

ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA LA ENTRADA UNIVERSITARIA 2024 DE LA USFX EN LA CIUDAD DE SUCRE

STUDY ON THE ECONOMIC IMPACT OF THE 2024 USFX UNIVERSITY ENROLLMENT IN THE CITY OF SUCRE

■ Gladys Bustillo Moscoso
bustillogladys8@gmail.com

■ Diego Coria Villca
coria.diego@usfx.bo

■ Juan Carlos Arancibia Carpio
juancarlosarancibiaccarpio@gmail.com

Resumen

La educación superior constituye un catalizador fundamental para el desarrollo regional. En el contexto boliviano, la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFX) no solo se erige como el epicentro académico de Sucre, sino que ejerce una función tractora que trasciende el ámbito pedagógico para integrar la promoción cultural con el dinamismo financiero. En este marco, la Entrada Universitaria 2024 se consolida como un hito institucional de gran envergadura, capaz de generar externalidades positivas sustanciales e inyectar liquidez de manera intensiva en el tejido económico local y regional.

El presente estudio tiene como objetivo central cuantificar y analizar el impacto económico multidimensional derivado de este evento en la ciudad de Sucre. La investigación evalúa el incremento en la demanda agregada de bienes y servicios, la revitalización del mercado laboral temporal y el estímulo de sectores estratégicos como la hostelería, el transporte y el comercio minorista. Asimismo, se busca validar la relevancia de la universidad como un agente económico de primer orden, esencial para la planificación de políticas públicas y estrategias de desarrollo sostenible.

Se implementó un diseño de investigación de corte cuantitativo y transversal. Para garantizar la precisión en la cuantificación del impacto, el universo de estudio se fragmentó en tres estratos muestrales críticos:

Danzantes: Sujetos activos del fenómeno cultural y demandantes directos de servicios creativos, artísticos y textiles.

Espectadores y Asistentes: Segmento compuesto por la población local y turistas, responsables de la generación del consumo inducido.

Unidades Económicas (Comerciantes): Oferentes que capturan el flujo monetario y dinamizan el intercambio comercial durante la jornada.

Dada la naturaleza estocástica y la magnitud del evento, se aplicó una técnica de muestreo probabilístico para poblaciones infinitas o desconocidas, asegurando la robustez estadística necesaria para validar las inferencias sobre el comportamiento del gasto y la cadena de valor.

Los resultados permiten visibilizar que la Entrada Universitaria actúa como un choque positivo de demanda que optimiza la calidad de vida en la capital, mitigando el desempleo coyuntural y forta-

leciendo el capital social de la región. Los hallazgos proporcionan una base empírica rigurosa para que las autoridades institucionales y municipales perfeccionen la gestión de eventos de gran escala, maximizando el retorno económico y garantizando la sostenibilidad del crecimiento regional.

Palabras clave: Educación superior, desarrollo económico, manifestación cultural, consumo, economía regional.

Abstract

Background and Rationale Higher education serves as a fundamental catalyst for regional development. In the Bolivian context, the Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFX) stands not only as Sucre's academic epicenter but also as a driving force that transcends pedagogical boundaries by integrating cultural promotion with economic dynamism. Within this framework, the 2024 University Entrance has solidified its position as a major institutional milestone, capable of generating substantial positive externalities and intensively injecting liquidity into the local and regional economic fabric.

The primary objective of this study is to quantify and analyze the multidimensional economic impact derived from this event in the city of Sucre. The research evaluates the increase in aggregate demand for goods and services, the revitalization of the temporary labor market, and the stimulation of strategic sectors such as hospitality, transportation, and retail trade. Furthermore, it seeks to validate the university's role as a primary economic agent, essential for planning public policies and sustainable development strategies.

A quantitative and cross-sectional research design was implemented. To ensure precision in impact quantification, the study universe was segmented into three critical sampling strata:

Dancers: Active participants in the cultural phenomenon and direct demanders of creative, artistic, and textile services.

Spectators and Attendees: A segment composed of local residents and tourists responsible for generating induced consumption.

Economic Units (Merchants): Suppliers who capture the monetary flow and boost commercial exchange during the event.

Given the stochastic nature and magnitude of the event, a probabilistic sampling technique for unknown populations was applied, ensuring the statistical robustness necessary to validate inferences regarding spending behavior and the value chain.

Conclusions and Discussion The findings reveal that the University Entrance acts as a positive demand shock that optimizes the quality of life in the capital, mitigating cyclical unemployment and strengthening the region's social capital. The results provide a rigorous empirical basis for institutional and municipal authorities to refine the management of large-scale events, maximizing economic returns and ensuring the sustainability of regional growth.

Keywords: Higher education; Economic development; Cultural exhibitions; Consumption; Regional economy.

Introducción

El acceso a la educación superior es un factor crucial en el desarrollo socioeconómico re-

gional. En Bolivia, la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFX) es el principal referente académico e institucional en la ciudad de Sucre.

Sin embargo, la función universitaria trasciende la formación académica, abarcando la promoción del desarrollo cultural y artístico de su comunidad (estudiantes, docentes y administrativos), lo cual se evidencia anualmente en diversos eventos.

En este marco, la entrada universitaria se posiciona como un evento institucional clave que no solo exhibe la diversidad cultural y dancística boliviana, sino que también genera implicaciones económicas significativas a nivel local y regional.

La Entrada Universitaria 2024 de la USFX representa un hito en el panorama socioeconómico de Sucre. Esta institución, una de las casas de estudios superiores más antiguas y un pilar fundamental en la formación académica, se consolida también como un motor de desarrollo económico para la región.

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto económico que la Entrada Universitaria de la USFX genera en la ciudad de Sucre.

Se explorarán dimensiones clave de este impacto, incluyendo: el incremento en la demanda de bienes y servicios, la dinamización del empleo, y el impulso a sectores estratégicos como el comercio, la hostelería y el transporte. Adicionalmente, se considerarán los efectos de arrastre en el desarrollo de la fuerza laboral y el potencial de atracción de inversiones.

La relevancia de este estudio radica en que la comprensión de los efectos económicos de la Entrada Universitaria permitirá fundamentar la formulación de políticas públicas y estrategias de desarrollo más efectivas para la comunidad. Este análisis no solo visibiliza la relevancia de la educación superior como agente económico local, sino que también proporciona una base empírica para futuras investigaciones en contextos regionales análogos.

Este análisis se fundamenta en la premisa de que la educación superior constituye

no solo un bien individual, sino también un capital colectivo y social. El incremento en la población estudiantil genera un aumento concomitante en la actividad económica urbana, iniciando un círculo virtuoso de crecimiento y desarrollo.

La demanda inducida de bienes y servicios por parte de la comunidad universitaria y sus allegados tiene el potencial de revitalizar sectores económicos estancados, promoviendo la creación de valor y la expansión empresarial.

Adicionalmente, se explorará la interconexión entre la universidad y el desarrollo económico sostenible. Se prevé que la afluencia de estudiantes fomente la innovación y la colaboración intersectorial, facilitando la transferencia de conocimiento y tecnología. Este proceso impacta directamente en la creación de oportunidades laborales para la población local, reduciendo el desempleo y mejorando la calidad de vida en Sucre.

En términos de infraestructura, la creciente demanda de servicios incentiva la inversión en transporte, salud y servicios públicos, generando un beneficio colectivo. Las mejoras infraestructurales no solo son esenciales para la población universitaria, sino que producen efectos de largo plazo que mejoran la calidad de vida de todos los habitantes de Sucre.

Metodología

1. Definición de la Población y Muestreo

Para determinar el impacto económico de la Entrada Universitaria 2024 en Sucre, se definió un universo de estudio clasificado en tres (3) segmentos muestrales clave:

Danzantes: Participantes activos de la Entrada Universitaria.

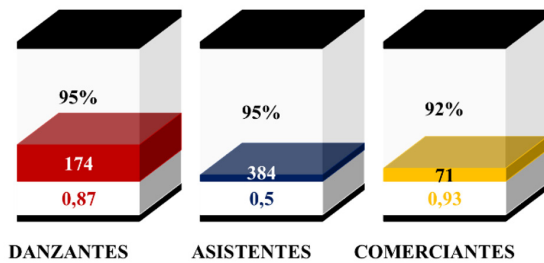
Asistentes/Espectadores: Población de Sucre y sus alrededores que acudió al evento.

Comerciantes: Individuos que ofertaron bienes y servicios durante el evento (alimentos, bebidas, miscelánea, etc.).

Dado que la población total de los tres segmentos era desconocida o de difícil cuantificación precisa, se aplicó una técnica de muestreo probabilístico para poblaciones desconocidas. Los parámetros utilizados para la afijación de las muestras se detallan en la [figura N° 1](#).

Figura 1

Población de estudio en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Comerciantes: Individuos que ofertaron bienes y servicios durante el evento (alimentos, bebidas, miscelánea, etc.).

2. Recolección de Datos

La recopilación de datos primarios se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas estructuradas a los tres segmentos muestrales definidos. Esta tarea se realizó con la colaboración de estudiantes de primer año de la carrera de Administración de Empresas, bajo la supervisión de la asignatura de Estadística General y la Federación Universitaria Local (FUL).

A continuación, se especifican las variables de estudio utilizadas para cada grupo, diseñadas para capturar las dimensiones del impacto económico:

Danzantes: Datos sociodemográficos (Edad, Sexo, Universidad) y Egresos (Ingresos, Gasto en Alimentación, Gasto en Transporte, Gasto en Vestimenta y Arreglo Personal).

Asistentes/Espectadores: Datos sociodemográficos y laborales (Edad, Sexo, Situación Laboral, Ingreso) y Egresos (Gasto en Alimentación, Gasto en Refrescos, Gasto en Bebidas Alcohólicas y Miscelánea de productos).

Comerciantes: Características del negocio (Tipo de comercio, Años de funcionamiento, Personal adicional, Capital de inversión, Origen del capital) e Impacto económico (Productos ofertados, Incremento porcentual por ventas, Ganancia neta y Aspectos que influyen el negocio).

3. Procesamiento y Análisis de Datos

Para el procesamiento, validación y análisis estadístico de los datos recolectados, se utilizó el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS).

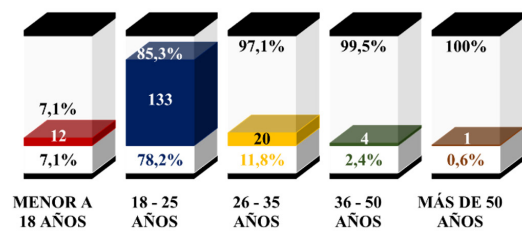
Resultados

Danzantes de la entrada universitaria

La caracterización demográfica del segmento de Danzantes participantes en la Entrada Universitaria 2024 de la USFX reveló una clara concentración de la población en el rango de edad estudiantil activa.

Figura 2

Edad de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

La mayoría de los danzantes (78.2%) se ubica en el rango de edad comprendido entre los 18 y 25 años.

Este dato es congruente con la edad promedio de los estudiantes de pregrado de la USFX, sugiriendo que la participación en el

evento está fuertemente impulsada por el alumnado regular y actual.

Esta concentración etaria tiene implicaciones directas en la dinámica social y cultural del evento, destacando su rol como una plataforma predominantemente juvenil dentro del programa universitario.

El segundo grupo más representativo corresponde a la población de 26 a 35 años, con un 11.8% de los participantes.

Esta proporción puede estar compuesta por estudiantes de postgrado, estudiantes de último año o administrativos que mantienen un vínculo activo con la universidad.

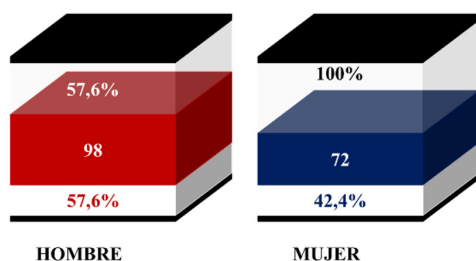
El 10.0% restante de los participantes se distribuye en otros rangos de edad dispersos (incluyendo menores de 18 y mayores de 35 años), lo cual indica un componente de participación intergeneracional, aunque minoritario.

La marcada tendencia hacia la participación juvenil resalta la relevancia de fomentar un ambiente inclusivo y accesible que reconozca la interconexión entre el ámbito académico y las expresiones artísticas juveniles. Además, la alta representatividad estudiantil sugiere una fuerte identidad institucional y cultural asociada a la USFX.

La distribución por sexo del segmento de Danzantes reveló una participación mayoritaria del sexo masculino en la Entrada Universitaria 2024 de la USFX.

Figura 3

Sexo de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados indican que el 57.6% de los participantes identificados como danzantes son hombres, mientras que el 42.4% son mujeres.

Esta proporción (57.6% hombres vs. 42.4% mujeres) sugiere una predominancia masculina dentro de este segmento etario joven que participa en las agrupaciones folklóricas universitarias.

Este hallazgo es un punto de partida relevante para la Discusión, ya que podría reflejar dinámicas sociales y culturales específicas relacionadas con la práctica de danzas folklóricas regionales, la estructura de las fraternidades universitarias o los roles asignados por género dentro del evento.

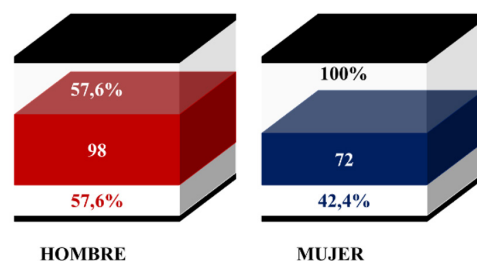
La combinación de la concentración juvenil (18-25 años) previamente analizada y la predominancia de participantes masculinos ofrece un perfil demográfico claro del actor central en este evento cultural.

Es esencial considerar cómo estas diferencias demográficas (edad y género) no solo influyen en el diseño y la ejecución del evento, sino que también pueden afectar las experiencias individuales, las perspectivas y la representatividad de los bailarines dentro del contexto y el impacto económico general del programa universitario.

El análisis de la afiliación institucional de los danzantes establece la Entrada Universitaria como un evento predominantemente endógeno a la USFX, aunque con un componente de participación externa significativo para la diversidad.

Figura 4

Afiliación institucional de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados revelan una clara mayoría de participación interna, con la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca representando el 88.2% del total de danzantes encuestados.

Esta marcada proporción sugiere un fuerte compromiso institucional y un alto nivel de identidad corporativa por parte del alumnado y la comunidad universitaria hacia sus actividades culturales.

El dato también refleja la efectividad de los mecanismos de convocatoria internos y la tradición cultural que la USFX ha cultivado en torno a este evento masivo. La alta tasa de participación interna podría ser indicativa de un ambiente acogedor y dinámico que fomenta la integración de la comunidad estudiantil.

La participación de danzantes provenientes de otras universidades (tanto públicas como privadas) o instituciones de educación superior alcanzó el 11.8%.

Aunque minoritaria, esta representación externa es crucial, ya que aporta diversidad, intercambio cultural y enriquecimiento mutuo a la experiencia general del evento.

Esta inclusión de otras entidades fomenta un espacio de intercambio de ideas, estilos dancísticos y perspectivas, beneficiando no solo a los participantes sino también a la proyección del evento como un punto de convergencia regional.

La estructura de participación (mayoría interna sólida con un componente externo valioso) refuerza el papel de la Entrada Universitaria como un catalizador de la identidad USFX al mismo tiempo que promueve la integración académica y cultural con otras instituciones de la región.

El análisis de la categoría de participación revela una estructura jerárquica y funcional, donde el cuerpo estudiantil constituye la masa crítica del evento, mientras que la

presencia docente aporta experiencia y valor pedagógico.

La mayoría abrumadora (92.4%) de los danzantes está compuesta por estudiantes universitarios.

Esta significativa proporción subraya el interés, la pasión y el compromiso del sector juvenil con la danza y las actividades que promueven la expresión artística y la creatividad dentro del campus.

La hegemonía estudiantil refuerza la naturaleza del evento como una expresión de la cultura viva universitaria, impulsada por la energía y el dinamismo de la población joven.

Un 7.6% de los participantes corresponde a docentes bailarines.

Aunque minoritaria, la participación del personal docente es estratégicamente valiosa. Estos individuos no solo incrementan la calidad técnica de la actuación, sino que también actúan como mentores y referentes para los estudiantes.

Esta colaboración intergeneracional y jerárquica proporciona a los estudiantes una oportunidad única de aprendizaje y orientación directa de profesionales con experiencia, trascendiendo las metodologías del aula tradicional.

La combinación de la vitalidad estudiantil con la experiencia del cuerpo docente genera un ambiente vibrante y dinámico. Este entorno propicia un intercambio enriquecedor de ideas y estilos, fortaleciendo significativamente la comunidad artística dentro de la universidad.

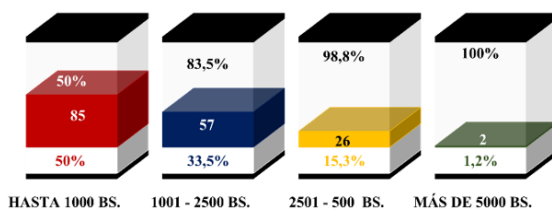
Esta colaboración fomenta un espacio donde la danza se consolida no solo como una forma de arte, sino también como un vehículo poderoso para la construcción de lazos sociales y culturales que superan los límites académicos. La inclusión de diversas perspectivas y enfoques consolida la

danza como una parte integral y activa de la vida universitaria.

El análisis de los ingresos reportados por los danzantes es crucial para comprender su capacidad adquisitiva y la potencial dependencia de apoyo externo, lo cual se relaciona directamente con los gastos que genera el evento.

Figura 5

Ingresos mensuales de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados revelan una polarización en los ingresos del grupo:

El 50% de los participantes reporta ingresos mensuales de hasta 1,000 Bs. Esta cifra es indicativa de que una porción considerable de los danzantes son estudiantes universitarios con limitaciones económicas significativas o que dependen de ingresos esporádicos.

Este contexto socioeconómico subraya la dificultad que puede enfrentar este subgrupo para cubrir los costos asociados a la participación (adquisición de vestimenta, utilería y materiales), lo que justifica la necesidad de investigar y proponer mecanismos de apoyo financiero.

El 50% restante reporta ingresos superiores a 1,000 Bs, distribuidos en diferentes estratos porcentuales.

Esta disparidad económica indica una diversidad socioeconómica dentro del segmento de danzantes, reflejando distintos contextos familiares, niveles de empleo o acceso a oportunidades laborales paralelas a los estudios.

La marcada diferencia en los ingresos (50% con limitaciones vs. 50% con mayor capacidad) tiene implicaciones directas en el principio de equidad y cohesión social dentro de la comunidad artística universitaria.

Fomento de la Inclusión: Es esencial que la USFX reconozca esta diversidad económica. Fomentar la equidad no solo enriquece el ambiente artístico, sino que también promueve la inclusión activa y evita que las barreras financieras limiten la participación en una expresión cultural tan importante.

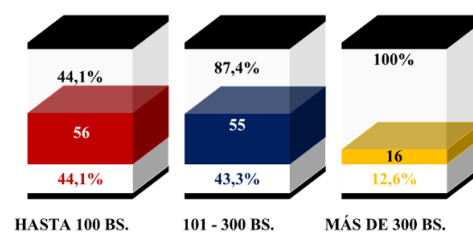
Necesidad de Políticas de Apoyo: Se justifica la necesidad de que la Universidad y las entidades asociadas implementen o refuercen políticas de apoyo económico y programas de becas culturales. La danza, como forma de expresión y construcción de identidad, debe ser accesible para todos.

Fortalecimiento Comunitario: La búsqueda activa de apoyo para los danzantes con menores ingresos y el reconocimiento de la diversidad económica son elementos clave para fortalecer la comunidad artística. Crear espacios que favorezcan el diálogo y el intercambio de experiencias entre bailarines de distintas realidades económicas puede impulsar una mayor cohesión social que trascienda las diferencias de capital.

El análisis de los egresos destinados a vestimenta y utilería dancística es esencial, ya que constituye un indicador directo del impacto económico individual generado por la participación.

Figura 6

Gasto en vestimenta de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados muestran una concentración significativa de los egresos en el rango de menor inversión:

El 61.8% de los participantes reporta un gasto de hasta 300 Bs en vestimenta y accesorios.

Esta mayoría opta por soluciones económicas o presupuestos limitados, lo cual, si bien optimiza recursos, puede plantear interrogantes sobre la posibilidad de acceder a vestimentas especializadas o de alta calidad requeridas para un desempeño óptimo y la representación fiel de las danzas. Esta limitación es particularmente relevante si se considera la polarización de ingresos previamente identificada, sugiriendo que las restricciones económicas influyen directamente en la capacidad de inversión cultural del danzante.

En contraste, el 38.2% de los danzantes gasta más de 300 Bs en este rubro.

Este segmento de mayor inversión probablemente refleja un compromiso con la calidad de los materiales, el diseño o la adquisición de prendas y accesorios que buscan mejorar el impacto visual y la distinción en la presentación escénica.

Esta disparidad en la inversión subraya la necesidad de examinar si la calidad de la vestimenta se convierte en un factor que diferencia la experiencia de participación y el potencial de reconocimiento dentro del evento.

El volumen de participantes que invierte en vestimenta genera una demanda directa que beneficia al sector de la costura, sastrería y artesanía local o regional. El monto total movilizado por este concepto es un componente clave para cuantificar el efecto dinamizador de la Entrada Universitaria en el microcomercio especializado.

El gasto destinado al arreglo personal (incluyendo peluquería, maquillaje y accesorios no esenciales de la vestimenta) representa un egreso complementario que

refleja la priorización presupuestaria de los danzantes ante el evento.

Se encontró que una abrumadora mayoría, el 87.4% de los danzantes, gasta hasta 300 Bs en arreglo personal.

Esta fuerte concentración de egresos en el segmento inferior sugiere que la mayoría de los participantes adopta un enfoque austero y consciente en cuanto a la presentación física, probablemente debido a las restricciones presupuestarias identificadas en la sección de ingresos.

La priorización de gastos esenciales (vestimenta, alimentación o transporte) sobre los costos de embellecimiento complementario es una manifestación directa de la realidad económica que influye en la experiencia de participación del danzante. Solo el 12.6% del grupo invierte más de 300 Bs en arreglo personal.

Esta minoría podría estar compuesta por aquellos danzantes que tienen mayor capacidad adquisitiva o que otorgan una mayor importancia a la proyección estética y la calidad de los detalles de su presentación.

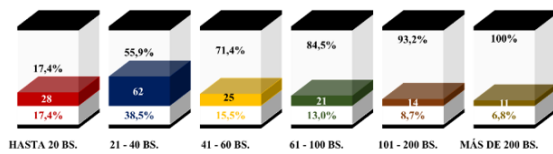
Inversiones superiores en este rubro pueden estar ligadas a servicios profesionales (maquillaje o peinado especializado) para maximizar el impacto visual de la coreografía.

Estos datos de gastos reflejan cómo la situación económica de los bailarines influye directamente en la toma de decisiones presupuestarias, afectando potencialmente el grado de sofisticación de su expresión artística en el escenario universitario.

El gasto en alimentación es un componente crítico de los egresos, con implicaciones directas en el bienestar físico y el rendimiento energético requerido para la actividad dancística.

Figura 7

Gasto en alimentación de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados indican que el 71.4% de los danzantes destina hasta 60 Bs para el consumo de alimentos durante el periodo del evento o por jornada.

Esta fuerte mayoría revela que una gran parte del grupo opta por un enfoque presupuestario extremadamente austero en la ingesta de alimentos.

Este comportamiento está directamente influenciado por las limitaciones económicas ya documentadas, obligando a los jóvenes a gestionar cuidadosamente sus recursos y, posiblemente, a elegir opciones de alimentación de bajo costo que pueden ser nutricionalmente inadecuadas.

El bajo gasto en nutrición plantea un riesgo potencial: una dieta inadecuada puede afectar negativamente el rendimiento, la resistencia y los niveles de energía requeridos para mantener el nivel de actividad física intensa asociada a la danza, traducándose en un desempeño subóptimo.

Por otro lado, el 28.6% de los participantes gasta más de 60 Bs en alimentación.

Este segmento sugiere una mayor capacidad adquisitiva que les permite invertir en opciones nutricionalmente más saludables o variadas.

Esta diferencia de gasto no solo refleja diversas realidades económicas, sino que también establece una disparidad en la seguridad alimentaria que, potencialmente, se traduce en una ventaja en términos de salud general y vigor físico durante las presentaciones.

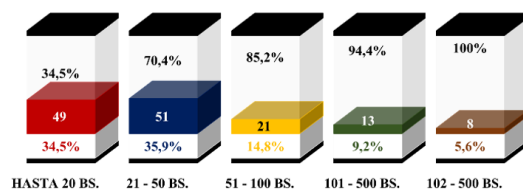
La alimentación adecuada es fundamental para cualquier atleta o artista que requiera un alto nivel de energía y resistencia. La existencia de un ciclo potencialmente negativo —donde la falta de recursos para una nutrición adecuada lleva a un rendimiento subóptimo— justifica la urgencia de intervenciones y apoyo estructural.

El análisis del gasto en alimentación no solo proporciona una visión de los hábitos de consumo, sino que subraya la necesidad de mecanismos universitarios o sociales que aborden las limitaciones económicas para garantizar que cada bailarín pueda prosperar, tanto en su bienestar físico como en su desarrollo profesional y artístico.

El gasto en transporte es un indicador de la complejidad logística y los costos variables asociados a la movilidad para ensayos y el evento central, especialmente relevante para evaluar la disparidad geográfica de la participación.

Figura 8

Gasto en transporte de los danzantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

La mayoría de los danzantes, un 70.4%, reporta un gasto en transporte de hasta 50 Bs.

Esta tendencia indica que la gran mayoría de los participantes opta por opciones de movilidad económica (transporte público local o distancias cortas).

Esta limitación en el gasto, aunque ajustada al presupuesto, puede implicar que muchos danzantes enfrenten desafíos logísticos en términos de tiempo, conveniencia y accesibilidad al desplazarse en-

tre sus domicilios, los lugares de ensayo y los puntos de concentración del evento.

En contraste, el 29.6% de los danzantes invierte más de 50 Bs en transporte.

Este grupo, que registra un gasto significativamente superior, es probable que esté compuesto por los participantes que provienen de provincias aledañas u otras universidades (afiliación identificada previamente).

Esta mayor inversión refleja los costos logísticos de la distancia que deben cubrir (tarifas interprovinciales, uso de servicios de transporte especializados o alojamiento temporal), estableciendo una disparidad geográfica en la carga financiera del evento.

El compromiso de asumir estos gastos superiores evidencia la alta prioridad y dedicación que este subgrupo otorga a su participación en la Entrada Universitaria.

En conjunto, los datos de egresos (vestimenta, alimentación y transporte) no solo ilustran las restricciones económicas que enfrenta la mayoría de los danzantes universitarios, sino que, de manera más significativa, demuestran la dedicación y el esfuerzo financiero personal que están dispuestos a invertir para mantener activa su expresión artística y cultural dentro del ámbito universitario.

Asistentes a la entrada universitaria

Caracterización Demográfica de los Asistentes/Espectadores

El análisis de la encuesta aplicada al segmento de Asistentes/Espectadores de la Entrada Universitaria 2024 proporciona información clave sobre la composición de la demanda, lo cual es fundamental para cuantificar el impacto económico.

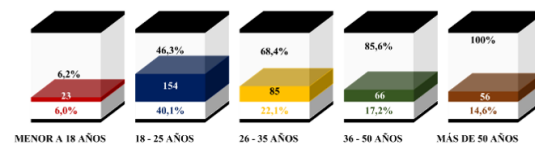
Los resultados demográficos muestran que la audiencia del evento está significativamente concentrada en la población joven y adulta temprana:

La mayoría de los asistentes (un notable 68%) se ubica en el rango de edad hasta los 35 años.

Este hallazgo confirma que el evento es un foco de atracción principal para la población juvenil, lo cual es coherente con su naturaleza de celebración universitaria que promueve la participación activa de estudiantes, egresados y jóvenes profesionales.

Esta predominancia juvenil no solo resalta el interés de este grupo etario por las actividades culturales y académicas de la USFX, sino que también establece un ambiente vibrante y dinámico que favorece la interacción social y el fortalecimiento del sentido de comunidad alrededor de la institución.

Figura 9
Edad de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

La composición demográfica de la audiencia tiene importantes implicaciones estratégicas para la organización y el impacto económico local:

Influencia en el Consumo: Un público mayoritariamente joven y adulto temprano presenta un patrón de consumo específico (ej. alimentación rápida, bebidas, entretenimiento) que influye directamente en los tipos de bienes y servicios demandados, beneficiando a ciertos sectores comerciales de la ciudad de Sucre.

Adaptación de la Oferta Cultural: La inclinación hacia este público más joven debe motivar a los organizadores a diseñar una programación y logística que resuene con sus intereses, valores y expectativas, asegurando que la experiencia sea atractiva y significativa para la audiencia principal.

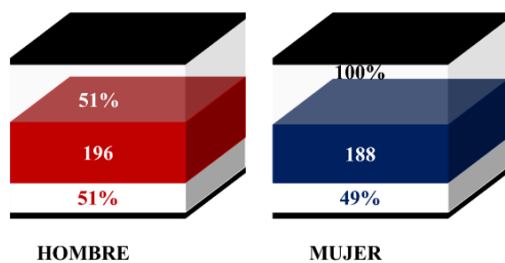
Información para Futuras Ediciones: Los resultados de la encuesta no solo ofrecen una instantánea de la audiencia presente, sino que proporcionan información valiosa para futuras ediciones del evento. Este conocimiento demográfico permite adaptar la infraestructura, la seguridad y la oferta comercial para satisfacer de manera más efectiva las necesidades y expectativas de su público principal.

En síntesis, el alto porcentaje de asistentes jóvenes y adultos subraya la capacidad de la Entrada Universitaria para movilizar a la población activa y establecer un foco de actividad económica y social en la ciudad.

El análisis de la distribución por sexo del segmento de Asistentes/Espectadores revela una paridad notable, lo cual es crucial para caracterizar la audiencia y planificar la oferta del evento.

Figura10

Sexo de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados indican una distribución de género casi equitativa: el 51% de los asistentes son hombres, y el 49% son mujeres.

Esta cercanía en las proporciones sugiere un compromiso compartido con la celebración y participación en actividades culturales, sin una segregación significativa por género en la asistencia al evento masivo.

La paridad de género es un aspecto positivo en el contexto de un evento universitario, pues refleja un ambiente inclusivo y

diverso donde ambos sexos tienen la oportunidad de contribuir y expresarse.

El equilibrio en la composición de género tiene consecuencias directas para la dinámica social, cultural y económica del evento:

Fomento de la Colaboración: La presencia casi equitativa de hombres y mujeres promueve un contexto propicio para el diálogo, la colaboración y el intercambio de ideas, fortaleciendo la cohesión social de la comunidad universitaria y local.

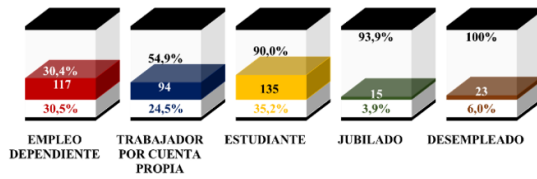
Diseño de la Oferta Comercial: La paridad de género influye en los patrones de consumo agregados (por ejemplo, en la demanda de alimentos, bebidas y productos de miscelánea). Los organizadores y comerciantes deben considerar este equilibrio al planificar la oferta, asegurando que los productos y servicios disponibles resuenen con las preferencias de un público diverso.

Inclusión en la Planificación: Es probable que los organizadores mantengan este equilibrio al considerar la inclusión de perspectivas y voces diversas en la planificación de presentaciones y dinámicas, asegurando que todos los asistentes se sientan representados y valorados.

En resumen, la proporción casi igual de hombres y mujeres entre los asistentes no solo destaca un compromiso cultural compartido, sino que también valida el evento como un espacio socialmente equitativo y enriquecedor para todos los participantes.

El análisis de la situación laboral de los asistentes es clave para determinar la capacidad de gasto agregada de la audiencia y entender las dinámicas socioeconómicas del público que interactúa con la Entrada Universitaria.

Figura 11
Situación laboral de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

El grupo más grande de asistentes está compuesto por Estudiantes (35.1%).

Esta proporción subraya que el evento mantiene una fuerte conexión con la población en proceso de formación académica.

Para este segmento, la asistencia se equilibra con sus responsabilidades académicas, lo que puede imponer limitaciones presupuestarias y de tiempo. Los patrones de consumo de este grupo están, por lo general, sujetos a presupuestos más estrictos.

Un porcentaje significativo de los encuestados reporta tener Empleo Dependiente (30.4%).

Este grupo, caracterizado por el trabajo formal asalariado, ofrece al evento una audiencia con una potencial mayor estabilidad financiera y, por ende, una capacidad de gasto más predecible que la de los estudiantes puros.

La combinación de trabajo y participación en eventos culturales en este grupo etario (jóvenes y adultos) refleja un esfuerzo por adquirir experiencia laboral mientras mantienen su interés en actividades extracurriculares.

Una parte considerable de los asistentes son Trabajadores por Cuenta Propia (24.4%).

Esta elección laboral indica que una porción de la audiencia ha optado por el emprendimiento o actividades independientes.

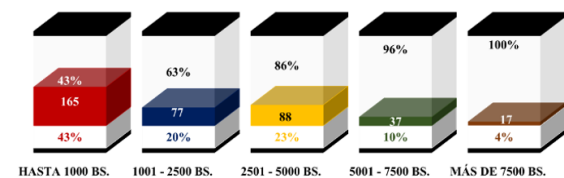
Aunque este camino ofrece flexibilidad y autonomía, permitiendo una gestión más

eficaz del tiempo para eventos como la Entrada, también implica una mayor responsabilidad en la gestión de sus ingresos y riesgos financieros. Su patrón de gasto puede ser más variable.

La distribución laboral de los asistentes revela una audiencia económicamente diversificada que equilibra la formación académica (estudiantes), la estabilidad financiera (empleo dependiente) y la autonomía (trabajadores por cuenta propia). Esta composición garantiza que la demanda generada durante el evento provenga de múltiples fuentes de ingresos, lo cual es fundamental para el impacto económico sostenido en los sectores de Sucre.

El análisis de los ingresos del segmento de asistentes es fundamental para estimar la capacidad de gasto agregada que este público inyecta en la economía local durante el evento.

Figura 12
Ingresos de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados revelan una marcada heterogeneidad socioeconómica en la audiencia:

Ingresos Limitados: Aproximadamente el 60% de los encuestados reporta ingresos mensuales de 2,500 Bs o menos.

Esta cifra sugiere que una porción significativa de la audiencia opera con limitaciones presupuestarias o presupuestos ajustados. Esta realidad económica impacta directamente su capacidad para el consumo en el evento y su inversión general en actividades culturales o desarrollo personal.

Mayor Capacidad Adquisitiva: En contraste, el 40% restante tiene ingresos superiores a 2,500 Bs.

Este grupo, con una mayor capacidad financiera, puede participar más plenamente y realizar inversiones más sustanciales en su desarrollo y en las actividades relacionadas con el evento.

Esta disparidad en los ingresos no solo refleja las diversas realidades laborales (estudiantes, dependientes, independientes) identificadas previamente, sino que también influye en la forma en que cada grupo se relaciona y participa en la comunidad universitaria.

El ingreso promedio de los asistentes se sitúa en 2,560 Bs.

Este dato, aunque representa una media general, proporciona una visión crítica sobre el poder adquisitivo y las implicaciones de planificación:

Indicador de Restricción: Dado que el 60% de la audiencia se encuentra por debajo de esta cifra promedio, la media de 2,560 Bs subraya que una proporción considerable enfrenta limitaciones económicas que obligan a priorizar gastos esenciales sobre la participación plena en eventos universitarios o extracurriculares.

Planificación Universitaria: Comprender este umbral de ingresos es crucial para la planificación de futuras actividades. Permite a los organizadores diseñar iniciativas que sean financieramente accesibles y que se alineen con las posibilidades económicas de la mayoría.

Oportunidades de Empleo: El ingreso promedio puede estar correlacionado con la naturaleza de los empleos que predominan (trabajos de medio tiempo o en sectores con salarios bajos) entre la población joven. Esto subraya la importancia de que la universidad considere las oportunidades de empleo

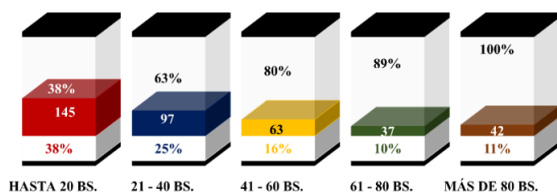
y desarrollo profesional que se ofrecen a estudiantes y jóvenes en la región.

En conclusión, el análisis de los ingresos no es meramente numérico, sino que revela la compleja realidad económica de los asistentes. Esta dinámica debe guiar el diseño de estrategias de inclusión y equidad para garantizar que la vida universitaria sea accesible para todos los miembros de la comunidad, independientemente de su capacidad económica.

El análisis del gasto en refrescos es clave para evaluar el impacto económico directo de los asistentes en el rubro de bebidas no alcohólicas y para diseñar una estrategia comercial adaptada al evento.

Figura 13

Gastos de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados indican que el 61% de los consumidores de refrescos gasta hasta 40 Bs.

Este porcentaje mayoritario sugiere que la audiencia mantiene un enfoque consciente y moderado hacia la gestión de su presupuesto durante el evento, optando por opciones de bajo costo que se ajusten a su capacidad económica.

El gasto promedio de 37 Bs en esta categoría refuerza esta visión, confirmando que, si bien una parte significativa de los consumidores se mantiene en un rango de inversión bajo, existe un equilibrio con aquellos que pueden destinar un monto ligeramente superior, posiblemente buscando formatos más grandes, marcas específicas o productos de valor añadido. El comportamiento de consumo en esta categoría tiene implicaciones directas para los proveedores y organizadores:

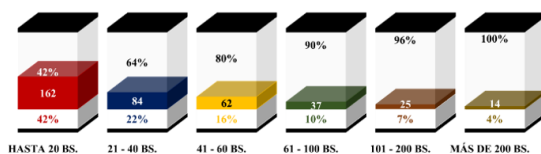
Estrategia de Precio y Oferta: La clara preferencia por gastos en el rango bajo obliga a los proveedores a ajustar su oferta comercial. Es imperativo incluir una variedad de opciones accesibles para alinearse con la capacidad económica de la mayoría. Esto podría incluir formatos económicos, ofertas o promociones de volumen que incentiven el consumo sin representar una carga financiera excesiva para los asistentes.

Influencia Sociocultural: Los refrescos son una opción popular en el contexto de eventos masivos universitarios, ya que complementan la experiencia social y cultural. Aunque el enfoque es moderado, el contexto social puede fomentar un consumo agregado elevado, beneficiando significativamente a los comerciantes de bebidas.

Información para la Venta: El entendimiento de que el gasto se concentra en un nivel moderado permite guiar estrategias para mejorar la logística de suministro y la venta de productos, garantizando que se satisfagan las necesidades y expectativas del público de manera efectiva y rentable.

En síntesis, los datos de gasto en refrescos reflejan tanto las consideraciones económicas de los asistentes (ingresos limitados) como los hábitos de consumo culturalmente relevantes que impulsan la demanda directa en este sector comercial. El gasto en alimentación de los Asistentes es el principal indicador de la demanda de servicios de comida rápida y restaurantes generada por el evento en la economía local.

Figura 14
Gastos de alimentación de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados indican que el 61.2% de los encuestados gasta hasta 40 Bs en alimentación.

Esta mayoría significativa se orienta hacia opciones de comida accesibles y económicas. Este patrón de consumo refleja la priorización presupuestaria en un contexto de limitaciones económicas, donde los asistentes (especialmente estudiantes) deben equilibrar sus necesidades alimentarias con otros gastos fijos (matrícula, transporte, etc.).

El gasto promedio en alimentación es de 47 Bs, una cifra que se sitúa ligeramente por encima del umbral de la mayoría. Este promedio es impulsado por el 38.8% de la audiencia que gasta más de 40 Bs y que, presumiblemente, está en condiciones de invertir en opciones de mayor calidad, variedad o valor nutricional, priorizando el bienestar o la satisfacción.

La diversidad en los patrones de gasto (mayoría moderada versus minoría de mayor inversión) refleja diferentes estilos de vida, preferencias alimenticias y situaciones económicas dentro de la audiencia.

Relevancia para la Oferta: Comprender esta disparidad de consumo es crucial para los comerciantes y organizadores. Les permite diseñar una oferta de alimentos diversificada que se alinee con las posibilidades económicas de la mayoría (opciones hasta 40 Bs) y, simultáneamente, capture el gasto del segmento que busca mayor calidad o variedad.

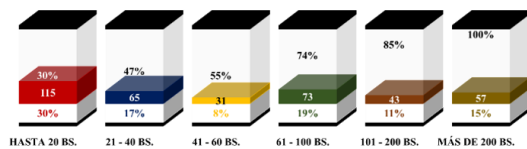
Implicaciones para el Bienestar: El bajo gasto de la mayoría obliga a la Universidad y a los proveedores a asegurar que las opciones económicas no comprometan la calidad nutricional. Esto es fundamental para contribuir a un entorno que fomente el bienestar, la energía y la salud de los asistentes.

En resumen, el patrón de gasto en alimentación ofrece una visión valiosa sobre las preferencias y limitaciones económicas de los asistentes, permitiendo a los organizadores adaptar sus ofertas para maximizar la satisfacción y el impacto económico inclusivo.

El análisis del consumo de bebidas alcohólicas es fundamental para cuantificar el impacto económico en el sector de entretenimiento y para evaluar las dinámicas sociales y de seguridad del evento.

Figura 15

Consumo de bebidas alcohólicas de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Existe una clara división en los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas entre los asistentes:

Mayoría No Consumidora: El 57% de los asistentes opta por no consumir alcohol. Este porcentaje mayoritario refleja una diversidad de motivaciones que incluyen preferencias personales, consideraciones de salud, convicciones religiosas o la simple elección de mantener un estilo de vida más austero y consciente.

Consumo Segmentado: El 43% restante consume alcohol. Esta demanda, aunque minoritaria en el total de asistentes, genera un impacto económico concentrado y significativo en el sector.

Entre el subgrupo que consume alcohol (43% del total), se observa lo siguiente:

Gasto Moderado (67%): El 67% gasta hasta 100 Bs. Esta tendencia sugiere que la mayoría se inclina por opciones de gasto moderado, buscando equilibrar el disfrute de la socialización con las restricciones presupuestarias. El consumo se centra en la interacción social sin un compromiso financiero excesivo.

Gasto Superior (33%): El 33% gasta más de 100 Bs. Este segmento representa una demanda de mayor valor, posiblemente invir-

tiendo en marcas premium, cócteles especializados o experiencias sociales de mayor calidad. Su disposición a gastar más refleja una búsqueda de experiencias más intensas o productos que ofrecen un valor añadido.

Gasto Promedio: El gasto promedio de 91 Bs se sitúa en un punto intermedio, indicando la influencia de la minoría de alto gasto en elevar la media general.

La diversidad en los patrones de consumo (el 57% que no consume y el 43% que sí lo hace con gastos variables) requiere una estrategia dual por parte de los organizadores y proveedores:

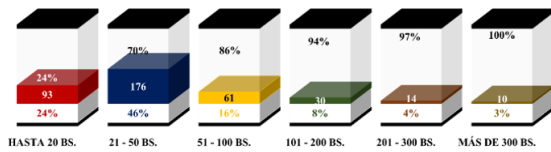
Estrategia Comercial Segmentada: Los comerciantes deben asegurar una oferta de alto valor para el segmento dispuesto a gastar más de 100 Bs, al tiempo que garantizan la disponibilidad de opciones accesibles para la mayoría.

Responsabilidad Social Universitaria: Conocer esta prevalencia y las tendencias de gasto es crucial para que la universidad diseñe e implemente políticas de consumo responsable y un ambiente seguro. Esto incluye ofrecer alternativas de entretenimiento no alcohólicas atractivas y garantizar la seguridad durante el evento.

El gasto en bebidas alcohólicas es un componente vital del impacto económico total, pero su análisis subraya la importancia de considerar la diversidad de actitudes y la necesidad de gestionar el consumo dentro de un marco de responsabilidad social universitaria.

El análisis de las compras de miscelánea, que incluyen artículos no esenciales (gafas, sombreros, ropa, juguetes, etc.), mide la demanda discrecional de los asistentes y su impacto en el comercio minorista.

Figura 16
Compras misceláneas de los asistentes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Los resultados muestran una división equilibrada en este rubro:

Compradores Activos: El 47% de los encuestados realiza compras de miscelánea. Este grupo se involucra en la adquisición de productos que contribuyen a su estilo de vida, comodidad, esparcimiento o expresión personal dentro del ambiente festivo del evento.

No Consumidores: El 53% restante no efectúa estas compras. Esta mayoría opta por priorizar sus gastos en necesidades básicas (alimentación, transporte), lo cual subraya las restricciones presupuestarias identificadas previamente en una parte significativa de la audiencia. Esta diferencia en los hábitos de consumo resalta la diversidad de situaciones económicas del público.

Entre el subgrupo que sí realiza compras de miscelánea, el gasto es predominantemente conservador:

Gasto Austero (83%): Un notable 83% gasta hasta 100 Bs. Este alto porcentaje sugiere que la mayoría de los consumidores de este grupo se inclina por opciones económicas y funcionales, demostrando un enfoque consciente hacia el manejo de su presupuesto al buscar maximizar el valor de cada compra.

Gasto Superior (17%): Solo el 17% gasta más de 100 Bs. Este segmento de menor tamaño probablemente busca productos de mayor calidad, diseño atractivo o características especializadas. Su mayor gasto refleja una prioridad por la durabilidad o el estilo sobre la funcionalidad básica.

La tendencia de consumo en miscelánea proporciona información valiosa para los comerciantes y organizadores:

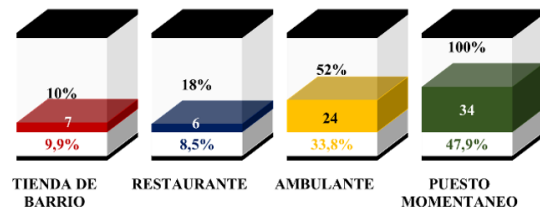
Estrategia de Producto: El gasto predominante de hasta 100 Bs indica que los productos más atractivos y accesibles para este público deben ser de bajo costo unitario y alto valor percibido (funcionalidad o moda rápida).

Fomento de la Compra: El dato del 47% de compradores, junto con el gasto moderado, permite a los comerciantes optimizar su inventario y estrategia de precios, fomentando un entorno de consumo que se ajuste a las posibilidades económicas de los estudiantes y contribuyendo a la vitalidad del comercio minorista no esencial en Sucre.

Comerciantes en la entrada universitaria

El análisis de los comerciantes situados a lo largo de la ruta de la Entrada Universitaria revela una estructura de oferta predominantemente temporal e informal, clave para la dinámica de la economía de eventos en Sucre.

Figura 17
Tipo de negocio de los comerciantes en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

El grupo más representativo está compuesto por comerciantes que operan con Puestos Momentáneos (47.9%).

Esta tipología de comercio temporal es característica de los eventos masivos, donde los vendedores establecen operaciones únicamente durante la duración de la Entrada.

La utilización de estos puestos les confiere la capacidad de adaptación necesaria para responder a la demanda fluctuante. Su oferta es típicamente diversa, abarcando desde alimentos y bebidas hasta artículos de miscelánea y souvenirs, maximizando las oportunidades de venta en un entorno altamente competitivo y de corta duración.

Un porcentaje significativo de la oferta está cubierto por Vendedores Ambulantes (33.8%).

Este grupo se distingue por su alta movilidad y flexibilidad. La venta ambulante les permite desplazarse estratégicamente a diferentes puntos de la ruta para acercarse a la mayor cantidad posible de clientes, ajustándose rápidamente a los picos de afluencia y a las preferencias del público en tiempo real.

La agilidad de los vendedores ambulantes contribuye a la eficiencia de la distribución de productos a lo largo de la ruta y subraya la naturaleza adaptable del comercio minorista en este contexto.

La combinación de puestos momentáneos y vendedores ambulantes —los dos grupos más grandes de la tipología de comercio— crea un ambiente vibrante y diverso que enriquece la experiencia del asistente mediante una amplia y accesible gama de productos.

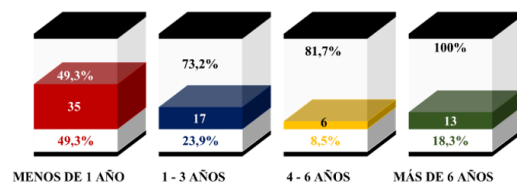
Innovación por Competencia: La competencia intrínseca entre estos dos tipos de oferentes impulsa la innovación en la oferta de productos y servicios, factor que puede mejorar la calidad de la experiencia general de los asistentes y la eficiencia de la transacción comercial.

Fortalecimiento Económico Local: La presencia y éxito de estos comerciantes, que operan bajo formatos de alta adaptabilidad, es fundamental para la creación de ingresos temporales y el fortalecimiento de la economía local en respuesta a la demanda generada por el evento universitario.

El análisis de la estructura de propiedad y el tiempo de funcionamiento de los negocios a lo largo de la ruta comercial revela la naturaleza microempresarial, familiar y dinámica de la oferta generada por el evento.

Figura 18

Tiempo de funcionamiento de los negocios en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

La oferta comercial está profundamente marcada por la gestión familiar y la ausencia de personal formal:

Gestión Familiar (84.3%): Un abrumador 84.3% de estos negocios son de propiedad familiar y no reportan personal contratado adicional.

Esta alta proporción subraya la naturaleza de autoempleo familiar y el uso intensivo de la fuerza laboral endógena para aprovechar la oportunidad del evento.

La gestión familiar implica un enfoque personal y directo en la atención, lo que fortalece el tejido social de la comunidad y la fidelización del cliente mediante un trato personalizado. Este modelo minimiza los costos laborales directos, aumentando la rentabilidad potencial para la familia.

La coexistencia de negocios nuevos y establecidos crea un ecosistema comercial diversificado:

Nuevos Emprendimientos (49.3%): Cerca de la mitad de los comercios encuestados (49.3%) son recientes, con menos de un año de funcionamiento.

Esta cifra destaca la constante llegada de nuevos emprendedores al mercado, lo cual es un signo de dinamismo y creatividad

dentro de la economía local. El evento actúa como un catalizador para la creación de microempresas o la identificación de oportunidades de mercado estacionales.

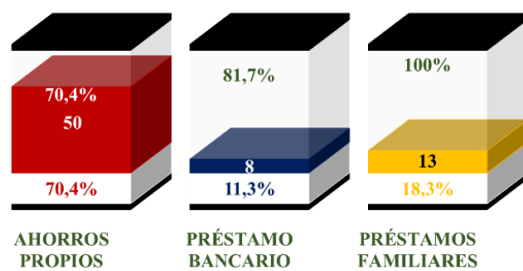
Comercios Consolidados (50.7%): Por otro lado, el 50.7% lleva un año o más operando. Este grupo más establecido cuenta con una mayor comprensión de las dinámicas del mercado y una base de clientes potencialmente más sólida. Su experiencia acumulada les permite desarrollar estrategias más efectivas para la adaptación a las fluctuaciones de la demanda.

La interacción de un modelo de negocio predominantemente familiar (que favorece la autoempleo) con una alta tasa de nuevos emprendimientos (que inyecta innovación y competencia) beneficia directamente a los asistentes, ofreciendo una variedad de opciones, desde productos innovadores hasta la confiabilidad de los comercios consolidados. Esta mezcla no solo enriquece la experiencia del asistente, sino que también fortalece la economía local al generar ingresos para familias y nuevos emprendedores.

El análisis del origen del capital invertido en los negocios a lo largo de la ruta de la Entrada Universitaria proporciona una visión de la autosuficiencia financiera y el papel del capital social y familiar en el emprendimiento local.

Figura 19

Origen del capital invertido de los negocios en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

La fuente principal de financiación es el Ahorro Propio, con un 70.4% del total.

Este dato refleja una alta capacidad de gestión y ahorro de recursos por parte de los comerciantes, indicando un compromiso significativo con el emprendimiento.

La utilización de fondos personales implica que estos comerciantes están dispuestos a asumir riesgos financieros directos, lo cual se asocia con un mayor nivel de motivación y autonomía en la gestión de sus operaciones. Esta independencia facilita una toma de decisiones más rápida y adaptativa a las fluctuaciones del mercado.

El alto porcentaje de capital autofinanciado subraya la resiliencia y la capacidad de autosostenibilidad de estos microemprendedores frente a la falta de acceso a mecanismos de financiación formal.

El segundo origen de financiación más importante es el Préstamo Familiar, con un 18.3%.

Esta proporción resalta la importancia de las redes de apoyo dentro de la comunidad y la familia en el contexto empresarial boliviano.

Los préstamos familiares sirven como una fuente crucial de capital informal para aquellos que enfrentan barreras para acceder al financiamiento bancario.

Este tipo de apoyo mutuo fortalece el capital social y genera un entorno de responsabilidad adicional para los emprendedores, quienes se ven motivados a lograr la rentabilidad para honrar la confianza familiar.

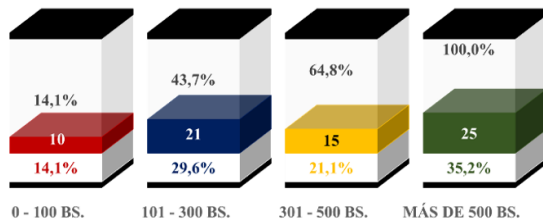
La combinación de ahorros propios y préstamos familiares domina la estructura de capital de los comerciantes. Esta dinámica de financiación refleja no solo la situación económica de los emprendedores, sino que también subraya el arraigo comunitario de estos negocios. Esta estructura de capital influye positivamente en la vitalidad y sos-

tenibilidad del comercio local al basarse en recursos internos y de confianza.

El análisis del capital inicial invertido por los comerciantes revela una clara estrategia de minimización de riesgos en un entorno de comercio temporal y competitivo.

Figura 20

Capital inicial invertido de los negocios en la entrada universitaria



Fuente. Elaborada por los investigadores

Inversión Modesta (64.8%): La gran mayoría de los comerciantes (64.8%) utilizaron hasta 500 Bs para establecer sus negocios.

Esta cifra indica que los microemprendedores optan por comenzar con inversiones modestas o de bajo umbral, lo cual es una estrategia prudente en un mercado temporal con alta incertidumbre.

Este enfoque se centra en minimizar los riesgos financieros y permite a los comerciantes una gestión flexible y la capacidad de ajustar rápidamente su modelo de negocio y oferta de productos en función de la respuesta del mercado.

Inversión Superior (35.2%): El 35.2% de los comerciantes invirtió más de 500 Bs en su capital inicial.

Este grupo demuestra una mayor confianza en su plan de negocio o ha identificado oportunidades específicas que justifican un gasto mayor. Esta inversión se traduce en una potencial mejora en la calidad de los productos, un mayor inventario o un diseño de puesto más atractivo para destacar en el entorno competitivo.

La distribución de los productos ofrecidos por los comerciantes se alinea directamen-

te con las necesidades de consumo de un evento masivo y prolongado.

Alimentos (35.2%): Los alimentos representan el rubro más importante de la oferta (35.2%).

Este porcentaje significativo subraya la alta demanda de comida en eventos universitarios, donde los asistentes buscan opciones rápidas, accesibles y que satisfagan el hambre. La variedad ofrecida contribuye directamente a la experiencia cultural y logística del evento.

Refrescos (18.3%): Las bebidas no alcohólicas (refrescos) constituyen el segundo rubro más importante (18.3%).

La alta proporción de refrescos complementa la demanda de alimentos y responde a la necesidad de hidratación y consumo social en eventos con gran afluencia de público. Bebidas Alcohólicas (15.5%): Las bebidas alcohólicas representan el 15.5% de la oferta.

Aunque menor en proporción a los alimentos y refrescos, su presencia es significativa y es clave para capturar el gasto del segmento que busca el disfrute y la celebración social, como se analizó en los resultados de los asistentes.

Discusión

Perfil Demográfico Central (Edad, Afiliación y Categoría)

Los resultados demográficos establecen el perfil del participante de la Entrada Universitaria como el de un estudiante regular, joven y endógeno a la USFXCH.

Concentración Juvenil y Endogeneidad (18-25 años, 88.2% USFXCH, 92.4% Estudiantes):

La abrumadora mayoría de danzantes se ubica en el rango de 18 a 25 años (78.2%) y son estudiantes (92.4%) de la USFXCH (88.2%). Esta convergencia de datos confirma que la Entrada Universitaria es fundamentalmente un evento de cultura viva

universitaria, impulsado por la energía, el dinamismo y la identidad del alumnado de pregrado. Este patrón sugiere un fuerte vínculo entre la matrícula activa y la tradición cultural, lo cual es indicativo de un éxito institucional en la promoción y el mantenimiento del patrimonio folklórico dentro de su comunidad. La participación de docentes (7.6%) y entidades externas (11.8%) es crucial, aunque minoritaria, ya que asegura la calidad técnica, la mentoría y el intercambio cultural, enriqueciendo el evento más allá del ámbito estudiantil.

Predominio Masculino (57.6% Hombres):

El hallazgo de una predominancia masculina (57.6%) en el segmento joven de danzantes es un punto clave que merece una mayor profundización. A diferencia de las tendencias en otras actividades artísticas (donde a menudo el público o la participación femenina son mayores), esta cifra podría reflejar dinámicas sociales específicas de las fraternidades folklóricas regionales o los roles de género tradicionales asociados a ciertas danzas bolivianas. Esta proporción es relevante, pues la combinación de juventud y mayoría masculina define el actor cultural central del evento, influyendo en la selección de danzas, la ejecución coreográfica y la imagen proyectada por la USFXCH.

Disparidad Socioeconómica y Carga Financiera (Ingresos y Egresos)

El análisis de los ingresos y egresos revela una clara polarización socioeconómica entre los danzantes, con importantes implicaciones para la equidad y la gestión del evento.

Polarización de Ingresos y Vulnerabilidad (50% - 1,000 Bs.):

El hecho de que la mitad de los participantes reporte ingresos mensuales de hasta 1,000 Bs subraya una vulnerabilidad económica significativa dentro de la masa crítica del evento. Esta limitación financiera justifica directamente la necesidad de analizar los gastos y propone un reto a la Universidad: ¿Cómo asegurar la participación y el desempeño óptimo cuando una

gran parte de los danzantes enfrenta serias restricciones presupuestarias? La USFXCH debe reconocer esta realidad para evitar que las barreras financieras limiten la expresión cultural.

Egresos Austeros y sus Consecuencias:

Los datos de egresos (vestimenta, arreglo personal y alimentación) son un reflejo directo de la realidad económica anterior.

Vestimenta (61.8% - 300 Bs.):

La mayoría gasta poco en vestimenta, lo cual, aunque optimiza recursos, puede comprometer la calidad, autenticidad o impacto visual de la presentación. Esto podría generar una diferencia en la experiencia de participación y el reconocimiento respecto al 38.2% que invierte más.

Alimentación (71.4% - 60 Bs.):

El gasto "extremadamente austero" en alimentación (71.4 Bs. - 60 Bs. por jornada) es la limitación más crítica desde una perspectiva de bienestar. Una nutrición inadecuada puede afectar negativamente el rendimiento físico, la resistencia y la salud de jóvenes que realizan una actividad de alta intensidad. Esto subraya la urgencia de programas de apoyo estructural que garanticen una seguridad alimentaria mínima para el danzante.

Transporte y Disparidad Geográfica:

La inversión superior en transporte por el 29.6% restante probablemente se deba a la participación de danzantes de provincias o de otras instituciones. Esta disparidad geográfica impone una carga financiera adicional a este subgrupo, pero a su vez, resalta su alto nivel de compromiso con el evento a pesar de los costos logísticos.

Perfil y Economía del Asistente Universitario

El análisis demográfico y laboral define a la audiencia como un motor de demanda joven, laboralmente diversa y con paridad de género, lo cual es coherente con un evento de origen universitario.

Audiencia Joven y Dinámica (68% - 35 años): La marcada concentración de asistentes en el rango hasta los 35 años (68%) es un hallazgo central. Esto subraya la capacidad de la Entrada Universitaria para movilizar a la población económicamente activa y socialmente dinámica. Esta predominancia juvenil asegura un ambiente vibrante y refuerza el rol del evento como una plataforma de expresión cultural que resuena con los intereses de la juventud. Estratégicamente, esto implica que la logística y la oferta comercial deben estar altamente sintonizadas con los hábitos de consumo y las expectativas de este grupo etario.

Paridad de Género (51% Hombres vs. 49% Mujeres): La distribución de género casi equitativa es un indicativo de inclusión social y compromiso cultural compartido. La paridad de asistencia es un factor positivo que fomenta un ambiente equilibrado y representa una ventaja para la planificación, ya que los productos y servicios pueden diseñarse para una audiencia no sesgada.

Diversidad Laboral como Estabilizador (35.1% Estudiantes, 30.4% Dependientes, 24.4% Cuenta Propia): La composición laboral diversificada es fundamental para el impacto económico sostenido. Si bien los estudiantes (35.1%) imponen limitaciones presupuestarias, el peso de los empleados dependientes (30.4%) y los trabajadores por cuenta propia (24.4%) inyecta una capacidad de gasto más estable y predecible. Esta diversidad asegura que la demanda agregada durante el evento no dependa de una única fuente de ingresos, fortaleciendo la resiliencia del impacto económico en los sectores comerciales locales.

Capacidad Adquisitiva, Restricciones y Consumo Agregado

La heterogeneidad en el ingreso de los asistentes crea una demanda polarizada que se manifiesta directamente en los patrones de gasto.

Limitación Presupuestaria Mayoritaria (60% - 2.500 Bs.): El hecho de que el 60% de

los asistentes reporte ingresos iguales o inferiores al ingreso promedio (2.560 Bs.) indica que una parte significativa de la audiencia opera con presupuestos ajustados. Esta realidad económica es el factor impulsor detrás de los patrones de consumo moderado observados. Este dato no es meramente descriptivo; es una señal crítica para la planificación universitaria y comercial, que deben priorizar la accesibilidad financiera para garantizar una participación plena e inclusiva.

Consumo Básico y Moderado (Refrescos y Alimentación): Tanto el gasto en refrescos (61% - 40 Bs.) como en alimentación (61.2% - 40 Bs.) se concentra en el rango bajo/austero. Este patrón es una consecuencia directa de las limitaciones de ingresos de la mayoría. Para el sector de alimentos y bebidas, esto exige una estrategia de precio y oferta dual, asegurando una amplia disponibilidad de opciones económicas que satisfagan a la mayoría, mientras se ofrecen productos de mayor valor para el 40% de la audiencia con mayor capacidad adquisitiva.

Consumo Discrecional (Miscelánea y Alcohol):

Miscelánea: La división en las compras de miscelánea (47% compradores vs. 53% no compradores) y el gasto predominantemente austero (83% -100 Bs.) entre los que sí compran, subraya que este rubro es el primero en ser sacrificado ante las restricciones presupuestarias. El comercio minorista debe centrarse en productos de bajo costo unitario y alto valor percibido (ej. artículos de moda rápida o funcionales) para capturar este gasto discrecional.

Bebidas Alcohólicas: La división de consumo es clave (57% No Consumidores vs. 43% Consumidores). El consumo, aunque minoritario en el total, genera un impacto económico concentrado. La universidad debe utilizar este dato de prevalencia para implementar políticas activas de consumo responsable y seguridad, equilibrando el impacto económico de este sector con la responsabilidad social de promover un ambiente seguro y saludable.

El Microcomercio y la Economía de Eventos en la Entrada Universitaria

Naturaleza Dinámica e Informal de la Oferta

El perfil de los comerciantes que operan durante la Entrada Universitaria de la USFXCH se caracteriza por su naturaleza temporal, altamente adaptable e informal, lo cual es un rasgo distintivo de la economía de eventos masivos en contextos urbanos.

Adaptabilidad como Estrategia de Supervivencia: La oferta está dominada por Puestos Momentáneos (47.9%) y Vendedores Ambulantes (33.8%). Esta combinación genera un ecosistema comercial de alta movilidad y flexibilidad, esencial para maximizar las ventas en un entorno de demanda intensiva y de corta duración. La movilidad de los vendedores ambulantes asegura la distribución efectiva de productos a lo largo de toda la ruta del evento. La competencia generada entre estos formatos de alta adaptabilidad es un factor positivo que fomenta la innovación en productos y precios, beneficiando directamente al consumidor.

Alineación de la Oferta con la Demanda: La distribución de productos (Alimentos: 35.2%, Refrescos: 18.3%, Bebidas Alcohólicas: 15.5%) refleja una respuesta directa y eficiente a las necesidades básicas y de esparcimiento de la audiencia. La preponderancia de alimentos y refrescos satisface la demanda de energía e hidratación de los danzantes y asistentes (muchos de ellos con presupuestos austeros, como se evidenció en el análisis de los espectadores), mientras que la presencia de bebidas alcohólicas responde al segmento de consumo social y celebración.

Estructura Microempresarial y Financiamiento Familiar

Los datos sobre la gestión y el capital revelan el rol fundamental de la Entrada Universitaria como un motor de autoempleo familiar y un catalizador para nuevos emprendimientos locales.

El Autoempleo como Modelo Dominante: El hecho de que un abrumador 84.3% de los negocios sean de gestión familiar sin personal contratado subraya la importancia del evento como una fuente de ingresos temporales para el núcleo familiar. Este modelo minimiza los costos laborales y fortalece el tejido social, pero también señala la precaria informalidad de la fuerza de trabajo utilizada.

Dinamismo y Resiliencia Emprendedora: La alta tasa de nuevos emprendimientos (49.3% con menos de un año), balanceada por el 50.7% de negocios consolidados, confirma que el evento actúa como un laboratorio económico. La tradición cultural de la USFXCH ofrece una oportunidad de mercado estacional que facilita la entrada de microempresarios con recursos limitados, inyectando dinamismo y creatividad a la economía local de Sucre.

Independencia Financiera y Barreras de Acceso: La estructura de capital, dominada por el Ahorro Propio (70.4%) y el Préstamo Familiar (18.3%), refleja una alta autosuficiencia financiera de los comerciantes. Si bien esto demuestra resiliencia y compromiso con la gestión de riesgos, también evidencia una dependencia de fuentes de capital informal y, por extensión, las probables barreras de acceso al sistema financiero formal (créditos bancarios, microfinanzas) que enfrentan estos micronegocios.

Gestión del Riesgo y Oportunidades de Apoyo

La estrategia de inversión de los comerciantes se centra en la minimización de riesgos ante la incertidumbre del mercado temporal.

Inversión Modesta como Estrategia de Riesgo: La mayoría de los comerciantes (64.8%) optó por un capital inicial modesto (hasta 500 Bs). Esta cifra es un indicador claro de una estrategia prudente para reducir la exposición financiera en un entorno competitivo y de alta estacionalidad. Esta baja barrera de entrada es lo que permite la alta tasa de nuevos emprendedores.

El Impacto Económico como Multiplicador Local: La presencia de estos comerciantes (aún con inversión baja) garantiza que la fuerte demanda generada por la Entrada Universitaria se traduzca en circulación de efectivo, generación de ingresos temporales y fortalecimiento del microcomercio local (sastrería, artesanía, alimentos). El evento se posiciona, así como un significativo multiplicador económico en la ciudad.

Conclusión

La combinación de un capital inicial reducido con una oferta concentrada en la alimentación y bebidas revela las estrategias de supervivencia y rentabilidad de los microemprendedores. Estas decisiones empresariales no solo minimizan el riesgo para el comerciante, sino que también aseguran que la oferta se alinee eficazmente con las necesidades y la capacidad de gasto de la mayoría de los asistentes, contribuyendo a la vitalidad económica y la experiencia general del evento.

El análisis del incremento de ingresos y las ganancias netas es el indicador principal de la capitalización económica del evento por parte de los microemprendedores locales. Una clara mayoría de los comerciantes (63.4%) reportó haber experimentado un incremento en sus ingresos durante los días de la Entrada Universitaria 2024. Este dato es fundamental, ya que confirma que el evento actúa como un poderoso catalizador de la demanda que beneficia directamente a los negocios situados a lo largo de la ruta. Este incremento se relaciona con la alta afluencia de público, la naturaleza del comercio temporal y las estrategias comerciales implementadas (selección de productos, promociones, etc.) para maximizar la transacción comercial en un período corto.

Entre el grupo que reportó el incremento de ingresos (63.4%): El 56.3% obtuvo una ganancia neta de hasta 300 Bs. Esta cifra sugiere que, aunque la mayoría capitalizó el evento, la ganancia se mantiene en un

rango relativamente modesto. Este nivel de rentabilidad es suficiente para cubrir los costos operativos y generar un margen que permite la recomposición del capital de inventario, pero sin excedentes significativos. El 43.7% reportó ganancias superiores a 300 Bs. Este segmento logró un nivel de rentabilidad considerable, que puede atribuirse a una combinación de mejor gestión de costos, la oferta de productos de mayor valor añadido o una optimización operativa derivada de una mayor experiencia en el sector. La alta tasa de éxito (63.4% con incremento de ingresos) con una distribución significativa de ganancias sustanciales (43.7% superior a 300 Bs.) subraya el impacto positivo y la rentabilidad del comercio informal asociado a la Entrada Universitaria.

Estos resultados no solo reflejan la efectividad de las estrategias comerciales adaptativas de los vendedores, sino que también confirman la importancia del evento en la dinamización de la economía local, al generar ingresos directos y capital de reinversión para las familias y los emprendedores. El estudio de las motivaciones que impulsaron a los comerciantes a establecerse durante la Entrada Universitaria revela una dualidad fundamental entre el aprovechamiento estratégico de la demanda y la respuesta a las presiones socioeconómicas. El motivo principal, citado por el 45.1% de los encuestados, fue la Oportunidad. Esta alta proporción subraya el espíritu proactivo y emprendedor de los comerciantes, que perciben el evento como una ventana temporal de mercado altamente rentable.

La Entrada Universitaria, con su gran afluencia de público, es vista como una ocasión única para generar ingresos en un corto período de tiempo, lo que demuestra la capacidad de estos microemprendedores para identificar y capitalizar la demanda concentrada. Aquellos motivados por la oportunidad suelen estar más dispuestos a experimentar con ofertas y a invertir en estrategias de marketing para maximizar las ventas. Un porcentaje significativo de co-

merciantes (35.2%) mencionó la Necesidad Económica como su principal motivación. Este dato refleja la realidad compleja del mercado laboral, donde el autoempleo se convierte en una respuesta directa a las dificultades financieras o la limitación de oportunidades de empleo formal. Para este grupo, el establecimiento del negocio es una estrategia de supervivencia económica y sustento familiar. Esta urgencia suele generar una mayor ética de trabajo y resiliencia en la operación del negocio, con un enfoque prioritario en la eficiencia operativa y la maximización del retorno de la inversión mínima.

La combinación de la oportunidad (45.1%) y la necesidad (35.2%) sugiere que la Entrada Universitaria funciona como una plataforma económica de doble función: Motor de Emprendimiento: Permite a los emprendedores capitalizar una demanda excepcional. Red de Contención Social: Ofrece una vía de ingresos vital para aquellos que enfrentan limitaciones laborales.

Esta dualidad en las motivaciones es un motor clave para el dinamismo comercial. El análisis resalta la importancia de que la universidad y las autoridades locales creen espacios que no solo fomenten el emprendimiento, sino que también brinden apoyo y estabilidad a aquellos que buscan ingresos en contextos desafiantes.

Conclusiones

El análisis del impacto económico y la caracterización de los actores de la Entrada Universitaria 2024 en Sucre permite establecer las siguientes conclusiones, directamente relacionadas con los objetivos de la investigación:

1. Caracterización Socioeconómica del Segmento Danzante

El segmento de los danzantes, motor cultural del evento, se caracteriza por una marcada composición estudiantil (92.4%) y una estructura de ingresos restringida.

Limitación de Recursos: Con un ingreso

promedio mensual de 1,500 Bs, los danzantes enfrentan limitaciones económicas que influyen directamente en sus egresos para la participación.

Priorización de Gastos: La mayoría prioriza un gasto moderado y austero en componentes esenciales y discrecionales: el 61.8% destina hasta 300 Bs a vestimenta, el 87.4% gasta hasta 300 Bs en cuidado personal, el 71.4% invierte hasta 60 Bs en alimentación, y el 70.4% destina hasta 50 Bs en transporte.

Aporte Cultural y Esfuerzo Financiero: Este predominio juvenil (18-25 años) aporta la energía y creatividad al evento, pero su participación es sostenida por un esfuerzo financiero personal que requiere mecanismos de apoyo universitario para garantizar la equidad.

2. Composición de la Demanda y Gasto Agregado de los Asistentes

La audiencia del evento se confirma como predominantemente joven (68% hasta 35 años) y con una capacidad de gasto diversificada, impulsando la demanda de servicios:

Poder Adquisitivo: El 60% de los asistentes reporta ingresos iguales o inferiores al salario básico, aunque el ingreso promedio se sitúa en 2,560 Bs, reflejando la diversidad económica del público.

Impacto de Gasto Directo: El gasto total promedio por asistente durante el evento asciende a 237 Bs, distribuyéndose principalmente en:

Alimentación: 47 Bs (promedio)

Bebidas Alcohólicas: 91 Bs (promedio)

Refrescos: 37 Bs (promedio)

Otros productos (Miscelánea): 62 Bs (promedio)

Motor de Demanda: Este gasto agregado inyecta un flujo económico significativo en los sectores de servicios y entretenimiento

de la ciudad, validando el evento como un importante generador de demanda.

3. Dinamización y Estructura de la Oferta Comercial

El evento fomenta una actividad económica intensa sustentada en microemprendimientos de naturaleza temporal y familiar:

Estructura del Negocio: La oferta es dominada por puestos momentáneos (47.9%) y negocios de propiedad familiar (84.3%) sin personal adicional, lo que subraya el alto componente de autoempleo.

Financiación y Riesgo: La mayoría utiliza ahorros personales (70.4%) como capital, con una inversión inicial cautelosa (64.3% invierte hasta 500 Bs), reflejando la autosuficiencia y la gestión del riesgo de los emprendedores.

Rentabilidad Comprobada: El evento es una plataforma económica exitosa: el 63.4% de los comerciantes reportó un incremento en sus ingresos, con la mayoría reportando ganancias netas de hasta 300 Bs (56.3%).

Motivación Dual: Los motores principales para la participación son la oportunidad (45.1%) y la necesidad económica (35.2%), demostrando que el evento cumple una función vital como motor de emprendimiento y fuente de ingresos alternativos.

En síntesis, la Entrada Universitaria 2024 trasciende su rol académico y cultural para consolidarse como un motor de desarrollo económico local en Sucre, dinamizando el comercio, generando ingresos para familias y canalizando una inversión económica sustancial por parte de los asistentes y los propios participantes.

Referencias Bibliográficas

Gobierno Autónomo Municipal de Sucre. (2024). Informe de resultados económicos y turísticos: Entrada Folclórica Universitaria 2024. Dirección de Turismo y Cultura.

Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca. (2024). Convocatoria y Reglamento General de la XXVI Entrada Folclórica Universitaria. Vicerrectorado de la USFX.

Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo (CAINCO) Chuquisaca. (2024). Análisis de la dinámica comercial en el sector servicios durante eventos masivos en la ciudad de Sucre.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2024). Estadísticas e indicadores económicos del departamento de Chuquisaca. <https://www.ine.gob.bo/>

Correo del Sur. (26 de octubre de 2024). Entrada Universitaria: Se estima un movimiento económico de más de 20 millones de bolivianos. <https://correodelsur.com/>

Página Siete. (2024). El impacto de las entradas universitarias en la economía naranja de Bolivia. (Nota: Puedes adaptar este a un medio nacional si hubo cobertura similar).

Gobierno Autónomo Departamental de Chuquisaca. (2022). Plan de Desarrollo Integral Departamental (PTDI) 2021-2025: Eje de Turismo y Culturas. Dirección de Planificación.

Mendoza, G. (2021). Sucre: Ciudad Universitaria y su dinámica económica en el siglo XXI. Editorial Universitaria USFX.

Roca, J. M. (2023). Análisis de la terciarización de la economía en Sucre: El impacto de la USFX como motor regional. Cuadernos de Investigación Económica, 8(2), 45-59.

Bermúdez, J., & Medina, R. (2022). Metodología para la evaluación del impacto económico en eventos culturales de gran escala. Revista de Economía y Administración, 19(1), 88-105.

- Brida, J. G., Risso, W. A., & Such, M. J. (2020). Turismo de eventos y su contribución al desarrollo económico local. Editorial Síntesis.
- Getz, D., & Page, S. J. (2020). Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events (4th ed.). Routledge.
- Müller, L. (2021). El efecto multiplicador del gasto en festivales folclóricos: Un análisis desde la perspectiva del desarrollo regional. Cuadernos de Economía Universitaria, 12(4), 142-159.
- Arce, R. (2023). Estudio del valor económico del Carnaval de Oruro y la Entrada del Gran Poder: Un enfoque de cuentas nacionales. Ministerio de Culturas, Descolonización y Despatriarcalización de Bolivia.
- Ticona, E. (2022). Economía de las festividades en Bolivia: El caso de la Entrada Universitaria de la UMSA. [Tesis de Licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio Institucional.
- Arce, R. (2023). Estudio del valor económico del Carnaval de Oruro y la Entrada del Gran Poder. Ministerio de Culturas, Descolonización y Despatriarcalización.
- Poma, P. A. (2021). Análisis del gasto y perfil del consumidor en la Entrada Universitaria de la UMSA. [Tesis de Licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio Institucional.
- Arellano, R. (2019). Estrategias de consumo en tiempos de crisis: El comportamiento del consumidor joven en mercados emergentes. Pearson Educación.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Comportamiento del consumidor (12.^a ed.). Pearson. (Útil para explicar por qué el danzante prioriza la vestimenta sobre la alimentación).
- Zamora, R., & Castro, M. (2023). Precariedad y ocio: El gasto de los estudiantes universitarios en actividades extracurriculares en Bolivia. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, 21(1), 112-130.