

## **Características del sistema del comercio detallista para el abastecimiento de alimentos en la ciudad de Maracaibo, Venezuela**

### **Characteristics of retail food market system organization of Maracaibo City, Venezuela**

N. Rincón<sup>1</sup>, F. Urdaneta<sup>1</sup>, E. Martínez<sup>1</sup> y M. Rojas<sup>2</sup>

#### **Resumen**

Con el objeto de caracterizar estructural y funcionalmente el comercio detallista especializado de alimentos de Maracaibo, Venezuela, se seleccionó una muestra aleatoria estratificada con afijación proporcional para el 40% del universo de estudio. Se aplicó una encuesta y los datos se analizaron con estadísticas descriptivas y no paramétricas ( $X^2$ ). Los resultados mostraron entre otros aspectos que el 43% de los comerciantes presenta edades entre 30 y 48 años, el 76,7% poseen instrucción mayor a secundaria, 63,25% tienen más de 6 años de experiencia, el 68% no ha realizado ningún tipo de cursos. El 62,7% de los establecimientos corresponden a panadería-pastelerías-carnicerías, el 28% a carnicerías-pescaderías-avícolas y el 9,3% a fruterías, aunque el 56% tienen más de 10 años de establecidos, el 58% funcionan en locales alquilados, el 39,67% presentan condiciones físicas deficientes, el 58,67% no están asociados; el número de trabajadores y la cantidad de alimentos expendidos está relacionada con el tipo de establecimiento ( $P < 0,01$ ). La organización es centralizada en un 58,67% de los casos, no aplican políticas de estímulo al personal (46,7%) y el 17,3% desconoce su responsabilidad social. Se evidencia un comercio confundido o mezclado, sin organización empresarial adecuada, comerciantes jóvenes con escasa preparación en el área, aunque poseen un alto grado de instrucción.

**Palabras clave:** detallista, comercialización, alimentos, organización.

#### **Abstract**

In order to characterize the retail food market system organization of Maracaibo city, Venezuela, it was selected a random stratified proportional sample (40% of the universe) and applied a survey. Data was analyzed through descrip-

Recibido el 28-04-1999 • Aceptado el 15-07-1999

1. Departamento de Ciencias Sociales y Económicas. Fac. Agron. I..U.Z.

2. Departamento Socioeconómico. Escuela Agronomía. Núcleo Mougas. UD.O.

tive and non-parametric statistics ( $X^2$ ). Results showed that 43% of merchants are between 30 and 48 years old, 76.7% have studied high school, 63.25% had more than 6 years of business experience, 68% had not made any business course. 62.7% of groceries sell bakery-meat products, 28% sell poultry-fish-meat and 9.3% are fruit sellers; although 56% of merchants have more than 10 years on business, 58% of them developed their business on hired buildings, 39.67% showed deficient infrastructure, 58.67% were not associated; the number of workers and the amount of food sales was related to type grocery ( $F < 0.01$ ). Organization is centralized (58.67%), they do not applied encourage policies to workers (46.7%) and 17.3% do not know they social responsibility. It is an evidence that retail food market system of Maracaibo city in confuse, without a suitable enterprise organization. There are young merchants without business courses although they have a high school level of formal studies.

**Key words:** retail, market, food, organization.

## Introducción

La situación económica y financiera del país, ha generado cambios negativos en la demanda de productos alimenticios. Los factores involucrados en estos cambios son: el proceso inflacionario, la contracción del ingreso y la débil estructura de la comercialización. Al igual que en otras ciudades del país, en Maracaibo la distribución de productos agroalimentarios está conformado por los sectores del comercio Detallista y Mayorista.

El comercio Detallista se divide en dos Sub-sectores: el Tradicional y el No Tradicional u Organizado. En el tradicional se agrupan a todos aquellos comercios que expenden un grupo reducido de productos. A este comercio detallista Tradicional lo conforman los polivalentes, integrados por bodegas, abasto y mercados, y los Especializados que agrupan las panaderías, fruterías, carnicerías, pescaderías y venta de

productos avícolas (2).

El objetivo de esta investigación es caracterizar la situación actual del proceso de comercialización de alimentos, en el ámbito de detallistas especializados, en la ciudad de Maracaibo, para identificar las limitaciones del sistema que impiden un abastecimiento eficiente de alimentos a los consumidores y afectan el poder de negociación de los comerciantes. Para ello se hace necesario:

Conocer el comercio detallista especializado de alimentos, representado por las panaderías, pastelerías, charcuterías, carnicerías, pescaderías, fruterías y ventas de productos avícolas, así como su distribución en el municipio Maracaibo.

Caracterizar los componentes estructurales y funcionales del sistema del comercio detallista especializado de alimentos.

## Materiales y métodos

El estudio se realizó en el área metropolitana de la ciudad de Maracaibo, constituida políticamente por diecinueve parroquias: 15 del municipio Maracaibo y 4 del municipio San Francisco.

Esta investigación se considera de tipo analítico-descriptiva; puesto que en ella se identifican los elementos estructurales y funcionales que conforman el sistema del comercio detallista especializado. Basado en un reconocimiento de los aspectos administrativos, técnicos, económicos y las decisiones del detallista en relación con el manejo de su comercio, Así como la caracterización de las situaciones o hechos que identifican el sistema. Además, estas situaciones abarcan comportamientos sociales, administrativos, actitudes, potencialidades, formas de organización, cuyo comportamiento se describe. (3)

Se definieron un conjunto de variables independientes complejas que se consideran afectan el nivel de organización de estos comerciantes. Las variables evaluadas fueron: las características del comerciante, las del local comercial, el carácter funcional del comercio: definido a su vez por los procesos básicos determinados en las relaciones: Comerciante-Proveedores y Comerciante-Consumidores. Así también como los procesos inherentes a la gerencia.

La muestra (40% de la población), se seleccionó siguiendo un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional (1). Se tomó como población todo el universo del sistema del comercio tradicional de alimentos de

Maracaibo, el cual está conformado por el listado de comerciantes que aparecen en la oficina de Rentas de industria y patente de la Alcaldía.

Para definir la población se utilizaron los criterios de limitación propuestos por Martini (2) y por Schoell y Guiltelnan (4). Se identificó a los especializados, y se ubicó por parroquia. Posteriormente se procedió a clasificar los establecimientos, según la línea de producto en la cual se especializan; conformándose tres tipos: Tipo-1 para aquellos que expenden artículos elaborados, como las panaderías, pastelerías y charcuterías, Tipo-2 agrupa aquellos que expenden productos de origen animal, representados por las carnicerías, pescaderías y las ventas de productos avícolas, y el Tipo-3 a los que comercializan productos de origen vegetal como las fruterías.

La recopilación de la información se realizó a partir de entrevistas y a través de la técnica de la encuesta. La información se analizó con ayuda del Statistical Analysis Systems Ver 6.04 (5). Se calcularon los valores de frecuencias para las 69 variables. Las variables continuas fueron clasificadas a través del procedimiento Univariate, utilizando los cuantiles Q1 y Q3 con el fin de obtener los grupos de cabeza, media y cola, de la distribución de frecuencias.

Se aplicó la prueba de la hipótesis de independencia de variables de clasificación (7), para evaluar su relación con el tipo de establecimiento, de acuerdo al procedimiento de  $\chi^2$ .

## Resultados y discusión

### Descripción del comerciante.

Los comerciantes de este sistema tienen edades comprendidas entre 30 y 48 años (43%). El 71,8% son de sexo masculino. Sin embargo, se pudo comprobar el papel fundamental que juega la esposa como copropietaria, adjunta al gerente y persona de confianza para llevar el control del negocio. Son venezolanos en su mayoría (74,5%). Con un considerable grado de instrucción entre secundaria y universitaria 76,7%; con más de 6 años de experiencia (63,25%). El 83,4% dedica más de 8 horas/día de permanencia. El 68% nunca ha realizado cursos relacionados con la actividad comercial ya que no lo consideran necesario.

**Descripción del Establecimiento.** Se encontró una desproporción en cuanto a la estructura de la distribución alimentaria; la mayoría (62,7%) expende alimentos ricos en energía y volumen (tipo 1), seguramente en respuesta a la demanda de las familias que tratan de ajustar su presupuesto, en detrimento del consumo de los que son fuentes de proteína, tanto animal (tipo 2) como vegetal (tipo 3); 28% y 9,3% respectivamente. A pesar que el 56% tienen más de 10 años de establecidos, el 58% funciona en locales alquilados. El 40% tienen su residencia en la parte superior o posterior del local comercial, hallándose una relación significativa de dependencia con respecto al tipo de establecimiento ( $\chi^2 = 6,53$ ;  $P < 0,05$ ), encontrándose con mayor frecuencia para los establecimientos tipo 1, donde

el 47,9% de los comerciantes viven en el mismo establecimiento. La razón comercial predominante fue la figura de Compañía Anónima, con un 48,67%, con una relación altamente significativa de dependencia según el tipo de establecimiento ( $X^2 = 16,02$ ;  $P < 0,01$ ). Del mismo modo, se evidenció que el 58,67% no está asociado. También se encontró que el 46% emplea entre 4 y 8 trabajadores.

El 39,67% de los establecimientos mostraron condiciones físicas deficientes y, el 47,33% inadecuadas condiciones sanitarias lo cual estuvo relacionado con el tipo de establecimiento ( $X^2 = 28,53$ ;  $P < 0,01$ ). También se evidenció que el 71,33% no dispone de los equipos necesarios para brindar su servicio. Se encontró que a pesar de su clasificación, no son tan "especializados" ya que el 59,33% expende entre 7 y 13 artículos de los 24 de la cesta básica, denominándose como confundidos (4) o mezclados (6).

### Características funcionales.

En cuanto a la relación Comerciante-Proveedor, se encontró que el 60,66% se abastece de mayoristas distribuidores. Con una frecuencia de aprovisionamiento del 52,63% semanal, pagos de contado en un 67,78%. Para la relación Comerciante-Consumidor se encontró que el 80,66% permanecen abiertos todos los días. La modalidad de atención predominante fue la de mostrador con un 70,67% y la forma de pago fue de contado en un 62,67% de los casos.

### Características gerenciales.

Con relación a las funciones

gerenciales, se observó que el 64,67% de los comerciantes considera que su misión es obtener ganancias y el 32,7% tiene una visión pesimista del futuro de su empresa. La organización es centralizada en un 58,67%. En cuanto a los mecanismos de control; el 85,3%

llevan registros de información contable, aunque no los utilizan en la planificación. El 46,7% no aplica ninguna política de estímulo o de motivación al personal y además el 17,3% de los mismos desconoce su responsabilidad social.

## Conclusiones y recomendaciones

El comercio detallista especializado se caracteriza por contar con comerciantes venezolanos, en su mayoría, jóvenes y con elevado grado de instrucción, aunque con bajo nivel de capacitación en el área comercial. Los establecimientos mostraron una desproporción en cuanto a la estructura de la distribución alimentaria; el 62,7% para los establecimientos Tipo 1. El 28% corresponden a los Tipo 2 y, el 9,3% a los clasificados como Tipo 3. A pesar que el 56% tienen más de 10 años de establecidos, el 58% funciona en locales alquilados. La razón comercial predominante fue la figura de Compañía Anónima. Estos comerciantes tienen bajo grado de asociación. Se encontraron condiciones físicas deficientes, condiciones sanitarias inadecuadas. No disponen de los equipos necesarios para brindar su servicio. Evidenciándose así los factores que impiden un abastecimiento eficiente de alimentos

a los consumidores y que a su vez afectan el poder de negociación de los comerciantes.

Se observó un comercio confundido o mezclado, con organización empresarial inadecuada, poca planificación, deficientes mecanismos de control, falta de políticas de motivación al personal y con desconocimiento de su responsabilidad social.

Se recomienda estudiar detalladamente esta categoría de comercio y su interrelación con las otras categorías del sector detallista para determinar el nivel de urbanismo comercial, que permita la sectorización y distribución espacial de los establecimientos detallistas, así como también promover la organización del sistema del comercio detallista de alimento, basado en la capacitación y participación de los comerciantes para generar soluciones autogestionarias.

## Literatura citada

1. Cochran, W. 1976. *Técnicas de muestreo*. Compañía Editorial Continental, S.A. México 507 pp.
2. Martini, A. 1994. Plan estratégico para la modernización del comercio detallista tradicional de alimentos del estado Lara. Vol. 1. FUDECO. Barquisimeto. 62 pp.
3. Méndez, C. 1990. *Metodología en Economía, Contabilidad Y Administración*. Edit. McGraw Hill. 129 pp.
4. Schoell, W. Y Guiltinan, J. 1991. *Mercadotecnia, conceptos y prácticas modernas*. 3ra. Edición Phentice Hall.

5. Statistical Analysis Systems 1982. User's guide: Statistics North Carolina: SAS Institute INC. 586 pp.
6. Stanton, W. 1990. Fundamentos de mercadotecnia. 4ta Edición en español. Edit. McGraw Hill.
7. Walpole, R. y Myers, R. 1986. Probabilidad y Estadística para Ingenieros. 3ra Edición. Editorial Nueva Editorial Interamericana, S.A. México 733 pp.