

Caracterización del comercio detallista tradicional polivalente de alimentos del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela

Characterization of the traditional retail food market of the Maracaibo Municipality, Zulia State, Venezuela

E. Segovia L.¹ y E. Martínez L.²

Resumen

El abastecimiento de alimentos a la población, es uno de los aspectos que más afecta la seguridad alimentaria de una nación, de allí la necesidad de analizar la distribución urbana a objeto de evaluar la eficiencia de las estructuras comerciales responsables de proveer dichos alimentos. Con este propósito, se realizó un estudio a nivel del comercio detallista tradicional polivalente de Maracaibo, para definir su distribución en la ciudad, e identificar y caracterizar los componentes estructurales y funcionales. El diseño de muestreo, determinó la selección aleatoria de 198 locales de una población de 495 comercios registrados en la Dirección de Rentas de la Alcaldía, distribuidos proporcionalmente en las 19 parroquias. Los datos obtenidos de aplicar la encuesta, como instrumento de recolección, fueron analizados con técnicas estadísticas descriptivas y no paramétricas. Se utilizó el procedimiento de Chi-Cuadrado (χ^2) para las pruebas de independencia de las variables de estudio. Los resultados muestran que la distribución por tipo de comercio fue: 16% bodegas, 76% abastos y 8% otros comercios, por zonas: norte 22%, intermedia 37% y 41% en la sur. Predominó el comerciante de 35 a 65 años de edad (63%), masculino (74%), venezolano (86%), con más de 6 años en la actividad (69%), instrucción hasta bachillerato (77%) y más de 8 horas diarias de labor (94%). Respecto a los comercios, el 74% anexos a la vivienda, con más de 10 años establecidos (65%), el 87% tienen un solo dueño, y el 94% con dimensiones entre 21-80 m². Atienden por mostrador (93%), con transacciones al contado, 54%, y en el 79% mano de obra familiar. Funcionalidad deficiente y baja inversión de capital, el 46% no planifica las actividades, ausencia de inventario (66%) y registro contable (51%). Caracterizándolos como deficientes para la distribución urbana de alimentos.

Palabras claves: Comercialización, detallista, organización de mercados.

Recibido el 09-05-1997 • Aceptado el 26-02-1998

1. Departamento de Ciencias Sociales y Económicas. Facultad de Agronomía. LUZ. Apartado 15205 Maracaibo, ZU 4005, Venezuela.

2. Departamento de Ciencias Sociales y Económicas. Facultad de Agronomía. LUZ.

Abstract

With the aim of analyzing the traditional retail food market in Maracaibo, its distribution and characteristics, a study was conducted on a sample of 193 stores, randomly selected from a population of 495 stores officially registered in the municipality in the 19 suburban areas of Maracaibo. The data collected through the survey was analyzed using descriptive and non parametric statistics. The Chi-Square (SAS) procedure of independence was performed for each variable under study. Distribution per store type was: 16% very small stores (stop-gaps), 76% small stores (grist) and 8% others. 22% of the stores were located in the northern part of Maracaibo, 37% in the central part and 41% in the south. The majority of the owners were between 35-65 years old (63%), males (74%), and venezuelans (86%), with more than 6 years in the trade (69%); 77% had secondary education, and they work more than 8 hours a day (94%). Regarding the stores, 74% were in/annexed to the trader home, with more than 10 years of activity (65%). 87% were individually owned. 94% with had a floor area of between 21-80 m². The majority have over-the-counter service (93%), and payments in cash, 54%. The majority employ familiar labor 79%. The operation is inefficient, with low capital investment; 46% of the traders do not plan their activities, or keep an inventory (66%), nor do they keep accountings records, 51%. The establishments were characterized as inefficient for urban food distribution

Key words: Commercialization, retail market, market organization.

Introducción

El abastecimiento urbano de alimentos permite la satisfacción de los requerimientos nutricionales de la población, a través del proceso de distribución o comercialización de los productos alimenticios. (1)

Este proceso de distribución en la actualidad, presenta una serie de deficiencias que afecta el acceso de los consumidores para adquirir los alimentos, provocando el deterioro de la capacidad de compra, que unido a la disminución del ingreso per cápita, no les permite cubrir el costo de la cesta básica. (6)

Aunado al ingreso, es de destacar el incremento acelerado del precio de

los alimentos, sobre todo, aquellos productos componentes básicos de la dieta del venezolano, que ha determinado un cambio en los hábitos de compra de la población, por una alimentación deficiente con predominio de productos con un alto contenido de carbohidratos y deficientes en proteínas, (3). Este entorno, afecta principalmente a la población concentrada en los grandes centros urbanos, que cada día demandan mayor cantidad de productos alimenticios, para satisfacer sus requerimientos nutricionales.

Una de las estructuras comerciales de importancia estratégica en el abastecimiento urbano, es el

comercio detallista responsable de la oferta de los alimentos al consumidor, diferenciado por: a) los detallistas tradicionales b) no tradicionales u organizados (7). Considerando a los primeros, como aquellos comercios que por tradición, desde hace mucho tiempo realizan esta actividad para abastecer a la población, a través de un gran número de locales, dispersos, distribuidos en todos los sectores de la ciudad, que además expenden un reducido número de productos alimenticios, y una gama de productos no alimenticios que los caracteriza como polivalentes, de venta directa y sin organización por departamento (10).

El comercio tradicional, está conformado por los detallistas tradicionales polivalentes de las bodegas, abastos, chozas, minimercados y mercados populares; y los detallistas especializados, que agrupa a las panaderías, fruterías, carnicerías, pescaderías, y venta de productos avícolas (6).

El estudio se justifica, en virtud de la importancia estratégica del comercio tradicional polivalente en el abastecimiento de alimentos a la población de menores recursos y por el número de personas que participan y dependen económicamente como única fuente de ingreso familiar. Los

resultados del estudio servirán de soporte para posteriores estudios referidos tanto a la evaluación del abastecimiento por estos comercios como para la definición e implementación de estrategias, para mejorar su eficiencia. Asimismo los resultados servirán de apoyo a los organismos públicos, para diseñar programas enmarcados en la seguridad alimentaria y para mejorar las condiciones socioeconómicas de los comerciantes (2).

La presente investigación persigue como objetivo general, analizar el proceso de comercialización de alimentos a nivel del comercio detallista tradicional polivalente, en el Municipio Maracaibo del Estado Zulia, con el propósito de conocer y caracterizar este comercio como estructura de distribución de alimentos a la población, para lo cual se plantearon los siguientes objetivos específicos: 1.-) Conocer el comercio detallista tradicional polivalente, representado por los abastos, bodegas, tiendas, chozas, comercializadoras, y su distribución en el Municipio Maracaibo. 2.-) Identificar y caracterizar los componentes estructurales y funcionales del sistema de comercio al detal de alimentos.

Materiales y métodos

Esta investigación es de carácter descriptiva-explicativa. Descriptiva, por que se identifican los elementos estructurales y funcionales, que conforman el sistema de comercio tradicional polivalente, así como, por

la caracterización de las situaciones o hechos que identifican a este comercio, y explicativa, por que los resultados de la investigación, permiten generar propuestas que explican los hechos o situaciones verificables, que

contribuyen a la formulación de estrategias, para mejorar el abastecimiento de alimentos por el comercio tradicional en la ciudad de Maracaibo.

Población y muestra. La población está representada por los locales comerciales contenidos en el Registro de Patentes de Industria, Comercio, de Servicio y Similares de la Alcaldía de Maracaibo, donde están clasificadas las actividades del comercio detallista de alimentos (8).

Para la delimitación y posterior ubicación de las unidades objeto de estudio, se solicitó a la Alcaldía de Maracaibo, el listado de todos los establecimientos comerciales expendedores de alimentos al detal, para luego proceder a la ubicación en el municipio y clasificación por renglón y por tipo de comercio, (organizados, tradicionales, especializados y polivalentes) (10).

Una vez determinada la población de los comercios tradicionales polivalentes, (495), se procedió a la clasificación por tipos de comercios: bodegas, abastos y otros comercios al detal; que incluyen, tiendas, minimercados, y pequeños comercios.

La muestra seleccionada, 40% del total de la población de los comercios clasificados como tradicionales polivalentes, se determinó siguiendo un muestreo aleatorio estratificado, con afijación proporcional, representada por 198 locales (4). Esta técnica de muestreo se aplicó para que la muestra esté conformada en las mismas

proporciones en que sus elementos constitutivos se encuentran en la población. Es decir, mantener la proporcionalidad de la distribución de los locales comerciales en las 19 parroquias y por zonas.

Recopilación de la información. Se realizó a través de la técnica de la encuesta, estructurada en un cuestionario, que contempla las variables complejas con los respectivos indicadores. Dicho instrumento se aplicó directamente en cada una de las unidades de análisis (comercios), previa validación en una muestra de doce comercios.

Análisis de los datos. Una vez aplicada la encuesta, directamente a la unidad de análisis, locales comerciales, la información obtenida fue sometida a una codificación de números binarios, para posteriormente ser vaciada a una matriz, que se analizó con ayuda del SAS (9), donde se calcularon los valores de frecuencias para las diferentes variables analizadas.

Se realizó la prueba de independencia de Chi-cuadrado (χ^2), para cada una de las variables y su relación con el tipo de comercio. Obtenidos los resultados, se procedió a su interpretación y análisis atendiendo a los objetivos planteados.

Para la caracterización funcional identificada a través de la relación comerciante-cliente, se aplicó la técnica del diagrama de flujos, que permite identificar y conocer el proceso y determinar las fallas que afectan la relación (5).

Resultados y discusión

Característización del comercio detallista tradicional polivalente de Maracaibo

Tipos de comercios detallistas tradicionales. Los comercios registrados como abastos, representan el 76% del comercio tradicional polivalente del Municipio, con predominio en todas las zonas, en una proporción aproximada de 5:1, en relación a las bodegas, que representan el 16%, y otros comercios tradicionales, que venden al detal (tiendas distribuidoras, minimercados, comerciales), el 8%.

En la zona sur de Maracaibo, se concentra el mayor número de estos comercios, con el 41% del total, que concentra además, el 37% de la población del Municipio, de los cuales más del 70% están ubicados en barrios con niveles socioeconómicos de bajo a medio-bajo.

En la zona intermedia, están ubicados el 37% de los comercios, y el 22% restante, en la zona norte, con la misma tendencia en cuanto al tipo de comercios, es decir, mayor proporción de abastos que bodegas y otros comercios.

Características del comerciante detallista tradicional

La evaluación de los individuos, que hacen existir y funcionar el comercio al detal se realizó considerando: sexo, edad, grado de instrucción, nacionalidad, experiencia en la actividad, nivel de capacitación, dedicación y carga familiar (cuadro 1).

Sexo. El 79% de los comerciantes del sistema tradicional, está

representado por el sexo masculino, y una participación del sexo femenino, del 21%. Sin embargo, ante el predominio del sexo masculino, la mujer juega un papel fundamental, de apoyo y pilar, para el funcionamiento del negocio, llegando incluso en algunos casos a manejar todas las operaciones, desde la compra-venta de los productos, hasta la administración total del negocio.

Edad. La edad del 62% de los comerciantes, está comprendida entre 36 y 65 años, el 23%, entre 20 y 35 años. El 13% restante, más de 66 años. Esta situación demuestra, que esta actividad es realizada por una fuerza de trabajo activa, relativamente joven, que supone, menor resistencia u oposición y menos apego a la tradición, a la rutina y/o a los hábitos diarios.

Nacionalidad. El 86% de los comerciantes son venezolanos, y el 14% restante son colombianos, ecuatorianos, asiáticos. Estos resultados, fortalecen al sistema, ya que permite a los comerciantes, identificar los hábitos, costumbres y tradiciones de la población a la cual prestan sus servicios.

Experiencia en la actividad. El 57% de los comerciantes tienen más de 10 años en la actividad, el 36%, entre 1 y 10 años y el 7%, menos de 1 año.

Estadísticamente, la experiencia del comerciante está relacionada, con el tipo de comercio ($\chi^2 = 17,34$; $P < 0,01$). La mayor experiencia proporcionalmente es de los comerciantes de bodegas, donde el 81%,

Cuadro 1. Resumen de las características del comerciante detallista tradicional polivalente. Municipio Maracaibo.

Características del comerciante	% del total
Entre 35 a 65 años	63
Sexo masculino	74
Nacionalidad venezolana	86
Experiencia: más de seis años en la actividad de comerciante	69
Nivel de analfabetismo	3
Grado de instrucción: hasta secundaria	77
Bajo nivel de capacitación a través de recursos relacionados con la actividad comercial: mercadeo, contabilidad, administración	83
Horas diarias dedicadas a la actividad de comerciante: más de 8 horas	94
Carga familiar: de 3-6 personas por comerciante, que depende económicamente del negocio	71

tiene más de 10 años en la actividad, caracterizándose como los más tradicionales del sistema de distribución de alimentos, los de abastos representan el 53% y el 44% por los de otros comercios.

Grado de instrucción. El comerciante tradicional, presenta un bajo nivel de analfabetismo, representado por el 3%. El resto 97%, confirmó cierto nivel de instrucción: el 49%, educación primaria el 28%, educación media, nivel técnico y/o superior el 10%. El 10% restante, no culminó o no tiene nivel de instrucción. Situación que favorece las expectativas de cambio, ya que está referida, a la creatividad de los individuos para buscar y aceptar nuevos caminos, nuevas ideas.

Nivel de capacitación. El nivel de capacitación, permite evaluar el

grado de preparación de los comerciantes. Referida a la realización de cursos o entrenamientos relacionados con la actividad comercial.

El comportamiento de esta variable en el comerciante tradicional, arroja como resultados, que el 83%, no ha realizado cursos relacionados con el comercio. El resto, 17%, ha realizado cursos, de contabilidad el 7%, de contabilidad y administración el 4%, y el restante 6%, otros cursos no relacionados con el comercio (computación, algunos cursos ofrecidos por el Instituto Nacional de Cooperación Educativa, INCE). Como consecuencia, se ve afectado el funcionamiento de los comercios, ante la falta de preparación y entrenamiento de estos agentes en cuanto a las actividades comerciales, lo que además

limita la visión empresarial, al no incorporar en la gestión comercial los elementos mínimos de gerencia-administrativa.

Dedicación al trabajo. Esta variable determina el número de horas diarias dedicadas a la actividad comercial, y permite además, evaluar el grado de responsabilidad, así como, el nivel de conocimiento de la administración y manejo del negocio. La dedicación diaria en el 94% del comercio tradicional es mayor de ocho horas, el resto, 6%, está entre seis a ocho horas, confirmando la dedicación a tiempo completo a esta actividad.

Carga familiar. En el 71% de los comerciantes su núcleo familiar está integrado por 3 a 6 personas, que dependen económicamente del negocio, además, se constituyen en soportes para el funcionamiento, al participar como expendedores y colaboradores de las actividades realizadas en el negocio, favoreciendo la permanencia y la mutabilidad de este comercio en el tiempo.

Características de los comercios detallistas tradicionales. La caracterización de los locales comerciales, tiene por finalidad, analizar las condiciones del espacio físico e instalaciones, donde se operacionaliza el proceso de distribución de alimentos. El análisis se enmarcó, en los siguientes aspectos: ubicación del local, razón comercial, tipo de propiedad, tiempo de establecido, tamaño, modalidad de atención, forma de pago, tipo de personal (cuadro 2).

Ubicación. La ubicación, está relacionada con la localización del lo-

cal comercial, respecto a la vivienda principal del comerciante. El 74% de los comercios están anexos a la vivienda principal, y el resto, 26%, fuera del área de la vivienda del comerciante.

El comportamiento de esta variable, está relacionada estadísticamente con el tipo de comercio ($\chi^2 = 13,86$; $P < 0,01$) determinada por la mayor proporción de bodegas, 94%, anexas a la vivienda principal, mientras que los abastos, representan el 74%, y los otros comercios el 34%.

Razón comercial. La razón comercial del negocio, está referida a la personalidad jurídica o natural del negocio. El 87% de los comercios, aparecen bajo la figura legal de persona natural, de los cuales el 69% está representado por los abastos, el resto, 13%, como compañía o sociedad anónima (9%) y como S.R.L., con responsabilidad limitada (4%).

La relación de esta variable con el tipo de comercio, es altamente significativa ($\chi^2 = 19,32$; $P < 0,01$), debido a que el 90% de los abastos presentan personería jurídica natural, el 87% de las bodegas, y el 56% de los otros comercios. Esta situación, quizás sea una respuesta, al bajo capital inicial requerido para el registro comercial, que permite el individualismo en la actividad.

Tipo de propiedad. El 70% de los negocios y de los locales es propio. Otra modalidad de tenencia, es la de propietario del negocio, pero con local alquilado, en un 21%, y otras de poca importancia, por su frecuencia, 6%, incluye la sociedad, encargado-administrador.

Tiempo de establecido. El

Cuadro 2 . Resumen de las características del local detallista tradicional polivalente.

Característica	Tipo			% del total
	Bodega	Abasto	Otros ¹	
Ubicación del local en relación a la vivienda principal.	94 % anexa a la vivienda del comerciante	74 % anexo al área de habitación del comerciante	44 % anexo a la vivienda del comerciante	74 % anexo a la vivienda.
Razón comercial del negocio.	87 % registrados como persona natural. 7 % como C.A - S.A 6 % como C.R.L - S.R.L.	90 % registrados como persona natural. 6 % como C.A - S.A 4 % como C.R.L - S.R.L.	56 % registrados como persona natural. 38 % como C.A - S.A 6 % como C.R.L - S.R.L.	87 % predomina la figura de persona natural.
Tipo de propiedad del Negocio	Dueño: 81 % Alquilado: 16 % Otros: 3 %	Dueño: 68 % Socio: 4 % Alquilado: 21 % Otros: 7 %	Dueño: 63 % Alquilado: 25 % Otros: 12 %	70 % de los comerciantes son dueños
Tiempo de establecido el local (años) (Tradicional)	< de 1 año 9 % 1 - 5 años: 16 % 6 - 10 años: 10 % > de 10 años: 65 %	< de 1 año 4 % 1 - 5 años: 17 % 6 - 10 años: 11 % > de 10 años: 68 %	< de 1 año 12 % 1 - 5 años: 38 % 6 - 10 años: 6 % > de 10 años: 44 %	El 65% de los negocios tiene más de 10 años
Tamaño (m ²) de los locales comerciales	Rango 1: 55 % < 20 m ² Rango 2: 42 % 21-40 m ² Rango 4: 3 % > 81 m ²	Rango 1: 26 % < 20 m ² Rango 2: 36 % 21-40 m ² Rango 3: 32 % 41-80 m ² Rango 4: 6 % > 81 m ²	Rango 1: 6 % < 20 m ² Rango 2: 44 % 21-40 m ² Rango 3: 25 % 41-80 m ² Rango 4: 25 % > 81 m ²	64 % de los locales entre 21 y 80 m ²
Modalidad de atención al cliente	100 % mostrador	Más del 80 % es a través del mostrador	Combinación de mostrador y autoservicio	En el 93 % la forma de atención es mostrador
Forma de pago al cliente	Contado en la mayoría y crédito para algunas familias	Generalizado el contado, crédito para pocas personas	Generalmente de contado	Contado 54 % Crédito + Contado 43%
Tipo de personal que atiende en los locales	El 90 % familia 7 % empleados 3 % otros (encargado, administrador o ambos)	77 % atendidos por la familia. 10 % empleados 13 % otros o ambos.	69 % familia 13 % empleados 19 % otros o ambos	En el 79 % es familias

tiempo de establecido el local comercial, permite evaluar la permanencia, en años, así como, la estabilidad de los mismos, que determina el carácter de tradicional. El 65% de los locales comerciales, tienen más de 10 años establecidos, con periodos de 10 - 6 años, el 11%, entre 5 - 1 años, el 19%, y el resto, 5%, algunos meses establecidos.

Tamaño del local comercial.

El tamaño del local, es una variable de gran importancia, por la relación que existe con el tipo de comercio. El mayor número de locales, 37%, tiene dimensiones entre 21 - 40 m², menos de 21 m², el 29%, y más de 41 m², el

34%. Estadísticamente, entre el tamaño y el tipo de comercio, se determinó una relación significativa ($\chi^2 = 29,36$; $P < 0,01$), donde el 97% de las bodegas (15% del total), tienen dimensiones menores a los 40 m², representado en los abastos por el 62%, y el 44%, en los otros comercios.

Algunos de estos resultados, son coincidentes, con la definición de FUDECO (11), donde señala, que el tamaño de las bodegas, es menor a los 40 m². No sucediendo lo mismo, con el tamaño de los abastos, que señala una dimensión menor a los 450 m², sin indicar el limite inferior, que hace suponer que sea mayor a los 40 m². Al

compararlos con los resultados obtenidos, se tiene que sólo el 29% de los abastos, presentan dimensiones superiores a los 40 m² y el resto, 47%, se ubican en la categoría de bodegas.

Modalidad de atención. Es la forma o manera como es atendido el cliente: mostrador, autoservicio, reparto a domicilio, o combinaciones de algunas de ellas. En el 93% de los locales comerciales, es a través del mostrador.

La modalidad de atención, por medio del mostrador, se observó en el 100% de las bodegas, y en más del 80% de los abastos. El autoservicio, se realiza combinado con el mostrador, sobre todo en algunos abastos y otros comercios que expenden algunas frutas y hortalizas.

Tipo de personal. Representa el personal que atiende en estos comercios, donde el 79% de los comercios es familiar, en el 10% es personal contratado, y el 11% restante se combina el familiar con personal contratado.

Subfraccionamiento y forma de pago. La práctica del subfraccionamiento, conjuntamente con la forma de pago, están consideradas como los servicios más importantes, del comercio tradicional polivalente.

De acuerdo a la observación, se pudo constatar que la práctica del subfraccionamiento, llevada a cabo por todos los comercios, permite al consumidor, sobre todo, los de menores ingresos, adquirir algunos productos alimenticios, en pequeñas proporciones, para el consumo diario como: aceite, leche en polvo, arroz, café,

azúcar, mantequilla, huevos, entre otros.

La forma de pago, por parte del cliente, es el 54% al contado, la combinación de pago al contado y/o crédito, el 43%. El 3% restante, utiliza otras formas de pago, incluyendo cheques comerciales.

La forma de pago con predominio del crédito o fiao, tiende a desaparecer, como un servicio de estos comercios al consumidor, producto de las condiciones económicas por las cuales atraviesa, con gran tendencia a la descapitalización, y por la dificultad de los consumidores para cumplir con la cancelación de manera oportuna.

Caracterización de los componentes funcionales y estructurales del comercio detallista tradicional. Se pretende caracterizar los procedimientos y técnicas que permiten la funcionalidad, su dinámica interna, a través de las relaciones: proveedor-comerciante y comerciante-cliente. Y la estructuración del comercio, considerando los diferentes elementos que lo constituyen.

Características funcionales. A nivel de este comercio existen una serie de elementos implícitos como son los proveedores, representados por comerciantes mayoristas, camioneros, distribuidores de la industria, entre otros, que generan las relaciones proveedor-comerciante y éste a su vez actúa como un expendedor de alimentos a la población que acude a estos comercios para abastecerse, generando las relaciones comerciante-cliente, relaciones que caracterizan funcionalmente al comercio tradicional

de alimentos.

a) Relación proveedor - comerciante. Los comerciantes recurren a diferentes tipos de proveedores para abastecerse, desde mayoristas establecidos en el mercado Las Pulgas y Las Playitas, comercializadoras y/o distribuidoras al mayor, además de los proveedores de las agroindustrias, hasta los proveedores de los mercados periféricos

o populares, distribuidos en varias zonas de la ciudad (figura 1).

A continuación se describen brevemente, las características de estos proveedores y las relaciones con los comerciantes, en cuanto a: tipo de producto, frecuencia del provisionamiento, y condiciones de pago, como los aspectos más resaltantes.

Los mayoristas suministran en

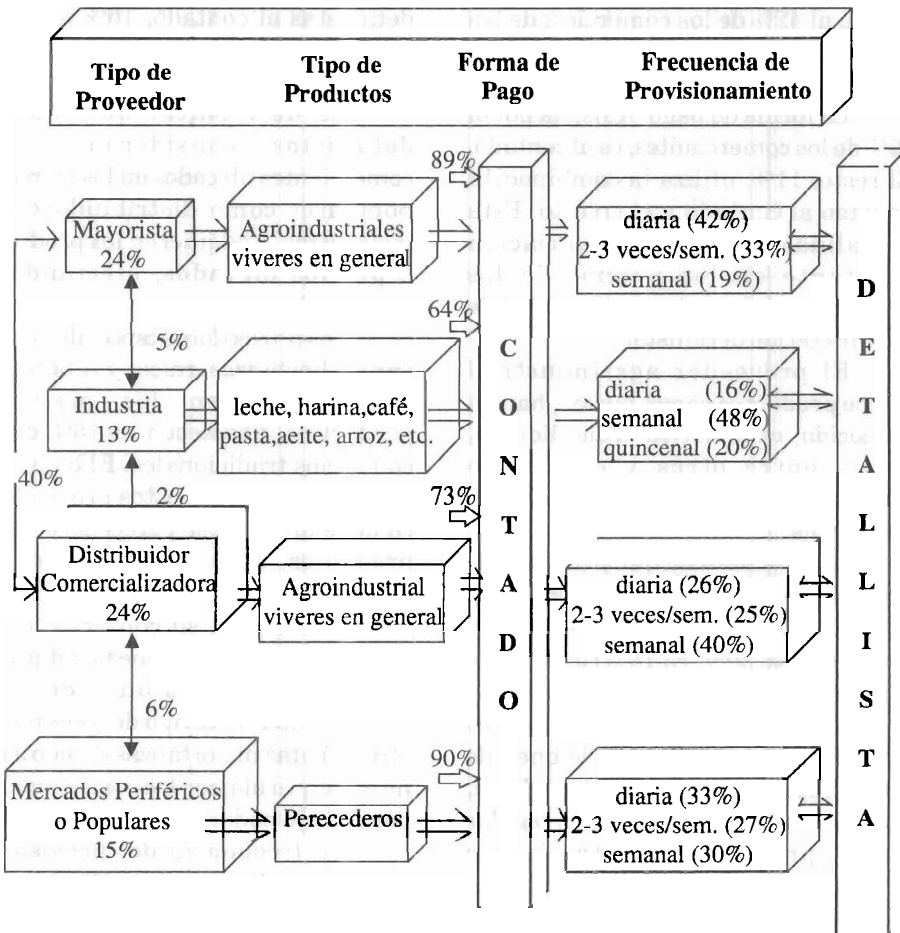


Figura 1. Relación proveedor-comerciante detallista tradicional polivalente.

su mayoría productos provenientes de la agroindustria, de uso frecuente en el hogar, como son: leche en polvo, café, azúcar, enlatados (sardinas, atún, carnes), harina de trigo, margarina, arroz, harina precocida de maíz.

Estos mayoristas se encuentran distribuidos en diferentes zonas, sobre todo en los alrededores de los mercados populares, y abastecen al 24%, del comercio detallista tradicional. La frecuencia del provisionamiento es: diaria, al 42% de los comercios; de 2 a 3 veces por semana, al 33%, y semanal, al 19%.

La forma de pago utilizada por el 89% de los comerciantes, es al contado. El resto, 11%, utiliza la combinación de pago al contado y el crédito. Esta modalidad se debe a la variación constante en los precios de los productos y a la limitada capacidad de compra de los detallistas.

El proveedor agroindustrial ofrece productos como: pastas, harina precocida, café, aceite, leche líquida, jugos, entre otros y distribuye directamente al 13% de los comercios detallistas.

La frecuencia del provisionamiento depende del tipo de producto; y es diaria al 16%, semanal al 48%, y quincenal, al 20%. El 16% restante de los comerciantes, sobre todo los ubicados en zonas alejadas del casco urbano, con pésimas condiciones de accesibilidad, y deterioro de la vialidad, manifestaron una frecuencia irregular en el provisionamiento de los productos. La forma de pago utilizada por los comerciantes a estos proveedores es: 64% pagos de contado, 32% utilizan el crédito, y el 4% la

combinación del crédito y al contado.

Las distribuidoras o comercializadoras son proveedores con locales, que permiten el almacenamiento de grandes volúmenes de mercancía, generalmente productos procesados. Están ubicados en sitios estratégicos de la ciudad con mayor accesibilidad, este proveedor lo utilizan el 24% del comercio detallista tradicional. La forma de pago es por el 73% de los detallistas al contado, 16% utiliza el pago con plazos semanales y al contado, el resto 11%, el crédito.

Es de resaltar que muchos detallistas consideran a los comerciantes ubicados en los mercados populares como distribuidores y/o mayoristas, y adquieren los productos a precios elevados, afectando su margen de ganancia.

Los proveedores especializados en frutas, hortalizas, raíces y tubérculos, establecidos en los mercados periféricos, abastecen al 15% de los comercios tradicionales. El bajo nivel de participación de estos proveedores se debe al carácter perecedero de los productos, de consumo fresco. Los comercios tradicionales no reúnen las condiciones para su conservación, lo cual limita los volúmenes a adquirir.

Según opinión de los comerciantes, este tipo de comercio no ofrece frutas ni hortalizas debido a que no es adquirida por los consumidores, por su bajo poder adquisitivo.

La frecuencia del provisionamiento, es diaria a interdiaria en el 60%, y semanal en el 30%. El resto 10%, no especificó una determinada frecuencia. La forma de pago es al

contado por el 90% de los comerciantes, y el 10%, a crédito.

Los proveedores antes descritos son utilizados por los comerciantes detallistas generalmente en combinaciones es decir, se provisionan de dos o más, dependiendo del surtido del negocio. El 40% de los comerciantes se provisionan de los mayoristas y distribuidoras.

Otro aspecto relacionado con el provisionamiento, es el transporte utilizado. El 53% de los comerciantes alquilan el vehículo para trasladar la mercancía hasta el local, 40% utiliza transporte propio, que les permite mayor libertad para seleccionar el tipo de proveedor y mejores condiciones de compra-venta, que se reflejan en la calidad del producto y en el precio. El 6% restante de los detallistas no utilizan o no necesitan transporte para abastecerse.

El transporte utilizado a nivel de este comercio, es un factor de gran influencia en el incremento de los costos y el nivel de abastecimiento, que se refleja directamente en los precios al consumidor y en la variedad de productos ofrecidos.

b) Relación comerciante - cliente. Esta relación funcional, está determinada por varios factores que directa e indirectamente influyen en la eficiencia del servicio, estos son: el tiempo de prestación del servicio, la satisfacción de la necesidad del consumidor y las condiciones de funcionamiento del local comercial.

Dentro de las características de funcionamiento del local, se considera: el horario de atención al público, que se define por los días a la semana de

actividades. El estudio demuestra que el 87% de los comercios prestan el servicio todos los días, es decir, de lunes a domingo. El 11%, funcionan de lunes a sábado, y un 2%, manifiestó irregularidad en el horario de atención al público.

Los locales comerciales en un 32% funcionan de lunes a domingo, el horario de atención es más de 8 horas diarias, bajo las siguientes modalidades: de 7 a.m. - 1 p.m. y de 4 p.m. - 9 p.m., inclusive los domingos, el mismo horario y domingo medio día, el 27%, y el horario corrido incluyendo los domingos, el 26%. Los comercios que funcionan de lunes a sábado, están representados en su mayoría por los otros comercios.

El nivel de satisfacción del consumidor está determinado en este estudio, por las líneas o números de productos disponibles, representados por 24 productos de la dieta básica, que incluyen además de productos procesados, granos, huevo, queso, frutas, hortalizas, raíces y tubérculos, carne, pescado, y pollo.

Del total de negocios (198), el 38%, ofrece más de 18 productos alimenticios, el 51%, entre 12 a 18 productos, generalmente no ofrecen productos de consumo fresco o perecederos. El resto de los locales es decir el 11%, ofrece menos de 12 productos alimenticios, representada esta oferta en su mayoría por productos procesados y algunos víveres de uso en el hogar.

En cuanto al tipo de comercio y las líneas de productos ofrecidos, son los abastos, en un 29%, los que ofrecen más de 18 productos. Las bodegas, el

5%, y los otros comercios, el 4%. Con base a estos resultados, el comercio detallista tradicional, ofrece un nivel medio de satisfacción, determinado por el número de productos alimenticios, sobre todo de productos de consumo fresco y/o perecederos.

El número de clientes diarios por local comercial en el 60% del comercio tradicional está entre 31 y 80 personas. Estos resultados permiten estimar que el radio de acción del 60% de los comercios es de 50 familias atendidas. Representado por el 47% de los abastos, el 8% de las bodegas y el 5% de los otros comercios.

El volumen de ventas diarias por tipo de comercio, se determinó, a través de la compra diaria por consumidor. En el 79% de los comercios las ventas por cliente es menor a 600 bolívares, entre 600 - 1000 bolívares, el 15%, y el resto 6%, mayores a 1000 bolívares.

El bajo nivel de ventas está asociado al poco poder adquisitivo de los consumidores que compran en estos locales; al bajo nivel de satisfacción de los productos ofrecidos, y a la falta de organización del comercio, que se refleja en mayores precios y menor calidad.

El monto promedio de compra/día del cliente, está relacionado con el tipo de comercio ($\chi^2 = 30,11$; $P < 0,01$), determinado por la mayor proporción de los abastos (40%), donde el monto está entre 301 - 600 bolívares por cliente/día, en comparación con el 9% de las bodegas y el 4% de otros comercios.

El volumen de ventas diarias, en el 62% de los locales comerciales, es mayor a los 12.000 bolívares, entre

5.000 - 12.000 bolívares en el 28% de los locales, y en el 10% restante, es menor a 5.000 bolívares. El mayor volumen de ventas se observa, en el 50% de los abastos, el 7%, de los otros comercios, y 5% de las bodegas.

Estos resultados están muy relacionados con el tipo y diversidad de productos que se ofrecen en los locales, su ubicación y el poder adquisitivo de los consumidores.

El capital de trabajo, en este estudio se consideró en los términos de capacidad de inversión utilizada por el comerciante para adquirir los insumos, y la rotación de capital. El 60% de los comerciantes, invierten más de 12.000 bolívares diarios, el 29%, entre 12.000 - 5.000 bolívares, y menos de 5.000 bolívares, el 11%.

Este comportamiento está relacionado con el volumen de ventas diarias, debido a que en la práctica el ingreso diario representa el capital que el comerciante utiliza para reponer la mercancía del local comercial.

La relación ingresos diarios y la alta rotación de capital de estos comercios influye en el bajo nivel de capitalización e incluso, la descapitalización de algunos comerciantes, que limita la capacidad de inversión e innovación, en este comercio.

El proceso que identifica esta relación, conlleva muchos pasos que se realizan entre el comerciante y el cliente, tanto por el número de actividades, como por los tiempos de espera, que se traducen en pérdidas (desperdicios) que además no agregan valor al proceso. En consecuencia, la relación comerciante - cliente presenta

varias deficiencias, reflejadas en las demoras a que es sometido el cliente para ser atendido, el tiempo para preparar el pedido, el monto del pedido, la cancelación. También se observa ineficiencia por parte del comerciante, al realizar de manera personalizada todas las actividades, incluyendo la atención al cliente.

Características estructurales. El análisis de las características estructurales, permite identificar el arreglo y/o disposición de los diferentes elementos constituyentes del comercio al detal, con el objeto de evaluar la eficiencia del proceso de distribución de los alimentos, que implica destreza y aplicación de conocimientos por parte del comerciante, para el manejo de los diferentes componentes del comercio.

Para el análisis se consideraron las características ambientales del local, como son: condiciones de la iluminación y la ventilación, condiciones generales del local, además, la calidad reflejada por las condiciones higiénicas de los alimentos y servicios de mercadeo, el mobiliario o equipos para el manejo y expendio de los productos, y el nivel de organización de la empresa o negocio.

Condiciones físicas. Las condiciones físicas están relacionadas, con la apariencia que presentan los locales para llevar a cabo el proceso de distribución de los alimentos. En general, son locales construidos con paredes de bloques frisados, techos de zinc y piso de cemento, protegidos por una armazón de hierro (enrejados), para protegerse de los actos vandálicos, robos y asaltos. El 90% de los comercios carecen de estructuras sanitarias y

depósitos, componentes básicos de apoyo y servicio para llevar a cabo esta actividad.

La evaluación de la iluminación y la ventilación, basada en la apreciación cualitativa, en la mayoría de los locales es muy deficiente, sobre todo la iluminación, que imposibilita apreciar la exposición de los productos, tanto para el comerciante, como para el cliente. Las condiciones de ventilación no son las más adecuadas, sobre todo, si se toma en cuenta las condiciones climáticas de la región, que a determinadas horas del día, provoca gran malestar afectando la relación comerciante-cliente.

Mobiliario y equipos. El mobiliario del comercio detallista tradicional polivalente se puede definir como muy sencillo, reducido a lo esencial; estantería y mostrador, que pueden ser de metal, madera o de cemento, y algunos equipos representados por: nevera doméstica, vitrina de refrigeración y/o enfriador de botellas (cava), peso, romana, caja registradora, entre otros. Los locales comerciales disponen de estantería, con dos o tres peldaños corridos, que presentan en el 64%, buenas condiciones.

En cuanto al mostrador no se observó un tipo específico, existen de madera, metal, cemento; corridos de diferentes tamaños, desde muy amplios que permiten al cliente un mejor desenvolvimiento, hasta muy reducidos de menos de un metro de largo de gran incomodidad.

Para el pesaje de la mercancía, el 93% de los locales usan pesos de reloj y el 7% restante no utiliza. No se

observó el uso de los pesos de balanza electrónica, mucho menos romanas. El uso de la caja registradora no está generalizada en este comercio. El 28% de los locales tienen caja registradora, sobre todo aquellos que ofrecen más de 18 artículos alimenticios y alto número de clientes diarios. El resto, 72%, no la utilizan y en su defecto usan calculadoras manuales.

Al comparar estadísticamente la variable caja registradora con el tipo de comercio, se observa una relación significativa ($\chi^2 = 24,52$; $P < 0,01$), ya que en el 94% de las bodegas no usan caja registradora, en los abastos representa el 72% y en los otros comercios es el 25%.

Los equipos de refrigeración se consideran deficientes o sub-utilizados, ya que no se aprovechan de forma ventajosa para conservar los productos, sobre todo los de consumo fresco. El 4% de los comercios no tienen equipos de refrigeración y el 96%, están equipados con nevera, cava o vitrinas, de los cuales el 44% están en buenas condiciones de funcionamiento, y el resto 52%, de regular (44%) a malas condiciones (8%).

Servicios o prácticas de comercialización. Los servicios o prácticas de comercialización, aplicados y/o utilizados por este comercio son muy restringidos, debido principalmente por el tipo de productos que expenden, generalmente procesados, preparados para el consumo que no requieren condiciones especiales de almacenamiento (refrigeración), ni de empaques, sólo se limitan a la función de compra-venta.

Para los productos de consumo fresco o perecederos, en algunos comercios se realizan ciertos acondicionamientos para adaptarlos al gusto del consumidor, como: refrigeración, empaçado, limpieza, selección y como servicio adicional y de gran importancia, el subfraccionamiento.

Aspectos gerenciales. Para la evaluación gerencial del comercio detallista tradicional polivalente, se consideró: la misión, visión y responsabilidad social, la planificación, organización interna y el control de la actividad en las condiciones actuales.

Misión. La misión del comercio detallista tradicional polivalente define el propósito o razón de ser del negocio. De acuerdo a lo expresado por el 75% de los comerciantes, la misión es ser fuente de trabajo o medio de vida para mantener al núcleo familiar a través de los ingresos que genera la actividad.

Tal planteamiento del propósito de los comerciantes, constituye una fortaleza, que refleja la estabilidad de este comercio, como punto de provisionamiento de alimentos al consumidor y como fuente de trabajo permanente.

Responsabilidad social. En cuanto a la responsabilidad con la comunidad donde residen, el 34% de los comerciantes la identificó en el sentido de ofrecer buena atención y de ser educados con el cliente, un 46% añade a lo anterior, el de no especular con los precios y ofrecer los productos en buenas condiciones. El 8% de los comerciantes considera que su responsabilidad, es ser fuente de abastecimiento y mantener un buen

surtido de alimentos y el 12% restante, no identificaron su responsabilidad con la comunidad, por estar iniciándose o por querer dejar la actividad.

Visión. Determina la perspectiva o futuro, del comercio tradicional. Según manifestó el 70% de los comerciantes, su visión es el de seguir en la actividad e incluso realizar algunas mejoras, como: ampliación del local, mejorar el surtido de alimentos y adquirir nuevos equipos. El resto, 30%, manifestó su deseo de vender o cambiar de actividad.

Planificación y organización. El comerciante considera que es muy importante la planificación de sus actividades, sin embargo, el 46% manifestó no realizarla, por que no es necesario o porque es una pérdida de tiempo. El 54% restante, acusan planificar las actividades. Esta planificación esta basada en sus propias experiencias, en decisiones intuitivas ante los problemas.

El comerciante considera como planificación: las compras y el abastecimiento (40%), el 4% la limpieza y mantenimiento tanto del local como de los equipos y un 10% considera que planificar, son todas las actividades que se realizan en el negocio.

El lapso de tiempo de la planificación de las actividades, es muy corto, generalmente, menos de un mes e incluso la situación actual de la economía conlleva a diseñar estrategias diarias, tomando en consideración elementos claves para el desarrollo normal de las actividades, tales como: el precio de los alimentos, el tipo de proveedor y la frecuencia del

provisionamiento.

Estos resultados permiten determinar que los comerciantes detallistas tradicionales utilizan pocos criterios de planificación, que les permita anticiparse a hechos probables, a definir objetivos de la gama de posibilidades del medio ambiente donde actúa y a la formulación de estrategias de acción.

La organización de las actividades es realizada por el propietario del negocio, que se mantiene al frente atendiendo tanto el provisionamiento, a través de la relación: proveedor-comerciante; como la atención personal del cliente, es decir, la relación: comerciante-cliente. No se observa la gerencia participativa, si se toma en consideración que en la mayoría de estos comercios (79%), además de la participación del propietario, está la del resto de la familia.

Control administrativo de las actividades. El control administrativo de las actividades es una práctica poco generalizada, debido a la falta de planificación y organización o desconocimiento para evaluar los resultados. El 66% de los locales comerciales no realizan inventario como mecanismo de control, porque no se justifica y además es muy bajo el volumen de mercancía que manejan, que permite llevar de manera práctica el control de las actividades.

El resto de los comercios, 34% llevan registro o control con una frecuencia del 20% anual, 10% mensual y el resto, 4% semanal a diario. Asimismo se determinó, una relación

altamente significativa entre el control por inventario y el tipo de comercio, donde el 81% de las bodegas, acusó no realizar esta práctica, en el caso de los abastos el 67% y en otros comercios el 25%.

Esta situación se refleja en el registro contable de las compras y las ventas, donde el 51% de los comerciantes no realizan ningún tipo

de registro, el 49% llevan a cabo algún mecanismo de control, como: contabilidad el 19%, un cuaderno donde registran las compras y las ventas, el 14% y el 16% restante, a través de facturas. Estos resultados reflejan la poca importancia de los procesos administrativos, que permitan evaluar su gestión.

Conclusiones

El comercio tradicional está representado en forma decreciente por abastos, bodegas y los otros comercios.

El comerciante tradicional polivalente se caracteriza por ser relativamente joven, de sexo masculino, venezolano, con bajo grado de instrucción y poca capacitación en el área comercial.

Tradicionalmente la mayoría de los locales comerciales son anexos de la vivienda principal, propios y registrados como persona natural, con atención a través de mostrador y no contratan empleados.

En la caracterización de los componentes funcionales la relación proveedor- comerciante presenta grandes deficiencias, determinada por los bajos volúmenes, los tipos de proveedores, predominando los mayoristas y las distribuidoras o comercializadoras y por las condiciones para el provisionamiento diario de productos procesados y vendidos al contado.

En la relación comerciante-consumidor, se tiene un nivel medio

de satisfacción, ya que la mayoría de los comercios ofrecen menos de 18 artículos alimenticios, con bajos niveles de venta diarios. El horario de atención es muy variado pero de gran amplitud. Se determinó que esta relación presenta deficiencias, sobre todo por la pérdida de tiempo que afecta el número de clientes, el volumen de compras y el ingreso al comerciante.

Los componentes estructurales de los comercios se caracterizaron por presentar buenas condiciones de funcionamiento, con baja inversión fija de capital. En general se aplican pocos servicios o prácticas de comercialización.

En relación a los aspectos gerenciales, existe optimismo para seguir en la actividad, falta de planificación de actividades; además el control administrativo no está generalizado, así como, el registro contable.

Estos resultados caracterizan a este comercio como deficiente para el abastecimiento de alimentos a la población.

Literatura citada

1. Abreu O., E., A. Gutiérrez, H. Fontana, R. Cartay, L. E. Molina, A. van Kesteren, M. Guillory. 1993. La Agricultura componente básico del Sistema Alimentario Venezolano. Primera Edición. Convenio ULA - Fundación Polar. Editorial Arte. Caracas.
2. Acosta, E. 1994. El Municipio y el Abastecimiento de Alimentos. En Simposio: El Municipio como Agente del Desarrollo Local. FUDECO. Septiembre.
3. Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos (CAVIDEA). 1989. La Estrategia Agroalimentaria Nacional. VII Asamblea Nacional. Octubre.
4. Cochran, W. 1976. Técnicas de Muestreo. Compañía Editorial Continental, S.A. México.
5. Harrington, H. 1994. Mejoramiento de los Procesos de la Empresa. Editorial McGraw-Hill. Interamericana S.A. Colombia.
6. López, W. 1988. La Distribución Urbana de Alimentos. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS). Fundación Friedrich Ebert. Caracas.
7. Mendoza, G. 1991. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. Primera Reimpresión. Servicio Editorial IICA. San José de Costa Rica.
8. Ordenanza sobre Patentes de Industria, Comercio, de Servicios y Similares del Municipio Maracaibo del Estado Zulia. 1994. Gaceta Municipal de Maracaibo. Año XCVIII. Extraordinario No. 160. Maracaibo 28 de Abril.
9. SAS Institute, Inc. 1985. SAS user's guide: Statistics. 5th edition. SAS Inst., Inc., Cary, NC.
10. Venezuela. Alcaldía de Maracaibo, Zulia. 1994. Plan de Desarrollo Urbano Local de la Ciudad de Maracaibo. (PDUL). Resumen. Maracaibo.
11. Venezuela. Fundación para el Desarrollo de la Región Centro-Occidental de Venezuela (FUDECO). 1994. Plan Estratégico para la Modernización del Comercio Detallista Tradicional de Alimentos del Estado Lara. Vol. I. Barquisimeto.