

## **El comercio detallista tradicional de productos alimentarios en el Municipio Trujillo, estado Trujillo, Venezuela.**

### **The traditional retail food marketing in Trujillo Municipality, Trujillo State, Venezuela**

J. Pacheco<sup>1</sup> E. Segovia<sup>2</sup> E. Martínez<sup>2</sup> y N. Rincón<sup>2</sup>

#### **Resumen**

Con el objetivo de caracterizar el comercio detallista tradicional de alimentos en el municipio Trujillo y formular estrategias para mejorar el proceso de distribución, se realizó un estudio de los establecimientos comerciales registrados en la Alcaldía, sobre una muestra de 70 locales agrupados por tipos y categorías en: polivalentes y especializados. Los datos obtenidos mediante encuestas y entrevistas a comerciantes se analizaron con métodos estadísticos descriptivos no paramétricos. Entre otras características, la edad del 63% de los comerciantes está entre 30-50 años, 99% son venezolanos y de sexo masculino el 86%; hasta la secundaria el grado de instrucción del 59%. El 63% tiene entre 6-25 años de experiencia como comerciantes; y dependen el 84% económicamente de esta actividad. En cuanto a los establecimientos se definen como pequeñas empresas de carácter familiar, constituidas jurídicamente como persona natural (54%); donde el 93% carece de una estructura organizativa; el 96% considera importante la planificación. La funcionalidad del sistema esta determinada por las relaciones entre el comerciante-proveedor y comerciante-consumidor. Se plantean estrategias de organización y de apoyo institucional para mejorar el proceso de distribución de productos alimentarios.

**Palabras clave:** mercadeo de alimentos, comercio, detallista tradicional, distribución urbana de alimentos.

---

Recibido el 28-7-2000 ● Aceptado el 10-4-2003

1Servicio Autónomo de Sanidad Agropecuaria. Ministerio de Producción y Comercio. Trujillo, Venezuela.

2Departamento de Ciencias Sociales y Económicas. Facultad de Agronomía. LUZ. Maracaibo, Venezuela.

## Abstract

With the objective of characterizing the traditional retail food marketing system in Trujillo Municipality and formulating strategies to improve food distribution, a study was carried out on a randomized stratified sample of 70 commercial establishments registered in the Mayors office and grouped by type and category as polyvalent or specialized. The data were obtained through surveys and interviews with merchants was analyzed with descriptive statistical, non parametric methods. Among other characteristics, 63% of the merchants were between the ages of 30 and 50, 99% were Venezuelans, 86% masculine, 59% has secondary instruction, 63% had between 6 and 25 years of experience as merchants, and 84% depend totally on their retail activity. In relation to the establishments, they are small and medium sized family businesses,; constituted legally as natural persons (54%), 93% do not have an organizative structure, 96% consider planning to be important. The functionality of the system is determined for the relationships between merchant-supplier and merchant-consumer. The strategic proposals are proposed for organization and institutional support, in order to improve the distribution of food products.

**Key words:** Food marketing, commerce, traditional retailing, urban food distribution.

## Introducción

El enfoque de sistemas o circuitos agroalimentarios es la forma básica de entender la dinámica de la agricultura, la industria, la distribución y el consumo de manera integral, para el diseño y establecimiento de políticas en las cadenas agroalimentarias. (5).

El objetivo principal del sistema agroalimentario es, satisfacer completamente, todos los días, las necesidades de energía y nutrientes de los habitantes de una localidad, estado o país (1). Lo que se traduce como seguridad alimentaria.

El problema del abastecimiento de alimentos que actualmente padece nuestro país y, con más severidad, el sector de menos ingresos, se hace cada día más complejo. En parte, por la escasez de los productos, pero en mayor

proporción motivado a la estructura que presenta el sistema de mercadeo de bienes alimentarios a nivel nacional, el cual manifiesta serias insuficiencias que dificultan la distribución normal de los productos hacia el consumidor, en especial en las áreas de más bajos recursos económicos.

El acceso a los alimentos para satisfacer los requerimientos nutricionales de la población, está determinado por las condiciones de la distribución y por la capacidad de compra; definida esta última por el ingreso, el precio de los alimentos y hábitos de consumo. (7, 9). El sistema detallista tradicional entre otros se encarga de atender esta demanda, con el objetivo de llevar al consumidor los

alimentos que este necesita. El cual presenta fallas que repercuten en: la calidad del abastecimiento de alimentos, la regularidad del mismo y los precios de los productos; de allí que, cualquier alternativa para tratar de resolver estos problemas o contribuir a su solución amerita especial atención.

Lo que requiere conocer el comportamiento de variables y parámetros socioeconómicos que nos refieran las características de los actores que conforman este sistema de comercialización, vinculándolas con la estructura de distribución de alimentos, y la participación de los entes oficiales del municipio en dicha actividad, consagrada en leyes y ordenanzas municipales, donde se establece la manera de cómo la municipalidad debe prestar el servicio. (2).

La presente investigación se desarrolló en el ámbito urbano del municipio Trujillo, capital del estado Trujillo, el cual presenta una

estructura de comercialización tradicional, dispersa, que repercute en la calidad de la distribución de productos alimentarios a la población.

El objetivo general del estudio consistió en caracterizar el sistema de comercio detallista tradicional de productos alimentarios en el municipio, y proponer estrategias para el mejoramiento del proceso de distribución de alimentos en el ámbito urbano, a través de los siguientes objetivos específicos:

Identificar y caracterizar el sistema de comercio detallista tradicional de productos alimentarios en el ámbito urbano del municipio Trujillo

Identificar las relaciones causales que afectan la distribución urbana

Formular estrategias para mejorar el proceso de distribución de productos alimentarios, a través del sistema de comercio detallista tradicional en el municipio Trujillo.

## **Materiales y métodos**

Se realizó una investigación exploratoria, descriptiva - explicativa (8), donde se identifican y describen las características estructurales y funcionales que inciden en el proceso de distribución de productos alimentarios a nivel detallista tradicional y la descripción de las relaciones causales que la afectan.

**Población y muestra del estudio:** Corresponde al total de establecimientos detallistas tradicionales que expenden productos alimenticios en el municipio Trujillo. Constituida la población por 174

comercios, los cuales se estratificaron y clasificaron por tipos y categorías (6), es decir, de acuerdo a la tipología definida en la ordenanza municipal de patente de industria y comercio; se identificaron dos tipos de establecimientos: los polivalentes, con dos categorías: bodegas y abastos; y los especializados, con tres categorías: los que expenden artículos elaborados (panaderías, lácteos y charcuterías); la categoría de los que expenden productos cárnicos (carnicerías, pescaderías y polleras), y las fruterías.

Para el estudio se seleccionó al

azar simple una muestra, conformada por 70 comercios o unidades de análisis, que representa el 40 % de la población y por afijación proporcional se distribuyó en los diferentes estratos. (4)

Instrumentos de recolección y análisis de la información: Para la recopilación de la información, se utilizó el método de la investigación documental y la investigación de campo, a través de la técnica de la encuesta. Los datos obtenidos se analizaron mediante el paquete estadístico Statistical Analysis Systems Ver. 6.12 (S.A.S. 1997). Se calcularon los valores de frecuencias para todas las variables, mediante el procedimiento PROC FREQ del S.A.S

(1997) y se realizó el análisis de dependencia entre dos variables mediante la prueba de Chi - cuadrado ( $X^2$ ). Se identificaron las relaciones causales de los problemas que afectan la distribución de alimentos a nivel urbano, a través de la planificación estratégica por problemas, bajo el enfoque participativo, utilizando como instrumento la Matriz Gamma, que mide el grado de incidencia entre las variables. El análisis explica cada problema e identifica las principales causales, magnitud (descriptores e indicadores) y efectos de los mismos, utilizando para esta actividad el modelo explicativo. (3).

## Resultados y discusión

### Identificación y distribución del comercio detallista tradicional

El sistema urbano de distribución al detal de productos alimentarios está constituido por 183 establecimientos comerciales registrados en la oficina de hacienda municipal de la alcaldía. El comercio tradicional está representado por 176 establecimientos, incluyendo dos mercados municipales que representan el 96%; el comercio no tradicional esta conformado por 7 establecimientos de pequeños supermercados independientes y representan el 4% del total.

El comercio detallista tradicional polivalente, está conformado por 127 establecimientos que representa el 69%, integrado por 95 bodegas, 30 abastos y 2 mercados municipales y, el comercio detallista tradicional especializado, conformado por 49 establecimientos el 27%, constituido por: 8 panaderías, 2

pescaderías, 13 polleras, 12 carnicerías, 7 fruterías y 7 expendios de productos lácteos. (cuadro 1).

Para la caracterización del comercio detallista tradicional en el municipio, es necesario describir los actores que realizan esta actividad, los locales donde se ejecuta la actividad de distribución de alimentos y las relaciones funcionales y estructurales del sistema.

### Caracterización del comerciante detallista tradicional

Esta caracterización consiste en la identificación y descripción de algunos aspectos de los comerciantes detallistas, tales como: edad, sexo, nacionalidad, instrucción, experiencia y adiestramiento en la actividad, composición del grupo familiar, entre otros.

**Edad:** El 63% de los comerciantes

**Cuadro 1. Estructura del comercio detallista de alimentos. Municipio Trujillo (Trujillo, Venezuela).**

Comercio	Tipo	Categoría	N° Establecimientos	% Total	
Tradicional	Polivalentes	Bodegas	95	52	
		Abastos	30	16	
		Mercados municipales	2	1	
			127	69	
	Especializados	Pollerías	13	7	
		Carnicerías	12	7	
		Pescaderías	2	1	
		Panaderías	8	4	
		Lácteos	7	4	
		Fruterías	7	4	
		49	27		
	Organizado		Supermercados independientes	6	3
			Feria de consumo	1	1
			7	4	
Total			183	100,0	

tienen edades entre 30 y 50 años; el 7% menos de 30 años y un 30% más de 50 años. Lo que demuestra que, este sistema de comercio cuenta con una fuerza de trabajo relativamente joven, que garantiza la posibilidad de promover proyectos de capacitación y adiestramiento, que contribuyan a la estabilidad, desarrollo y permanencia del comercio al detal.

**Sexo:** En cuanto a la participación por sexo en la actividad detallista tradicional se determinó que predomina el sexo masculino con el 86 % y una representación femenina del 14%. Sin embargo es de descartar el apoyo que representa la mujer para llevar a cabo esta actividad de forma solapada, que

le da el carácter de permanencia en el tiempo a estos comercios.

**Nacionalidad:** El 99% de los comerciantes son venezolanos y solo el 1% extranjeros. Lo que permite concluir que la distribución de alimentos a nivel detallista tradicional en el municipio Trujillo es una empresa regional administrada principalmente por venezolanos.

**Grado de instrucción:** En esta actividad no se encontró comerciante analfabeta; el 43% tiene estudios de primaria, el 34% estudios de educación secundaria, 14% título de Bachiller o técnico y el 9% manifestó ser egresado universitario. Esta característica

demuestra que el nivel de educación formal se traduce en una fortaleza al implementar programas de asistencia técnica, capacitación y organización.

**Adiestramiento:** El 66% de los comerciantes no ha realizado cursos relacionados con la actividad comercial; el 34% ha tomado cursos, de los cuales han cursado contabilidad el 31%, computación el 21%, administración 19%, comercio 16%, mercadeo el 10%, y publicidad el 3%. Esta situación determina la falta de preparación de estos comerciantes para el manejo de alimentos y atención al cliente.

**Experiencia comercial:** El 41% tienen de 6 a 15 años dedicados a la actividad comercial, el 21% entre 15 - 26 años y el 23% menos de 6 años de experiencia, solo el 14% tiene más de 25 años. Este grado de experiencia se corresponde con la base económica actual a nivel urbano en el municipio, sustentada en la prestación de servicios y la existencia de pequeños establecimientos comerciales, destinados a satisfacer la demanda local, que determina el grado de permanencia y afianzamiento en la actividad.

**Grado de dependencia económica:** El 84% de los comerciantes dependen totalmente de su condición de detallista como generadora de ingresos, lo que permite deducir que en el municipio Trujillo esta actividad económica representa una forma de ocupación de la fuerza de trabajo urbana, con elevada participación de ciudadanos con instrucción formal en el segmento de microempresas; el 16% manifestó realizar otras actividades

complementarias con la actividad detallista tradicional, con el fin de incrementar sus ingresos.

**Tamaño del grupo familiar del comerciante:** Se determinó que el 70% de los comerciantes mantienen económicamente entre 5 y 7 miembros de su familia y el 23% menos de 5 personas; sólo el 7% mantiene a grupos familiares mayor de 7 personas; lo que manifiesta la gran importancia de esta actividad en el municipio, ya que representa el sustento directo e indirecto de un gran número de personas lo que justifica la necesidad de fortalecer este tipo de comercio.

**Caracterización del establecimiento detallista tradicional**

**Razón comercial:** Hace referencia a la modalidad o figura jurídica como están constituidos estos comercios, se determinó que el 54% de los establecimientos están constituidos como persona natural; el 24% como Compañía Anónima (C.A.) y el 16% como firma personal; y el 6% restante otras formas de constitución legal. Esta variable está altamente relacionada ( $P < 0,01$ ) con el tipo de establecimiento, donde el 89% de los comercios polivalentes están constituidos como persona natural, mientras que el 65% de los especializados, se constituyen principalmente como Compañía Anónima.

**Tenencia:** El 40% de los locales comerciales son alquilados, mientras que el 59% son propios y el 1% la adjudicación gratuita. Donde el 83% de los establecimientos polivalentes propios, en su mayoría son bodegas anexos o formando parte de la estructura de la vivienda, que también

es propiedad del comerciante y, el restante 17%, corresponden a los especializados.

**Tiempo de establecido:** Esta variable confirma la condición tradicional del comercio detallista, donde el 29% tienen menos de 5 años de establecidos, el 40% entre 5 y 15 años, el 23% entre 15- 25 años y el 9% más de 25 años. Es importante destacar que existe una alta rotación de locales, sobre todo en los de menor tiempo de establecidos, que aparecen y desaparecen con relativa facilidad, principalmente en su primer año., por lo que esta variable está altamente relacionada con el tipo de establecimiento ( $P<0,01$ ), observándose que los establecimientos polivalentes tienen mayor tiempo de establecido que los especializados, donde el 70% tiene menos de 5 años, son menos tradicionales.

**Número de productos alimenticios disponibles:** Se refiere a la cantidad de productos distribuidos por estos comercios y que forman parte de la cesta alimentaria. Para ello, se seleccionaron 15 productos genéricos componentes de la dieta básica; los resultados muestran que, el 40% de los establecimientos detallistas expenden entre 10 y 15 de los artículos seleccionados, 39% de 6 a 10 y en el resto de los establecimientos menos de 5 productos. Esta variable, resulto ser altamente significativa ( $P<0,01$ ); donde el 100% de los que expenden menos de 5 productos corresponden a los especializados, mientras el 96% de los que venden mas de 10 artículos pertenecen a los polivalentes.

**Ubicación del establecimiento:** El 39% de los establecimientos son anexos a la

vivienda del comerciante, mientras que el 61% es independiente. Lo que resultó ser altamente significativa con relación al tipo de establecimientos ( $P<0,01$ ), donde el 96% que forman parte de la estructura de la vivienda en su mayoría pertenecen a la categoría bodega, mientras que para los especializados el 95% funcionan en locales comerciales independientes de la vivienda del comerciante.

**Número de personas que trabajan en el establecimiento:** Se determinó que el 49% de los comercios emplean de 3 a 7 trabajadores, el 40% menos de 3 trabajadores y el 11% más de 7 personas. Así se tiene que los que emplean menos de 2 trabajadores son los establecimientos de las categorías bodegas y fruterías, debido a que requieren de menor cantidad de mano de obra para realizar sus funciones y generalmente utilizan mano de obra familiar, mientras los que emplean más de 7 trabajadores son de la categoría elaborados (panaderías), debido a los procesos integradores de producción y comercialización de estos productos.

**Procedencia de la mano de obra:** El 61% de los locales utiliza mano de obra familiar y el 29% contratada y de los que utilizan mano de obra contratada el mayor porcentaje corresponde a los especializados con el 55%, solo un 10% utiliza ambas modalidades Esta variable resulto tener una diferencia altamente significativa con relación al tipo de establecimientos ( $P<0,01$ ), ya que en los establecimientos polivalentes (bodegas) los componentes del grupo familiar participan en las actividades

comerciales, lo que le infiere el carácter familiar de estos comercios.

### **Características físicas del local comercial**

Se consideró como principal indicador del estado físico del local, las condiciones de las instalaciones sanitarias, iluminación, ventilación, estructura y tamaño, así como los equipos disponibles y en especial el grado de servicios públicos disponibles en el local.

#### **Condiciones físicas del local:**

En términos generales, son establecimientos estructurados con paredes de bloques frisados y pintadas, techos de placa, zinc o láminas climatizadas de acerolit y pisos de cemento. En el 83% de los locales las instalaciones físicas están en condiciones adecuadas, mientras que el 17% en condiciones irregulares.

**Tamaño del local:** Esta variable permitió determinar la existencia de depósito y dimensión de los locales comerciales. El 64% de los locales no poseen depósito, solo el 16% disponen de esta estructura, con una dimensión comprendida entre 30-50 metros cuadrados (m<sup>2</sup>). En cuanto al tamaño del área de exhibición y expendio, el 71% de los locales presenta una superficie entre 20 y 50 m<sup>2</sup>, donde el 74% son polivalentes y el 26% especializados; el 21% mayor de 80 m<sup>2</sup>, correspondiendo a los polivalentes el 74%, en su mayoría abastos y para los especializados el 27%, mientras que el 7% tiene menos de 20 m<sup>2</sup>, de los cuales el 40% son polivalentes y el 60% especializados. Además se determinó la existencia de depósitos, en virtud de la importancia de esta instalación para

el funcionamiento, en cuanto a frecuencia y volumen de productos manejados y la capacidad de compraventa del local.

**Equipos disponibles:** Se refiere a la dotación de equipos para el manejo y expendio de los alimentos, como: nevera, cava, vitrina refrigeradora, estantes, mostrador, pesos y caja registradora, entre otras. El 17% de los locales están adecuadamente dotados de equipos, el 83% presenta un equipamiento deficiente, de los cuales el 76% corresponden a los polivalentes, en su mayoría bodegas y, el 24% especializados. Una característica de estos comercios es la baja inversión en activos fijos por establecimiento, muchos de los cuales no disponen de los equipos adecuados para brindar el servicio de distribución de alimentos.

**Servicios públicos disponibles:** Los servicios públicos considerados en los locales son: electricidad, agua potable, aseo urbano, así como los servicios de teléfono y fax, utilizados para apoyar el proceso de comercialización. Los servicios públicos presentes en el 100%, de los comercios son: la energía eléctrica, agua potable y aseo urbano mientras que el 18% dispone del servicio telefónico; el servicio de Fax no fue reportado.

### **Caracterización de los componentes funcionales y estructurales del comercio detallista tradicional**

Se evaluaron los procedimientos y técnicas utilizados por los comerciantes en sus relaciones con clientes y proveedores, como también



el desempeño gerencial, lo que permite definir la funcionalidad y estructuración del sistema de comercio detallista en el municipio.

**a) Relación entre el comerciante y proveedor:** Se identificaron cinco tipos de proveedores, de acuerdo al tipo de producto, como: Productores agrícolas, surten al 20% de los locales con productos hortofrutícolas de consumo fresco, con ciertos niveles de clasificación y embalaje. La industria, entre ellas se puede mencionar las que distribuyen los insumos para la elaboración de pan; los mataderos industriales de carne de bovino y aves beneficiadas y, las industrias elaboradoras o transformadoras de una gran cantidad de productos alimenticios de consumo masivo. La comercialización directa con proveedores industriales se realiza a través de convenios por el 44% de los comerciantes y están representados en su mayoría por establecimientos especializados. Mayoristas, surten al 90% de los detallistas en función del tamaño y las características del pedido. Distribuidores ambulantes, son intermediarios independientes o representan a la industria o a una cadena de distribución de productos de consumo masivo. Generalmente, este tipo de proveedor abastece al 67% de los establecimientos, agregando utilidad de lugar, mediante el servicio de transporte. Otros detallistas, el 3%, de los comercios se abastecen de mercados municipales, así como de las ferias de consumo y mercados campesinos, donde se expenden productos hortofrutícolas, a precios razonables. Cabe destacar, que un

minorista puede tener uno o varios proveedores. La combinación mayoristas y distribuidores ambulantes representa el 39%, y mayoristas e industria el 19%, mientras que la combinación productor, mayorista, industria y distribuidores ambulantes el 29% y finalmente los que se proveen solamente de la industria el 14%; estas relaciones son distintas para cada uno de los comerciantes, los cuales negocian directamente con los proveedores en forma individual y aislada, teniendo de esta manera escaso o nulo poder de negociación.

**Frecuencias de aprovisionamiento por tipo de establecimiento:** Se observó que los comerciantes utilizan diferentes frecuencias para el aprovisionamiento de los alimentos, que van desde diaria a semanal. La frecuencia diaria y semanal representa el 24%, quincenal y mensual el 23%, semanal y quincenal el 36%; semanal y mensual el 17%. Esta variable resultó ser altamente significativa, con relación al tipo de establecimiento ( $P < 0,01$ ), donde, cada local responde en la frecuencia de aprovisionamiento dependiendo de la rotación del inventario y a la disponibilidad de depósito, que conlleva a la necesidad de abastecerse utilizando diferentes combinaciones.

**b) Relación comerciante y consumidor:** Esta relación define los factores que influyen de manera directa en la eficacia y eficiencia del servicio. En la misma intervienen las condiciones de funcionamiento del establecimiento que permiten satisfacer el deseo o necesidad de los

consumidores, de la manera más expedita, cómoda e higiénica posible.

**Días de funcionamiento y horario de atención del cliente.** En cuanto a los días de atención existe una gran uniformidad. El 39% de los establecimientos funcionan de lunes a sábado, de estos el 67% corresponde a los polivalentes, y los que funcionan de lunes a domingo representan el 61%, de los cuales el 74% corresponden a los polivalentes y el 26% a los especializados; solo el 1% trabaja de lunes a viernes.

En cuanto al horario de atención al público, el 21% de los establecimientos funcionan en dos turnos bien definidos: mañana y tarde; de éstos el 60% pertenecen al tipo polivalentes y el 40% a los especializados, los mismos funcionan en horarios comprendidos de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 p.m. a 8:00 p.m., el 77% labora en el horario corrido, donde el 74% corresponde a los polivalentes.

La modalidad de atención del 73% de los locales es a través del mostrador, con una participación del 69% de los polivalentes y 31% los especializados, la modalidad de autoservicio es realizada por un 10% de los establecimientos y el 17% la combinación de mostrador y autoservicio. Estos indicadores (días de actividad y horario de atención) determinan la gran amplitud de estos comercios para ajustarse a las necesidades del consumidor y facilitar la función de la compra.

**Servicios a los consumidores:** El 4% del total ofrecen el autoservicio con la modalidad del uso de "carrito", especialmente los abastos;

el 81% presta el servicio de información sobre los precios de la mercancía y el servicio prestado por la totalidad de los establecimientos es el empaque de los productos expendidos, se determinó que el 4% presta el servicio de reparto o transporte a domicilio a clientes institucionales, tales como: hoteles, restaurantes, entre otros.

**Modalidad de pago:** Las modalidades de pago aceptadas por el 34% de los comerciantes es al contado y en efectivo, el 57% acepta la modalidad de contado y crédito, en casos de clientes de confianza y un 9% acepta el pago con cheques personales.

**Desempeño gerencial del comerciante:** Entre los elementos que conforman la organización se destaca "la gerencia", como componente clave llamado a dinamizar el sistema de distribución. Para la evaluación se tomó en cuenta la formulación de la Misión y la Visión de los comerciantes, así como los procesos gerenciales (Planificación, Organización, Dirección, Control y Evaluación).

La misión representa la razón de ser y el propósito de toda organización, de acuerdo a esto, se determinó que los comerciantes detallista no tienen una correcta y clara definición sobre la razón de ser de su establecimiento. Al analizar la visión o futuro del negocio, se observó optimismo, no obstante la situación de recesión económica actual; los mismos expresaron sus deseos de mantenerse en la actividad, realizar algunas mejoras a los establecimientos, adquirir nuevos equipos, repotenciar los existentes y aumentar el número de productos.

**Planificación:** El 96% de los comerciantes planifican actividades, coincidiendo que la planificación en su negocio es una actividad importante. El restante 4%, que no planifica, no considera esta función necesaria, bien por desconocimiento o por considerar que la actividad que realizan es sencilla y rutinaria. Entre las actividades que planifican se mencionan: las compras, el almacenamiento, las ventas, clasificación, publicidad, acopio, empaque, transporte, cobranzas, pagos, entre otras; prevaleciendo las compras, los pagos, las cobranzas, las ventas y el empaque.

**Organización:** Se determinó que el 93% de los establecimientos no poseen una estructura organizacional donde se establezcan claramente las responsabilidades o cargos dentro de la empresa; sin embargo, la función de asignar responsabilidades se cumple por el 91% de los comerciantes, ordenando y asignando los recursos para que se realicen las actividades. En estos comercios no existen manuales sobre normas y procedimientos, a lo que se infiere que, en el sistema de comercio detallista tradicional del municipio Trujillo, el proceso gerencial de organización se realiza en forma empírica.

**Dirección:** Este proceso es eminentemente subjetivo y corresponde a conciliar los intereses de la organización y obtener los objetivos predeterminados. Los indicadores evaluados al respecto son: la autoridad a través de la toma de decisiones, los recursos humanos, y los niveles de responsabilidad.

En el 93% de los comercios el principal decidor y supervisor de

labores es el dueño del establecimiento y en el 6% esta función la asume un familiar y solo en el 1% de los casos lo realiza un empleado.

En cuanto al manejo del recurso humano no existe un plan definido de motivación o estímulo al personal; sin embargo, el 89% de los comerciantes consideran que motivan al personal, por medio de permisos. Lo que refleja la poca importancia que el comerciante concede a la fuerza de trabajo y también la ignorancia en términos de rendimiento y normativas laborales.

**Control:** El comercio detallista tradicional adolece de muchas deficiencias que entorpecen el desempeño empresarial desde la organización, la planificación y por supuesto el control de las mismas. Se encontró que los registros de información sobre las ventas, los inventarios y la contabilidad son las prácticas de evaluación y control más realizadas por los comerciantes. El inventario de la mercancía es el mecanismo mayormente empleado por el 21%. El 69% realiza la combinación: inventario - control de ventas - contabilidad, representados por el 67% de los polivalentes y el 33% de los especializados.

**Relaciones institucionales y sociales:** Se determinó el grado de asociación de los comerciantes detallistas, donde el 4% pertenece a organizaciones económicas, sin embargo el 82% señaló estar dispuesto a pertenecer a alguna forma asociativa. El 51% manifestó mantener algún tipo de relación comercial con la banca privada, y el 96% expresó no recibir ningún tipo de asistencia o apoyo por parte de los organismos

gubernamentales.

**Identificación de los problemas que afectan la distribución de productos alimenticios a nivel detallista tradicional en el municipio Trujillo.**

Entre los principales problemas identificados en el comercio detallista tradicional, que dificultan la distribución de los alimentos, tanto en el aprovisionamiento como la venta al consumidor, y que fueron analizados y jerarquizados se tienen: la falta de

organización, limitada capacidad competitiva, ineficiente capacidad gerencial, falta de capacidad financiera, inadecuada infraestructura física y tecnológica; que definen el problema general como: "Ineficiente proceso de distribución de productos alimenticios a nivel detallista tradicional en el municipio Trujillo". (cuadro 2).

**Identificación de causas clave**

Entre las probables causas que provocan el problema antes

**Cuadro 2. Identificación de los problemas y las causas claves que afectan el proceso de distribución de productos alimenticios a nivel detallista tradicional. Municipio Trujillo, (Trujillo, Venezuela).**

Problema	Causas Clave
Falta de organización de los comerciantes	Escasa formación del detallista tradicional en el área comercial Ausencia de programas oficiales de promoción y apoyo hacia las organizaciones Desconocimiento de formas asociativas Falta de organización para la comercialización detallista tradicional Limitada capacidad económica del comerciante detallista tradicional para la inversión
Bajo nivel de competitividad del comerciante detallista tradicional	Ausencia de programas oficiales de investigación, financiamiento y transferencia tecnológica Escasa capacidad financiera del comerciante Escaso conocimiento de los principios de mercadotecnia Limitado poder de negociación del comerciante detallista tradicional de productos alimentarios Baja calidad de los productos Escaso desarrollo tecnológico

**Cuadro 2. Identificación de los problemas y las causas claves que afectan el proceso de distribución de productos alimenticios a nivel detallista tradicional. Municipio Trujillo, (Trujillo, Venezuela), (Continuación).**

Problema	Causas Clave
Baja capacidad gerencial del comerciante detallista tradicional	Ausencia de programas oficiales de apoyo a la distribución detallista tradicional Desconocimiento de los procesos gerenciales por parte de los comerciantes y utilidad de los mismos. Poca visión empresarial Bajo desempeño gerencial del comerciante detallista tradicional Ausencia de políticas de financiamiento e investigación Bajo nivel de organización del comerciante detallista tradicional
Baja capacidad financiera del comerciante detallista tradicional	Condiciones socioculturales del comerciante detallista tradicional Ausencia de programas oficiales de apoyo para el mejoramiento y consolidación de la infraestructura
Inadecuada infraestructura física y bajo nivel tecnológico	Baja capacidad económica del comerciante para invertir en infraestructura Baja capacidad económica del comerciante detallista tradicional

mencionado, se tienen: falta de organización del comercio detallista tradicional, escasa formación cultural del comerciante detallista tradicional, la deficiente participación del sector oficial en la generación de políticas hacia el sector detallista tradicional, desconocimiento del comerciante de

herramientas de la mercadotecnia, escaso poder de negociación, limitada capacidad económica, desconocimiento de los procesos gerenciales y utilidad de los mismos por parte del comerciante. (cuadro 2).

Las causas claves, permitieron definir las estrategias, las cuales se

centran en dos modalidades diferenciables:

Estrategias de organización de los comerciantes detallistas tradicionales para la distribución de alimentos, como asociaciones civiles o agrupaciones económicas con el fin de contrarrestar el efecto del problema de la ineficiencia en el abastecimiento y la distribución de alimentos logrando una cooperación productiva y efectiva

en sus actividades comerciales.

Estrategias de apoyo y coordinación institucional, a quienes compete la formulación de políticas oficiales dirigidas al sector y como entes ductores de la seguridad alimentaria, con ello se busca la coordinación, sincronización e integración de las actividades del proceso de distribución de productos alimentarios.

## Conclusiones

La estructura de distribución urbana de productos alimenticios en el municipio Trujillo, está conformado por un comercio detallista organizado y un comercio detallista tradicional, este último representa el 96%.

Se identificaron dos tipos de establecimientos: los polivalentes (71%) y los especializados (29%), el 83% de los negocios no dispone de los equipos necesarios para brindar el servicio de distribución de alimentos; en el 71% el tamaño del local comercial oscila entre 20 y 50 m<sup>2</sup>.

Existen cinco tipos de proveedores, cuyas relaciones de intercambio con los comerciantes no se realiza en forma exclusiva, siendo la más frecuente: mayoristas y distribuidores ambulantes, que representa el 37%.

De acuerdo al análisis estratégico por problemas, bajo el enfoque participativo, se definió el problema general como: "Ineficiente proceso de distribución de productos alimentarios

a nivel detallista tradicional en el municipio Trujillo", caracterizado por la falta de organización de los detallistas tradicionales, deficiente capacidad competitiva y gerencial del comerciante, baja capacidad financiera, inadecuada infraestructura y escaso nivel tecnológico para la distribución de alimentos.

Se plantea una propuesta estratégica fundamentada en dos aspectos: 1) La organización de los comerciantes detallistas tradicionales para la distribución de alimentos. 2) Estrategias de apoyo y coordinación por parte de las instituciones, a quienes compete la formulación e implementación de políticas como entes ductores de la seguridad alimentaria, a objeto de lograr la coordinación, sincronización e integración de las actividades que conforman el proceso de distribución de productos alimentarios en el municipio Trujillo.

## Literatura citada

1. Abreu, E. et al. 1993. La agricultura, componente básico del sistema alimentario Convenio venezolano. U.L.A. - Fundación Polar. Primera Edición. 422 pp
2. Acosta, E 1994. El Municipio y el abastecimiento de alimentos. Ponencia presentada en simposio: El municipio como agente del desarrollo local. FUDECÓ. Septiembre. 28 pp.
3. Carrucci, F. 1993. Planificación participativa por problemas. Consejo Nacional de Universidades. Oficina de Planificación del Sector Universitario-Instituto latinoamericano de investigaciones sociales (Ildis) 68 pp.
4. Cochran, W. 1976. Técnicas de muestreo. Compañía Editorial Continental, S.A. México 507 pp
5. López, W. 1988. La distribución urbana de alimentos. Lineamientos estratégicos y políticos institucionales latinoamericanos de esta sociedad. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (Ildis). Fundación Friedrich Ebert. Caracas. 125 pp.
6. Mendenhall, W. y J, Reinmuth. 1981. Estadística para administración y economía. Grupo editorial Iberoamérica. México. 707 pp.
7. Rincón, N. 1995. Modelo de organización del sistema del comercio al detal para el abastecimiento de alimentos en la ciudad de Maracaibo. Universidad de Oriente. núcleo Monagas. Venezuela 185 pp.
8. Sampieri, R 1998. Metodología de la investigación 2da Edición. Mc Graw-Hill. Colombia. 501 pp.
9. Segovia, E. 1995. Estrategias de organización del comercio detallista tradicional de alimentos del municipio Maracaibo. La Universidad del Zulia. Venezuela. 180 pp.