitando emitir juicios de valor y opiniones, será de tipo no participante ya que el equipo de investigación será observador externo y será de campo porque se realizará en las condiciones naturales de desarrollo del objeto de estudio. (Medina, 2018)

Se realizará en ocasión de la aplicación de la entrevista y en actividades como las ferias de exposición y venta de productos y en el seminario taller, además del grupo focal.

Se realizarán 10 entrevista a profundidad con el fin de obtener información clave para el proyecto de investigación, estas serán realizadas exclusivamente a los dueños de las PyMEs familiares y a los competidores que sigan la misma línea de negocios de calzado artesanal.

### 6.2.2. Cuestionario

Para realizar la encuesta a los afiliados de la Asociación de APROCALVIE nos apoyarnos en el instrumento del cuestionario.

Un cuestionario es, por definición, el instrumento estandarizado que utilizamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas. En pocas palabras, se podría decir que es la herramienta que permite al científico social plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, utilizando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir la población a la que pertenecen o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre variables de su interés. (Medina, 2018).

Este instrumento se aplicara a través de la visitas a los talleres de los afiliados de la Asociación de APROCALVIE.

## 7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El procedimiento que seguirá la investigación comprende las siguientes etapas:

- Primera etapa de fundamentación lógica que se expresa en la selección y determinación del tema, la elaboración del proyecto de investigación: planteamiento del problema, marco teórico, hipótesis y metodología, el diseño de investigación.

- Segunda etapa *empírica*, que comprenderá el trabajo de campo, la recolección y procesamiento de la información, aplicación de los métodos y técnicas de investigación.

- Tercera etapa *teórica*, que incluirá el análisis e interpretación de los datos y construcción del nuevo conocimiento, que se expresará en el informe de la investigación.

Éstas, no son etapas cerradas sino articuladas entre sí, dialécticas, pues cada una de ellas implica una diversidad de procedimientos interdependientes, por ejemplo, para la formulación del problema se recurre en parte a información teórica y en parte a datos empíricos, que implica realizar investigación documental y observación de la realidad.

# CAPITULO IV: RESULTADOS

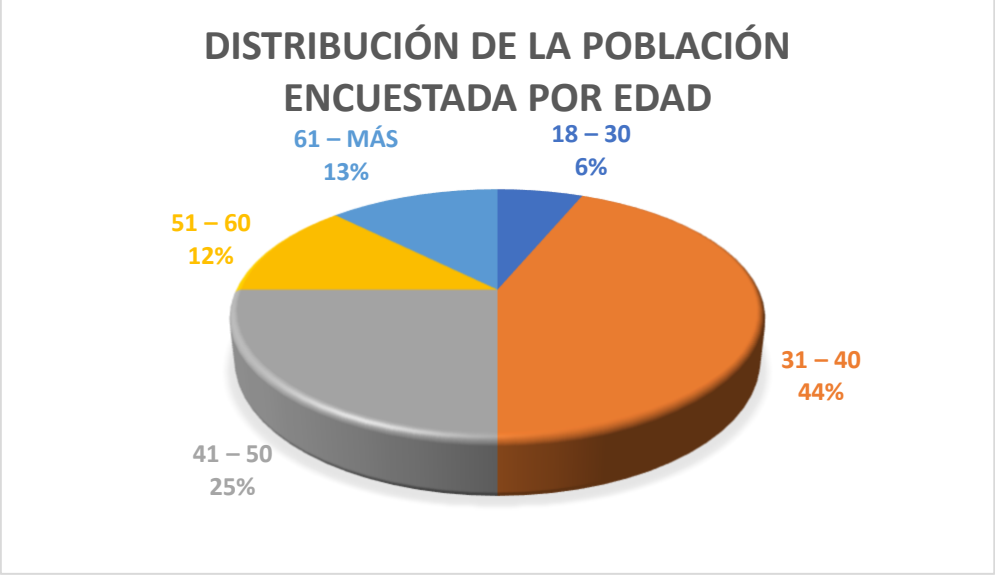
## 1. SITUACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADOS

### 1.1. Aspectos Demográficos de los Productores de Calzados

El rubro de la producción de calzados de cuero está prácticamente compuesto por microempresarios del sexo masculino, excepcionalmente hay pocas mujeres a la cabeza, sin embargo, al interior de las unidades productivas se da una división del trabajo por género, según la cual los propietarios son varones y las mujeres, si bien no figuran en su gran mayoría como propietarias, sí lo hacen como las responsables de la comercialización. Y una encuesta de opinión personal se realizó de manera presencial y también virtual a través de la plataforma Google Forms, y posteriormente se tabularon los datos para presentar los resultados obtenidos gracias a la encuesta con un total de 90 encuestados.

En este sentido, el primer dato es que todos los sujetos de investigación que participaron en la encuesta son varones.

**GRÁFICO Nº 2**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Se observa en esta tabla que una mayor cantidad de productores corresponde al intervalo de edad de 31 a 40 años que se expresa en un 43,7%, se trata de una población económicamente activa y que se encuentra gozando de todas las capacidades físicas e

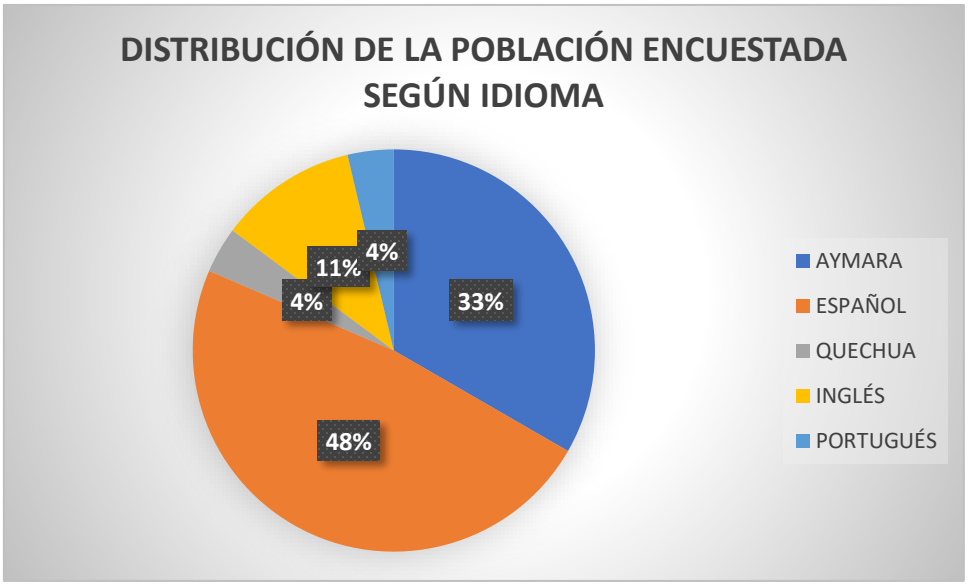
intelectuales, es un grupo etario maduro que posee conocimientos y experiencia en el desarrollo de sus unidades empresariales.

El intervalo más bajo está conformado por 18 a 30 años de edad alcanzando un 6,2%, tratándose de un grupo etario en pleno proceso de aprendizaje y arranque de la actividad microempresarial.

Como manifiesta uno de nuestros entrevistados:

> Yo estoy 25 años de tallerista. Bueno, yo cuándo estudiaba, ¿no? y entonces, en vacaciones entré a un trabajo mediante un amigo intrigado, o sea a hacer el calzado y ha dicho que bonito y, de ahí ya no he salido de trabajar desde ese momento, desde mis 16 años he empezado a hacer, primero de maestro he trabajado de todas las ramas de calzado de dama y varón. Y a mis 23 o 24 he abierto mi taller de calzado de dama. (Entrevista a R.F. productor de calzados, septiembre de 2022).

**GRÁFICO Nº 3**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

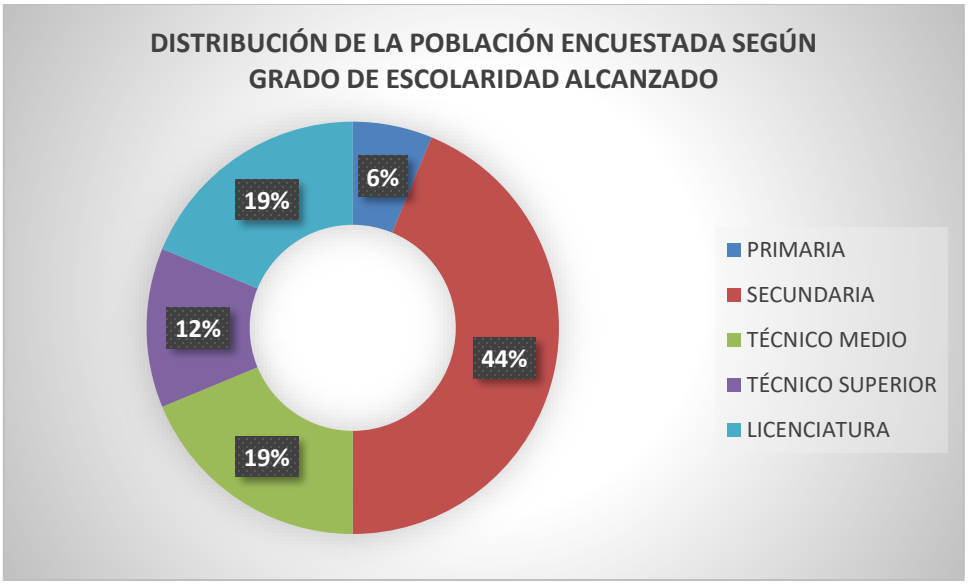
Los datos reflejan que el mayor porcentaje referido al idioma principal que hablan los productores es el español con un 48,1%, seguido del aymara con un 33,3%. Es interesante que los microempresarios por su vinculación con el mercado exterior o el haber residido temporalmente en otras latitudes, conocen y hablan el inglés con un 11,1% y el portugués con un 3,7%.

Por ejemplo, sobre la experiencia obtenida en el extranjero, tenemos el siguiente testimonio:

> En el 77 tenía más o menos como 18 años, trabajaba de ayudante y aprendí ahí hasta 1981 estaba de operario, pero eso lo aprendí en el Perú (Entrevista a L. A., productor de calzados, agosto de 2022).

También existe un 5% de productores que hablan quechua, lo que muestra un elemento de migración interna.

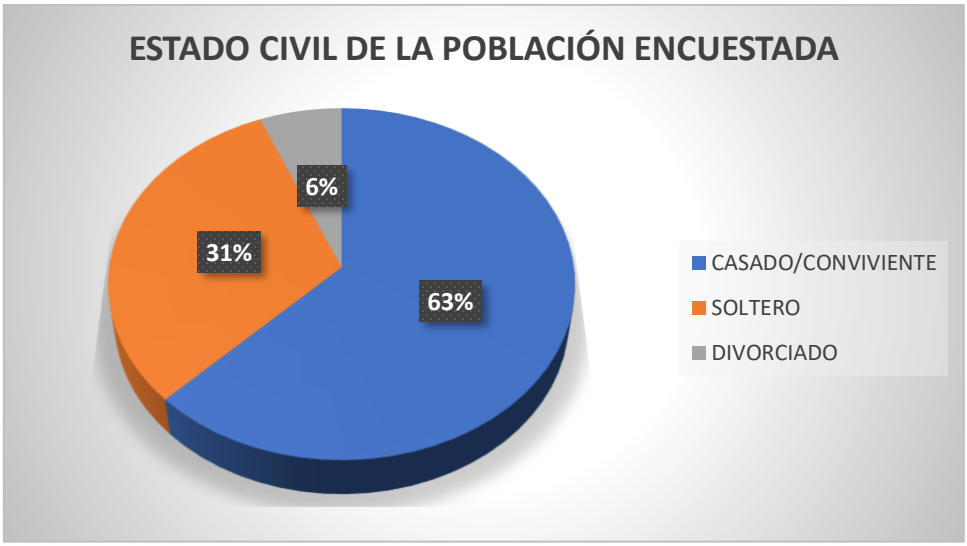
**GRÁFICO Nº 4**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Se observa en el gráfico 3, la distribución de la escolaridad alcanzada por los afiliados a la Asociación de Productores de Calzado Viajeros al Interior y Exterior (APROCALVIE), de la misma se deduce que el porcentaje mayor corresponde al 43,7% son los que han logrado una educación a nivel de secundaria, por otra parte, es necesario hacer énfasis que los emprendedores del rubro calzado por su vinculación con el mercado exterior se visualiza en un porcentaje similar del 18,7% corresponde a los niveles de formación técnico medio y licenciatura, sin dejar de lado la importancia la educación a nivel de técnico superior en un 12,5% y por último, en un 6,3% de los asociados tienen una formación educativa a nivel primario.

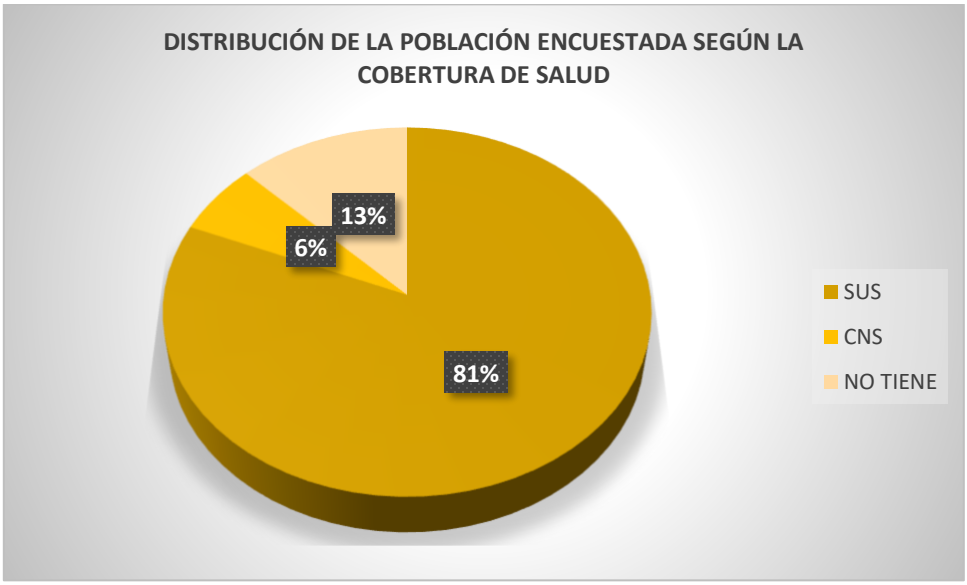
**GRÁFICO Nº 5**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Los datos del gráfico 4, reflejan la situación sociodemográfica de la población encuestada de la Asociación de Productores de Calzado Viajeros al Interior y Exterior (APROCALVIE), está estructurada con un porcentaje dominante del 63% que corresponde a productores con un estado civil de casado/conviviente, seguido por los solteros con un 31% y por último con un porcentaje menor del 6% se encuentran en condiciones de divorciados.

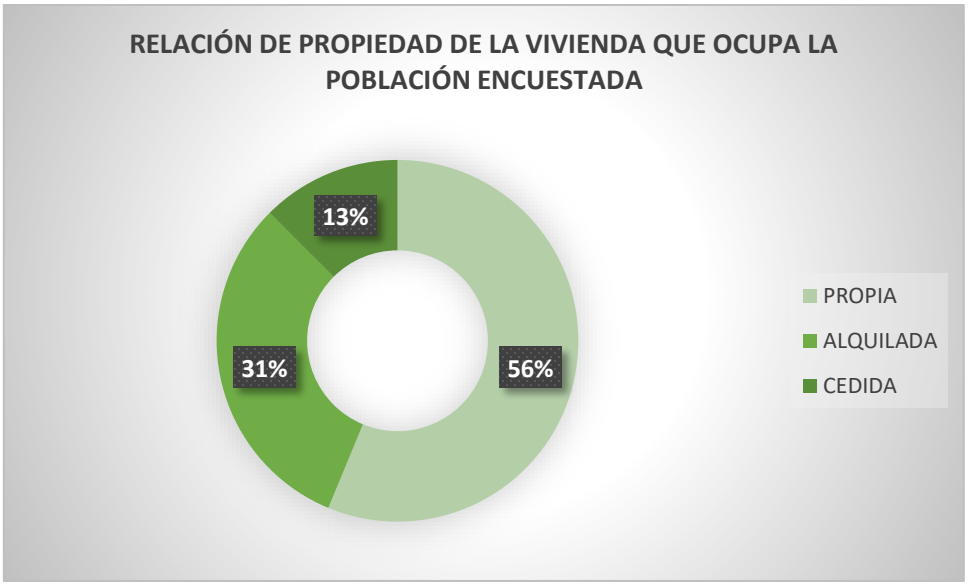
**GRÁFICO Nº 6**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 5, refleja que el Sistema Único de Salud (SUS) es la entidad que aglutina en mayor porcentaje con un 81,2% de los asociados de APROCALVIE; afiliados a esta entidad que está comprometida en garantizar el acceso universal, equitativo, oportuno y gratuito a la atención integral en salud, mientras se considera un porcentaje significativo del 12,5% de los asociados no cuentan con ningún tipo de servicios de seguro de salud; por último, se aprecia que el 6,3% están registrados en la Caja Nacional de Salud (CNS), institución descentralizada de derecho público sin fines de lucro, brindando prestaciones de salud oportunamente.

**GRÁFICO Nº 7**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Como era de esperar, la mayoría de los productores de calzados al ser propietarios de sus microempresas, poseen una vivienda en propiedad, que es parte del propio desarrollo familiar y personal orientado a garantizar las condiciones materiales de existencia y para cubrir las necesidades básicas, este grupo alcanza un 56,2%. En tanto, el 31,2% manifestó que ocupa una vivienda alquilada y un 12,5% reside en un espacio cedido, significando este último generalmente el préstamo de una vivienda de un familiar, generalmente de los padres, al tratarse de los hijos que se inician en la vida conyugal y en el emprendimiento microempresarial.

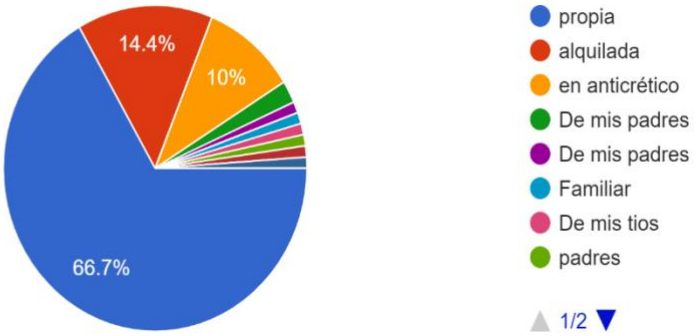
En las visitas a los talleres de productores de calzados unos de nuestros entrevistados (R.F.) manifestó que tiene planes para instalar una planta de producción de calzados mucho más moderna y completa y que tiene que estar situada en la ciudad de El Alto

donde existe mano de obra capacitada y experimentada en la producción de calzados y para ello debe adquirir un terreno apto para este propósito.

El contar con una vivienda y taller en propiedad constituye por otro lado parte del capital constante o capital fijo, constituyendo las condiciones para las garantías de la producción de calzados.

**GRÁFICO Nº 8**

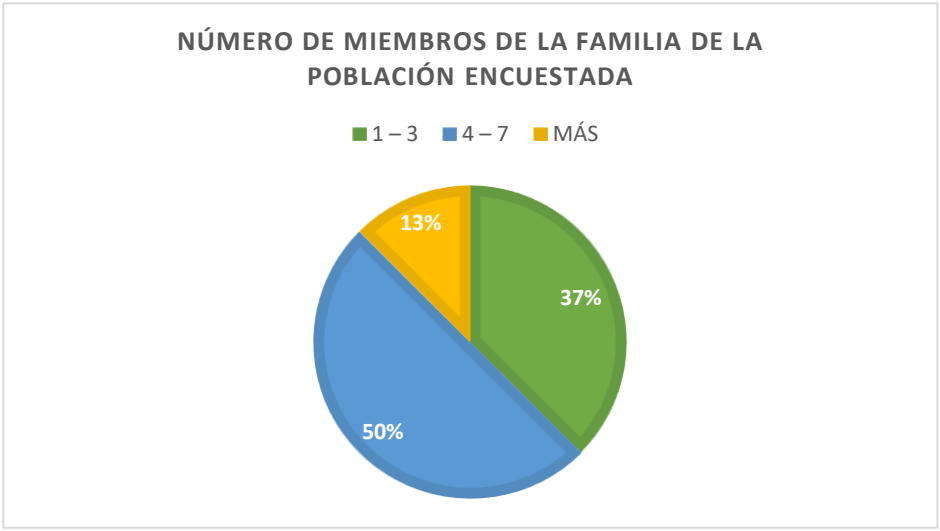
**LA CASA DONDE VIVE ES:**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 7, sobre la encuesta de opinión personal; del 100% de encuestados (90); el 66,7% viven en una casa propia, un 14,4% alquilada y en anticrético el 10%, mientras que el 9,9% expresa otros valores sobre de quien es la casa donde habita.

**GRÁFICO Nº 9**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

En general, predomina en la actualidad en la sociedad boliviana la familia nuclear compuesta por los cónyuges y las y los hijos.

En el caso de los productores de calzados, la mitad de los encuestados con un 50% tiene un grupo familiar compuesto por 4 a 7 miembros, que en la práctica va de 2 a 5 hijas e hijos.

Un 37,5% se refiere al grupo familiar compuesto por 1 a 3 miembros que significa una familia unipersonal y en otros casos los cónyuges y 1 hija o hijo.

Finalmente, más de 7 miembros del grupo familiar está compuesto por un 12,5% de los encuestados.

La importancia de la familia, queda expresada en las palabras de un productor entrevistado:

> Primero hemos empezado en familia nomás, ya empezamos a costurar, con mi hijo también hemos salido a vender, así al detalle aquí a la ex tranca (de Río Seco), a otros lugares hemos empezado a salir, de a poco hemos empezado. (Entrevista a S.M., productor de calzados, septiembre de 2022).

También sobre el tema de la familia, otro entrevistado manifestó:

> En 1981 he iniciado mi actividad, tuve buenos momentos, también siempre como bajas y no he tenido casi mucho apoyo tampoco he querido sacrificar a mis hijos; el problema de mí es que, si yo soy zapatero, que mi hija no sea zapatera, que tomen mejores rumbos, pero también cuando tienes maquinaria completa crece tu micro empresa y tienes vida ahí en el negocio (Entrevista a L.A., productor de calzados, septiembre de 2022).

La realidad y la encrucijada del productor de calzados es si sus hijos van a seguir o no con la actividad microempresarial, tomando en cuenta que las unidades económicas poseen activos fijos como las instalaciones y maquinarias con un alto costo de inversión y que por lo tanto constituyen capitales que merecen en la mayoría de los casos la continuidad laboral que queda en manos de los hijos, pues la generación de los padres establece los cimientos tangibles.

Las y los hijos a diferencia de los padres, poseen capitales informacionales en base a su formación profesional, ya que todos los hijos de los productores han accedido a la

universidad, son profesionales o se encuentran cursando carreras relacionadas con la actividad productiva.

**TABLA Nº 3**
**MAQUINARIA EMPLEADA EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

| TIPO | PORCENTAJE |
|---|---|
| AUTOMÁTICA | 28,0% |
| SEMIAUTOMÁTICA | 24,0% |
| MANUAL | 48,0% |
| TOTAL | **100,0 %** |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

En las instalaciones de producción de calzados se utilizan casi por igual máquinas manuales y automáticas y semiautomáticas. Las primeras son necesarias y fundamentales para la elaboración del producto como las prensas, las secadoras y algunas lijadoras; las segundas incrementan la productividad del trabajo como la máquina boca de sapo y algunas cortadoras.

Por otro lado, todos los talleres de producción de calzados cuentan con máquinas de coser eléctricas que gracias a las destrezas de los trabajadores garantizan la producción en cantidad y en escala en base a la división técnica del trabajo.

En la actualidad no se concibe en las microempresas productoras de calzados un procedimiento enteramente manual o artesanal pues dejarían de pertenecer a este tipo de unidades económicas. Entonces, la producción hoy en día se apoya en el uso intensivo de diversas máquinas, como lo reconoce uno de nuestros entrevistados.

> Variedades de máquina tengo: troqueladoras, ojaladoras, rectas, prensas, variedad de máquinas, se necesita de máquinas para la elaboración de los calzados. (Entrevista a R.F., productor de calzados, septiembre de 2022).

**TABLA Nº 4**
**PROCEDENCIA DE LA MAQUINARIA QUE UTILIZA**

| PROCEDENCIA | NÚMERO | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| **NACIONAL** | 5 | 25,0% |
| **IMPORTADA** | 15 | 75,0% |
| **TOTAL** | **20** | **100,0%** |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Según los datos obtenidos tal y como se muestra en la tabla un 75 % de los productores de calzados hacen referencias de que utilizan las maquinarias importadas para la

elaboración de los calzados y de esta manera logran elaborar buenos productos y comercializarlos en los diferentes espacios de venta.

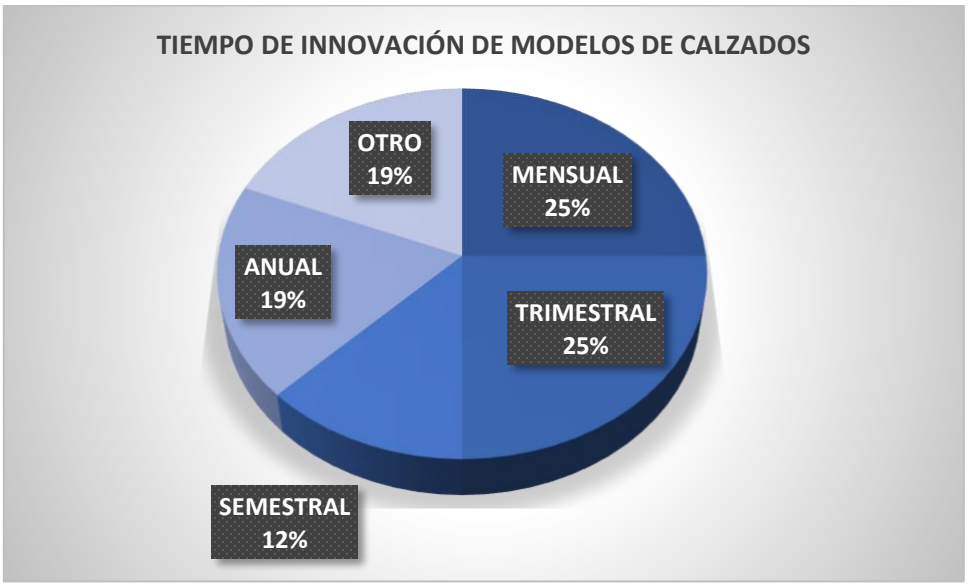
En menor porcentaje utiliza las maquinarias de procedencia nacional para la elaboración de los calzados.

> Tenemos máquinas importadas de origen japonesas rectas también dobladora desbastadora y también tenemos una prensa para las plantas. (Entrevista a S.M. productor de calzados, agosto 2022)

> Las máquinas que tengo son importadas desde Perú, China, italiana y existen maquinarias que se pueden realizar aquí en Bolivia como la troqueladora. Pero estas máquinas como la cortadora, rectas, prensas, boca de sapo y otros más, son importadas de otros países. (Entrevista a D.V. productor de calzados, septiembre 2022)

Es así como estos productores refieren que utilizan maquinarias importadas desde diferentes países como Italia, China, Perú y Japón, para la elaboración de los calzados los mismos que les facilitan ciertos procedimientos al momento de elaborar el calzado.

**GRÁFICO Nº 10**



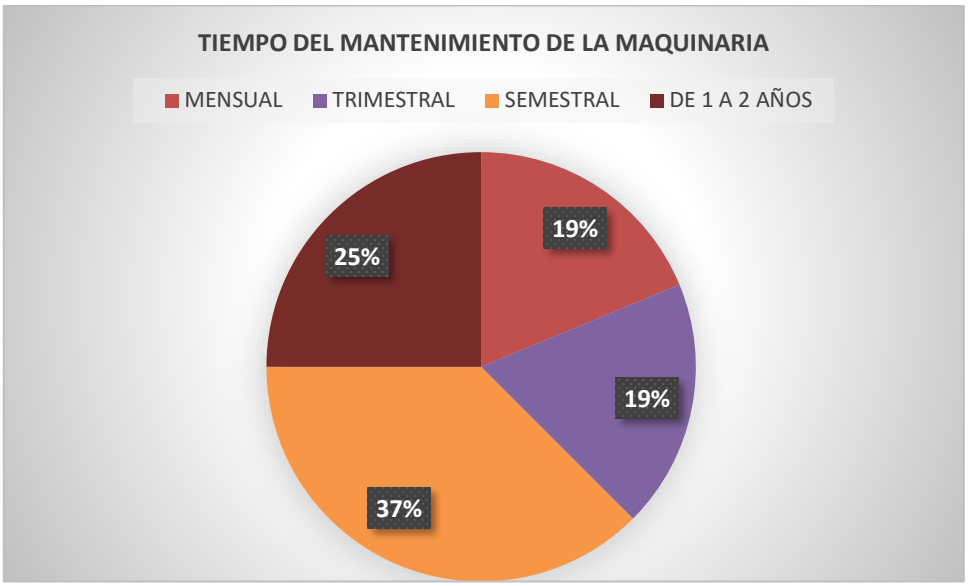

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Nota. De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los productores de calzados, dan los datos que tiempo innovación modelos de calzados; el 25% hacen innovación mensualmente, 4 que es el 25% hacen innovación por trimestral, el 12.5% hacen innovación de modelos por semestral, el 18.7% lo hacen innovación de modelo

anualmente y los otros el 18.7% que son otros tipos de método de tiempo para hacer la innovación de sus productos y elaboración de calzados.

Hacen un 100% que los productores de calzados tienes distintos métodos y de tiempo para hacer la innovación de su producción y elaboración, el mensual y de trimestral tiene el 50% como una opción de tener actualización de innovación de modelos de calzados.

**GRÁFICO Nº 11**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Los datos muestran que un 37.5 % de los encuestados realizan el mantenimiento de sus maquinarias, en un tiempo aproximado de 6 meses (semestral) y de esta manera cuidar de su instrumento de trabajo, los mismo que hacen que puedan alcanzar la cantidad de producto que desean comercializar.

Un porcentaje promedio de 25 % de los encuestados hacen el mantenimiento de sus maquinarias en un tiempo de 1 a 2 años o en todo caso realizan el mantenimiento cada que la maquina lo requiera.

## 1.2. Mercados y Volúmenes de Comercialización de Calzados

Para la producción de los calzados se debe considerar varias características para su elaboración una de ellas es la materia prima como el cuero y otros elementos que forman parte de la estructura del calzado y hace que se pueda lanzar al mercado productos de

calidad siempre considerando el modelo y tipo de calzado que el productor desee comercializar.

**TABLA Nº 5**

**PROCEDENCIA DE LA MATERIA PRIMA UTILIZADA EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

| PROCEDENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|
| NACIONAL | 45,8% |
| IMPORTADA | 54,2% |
| **TOTAL** | **100,0%** |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

La materia prima utilizada en el proceso de producción de los calzados en un porcentaje del 54,2 % de los productores hace referencias a que utilizan material de origen importado como ser: el cuero sintético, la cuerina, el pegamento y demás elementos, por el hecho que en Bolivia no se produce los materiales mencionados y por ello es que acuden a la compra de materiales importados.

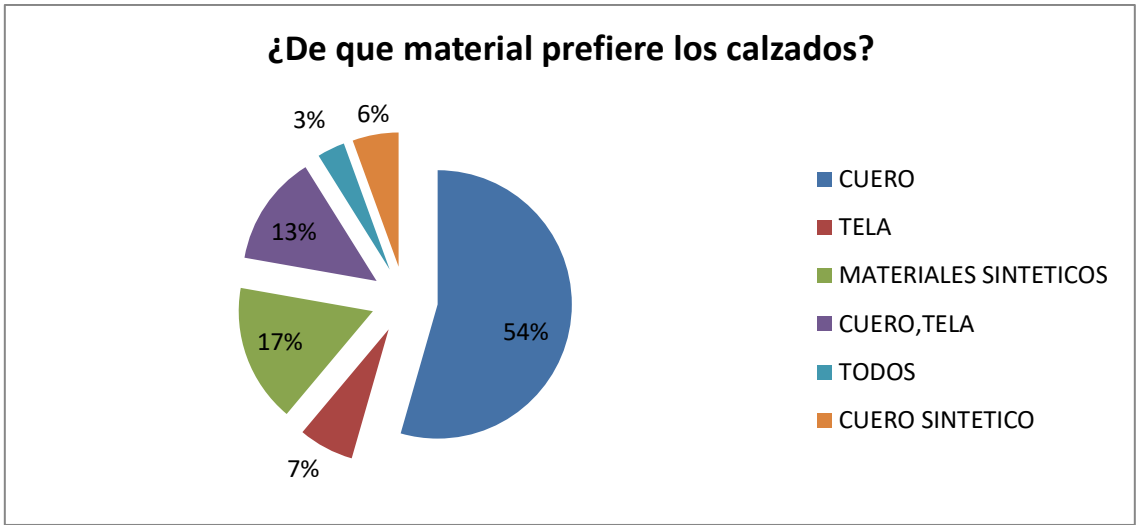
Los productores de calzados también realizan la combinación de la materia prima, para la elaboración de calzados ya sea importada o nacional, pero el principal material de origen nacional para la elaboración de los calzados es el cuero.

Nuestros dos entrevistados refieren lo siguiente con respecto a uso de la materia prima para la elaboración de calzados:

> Nosotros trabajamos en cuero y en cuerina sintética, lo pegamos con clefa y todo lo que se necesite para su elaboración. (Entrevista a S.M. productor de calzados, agosto 2022)

> Primero necesitamos un par de hormas un par de zapatos según el modelo, dos el diseño y 3 el material para elaborar los calzados puede ser cuero planta sintética, eso es lo esencial y pegamentos (Entrevista a L.A. productor de calzados, septiembre 2022).

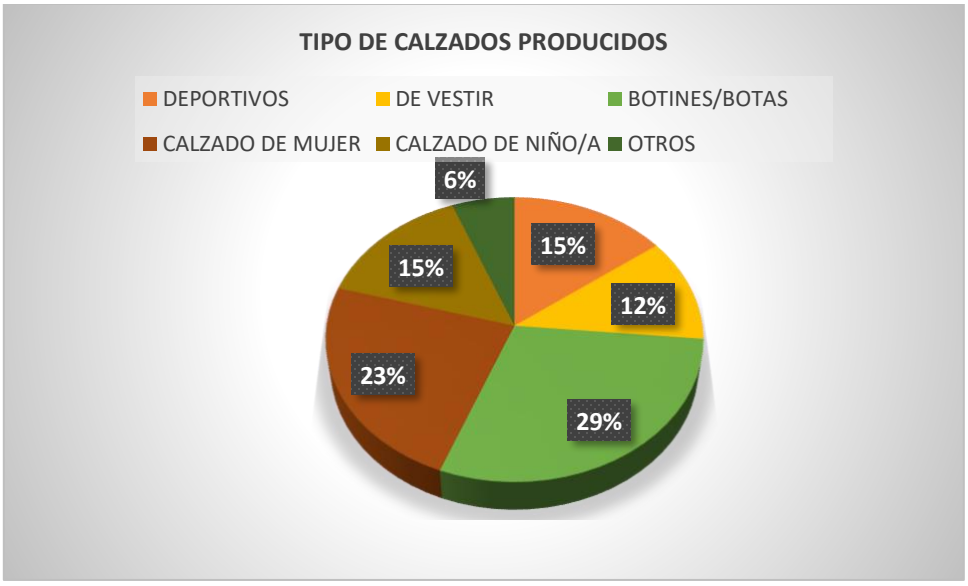
**GRÁFICO Nº 12**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico N°2, de los 90 encuestados de opinión personal, 54% prefieren calzados de cuero, 17% deciden por materiales sintéticos, 13% buscan calzado de tela y cuero; y el 16% entre otros materiales.

**GRÁFICO Nº 13**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Se observa en la tabla que el mayor porcentaje referido en cuanto al tipo de calzados que elaboran los microempresarios, son botines y botas con un 29,4%. No dejando de lado

que el segundo lugar en mayor porcentaje de tipo de producción es el calzado de mujer con el 23,5%.

Según entrevistas realizadas los botines también son de mujer, así como menciona nuestro entrevistado:

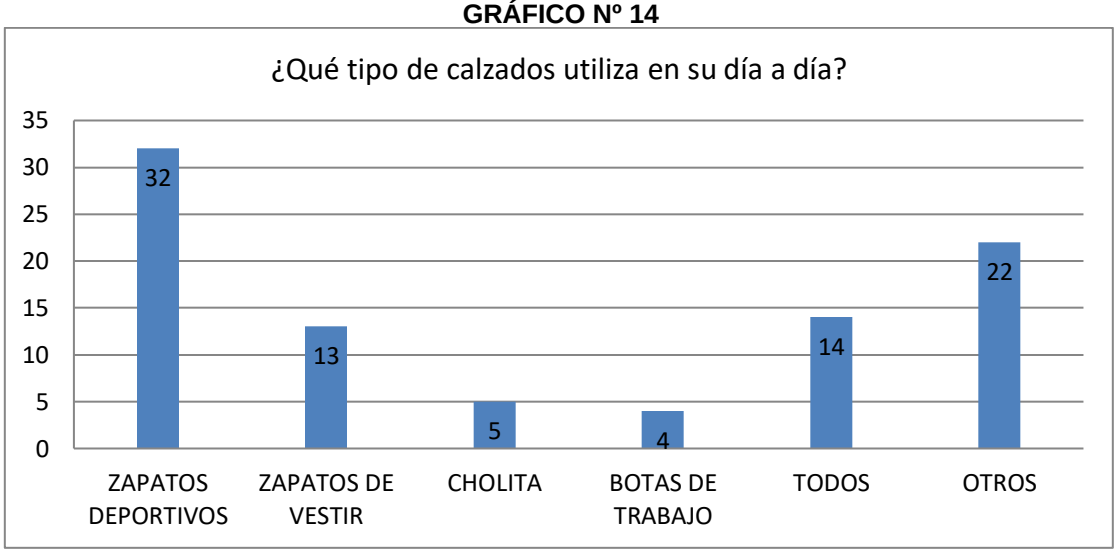
> Puro calzado de mujer botines (Entrevista a S. M., productor de calzados, agosto de 2022).

Se puede reflejar a través del cuadro y la entrevista, que, los máximos consumidores de calzados son las damas, y que son las damas quienes dan más ganancia a los productores de calzados, como señala nuestro entrevistado:

> Momentáneo sale de hombre a veces de dama entonces más mano de obra había de trabajador de calzado de dama y más demanda más por eso ya le metido con más ganas a solo calzado de damas (Entrevista a R.F. productor de calzados, septiembre de 2022)

Aclarar que el total de respuestas es superior a la cantidad de productores entrevistados porque la pregunta fue de selección múltiple.

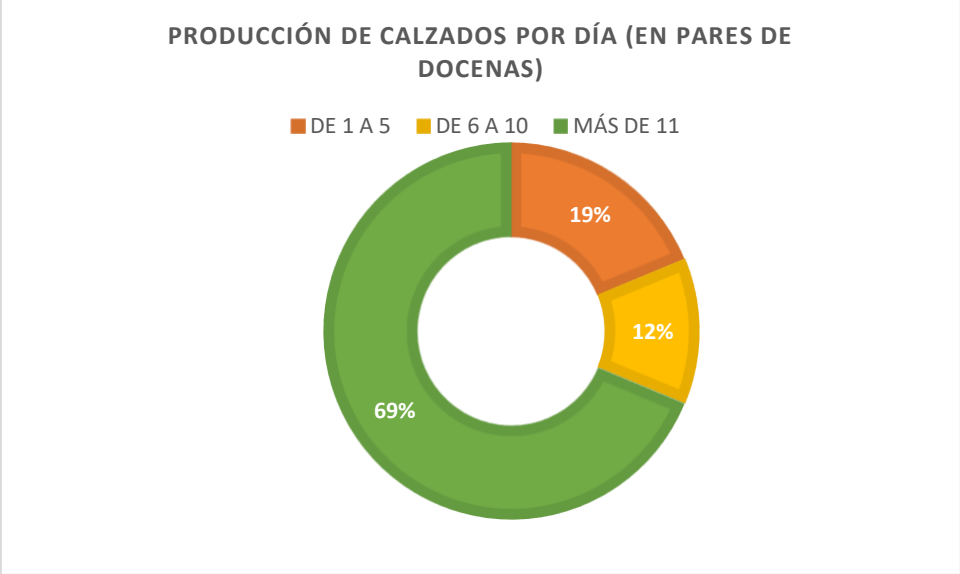
**GRÁFICO Nº 14**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 13, indica que de los 90 encuestados; 32 encuestados prefieren usar zapatos deportivos, 22 eligen otros zapatos, 14 usan todos los mencionaos, 13 zapatos de vestir, los demás entre zapatos de cholita y botas de trabajo.

**GRÁFICO Nº 15**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje referido en cuanto a la producción por día en pares de calzados con el 68,7% es más de 11 pares de calzados. Gracias a la maquinaria semiautomática moderna (observada en su taller en la entrevista) con las que cuentan más del 50% de los productores de calzados, es que los productores agilizan su elaboración en la producción de calzados hasta llegar a más de 1 docena al día.

Los productores que no cuentan con maquinaria serían los que realizan de 6 a 10 pares de calzados que refleja un porcentaje del 12,5%.

Como manifiesta uno de nuestros entrevistados:

> No traen mejor calidad o más bonito. Para maquinaria para procesar ellos tienen más maquinarias y al día sacan muchas docenas lo que abarata el precio de los calzados de ellos, En cambio nosotros no tenemos maquinaria (Entrevista a L. A., productor de calzados, agosto de 2022).

**GRÁFICO Nº 16**

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 15, permite interpretar como sigue: del total de encuestados (90); 70% compran en un periodo de 1 a 6 meses, 18% adquieren de 7 a 12 meses, por último 12% prefieren comprar cada 13 a 24 meses.

**TABLA Nº 6**
**MARCA DE LOS CALZADOS QUE PRODUCE**

| TIENE MARCA | PORCENTAJE |
|---|---|
| **SI** | 43,7% |
| **NO** | 56,3% |
| TOTAL | **100,0%** |

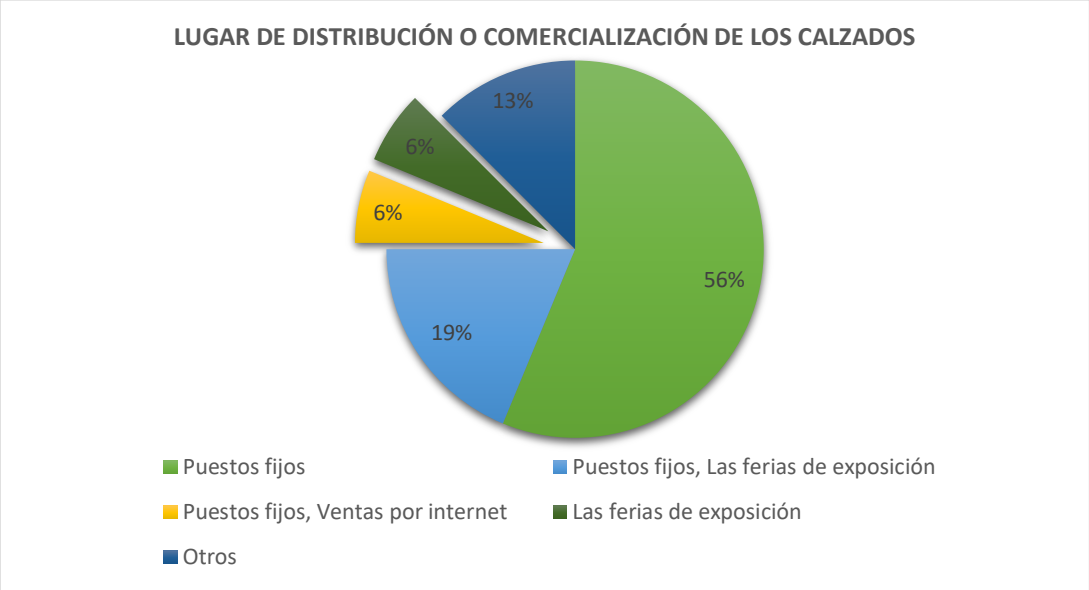
Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, el alto septiembre – octubre de 2022.

Se puede observar en esta tabla que el 56,3% de los productores de calzados encuestados poseen una marca que usan en todos sus productos y por el contrario el 43,7% de los productores no posee una marca determinada. Las marcas fueron mencionadas por los encuestados son las siguientes:

- Golden
- Juliana
- Helen
- Cat
- Balana
- Velian
- Renoli

De todos los que señalaron tener marca, sólo 2 tienen un registro en el SENAPI.

**GRÁFICO Nº 17**



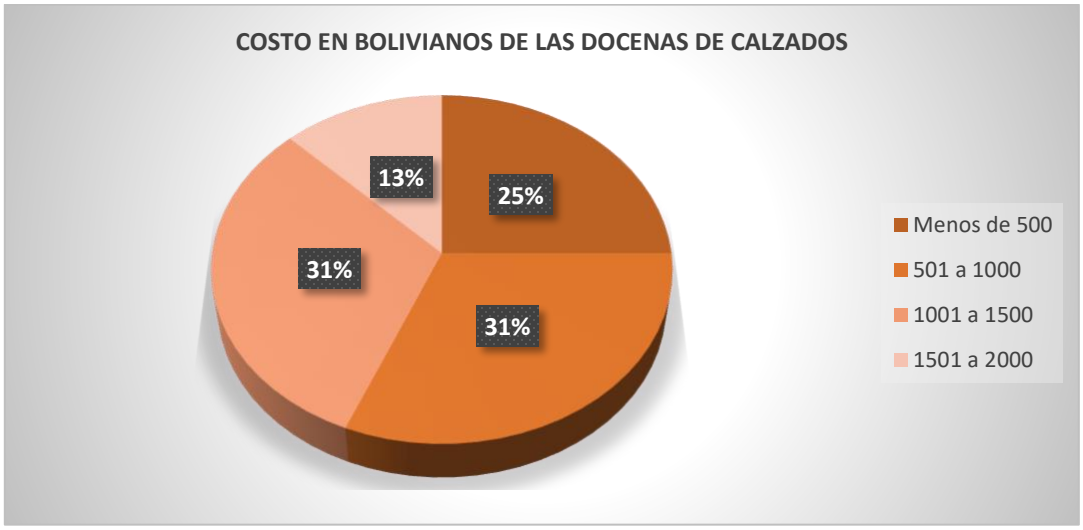

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Tal como se muestra en el gráfico los lugares de distribución de calzados en los diferentes espacios. Las respuestas obtenidas en la encuesta son las siguientes: el 56.25 % de los productores de calzados distribuyen sus productos en puestos fijos para su venta, un 18.75% los distribuyen en puestos fijos y ferias de exposición y un porcentaje del 12.5% de los productores los distribuyen en otros espacios.

> Primero hemos empezado en familia nomás ya empezamos a costurar. Yo y mi hijo también hemos salido a vender nosotros aquí en la ex tranca a otros lugares hemos empezado a salir de a poco hemos empezado. También ya mandábamos a Oruro por ahí también se comercializa y en La Paz nos han empezado a llamar e empezamos a distribuir calzados en los puestos fijos en la ceja. Entonces así un poco ya hemos empezado normalizar a trabajar. (Entrevista a S.M. productor de calzados, agosto 2022).

> Mi trabajo es más que todo despacho a sucre Potosí y Cochabamba ese es mi destino de comercialización y en La Paz No. tanto casi nada, pese a que tengo puestos, pero es otro sistema, que no es tanta venta, pero en Cochabamba, Potosí y Sucre la demanda es buena es directo del productor al consumidor. Y estamos tratando de llegar a más Departamentos. (Entrevista a R.F., productor de calzados, septiembre de 2022).

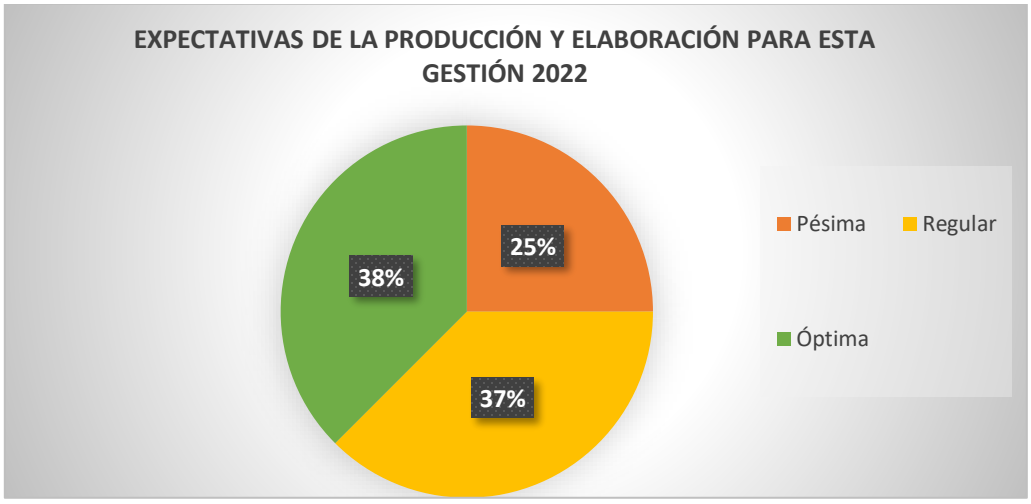
**GRÁFICO Nº 18**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Para la venta de los calzados se debe considerar el precio según el producto. Es por eso que los datos reflejan que un 31.25% ponen a la venta sus productos a un precio entre 501 bs a 1000 bs. Y otro lado un porcentaje similar de 31.25% venden sus productos entre los precios de 1001 bs a 1500 bs. Esto dependiendo a los materiales que emplean para la elaboración de los calzados y un 25% de los productores venden sus productos a un monto económico menor a 500 bs.

**GRÁFICO Nº 19**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022

De acuerdo al grafico sobre las expectativas de producción y elaboración de calzados para la presente gestión 2022, el mayor porcentaje es Optima con 38%, dato que nos refleje la mejoría en cuanto a la comercialización de calzados, a comparación con

gestiones pasadas, más aún después de la perdida de producción en tiempos de pandemia por el Covid 19**,** como menciona uno de nuestros entrevistados:

> Ya no nos hemos dedicado a trabajar porque la pandemia no había que salir no. Entonces no podíamos salir de casa no no había movimiento económico nos quedamos en casita entonces. (Entrevista a S. M., productor de calzados, agosto de 2022).

> Estamos recuperando ahora estamos recuperando porque tenemos nomás ya pedidos entonces eso tenemos que cubrir digamos ya nos están exigiendo. (Entrevista a S. M., productor de calzados, agosto de 2022).

Así también no todos fueron mejorando la producción de calzados, es más se podría decir que van en mejora, ya que el segundo lugar de lo obtiene el 37% mencionando que la producción de la presente gestión 2022 es regular. Como señala nuestro entrevistado:

> Ahora la comercialización es regular poco a poco va subiendo la demanda, pero no siempre la competencia desleal es lo que afecta, porque bajan sus precios lo que yo doy a bs 120 ellos dan a bs 100, pero ya no conviene. (Entrevista a D.V. productor de calzados, septiembre 2022).

**TABLA Nº 7**
**TERRITORIO DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADOS**

| LUGAR | PORCENTAJE |
|---|---|
| Interior del país | 93.75 |
| Interior y exterior del país | 6.25 |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022

Se observa en el cuadro que el mayor porcentaje referido en cuanto al territorio de comercialización de calzados. Que solo el 6% de nuestros productores afiliados a la APROCALVIE comercializa sus calzados al exterior, lo que sería un gran avance en cuanto a las empresas familiares hacia una mirada empresarial grande.

El 94% de nuestros productores de calzados solo comercializa al interior del país, ya que sus ventas van de mejora en diferentes departamentos de Bolivia según su distribución y elaboración según modelos que se innova.

> En el taller digamos tenemos buenas metas al producir o sea te mueves o sea el día sacas cada modelo y también se innova a nuevos modelos y por temporada se cambia los modelos, y así también es la competencia en la producción de modelos, sacas un modelo y

el vecino ya se copea y al día siguiente ya tiene el mismo modelo. (Entrevista a R.F. productor de calzados, septiembre de 2022)

Yo produzco y mi esposa es la que vende ella es quien lleva de destino a otros departamentos los calzados. (Entrevista a R.F. productor de calzados, septiembre de 2022).

**GRÁFICO Nº 20**

fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, el alto septiembre – octubre de 2022.

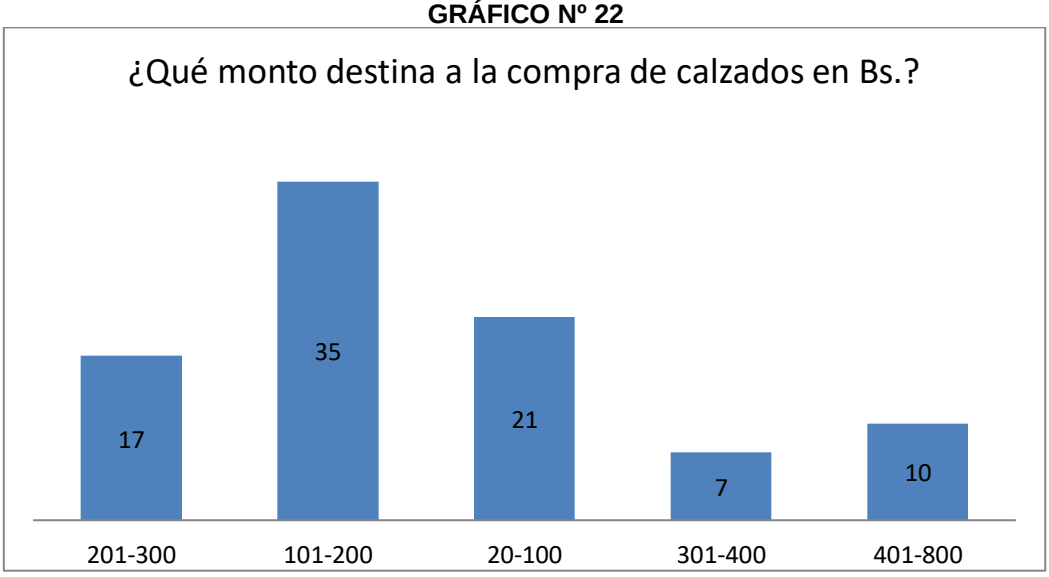
El gráfico 19, refleja que de los 90 de los encuestados (100%), 71,1% no buscan marcas en específico a la hora de adquirir nuevos calzados, mientras 28,9% prefiere marcas bolivianas como Manaco o Gemelos y marcas extranjeras como Nike o Puma por nombrar algunos.

**GRÁFICO Nº 21**

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 20, muestra que los encuestados habitualmente donde compran sus calzados, del 100% de encuestados (90); el 24,4% lo adquieren en ferias, el 21,1% de tiendas y un 11,1% en puestos de venta, 40% prefiere en mercados ferias e internet; y un 3,3% en otros lugares.

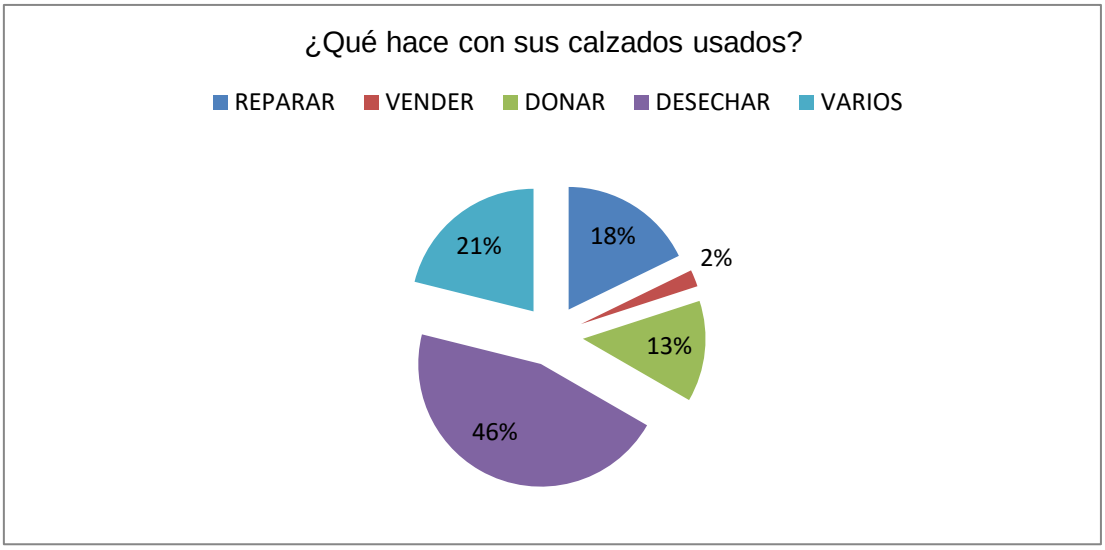
**GRÁFICO Nº 22**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 21 de columnas indica que la mayoría (35) encuestados destinan entre 101 a 200 Bs. Seguidamente de (21) encuestados destinan entre 20 a 100 bs. (17) encuestados entre 201 a 300 Bs. (17) entre 300 hasta 800 Bs.

**GRÁFICO Nº 23**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 22, refleja que de los 90 encuestados (100%), 46% los calzados usados los desecha, mientras 21% dependiendo a la situación hace distintas cosas con los calzados usados, 18% de los encuestados los repara, 13% los dona, y el 2% los vende.

### 1.3. Nivel de Conocimiento de los Productores de Calzados

**TABLA Nº 8**
**FUENTE DEL APRENDIZAJE DE LA PRODUCCIÓN**

| FUENTE | PORCENTAJE |
|---|---|
| **POR UN FAMILIAR** | 56,2% |
| **POR CURSOS DE CAPACITACIÓN** | 12,5% |
| **FUENTE LABORAL** | 31,2% |
| TOTAL | **100,0%** |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Se observa en el cuadro que el mayor porcentaje referido en cuanto a la fuente de aprendizaje de producción de calzados con el 56,2% aprendió por un familiar, este dato nos refleja que los productores de calzados son o eran parte de una microempresa familiar del rubro calzado.

Cabe señalar que el segundo porcentaje alto es del 31,2% que fue a través de una fuente laboral, el cual fue una motivación para iniciar el emprendimiento de elaboración de calzados.

Como manifiesta uno de nuestros entrevistados:

En vacaciones entre a un trabajo mediante un Amigo intrigado ósea en hacer el calzado. He dicho que bonito y ya de ahí ya no he salido de trabajar desde ese momento desde mis 16 años he empezado a hacer, primero de maestro he trabajado de todas las ramas de calzado de dama y varón. Y a mis 23 o 24 he abierto mi taller de calzado de dama. (Entrevista a R.F. productor de calzados, septiembre de 2022).

**TABLA Nº 9**
**CONTRIBUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN APROCALVIE A SUS AFILIADOS**

| CONTRIBUCIÓN | PORCENTAJE |
|---|---|
| **NINGUNA** | 37,5% |
| **AYUDA ECONÓMICA** | 6,2% |
| **CAPACITACIÓN** | 37,5% |
| **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN** | 18,7% |
| TOTAL | **100,0%** |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

En esta tabla referida a la contribución de APROCALVIE para sus afiliados, los encuestados en un 37,5% expresan que su organización no contribuye de ninguna manera y otro 37,5 afirman que la asociación les ayuda con capacitación, por último, el 18,7% y el 6,2% con promoción y publicidad y ayuda económica respectivamente.

Uno de nuestros entrevistados expresa lo siguiente:

Conocí personas, y muy buenas personas que me hablaron de su experiencia que te ayudan a innovarte, y cómo le digo voy a estar agradecido por conocer a esas personas, de APROCALVIE; pero no recibí ninguna ayuda, pero conocí a esas personas y estoy agradecido de eso, pero no todos son así. (Entrevista a D.V.G. productor de calzados, septiembre de 2022).

**TABLA Nº 10**
**NÚMERO DE EMPLEADOS QUE CUENTA SU EMPRESA**

| NÚMERO DE EMPLEADOS | PORCENTAJE |
|---|---|
| **1 – 2** | 12,5% |
| **3 – 4** | 43,7% |
| **5 – 6** | 31,2% |
| **7 - MÁS** | 12,5% |
| TOTAL | **100,0%** |

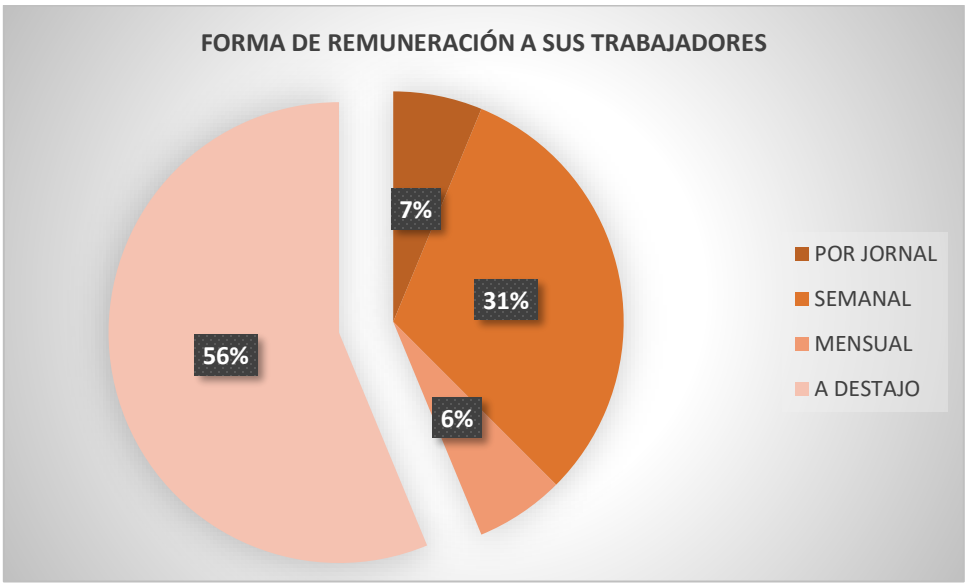
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Nota: de los 16 encuestados, en empleados en la micro empresa solo dos productores de calzados tienen de 1 – 2 empleados en sus talleres que representaría el 12.5%, solo siete micro empresarios tienen 3 – 4 empleados en sus talleres lo que sería el 43.7%, cinco micro empresarios tienes entre 5 – 6 empleados en sus talleres lo que se tendría un

31,2% y solo dos micro empresarios tienen de 7 – a más empleados en sus talleres a lo que se llegaría un 12,5%.

De 16 micro empresarios un total de 100% tiene desde 1 hasta de más 7 empleados, por el resultado obtenido desarrollado se llegaría que en 16 talleres de elaboración de calzados estarían originando más de 50 empleos.

**GRÁFICO Nº 24**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Nota: la modalidad de paga a los empleados de las micro empresas de rubro de calzados solo 1 estaría pagando a su empleado por el método de por jornal, lo que presentaría un 6,2%, 5 empleados son pagados semanal a lo que representaría un 31,1%, y solo 1 estaría por la modalidad de pago por mensual con un solo 6,2%, con una mayoría de método de pago es de destajo con 9 empleados que llegaría a ser un 52,2%.

Los 16 tienen diferente método de paga a sus empleados, con 9 talleres que pagan por destajo, 5 talleres pagan semanal y en los casos de jornada y mensual, 1 es mensual y por jornada solamente 1.

**TABLA Nº 11**
**MONTO EN BOLIVIANOS POR RENUMERACIÓN A LOS EMPLEADOS**

| MONTO | PORCENTAJE |
|---|---|
| Menos de 1000 | 31.25% |
| De 1100 a 2000 | 43.75% |
| De 2100 a 3000 | 25% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Los productores de calzado pagan en un 43,75% montos que varían entre los 1100 hasta los 2000 bolivianos, el 31,25% pagan menos de 1000 a sus trabajadores y por último el 25% de los emprendedores pagan de 2100 a 3000 bolivianos. Como dato adicional los productores que pagan menos de 1000 tienen formas de pago como jornal o por destajo. De esta manera en un mes cumplir con el salario mínimo.

### 1.4. Determinar el Efecto que Ocasiona los Factores Externos, en la Producción de Calzados en la Ciudad de El Alto

**TABLA Nº 12**
**PRODUCCIÓN DE CALZADOS EN LAS GESTIONES 2018 - 2021**

| AÑOS | BAJA | REGULAR | BUENA |
|---|---|---|---|
| **2018** | 13,3% | 11,7% | 58,8% |
| **2019** | 23,3% | 35,2% | 17,6% |
| **2020** | 36,6% | 23,5% | 5,8% |
| **2021** | 26,6% | 29,4% | 17,6% |
| TOTAL | **100,0%** | **100,0%** | **100,0%** |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

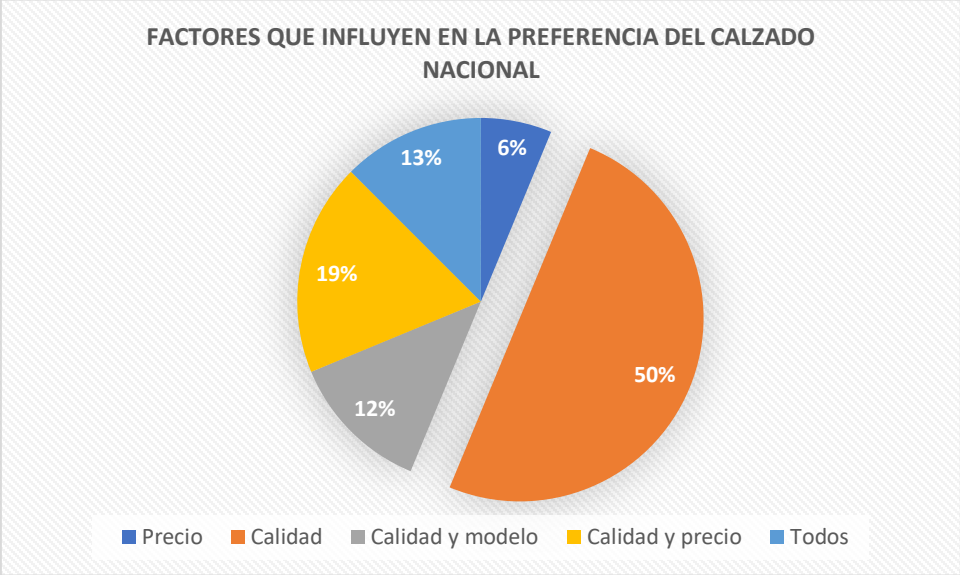
En esta tabla cronológica de años se observa que el 2018 al 58,8% de los encuestados les fue bien en su empresa de producción de calzados, mientras que al 13,3% y 11,7% de manera baja y regular; durante el 2019 al 35% de los encuestados les fue de manera regular, al 23,3% de manera baja y al 17,6 les fue bien. El año de la pandemia 2020 el 36,6% tuvieron baja producción, el 23,5% una producción regular, un 5,8% tuvieron una buena producción; y por último el 2021 el 29,4% obtuvieron la producción de manera regular, seguidamente del 26,6% con baja producción, el 17,6% lograron reactivarse de la pandemia con buena producción.

Así mismo los entrevistados expresan lo siguiente:

> Cuando había empezado el conflicto del problema del gobierno y han empezado a cerrar las empresas y las pequeñas empresas, todos los que hemos vivido es todo aquello hemos salido perjudicados. Sí, nos ha perjudicado bastante porque las movilizaciones todo eso, ya no había casi un poco el trabajo ¿no?, ya bastante nos ha perjudicado ya no había movimiento casi los bloqueos ya no se podía viajar todos en la cuarentena. Ya no nos hemos dedicado a trabajar porque la pandemia no había que salir no. Entonces no podíamos salir de casa no, no había movimiento económico nos quedamos en casita entonces. (Entrevista a S.M.Q. productor de calzados, septiembre de 2022).

> En la gestión 2021 como no había mercado no había ingresos por el gobierno no podíamos hacer nada ni salir, gracias a Dios agradezco que ninguna de mi familia se contagió de esa enfermedad del Covid. (Entrevista a L.A. productor de calzados, septiembre de 2022).

**GRÁFICO Nº 25**



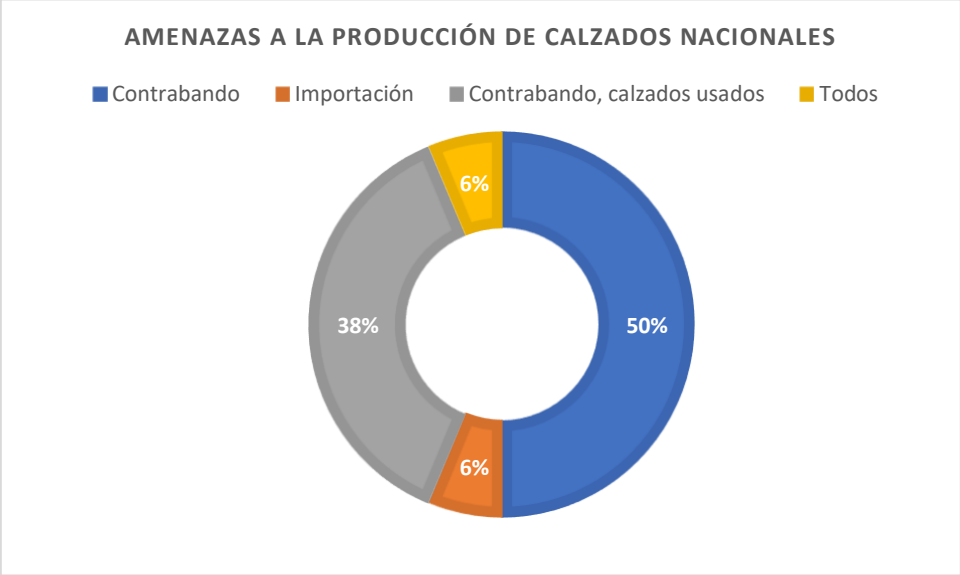

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

En el grafico se muestra que el precio es un 6%, en la calidad es el 50% con mayor influencia en la hora de elegir un calzado según por los productores, calidad y modelo estaría en 12%, calidad y precio estaría con 19% como influencia según por los productores de calzados, y por ultimo todas de las anteriores preguntas de calidad, precio, moda estaría con un 13% como factor de la hora de elegir un calzado de origen Nacional o de Hecho en Bolivia.

> Los productos y servicios nacionales tienen un valor agregado porque están hechos por talento y manos bolivianas que fortalecen la economía del país. Al comprar o adquirir la

producción boliviana se potencia al sector productivo y el sector de servicios. Además, esto tiene como resultado la alimentación de recursos que ingresa a un ciclo virtuoso en el que la producción sale y entra a la economía nacional (Bolivia Emprende, 2021).

**GRÁFICO Nº 26**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

según en el grafico el contrabando con un 50% es una amenaza a la producción de calzados dato proporcionado por los productores de calzados, la importación estaría con un 6% como amenaza, el contrabando de calzados usados estaría con un 38% como amenaza la producción, por último, todos que estarían el contrabando, importación y de calzados usados estaría con 6% como amenaza a la producción.

El análisis de dato mostraría que cerca de 94% estaría acuerdo el contrabando y de calzados usados estarían como una amenaza a la producción de calzados, dato proporcionado de los productores de calzados.

Los productores de calzados de La Paz salieron este viernes a las calles en demanda de cierres de fronteras, por lo menos seis meses, para reactivar la economía de su sector, ya que indicaron que están siendo afectados por el contrabando de zapatos. Ante esto manifestaron que esto se debe a la falta de industrias de los insumos que son necesarios para la fabricación de este producto (by Splendid Digital , 2022).

“El contrabando no está matando lamentablemente. En Bolivia no tenemos industrias, no tenemos ninguna industria que pueda fabricar un par de hilos, un pegamento. Nosotros tenemos que importar todos los insumos y al importar lo hacemos con sobreprecio y

nuestros productos automáticamente suben. No podemos bajar más.", dijo uno de los manifestantes (by Splendid Digital , 2022).

**TABLA Nº 13**
**EL ESTADO EN SU CONJUNTO GENERA POLITICAS PUBLICAS PARA MEJORAR LA PRODUCCIÓN DE CALZADOS**

| CRITERIO | PORCENTAJE |
|---|---|
| Si | 25% |
| No | 75% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

Para esta pregunta en la encuesta se tomaron en cuenta 3 niveles estatales como son el Gobierno Central, la Gobernación y la Alcaldía. Como se ve reflejada en esta tabla el 25% de los productores afirman que si existen ciertas ayudas de parte del Estado y en contraposición el 75% asegura que no reciben ayuda de ninguno de los tres niveles estatales que se les índico. La ayuda o cooperación del gobierno también es un factor externo que puede influir en la producción.

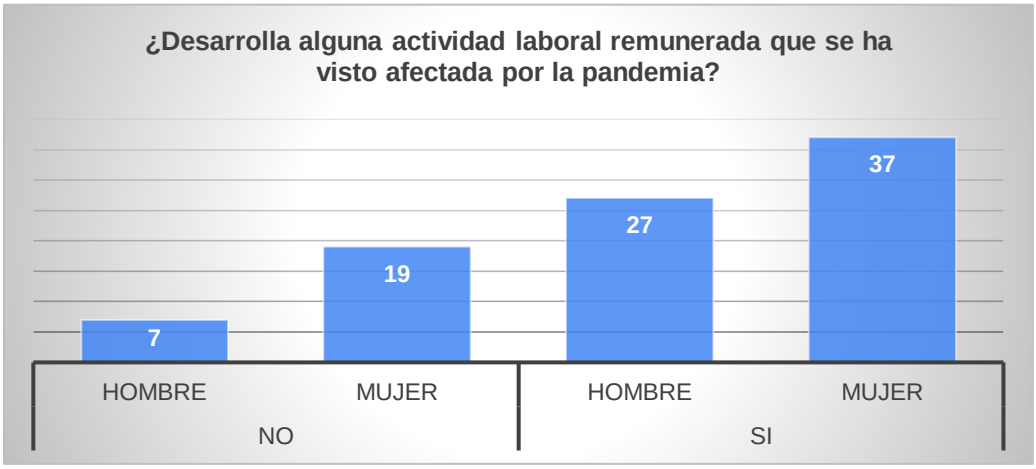
**TABLA Nº 14**
**RENTABILIDAD DE LA ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CALZADOS**

| CRITERIO | PORCENTAJE |
|---|---|
| SI | 12.5% |
| NO | 68.75 |
| Regular | 16.75 |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

En este cuadro se puede observar como el 68,75 de los productores de la asociación APROCALVIE nos indican que la elaboración y producción de calzados en la pandemia era una actividad económica que no era rentable y el 12,5% indican que si es rentable optar por este emprendimiento. Un 16,75% opinan que era un negocio regular ni malo, ni bueno, pero si con bajas en la producción.

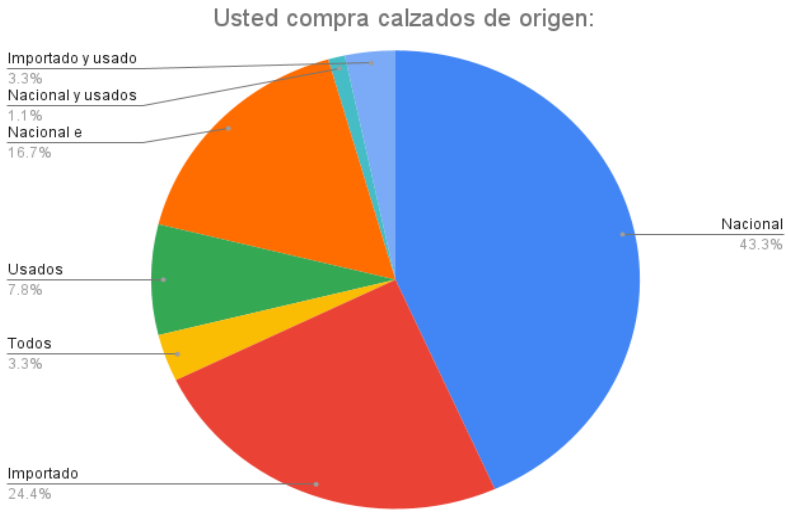
**GRÁFICO Nº 27**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022

El gráfico 26, índica de los 90 encuestados, 26 (28,9%) entre varones y mujeres se deduce que 7 varones y 19 mujeres no desarrollan actividades laborales que se vieran afectadas por la pandemia, mientras que de 64 (71,1%) son 27 varones y 37 mujeres si tienen actividades laborales que fueron afectadas por la pandemia y se podría indagar que por esta razón dejan de comprar cosas poniendo en prioridad la salud.

**GRÁFICO Nº 28**




Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada, El Alto septiembre – octubre de 2022.

El gráfico 27, refleja ante la preferencia de origen de calzado de los 90 encuestados; 43,3% prefieren de origen nacional, 24,4% indicaron que prefieren americanos, un 16,7% prefieren ambos y usados un 7,8%, el resto un 7,8% entre varias opciones.

## CAPITULO V: CONCLUSIONES

- **Analizar las características sociodemográficas de las empresas familiares dedicada al rubro calzados en la ciudad de El Alto**

Desde el punto de vista sociodemográfico, la escolaridad básica de los trabajadores familiares en el rubro calzado de la ciudad de El Alto no sufre modificaciones importantes según el tamaño de la empresa (y lo que esta última pueda significar de grado de modernidad de la organización interna del trabajo). Pero los resultados indican que el personal con escolaridad superior a la básica difiere entre ellas y que el personal con licenciatura y a nivel técnico medio y superior tienden a localizarse sólo en las empresas familiares de mayor tamaño, situación que corresponde también a la existencia en ellas de un porcentaje significativo de posiciones laborales orientadas a la gestión y administración de la producción con miras a una producción estratégica y moderna.

- **Describir el tipo de tecnología que utilizan las empresas familiares en la producción de calzados**

Este objetivo fue alcanzando como se expresa en las tablas 8, 9 y 11, referidas a los aspectos tecnológicos.

El tipo de maquinaria que utilizan mayormente las unidades económicas familiares de los productores de calzados es manual con un 48%, seguido de las máquinas automáticas en un 28% y semiautomáticas en un 24 %. Si sumamos las máquinas automáticas y semiautomáticas tenemos un total de 52% frente a un 48% de manuales, entonces, el proceso productivo de calzados que implementan las microempresas familiares, es posibilitado por este tipo de máquinas cuya ventaja es el incremento de la productividad del trabajo lo que se explica por la amplia producción de docenas de calzados al tener mercados consolidados tanto locales como en el interior del Estado, en todo los casos, el mantenimiento de la maquinaria es inherente al proceso productivo, realizándose de manera permanente mensual, semestral, anual y bianual, ello es posible por la experiencia y conocimiento respecto a los instrumentos tecnológicos.

- **Identificar los mercados y volúmenes de comercialización de calzados en la ciudad de El Alto.**

Los productores de calzados realizan las ventas de sus productos en su mayoría en la ciudad de El Alto en específico lo distribuyen en puestos fijos, así como se muestra en el gráfico N° 16, estos puestos están ubicados en la Ceja, 16 de Julio y Ex tranca Rio Seco, pero también se distribuyen a nivel nacional como en los Departamentos de Cochabamba, Oruro y Sucre. De esa manera es que los productores Microempresarios o empresas familiares expanden su negocio. También es importante mencionar que los productores realizan varias docenas de calzados para su comercialización, en su mayoría los productores distribuyen a la semana de 10 a 15 docenas, los precios por docena oscilan entre los montos de 500 bs a 1500 bs los mismos que están valorizados de acuerdo al material con el que elaboran el calzado.

- **Determinar el nivel de conocimiento de los recursos humanos en el proceso de producción de calzados**

La organización de trabajo de los productores de calzados son familiares para producir calzados, pero en ciertas temporadas de venta estas llegan a contratar personal y su paga solo es por destajo, los dueños de los talleres llegaron a tener experiencia por medio de un familiar o de obrero, algunos talleres de producción comenzaron a no más de 1 a 3 años, aunque hay talleres de tiene más de 30 años, esto mostraría que los productores de calzados tienen experiencia en el rublo de calzados.

En la actualidad son muy pocos que se actualizan, ya que los productores de calzados lo elaboran de forma artesanal su productos, indicando que es mas de calidad, pero esto no es competitivo con los productores que vienen de contrabando, aunque estas no son de calidad pero en precio es accesible, en una entrevista al presidente de la APROCALVIE menciona que la tecnología y producción de calzados en la ciudad de El Alto esta desactualizada ya que un taller llega a producir 12 o más docenas a la semana, pero los productores de calzados de Perú y Brasil llega a producir más de 1000 pares de calzados por día; originando que la producción de calzados de nuestro país este amenazado.

- **Determinar el efecto que ocasiona los factores externos, en la producción de calzados en la ciudad de El Alto.**

La competencia mayor para los productores de calzados nacionales de las empresas familiares es: la importación, contrabando y la venta de calzados usados, mismos que son calzados económicos y que gracias a ello la población admite que prefiere más importación.

Este resultado muestra el efecto del porqué las empresas de producción de calzados de la ciudad de El Alto no crecen como empresas grandes. Existe una gran desventaja en cuanto a las fronteras de Bolivia, ya que entra una gran cantidad de productos que hacen competencia a toda producción nacional. Y no existe control suficiente para frenar el contrabando que entra día a día.

# CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

A partir de todo el proceso de investigación realizada sobre el aporte al desarrollo socio económico de la Ciudad de El Alto por las microempresas familiares y desde la obtención de datos realizada a los productores. Se recomienda que las diferentes instancias del Gobierno enfatizadas al desarrollo y crecimiento económico, puedan coadyuvar a las micro empresas y trabajar de la mano con estos sectores para el crecimiento de las mismas en beneficio de toda sociedad en su conjunto, elaborando planes de crecimiento empresarial para Micro empresas, realizando talleres de innovación de maquinarias actualizadas y capacitando a los micro empresarios y trabajadores.

Las empresas familiares de la Ciudad de El Alto, necesitan ayuda del Estado para su crecimiento. Sin embargo, les resulta difícil salir de ser una microempresa a ser una empresa grande gracias a la competencia desleal en cuanto a precios bajos de calzados que existe de diferentes lugares de venta.

Recomendar a la población alteña que apoye al consumo de calzados elaborados en Bolivia, ya que este problema del surgimiento de microempresas se ve afectado en todo el país. El Estado como tal debe apoyar a las empresas familiares para su surgimiento no solo con préstamos, también poniendo un fuerte control en nuestras fronteras de Bolivia. A medida que las microempresas vayan creciendo, habrá una mayor contribución económica a nuestro Estado Boliviano.

Los productores de calzados deben de tener créditos bancarios con bajo interés para expandir su taller de microempresa familiar, con esto mejoraría la producción con adquisición de maquinaria más la contratación de personal para la producción de calzados.

Muchos de los productores de calzados tienen experiencia y mejora de su producción, pero esto no es a escala, el apoyo para el sector se debe de partir desde los municipios conjuntamente con entidades públicas para mejorar la producción de calzados.

El apoyo técnico para los productores de calzados se debe de mejorar por parte de las instituciones involucradas que son públicas, la mayoría de los productores de calzados producen su producto de forma artesanal originando que este sea en pequeñas

cantidades, y no, así como nuestros vecinos países que incluso dar subvención a los microempresarios.

Una necesidad sentida percibida en el trabajo de campo de las encuestas, visitas a las unidades económicas y entrevistas con los productores de calzados, se refiere a la capacitación en temas de actualización y capacitación en sistemas de producción, comercialización, creación de modelos y registro de marcas, por lo tanto, se recomienda que la UPEA a través de sus carreras Ciencias del Desarrollo y Trabajo Social, generen en base a esta investigación proyectos de interacción social orientados a satisfacer dicho requerimiento, evidentemente esto será posible con la coordinación con otras carreras principalmente las relaciones a ingeniería en producción.

La industria de la moda y por ende el rubro del calzado, con la innovación tecnológica, debe centrar su atención en los propios materiales a darle un valor añadido al propio producto convirtiéndolo en una prenda ‘inteligente’. Ahora, también las fábricas de calzado de tipo familiar en la ciudad de El Alto deberán modificar sus rutinas para ofrecer mejores productos y servicios asociados a ellos para el consumidor. También se debe mejorar y priorizar el de ofrecer a la fábrica de calzado información sobre la compra de materia prima, modificar automáticamente los precios de venta, optimizar el sistema de exportación o gestionar los artículos por talla.

## BIBLIOGRAFÍA


Alberti, & Mayer. (1974). *Reciprocidad Andina Ayer y Hoy.*

Albuquerque, f. (2018). *Conceptos basicos de económia.* Buenos Aires: Deusto.

Andrés, J. F. (15 de febrero de 2012). *Juan San Andrés: Reflexiones sobre la sociedad, las empresas, sus directivos y el talento.* . Obtenido de "Desórdenes» de aprendizaje en la empresa: https://juansanandres.wordpress.com/tag/rigidez-de-la-organizacion/

Arenas, C. J. (2015). *Metodología de la investigaciín jurídica.* La Paz: Arenas Editores.

Balderrama, H. (21 de febrero de 2022). *www.eldiario.net*. Obtenido de https://www.eldiario.net/portal/2022/02/21/modelo-economico-tropieza-con-dificultades-de-financiamiento/#:~:text=El%20Modelo%20Econ%C3%B3mico%20Social%20Comunitario%20Productivo%20s%C3%AD%20funciona%2C,p%C3%BAblicas%2C%20y%20la%20reactivaci%C3%B3n%20de%20

Barone, C. (1999). *El Empresario PYME Familiar.* Buenos Aires: Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas.

Barragán, R. (., Salman, T., Ayllón, V., Sanjinés, J., Langer, E. D., Cordova, J., & Rojas, R. (2007). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación.* La Paz - Bolivia: PIEB.

Barroso, M. A., & Barriuso, I. C. (2014). *La agricultura y la ganaderia extremeña.* España: Fundacion.

Barroso, M. A., & Barriuso, I. C. (2015). *La agricultura y la ganaderia extremeña.* España: Fundacion.

Bautista, R. (2017). *Del mito del desarrollo al horizonte del vivir bien ¿Por qué fracasa el socialismo en el largo siglo XX?* Bolivia: Yo Soy si Tú Eres.

Bolivia Emprende. (09 de junio de 2021). *Bolivia Emprende*. Obtenido de Hecho en Bolivia: ¿Por qué consumir productos nacionales?: https://boliviaemprende.com/tips/hecho-en-bolivia-por-que-apoyar-a-la-industria-nacional#:~:text=Los%20productos%20y%20servicios%20nacionales,y%20el%20sector%20de%20servicios.

Borda, D., & Ramírez, J. (2006). *BOLIVIA: SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE LAS MPYMES Y SU CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA.* La Paz: Banco Interamericano de Desarrollo.

by Splendid Digital . (18 de marzo de 2022). *Radio by Splendid Digital* . Obtenido de Productores de Calzados salen a las calles para exigir el cierre de fronteras: https://www.radiosplendid.bo/2022/03/18/productores-de-calzados-salen-a-las-calles-para-exigir-el-cierre-de-fronteras/

Capra, K. (1990 - 2001). *Documento de estructura de sector indutrial manufacturero 199o - 2001.* La Paz.

Carter, E. W., & Mamani, M. (1982). *Irpa Chico. Individuo y comunidad en la cultura aymara.* La Paz - Bolivia: Juventud.

Carvajal, B. A. (2009). *¿Modelos alternativos de desarrollo o modelos alternativos al desarrollo?* Colombia: s/e.

Carvajal, B. A. (2011). *Apuntes sobre desarrollo comunitario.* España: Eumed.net, Universidad de Málaga.

Castillo, C. T. (8 de diciembre de 2019). *www.paginasiete.bo*. Obtenido de https://www.paginasiete.bo/inversion/2019/12/8/el-conflicto-golpeo-industrias-de-el-alto-algunas-analizan-mudarse-239755.html

Coelho, J., & Oliveira, C. (2021). Empresas Familiares de America del Sur frente al COVID-19. *KPMG*, 1-13.

Copa, Q. A., Calderon, C. S., Huayta , S. J., Ticona, C. E., & Suxo, E. C. (2012). *Metodología de la investigación cientifica y elaboración de proyectos científicos.* El Alto La Paz: DICyT.

DAPRO. (2020). *COMPLEJO PRODUCTIVO DEL CUERO.* La Paz: Ministerio Economia y FInanzas.

Degregori, C. I., & Portocarrero, G. (2011). *Cultura y globalización.* Lima - Perú.

Díaz, P. A. (2016). Teoria y práctica del desarrollo comunitario. Un estudio de caso en un fraccionamiento de ciudad Juárez, Chihuahua. *Revista iberoamericana para la investigación y desarrollo educativo ISSN 2007 - 7467*, 1-25.

Dussel, E. (2008). *Eupora, modernidad y eurocentrismo.* Buenos Aires - Argentina: CLASCO.

Escobar, V. A. (1998). *La invención del tercer mundo: construcción y desconstrucción del desarrollo.* Barcelona: NORMA.

Fernández, O. M. (2000). *La Ley del aullu: practica de jach'a justicia y jisk'a justicia.* Bolivia: PIEB.

García, J. I., & Medina, V. (2011). Una definición estructural de capital social. *REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales. Vol.20,#6*, 136.

Gimeno, J. C., & Monreal, P. (1999). *La controversia del desarrollo. Críticas desde la antropología.* Madrid: IUDC/UCM Los Libros de la Catarata.

González, F. (2005). ¿Qué es un paradigma? Análisis teórico, conceptual y psicolinguistitco del término. *Investigación y Posgrado, Vol. 20 Nº1*, 13-54.

Gosalvez, G. (3 de noviembre de 2021). *correodelalba.org*. Obtenido de https://correodelalba.org/2021/11/03/el-alto-la-ciudad-con-un-modelo-economico-desafiante-y-viable/

Gudynas, E. (2011). *Buen Vivir Germinando Alternativas al Desarrollo.* ALAI.

Hammersley, M., & Atkinson, P. (1994). *Etnografia, métodos de investigación.* México: Paidos Básica.

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación.* Mëxico y otros: Mc Graw Hill Education.

Hurtado, G. N. (2013). *Método de la investigación científica.* Oruro - Bolivia.

Illapa, K. M. (2005). *Kayanereko wa: Gran sistema político indio usurpado por occidente.* La Paz - Bolivia: La Voz del Cóndor.

Iriarte, G. (1989). *El cooperativismo y la comunidad indígena.* La Paz - Bolivia : Puerta del Sol.

Iriarte, G. (1989). *El Cooperativismo yla comunidad indigena.* La Paz - Bolivia: Puerta del Sol.

Jiménez, M., & Piña Zambrano, H. (2011). Capital social en empresas familiares. *Revista Venezolana de Gerencia*, 255-273.

Lazcano, J. C. (6 de marzo de 2019). *www.rtpbolivia.com.bo*. Obtenido de http://www.rtpbolivia.com.bo/2019/03/06/en-sus-34-anos-de-creacion-el-alto-basa-su-economia-en-el-comercio-informal/#:~:text=La%20ciudad%20de%20El%20Alto%20basa,su%20econom%C3%ADa%20en%20el%20comercio%20informal

Leibner, G. (1999). *El Mito del socialismo indígena en Mariátegui.* Perú: Fontificia Universidad Catolica del Perú.

Leibner, G. (1999). *El mito del socialismo indigena, fuentes y contextos peruanos de Mariátegui.* Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Lombardo, G. F., Martos, M. C., & Rubio, M. C. (2007). PECULIARIDADES DE LA EMPRESA FAMILIAR EN SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL. *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro* , 1356-1372.

Lugo, J. A. (2004). *Introducción a la Economía .* Nezahualcoyotl, Estado de Mexico: Plaza y Valdez, S. A. de C. V. .

Luxemburg, R. (2013). *El Capitalismo.*

Maciel, A. S., & Delgado, O. A. (2020). Derechos humanos, buenas práctica y responsabilidad social. Aproximación cualitativa en empresas familiares. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*.

Mamani, C. P. (2014). *Derecho del Ayllu Originario.* La Paz- Bolivia: COCA CHIMPU.

Mamani, S. A. (15 de mayo de 2019). Comercio informal tiene control de 8 puntos estratégicos. *El Alteño*.

Martinez, G. V., Ochoa, M. P., Mora, F. V., Aguilar, J. B., & Omaña, J. A. (2000). *Empresas Familiares Diagnostico Estrategico para la toma de decisiones.* Guayquil: Universidad Internacional del Ecuador.

Medina, A. C. (2018). *conomia Popular y Solidaria ¿Realidad o utopia? Caracterizacion de las entidades de fomento.* Quito - Ecuador : ABYAYALA.

Moranchel-Bustosα, J. L., & Suárez, Y. C. (2019). Factores que determinan el desarrollo de un territorio. *Revista de coyuntura y perspectiva vol. 4*.

Navarro, M. A. (2021). Beneficios y desventajas de las empresas familiares. *Economía 3*.

OIT. (Mayo 2020). *La crisis de COVID-19 y la economía informal Respuestas inmediatas y desafíos de política.*

Ordoñes, R. P. (2014). CONCEPTOS Y PRINCIPIOS DE ECONOMÍA Y METODOLOGÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA. *Tendencias vol. 15*.

Ortero, O. A. (2018). *Enfoque de investigación: Métodos para el diseño urbano - arquitectónico.*

Oyarbide, J. F. (2020). *El mercado del calzado en Bolivia.* La Paz: ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

Pérez, D. A. (2016). Teoría y práctica del desarrollo comunitario. Un estudio de caso en un fraccionamiento de Ciudad Juarez, Chihuahua. *Revista Iveroamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo ISSN 2007 - 7467*, 1-25.

Porzecanski, T. (1983). *Desarrollo de las comunidades y subculturas.* Buenos Aires: Humanitas.

Reinaga, F. (1978). *El Pensamiento Amautico.* La Paz: UNIDAS S.A.

Rendón, M. J. (2004). *La Comunidad modo de vida en los pueblo indios.* Mexico: Educal; 1st edición.

Rial, A. P. (16 de agosto de 2020). *LInkedin*. Obtenido de https://es.linkedin.com/pulse/diferencias-y-complementaci%C3%B3n-entre-el-rol-del-arturo-penas-rial

Rivera, S. I. (2013). Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad. *Perspectivas*, 87-132.

Sanabria, X. P. (2021). *EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN MUJERES DEL SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA EN BOLIVIA.* Bolivia.

Terry, G. G. (2001). Aproximación al concepto de comunidad como una respuesta a los problemas del desarrollo rural en América Látina. 1-14.

Ticona, D. (20 de septiembre de 2020). La ciudad de El Alto es la capital del mundo aymara. *El Alto Digital*.

Vega, P. H. (2012). *Hacia el equilibrio de la vida: Qama.* La Paz: Universidad Pública de El Alto.

Vega, P. H. (2012). *Hacia el equilibrio de la vida: Qama.* La Paz.

Velasco, v. M. (2021). QUE SUCEDE SI ERES PARTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS MYPES DE SUCRE DURANTE EL COVID 19. *Investigación&Negocios*, 64-76.

Vico Del Moral, A. (1991). El desarrollo comunitario en la obra de los teoricos mas representativos. 149 - 161.

Williner, A., Pérez, M. S., Vidalón, G., Terrazas, L., Johnson, K. F., & Limaco, F. (2014). *Visiones de desarrollo: perspectivas indígenas, estatales y empresariales.* La Paz: Konrad Adenauer Stiftung.

Yampara, S., Choque, C., & Torrez, E. (2001). Aymar ayllunakan qamawipa. Los aymaras: búsqueda de la wamaña del ayllu andino. *Pacha Nº6*.

Barragán, R. (Coord.). (2011). Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación. La Paz: PIEB

Ñaupas, H. et al (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis.* Bogotá: ediciones de la U

Rojas, R. (1992). *El proceso de la investigación científica*. México D.F.: Trillas

Spedding, A. (2006). “Metodologías cualitativas: ingreso al trabajo de campo y recolección de datos”. En: Yapu, M. (coord.). *Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas*. La Paz: PIEB

Activos. (6 de septiembre de 2020). *La Feria 16 de Julio de El Alto espanta a la crisis económica*. Obtenido de Activos Bolivia: https://activosbolivia.com/la-feria-16-de-julio-de-el-alto-espanta-a-la-crisis-economica/#:~:text=Millones%20en%2012%20horas%20La%20Feria%2016%20d

e,cada%204%20horas%2C%20complement%C3%B3%20informaci%C3%B3n%20la%20entidad%20privada.

Barragán, R. (Coord.). (2011). Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación. La Paz: PIEB

Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales.* Buenos Aires.

Chapetón Tancara, C. S. (2017). *Plan Territorial de Desarrollo Integral.* El Alto.

Cuesta, M. H. (2008). *Introducción al Muestreo.* Oviedo.

Gabriela, G. (2020). *Variables de investigación: tipos, características y ejemplos.* Rioja.

Monje, A. C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Neiva.

Ñaupas, H. et al (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis.* Bogotá: ediciones de la U

Rodríguez, G., Gil, F., & García, J. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. España

Rojas, R. (1992). *El proceso de la investigación científica*. México D.F.: Trillas

Ruiz, M. I. (2011). *Políticas Públicas en Salud y su Impacto en el Seguro Popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Sinaloa.

Spedding, A. (2006). “Metodologías cualitativas: ingreso al trabajo de campo y recolección de datos”. En: Yapu, M. (coord.). *Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas*. La Paz: PIEB

# ANEXOS

## Anexo 1: ENCUESTA

### CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES DEL RUBRO CALZADOS Y SU APORTE AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE EL ALTO, PERIODO 2018 – 2021

### ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CALZADOS DE CUERO DE LA CIUDAD DE EL ALTO

Sr. / Sra. / Srita. Como parte de nuestra investigación sobre las empresas productoras de calzados de cuero de la Ciudad de El Alto, a cargo de las Carrera Ciencias del Desarrollo y Trabajo social de la UPEA, estamos realizando esta encuesta para conocer las características socio económicas de las empresas familiares. La encuesta es anónima, por lo que no le pediremos su nombre de tal manera que puede responder libremente.

**I. Datos Generales**

1.1. Sexo
- Masculino
- Femenino

1.2. Edad
- De 18 a 25 años
- De 26 a 30 años
- De 31 a 40 años
- De 41 a 50 años
- De 51 a 55 años
- De 56 a 60 años
- mayor de 61 años

1.3. Idiomas que habla con mayor frecuencia
- Aymara
- Español
- Quechua
- Guaraní
- Ingles
- Portugués
- Otros (Esp.)…….

1.4. Grado de escolaridad alcanzado
- Primaria
- Secundaria
- Técnico medio
- Técnico superior
- Licenciatura
- Post Grado (Esp.)……..

1.5. Estado civil
- Casado/a, conviviente
- Soltero/a

- Viudo/a
- Divorciado/a
- Separado/a

1.6. Lugar de nacimiento

Departamento:……..

Provincia:…….

Municipio:……..

Comunidad:…….

1.7. Lugar de residencia

Distrito: _____

Zona o Bario: _____

1.8. Cobertura de Salud

- SUS
- CAJA NACIONAL DE SALUD
- SEGURO PRIVADO
- OTRO SEGURO (ESP.)……..
- NO CUENTA/NO TIENE

1.9. La vivienda que ocupa es:

- Propia
- Alquilada
- Cedida
- Otros (esp.)…….

1.10. ¿Cuántos miembros tiene su familia con la que vive?

_____

II. CARACTERITICAS DE LA PRODUCCION DE CALZADOS

2.1. Usted qué tipo de medios de producción utiliza

- Maquinaria automática
- Maquinaria semiautomática
- Maquina manual

2.2. La maquinaria que utiliza es

- Importada
- Nacional

2.3. . Cada cuanto tiempo realiza el mantenimiento de su maquinaria

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- De 1 a 2 años
- De 2 a 4 años
- De 4 o más años

2.4. La materia prima que utiliza para la producción es:
- Nacional
- Importada

2.5. ¿Qué tipo de calzados elabora?
- Zapatos deportivos
- Zapatos de traje
- Botín/botas
- Calzados de mujer
- Calzados de niño/a
- Otros: ……

2.6. ¿Cuántos pares de calzados elabora por día?
- De 1 a 5 pares
- De 6 a 10 pares
- Más de 11 pares (especificar) _____

2.7. Cuando inició sus operaciones

Año_____

2.8. Cómo aprendió a elaborar calzados
- Por un familiar (Esp.)……..
- Cursos de capacitación
- Fuente laboral

2.9. Los calzados que usted produce tiene marca propia
- SI
- NO
- Nombre_____

2.10. La marca de su calzado se encuentra registrado en el SENAPI
- SI
- NO

2.11. Su organización como contribuye a su microempresa
- Ayuda económica
- Capacitación
- Publicidad y promoción
- Otros……

2.12. ¿Usted crea sus propios modelos para los calzados que elabora?
- SI
- NO

2.13. En cuánto tiempo se innova los modelos de los calzados que elabora
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- Otro _____

2.14. Que calzados fabrica en mayor cantidad
- Calzados de mujer
- Calzados de varón
- Calzados de niños/as

2.15. ¿Su empresa es exclusivamente familiar o cuenta con trabajadores?
- Si es familiar
- No es familiar
- Es familiar y tengo trabajadores
- Ninguno

2.16. ¿Cuántos empleados tiene usted en su microempresa?
- Solo 1 persona
- 2 a 3 personas
- 3 a 5 personas
- 6 a más personas

2.17. Como fue su producción de calzados durante las siguientes gestiones:

| GESTIONES | BAJA | REGULAR | BUENA |
|---|---|---|---|
| 2018 | | | |
| 2019 | | | |
| 2020 | | | |
| 2021 | | | |

2.18. Cuál es la forma de pago a sus empleados
- Por jornada
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Por contrato
- A destajo (por pieza producida)

2.19. ¿Aproximadamente, en promedio cuánto le paga a su empleado al mes
- Menos de 1000
- De 1100 a 2000
- De 2100 a 3000
- De 3100 a 4000
- Mas de 4100

3. CARACTERISTICAS DE LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION

3.1. ¿En qué lugares comercializa su producto?
- Interior del país
- Exterior del país

3.2. ¿Usted dónde distribuye o comercializa sus productos?
- Puestos fijos
- Las ferias de exposición
- Ventas por internet
- Otros..…….

3.3. Cuántas docenas de calzados distribuye para su venta a la semana

_____

3.4. El costo de la docena de sus calzados es:

_____

3.5. Qué tipo de calzados generan mayor ingreso económico
- Zapatos deportivos
- Zapatos de traje

- Botín/botas
- Calzados de mujer
- Otros: ……

3.6. Qué factor influye en la preferencia del calzado nacional
- Calidad
- Precio
- Modelo

3.7. Qué factores usted considera una amenaza para la comercialización y distribución de sus calzados
- Contrabando
- Importación
- Calzados usados
- Otros…….

3.8. ¿Considera usted que el Estado genera políticas públicas de apoyo a la producción de calzados?
- SI
- NO

3.9. ¿Considera usted que el municipio apoya la producción de calzados?
- SI
- NO

3.10. ¿Considera usted que la gobernación apoya la producción de calzados?

- SI
- NO

3.11. Durante la pandemia era rentable la elaboración y distribución de calzados
- SI
- NO

3.12. Cuáles son sus expectativas en la comercialización de calzados para la gestión 2022
- Pésima
- Regular
- Optima

**Anexo 2: ENTREVISTA**

## FICHA DE REGISTRO DE UNA ENTREVISTA

## CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES DEL RUBRO CALZADOS Y SU APORTE AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE EL ALTO, PERIODO 2018 – 2021.

### I. DATOS GENERALES DE REGISTRO

**N° _____ Fecha de la entrevista: _____ Hora: de _____ a _____**

**Entrevista por: _____**

### II. DATOS DEL ENTREVISTADO (A)

**Nombres y apellidos: _____**

**Edad: _____ Sexo: _____**

**Nivel académico: _____**

### III. CONOCIMIENTOS ACTITUDES Y PRÁCTICAS SOBRE LA PRODUCCION DE CALZADOS.

**1.** ¿A qué edad inicio a elaborar/fabricar calzados?

2. ¿Qué cargo usted ocupa en la directiva de los productores del rubro calzado?

3. ¿Cuánto tiempo se dedica a la producción de calzados?

4. ¿Qué tipo de maquinaria emplea para la elaboración de calzados?

5. ¿Qué materiales usa para la elaboración de calzados?

6. ¿Qué procedimientos sigue para la elaboración del calzado?

7. ¿Qué tipo de calzados elabora en su microempresa?

8. ¿Considera que el contrabando, calzados de segunda mano y calzados importados, son competencias desleales a su emprendimiento?

9. ¿Cómo era su producción, comercialización y distribución de calzados durante la gestión 2018?

10. ¿Cómo afecto a su microempresa los conflictos socio-político de la gestión 2019?

11. ¿Cómo afecto la cuarentena y la pandemia durante el 2020 a la comercialización y distribución de calzados?

12. ¿Cómo afrontaron las secuelas de la pandemia en la gestión 2021?