



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DIRECCIÓN DE POSTGRADO**

ESPECIALIZACIÓN EN ECONOMÍA EMPRESARIAL

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

**FACTIBILIDAD DE INTRODUCIR AL MERCADO VENEZOLANO
“CARRITOS” AMBULANTES AUTOSUFICIENTES**

Presentado en la Universidad Católica Andrés Bello,
por:

VINCENZO IANNICELLI

Como requisito parcial para optar al grado de:

ESPECIALISTA EN ECONOMÍA EMPRESARIAL

Realizado con la tutoría del profesor

Vincenzo Ruggiero

Caracas, julio de 2006

A mi padre Aldo, por estar siempre presente en todos y cada uno de mis días a pesar de su ausencia física, brindándome su apoyo en el logro de esta meta.

AGRADECIMIENTO

El autor desea expresar un especial agradecimiento a las personas entrevistadas, quienes con su valiosa experiencia ayudaron a dilucidar en forma mas clara la realización del presente trabajo, entre ellas se encuentran la Sra. Dilsia Gallardo, asistente de la Licenciada Mireya Silva, directora de la Coordinación de Economía Informal del Municipio Libertador, a los Sres. Vicente Carias y Nelson Landáez dirigentes de la FUTRAND (Federación Única de Trabajadores No Dependientes) y de FUNDAEMPLOO respectivamente, así como a los distintos dirigentes de las diferentes Asociaciones, Federaciones, Sindicatos de expendedores de venta ambulante, quienes de forma muy amable estuvieron dispuestos a atenderle.

No se quiere tampoco dejar de mencionar la invaluable experiencia aportada por el Prof. Vincenzo Ruggiero durante la cátedra de Investigación de Mercado, tanto al autor del presente trabajo como al resto de los compañeros de curso.

ÍNDICE

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
Planteamiento del Problema	6
Justificación	6
Formulación del Problema	8
Objetivos de la Investigación	8
Objetivos generales	8
Objetivos Específicos	8
Limitaciones	9
Delimitaciones	9
 MARCO TEÓRICO	10
Antecedentes de la Investigación	10
Bases Teóricas	11
Definición de Términos Básicos	16
 MARCO METODOLÓGICO	17
Tipo y diseño de la investigación	17
Nivel de Investigación	17
Tipo de Investigación	17
Población y Muestra	17
Técnicas de Investigación	18
Presentación y Análisis de resultados	19

RESULTADOS.....	20
Resultados de la encuesta aplicada.....	20
Tabulación y Gráficos	21
Comentarios resaltantes en las entrevistas realizadas	34
Recaudos necesarios para la venta ambulante de alimentos	34
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXOS	41

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema

A solicitud hecha por algunos amigos que desean desarrollar una franquicia de bebidas de frutas, el Director Principal de una pequeña empresa manufacturera, dedicada básicamente a la fabricación de productos para la industria de la refrigeración, elaborados a base de resinas de poliéster reforzado, quisiera, además de cumplir con las características del producto exigidas por dichos amigos, estudiar la posibilidad de ofrecer el mismo producto a otros tantos potenciales clientes, bien sea de los sectores populares y/o grandes empresas de consumo masivo; nos referimos a “carritos” para la venta ambulante no solo estéticamente atractivos sino autosuficientes por lo que respecta a, sistema eléctrico, agua potable para suministro e higiene personal, así como de circuito cerrado para las aguas servidas, fabricados con materiales resistentes, duraderos, fácilmente lavables, aptos para el uso alimenticio.

Por tanto, el empresario nos ha solicitado realizar un estudio de mercado en los sectores de bajos recursos como a empresas de consumo masivo.

Justificación

Según el Instituto Nacional de Estadísticas INE, para el segundo trimestre del año 2005, la población total de Venezuela era de 25.204.336 de habitantes, de los cuales 11.883.909 de personas se consideran Población Económicamente Activa, es decir aquellas personas mayores de 15 años con

deseo y disponibilidad para trabajar; de ellas se encuentran ocupadas 9.991.173 de personas (84,3%), y desocupadas 1.852.736 (15,7%). Dentro del grupo de personas ocupadas 1.386.756 personas (13,9%) pertenecen al sector público, mientras que 8.594.417 personas (86.1%) se consideran dentro del sector privado, a pesar de que, 5.221.794 de ellas (52,6%) trabajan en el sector informal de la economía, conformado por todas aquellas personas mayores de 15 años que trabajan en empresas con menos de 5 trabajadores. Dicho en otras palabras, en la actualidad, de cada diez (10) trabajadores, uno (1) pertenece al sector público, uno (1) al sector privado, uno (1) está desempleado y siete (7) trabajan dentro de ese sector informal de la economía, donde la venta ambulante de alimentos representa un alto porcentaje, practicada ésta con mínimas condiciones de higiene y salubridad.

Tomando en cuenta esta situación, y si además sabemos que desde 1.999 prácticamente la totalidad de la población económicamente activa que se incorpora cada año al mercado laboral es absorbida por el sector informal (9 de cada 10), podemos decir entonces que el presente proyecto se observa viable, en cuanto a que, en primer lugar ofrece una alternativa que permite mejorar las condiciones de salubridad y orden publico, haciendo mas atractivo este tipo de comercio para el consumidor final y por ende al vendedor ambulante; y en segundo lugar, el punto mas importante, ofrecer la alternativa al proveedor de los carros ambulantes de maximizar la comercialización de este producto.

Formulación del Problema

¿Los vendedores ambulantes y empresas de consumo masivo estarían dispuestos a adquirir “carritos” para la venta ambulante con características especiales autosuficientes?

Objetivos de la Investigación

Objetivos Generales

Determinar cual es el sector más atractivo para maximizar las ganancias en la venta de los “carritos” ambulantes:

- a) Los sectores populares ofreciéndoles un producto de calidad a precios accesibles ó
- b) Las grandes empresas de consumo masivo a las cuales se les ofrecería un producto con un valor agregado.

Objetivos específicos

- a) Identificar las características más atractivas de los carritos para la venta ambulante.
- b) Categorizar los diferentes tipos de soluciones a ofrecer, bien sea autónomos ó con conexión directa a la red eléctrica, disponibilidad de compartimentos refrigerados; dependiendo esto del tipo de mercancía a vender, helados, perros calientes, granizados, algodón de azúcar, cotufas, café, bebidas en general.
- c) Conocer la elasticidad precio de la demanda en las diversas soluciones.
- d) Precisar el comportamiento de la demanda ante facilidades de pago
- e) Estimar el volumen de ventas anuales iniciales tanto a empresas de consumo masivo como en el sector informal de la economía.

Limitaciones

Todo trabajo de investigación conlleva limitaciones que no se pueden eludir, pero que necesitan ser superadas para alcanzar con eficacia las metas propuestas y que son en sí, el fin u objetivo de todo estudio.

Dentro de las limitaciones que pudiera presentar esta investigación, podríamos mencionar las siguientes:

1. El poco apoyo por parte de las personas encargadas de los establecimientos.
2. El tiempo para realizar las encuestas.
3. El horario de apertura de algunos expendios de comida es nocturno por lo que por seguridad, se pueden presentar dificultades para realizar las encuestas correspondientes.
4. La falta de información sobre el producto, ya que este tipo de “carritos” autosuficientes no se encuentran actualmente en el mercado.
5. La presencia de encargados en el punto de venta ambulante en lugar de los dueños de los establecimientos.

Delimitaciones

Las muestras representativas que se tomarán en consideración para el presente trabajo serán realizadas en los municipios Chacao y Libertador del área metropolitana de Caracas, básicamente en el mes de Enero - Febrero del año en curso.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

La economía informal ha estado presente a lo largo de muchos años en los países latinoamericanos. Siendo ella, la válvula de escape, ante la falta de empleos estables sostenibles en el tiempo. Venezuela no escapa a esta realidad, más bien, ésta problemática se ha profundizado en los últimos años, donde pareciera formar parte ya de la cultura del Venezolano.

Esta situación no ha sido capitalizada por los empresarios, sobre todo del sector industrial, como pudiera; producto tal vez, de los niveles que ha alcanzado la informalidad en tan breve tiempo, rezagando las soluciones o respuestas ante la problemática, o mas bien el potencial dependiendo del enfoque.

Se trata pues, en alguna manera, de aliviar esta situación ofreciéndole al expendedor ambulante, una alternativa válida y accesible, no viéndose éste en la necesidad de tratar de conseguir una cantidad considerable de capital como para invertir en una franquicia, la cual, no solo implicaría el desembolso de un monto para la adquisición del mobiliario y equipo, sino también una comisión de entrada, además del pago de royalties y publicidad. Esto debería ir acompañado a su vez, de programas de capacitación y entrenamiento, que redundarían seguramente en mejorar la situación, así como los ingresos.

Existen excelentes y muy bien documentados estudios al respecto, baste recordar el realizado por los investigadores del Proyecto Pobreza de la UCAB sobre la economía informal. Ahora bien, son estudios de tipo socio-

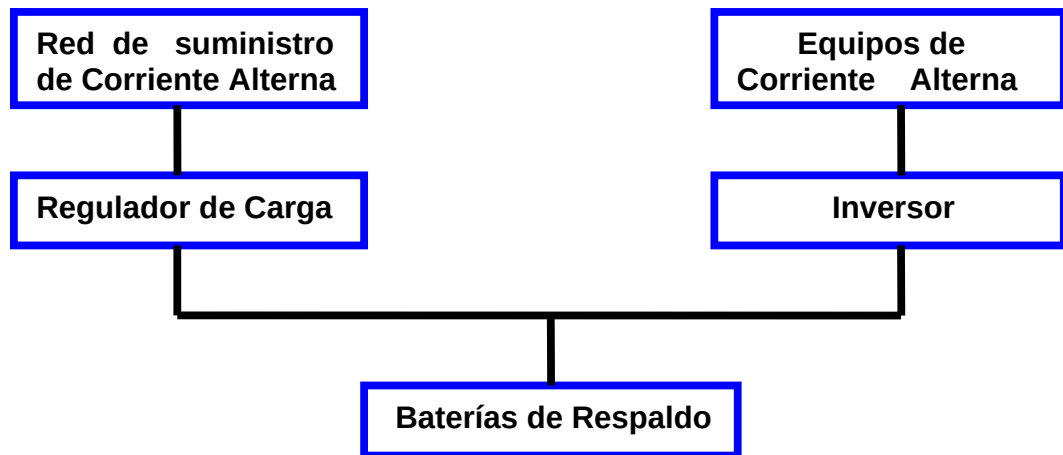
económico, no de factibilidad de comercialización de productos con un cierto nivel técnico, dirigidos al sector informal. En tanto, existen otros exclusivos, llevados a la práctica para el desarrollo de franquicias en particular, como es el caso de la Franquicia Dely de Plumrose, CocoFresh, etc., por citar unos ejemplos. Estas soluciones son ideas originales, aunque carecen de la autosuficiencia planteada en el presente trabajo, son soluciones que requieren estar cerca de puntos de electricidad y de agua para su funcionamiento. A muchos de ellos se les ve rodeado de engorrosos mobiliarios adicionales para cubrir el resto de los requerimientos. Además, se recalca, que implicaría la firma de contratos, cumplimiento de manuales de normas y procedimientos, desembolso de un capital para comisiones de entrada, mobiliario y equipos, entre otros, tal como lo exigen las franquicias.

Ahora bien, en cuanto a la fabricación de “carritos” para la venta a expendedores de alimentos particulares, se puede decir que han sido realizados a modus propio por los mismos expendedores, a la medida de sus necesidades, o adquiridos a través de distribuidores en la ciudad de Caracas, quienes a su vez los compran en pequeñas fabricas de tipo artesanal ubicadas en zonas tan alejadas como San Antonio del Táchira, incluso adquiridos en Colombia. Estos son prácticamente, por no decir en su totalidad, fabricados para el rubro de perros calientes; tal vez porque sea el de mayor demanda, si bien hay una gran variedad de muchos otros rubros.

Bases Teóricas

Para alimentar cargas críticas, tales como computadoras que controlan procesos importantes, o equipos médicos, es necesario utilizar sistemas de alimentación ininterrumpida. Estos sistemas suministran la alimentación cuando la alimentación principal falla. Un diagrama de bloque de

un sistema de alimentación ininterrumpida donde se muestran los dispositivos que intervienen, se refleja en la siguiente figura:



Uno de los dispositivos representados en el diagrama anterior son los llamados “inversores” ó “convertidores” de corriente, unidades electrónicas capaces de generar corriente alterna no en forma de onda sinusoidal desfasada como la que llega a nuestros hogares (120 Voltios a 60 Hz de frecuencia) a sino través de pulsaciones u ondas cuadradas que pueden perfectamente poner en funcionamiento tanto equipos importantes que han de funcionar continuamente para garantizar la continuidad de su función como pequeños electrodomésticos, equipos de refrigeración, pequeñas bombas de agua sumergibles, compresores de aire entre otros, a partir de corriente continua almacenada por ejemplo en baterías de 12-24 Voltios, las cuales hacen funcionar resistencias, bombillos, y todo tipo de resistores pero no motores de inducción, como el que requiere por ejemplo el compresor de una unidad de refrigeración ó un microondas.

La tecnología actual pone a nuestro alcance “convertidores” de reducido tamaño como principal característica, siendo ellos los que dan la sustentación teórica al presente trabajo, puesto que, la gran mayoría de los artefactos que nos permiten conservar y procesar alimentos funcionan con pequeños motores a inducción, los cuales requieren de corriente alterna. La potencia de dichos motores es baja, con rangos que van desde unos 300 -500 Watts. para compresores de pequeñas unidades de refrigeración, hasta los 1000 - 1500 Watts. en pequeños equipos como microondas.

Inversor DC/AC (12/24V - 230VAC) Potencia máxima 1200W



Es cuestión por tanto, de diseñar adecuadamente el sistema de suministro y distribución de energía a partir de un banco de baterías, las cuales han de ser recargables, esto con el fin último de hacer que un equipo sea autónomo por un determinado espacio de tiempo; hoy en día inclusive las hay del tipo *Gel* (no contienen ácido como electrolito, el cual es poco compatible con productos alimenticios); estas poseen una alta capacidad en amperes por hora, con respecto a su compacto tamaño, están completamente selladas, por ende libres de mantenimiento y pueden ser ubicadas en cualquier posición.

Baterías Tipo Gel



Por lo que respecta al resto de las funciones necesarias para lograr la autosuficiencia como lo es el suministro de las aguas blancas, puede llevarse esto a cabo, con pequeñas bombas sumergibles directamente en los depósitos de éstas y hacerlas llegar a través de sencillas tuberías a los grifos, no es necesario un sofisticado equipo hidroneumático para ello, pero si se quiere puede lograrse un mayor caudal en la salida, por medio de pequeños compresores que presurizarían el tanque de almacenamiento del agua.

Pequeña Bomba Sumergible



Características

Tensión de Alimentación: 12 - 24 V.

Consumo: 17 Watts.

Caudal: 25 Ltrs. /min.

Altura Máxima del Agua: 3 mtrs.

Orificio de Impulsión: 1/2 "

En cuanto a la iluminación, el mercado actual ofrece gran variedad de bombillos compactos de luz fluorescente, los cuales consumen cerca del 20-25% de lo que consumirían bombillos incandescentes de igual capacidad lumínica, así como también del tipo *led* (diodos emisores de luz), más costosos, pero a cambio de un consumo aún menor de energía (cerca del 10%) permitiendo una mayor autonomía.

En fin, se pudiera realizar un análisis más técnico al respecto, pero ciertamente escapa del fin último de este trabajo.

Bombillos Fluorescentes



Bombillo Tipo Led



Definición de Términos Básicos

En este apartado se tratará de dar el significado preciso a los conceptos, expresiones o variables involucradas en el planteamiento del problema, así como en los objetivos. Dentro de ese contexto tenemos que el término “*carrito*” se refiere a aquella pequeña unidad utilizada por los expendedores de alimentos en la vía pública.

Cuando se menciona la palabra “*autosuficiente*” se hace referencia a la capacidad de autoabastecerse por un tiempo determinado, de los diferentes servicios necesarios para laborar, tales como electricidad, agua, etc., sin estar conectado a una red hídrica ó eléctrica.

Otros de los términos que se mencionan son ya de índole económico, como son “*elasticidad-precio*”, y “*demanda*”. El primero de ellos representa el cambio porcentual en las cantidades demandadas ante un cambio del uno por ciento en los precios; mientras que “*demanda*”, se refiere a la cantidad de productos que se adquieren o son solicitados durante un determinado período de tiempo.

MARCO METODOLÓGICO

Tipo y Diseño de la Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se tomará como referencia metodológica la formativa y guía de monografías de la Universidad Católica Andrés Bello en cuanto a estructura y desarrollo de una investigación.

Nivel de Investigación

La investigación corresponde metodológicamente a la modalidad de investigación Exploratoria – Descriptiva.

Tipo de Investigación

Se pretende abordar el análisis metodológico mediante la realización de una investigación de campo basadas en encuestas y entrevistas.

Población y Muestra

La población que se considerará para esta investigación serán los puntos de venta ambulantes de comida rápida ubicada en el área metropolitana de Caracas dentro de los municipios Chacao y Libertador.

La muestra Estadística a aplicar en este caso, será del tipo Probabilística por Proporciones, y estará enmarcada en una estrategia que pretenda capturar información a los propietarios de los establecimientos de venta ambulante de alimentos, para resaltar los beneficios que ofrecería la adquisición del vehículo, además de identificar su apreciación sobre la influencia que pudiesen o no tener este tipo de estrategia en la decisión de compra de los consumidores que visitan estos establecimientos y que consumen estos productos.

Técnicas de Investigación

Las técnicas e instrumentos que serán utilizados en la investigación se basarán en:

- Observación Directa
- Encuestas a clientes
- Entrevistas a expertos en la materia
- Análisis Documental

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Basados en que se tiene, además de la información suministrada por el Instituto Nacional de Estadística, un estimado de 35.000 vendedores ambulantes de alimentos solo el municipio Libertador (año 2001), podríamos inferir que el total de expendedores a nivel nacional supera con creces el número de 100.000, pudiéndose aplicar por tanto, el caso de una Distribución Normal con población infinita para efectos del muestreo, donde n (tamaño de la muestra) será igual a:

$$n = (z^2 * s^2) / \epsilon^2 \quad s^2 = p * q \quad p = \text{probabilidad de éxito}$$

$$q = 1 - p = \text{probabilidad de fracaso}$$

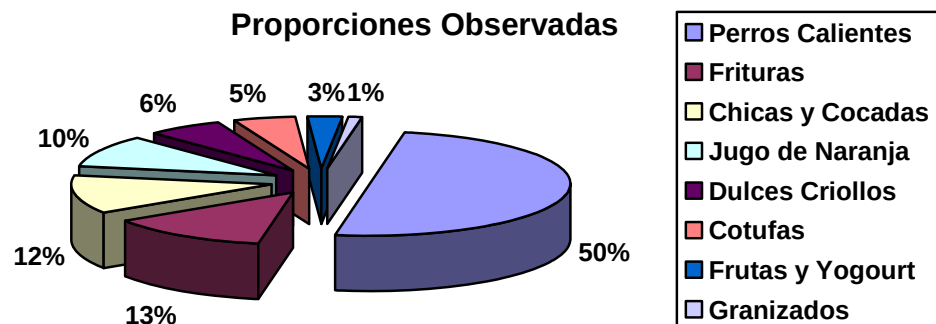
Asignándole a p y a q una posibilidad del 50% a cada uno, y asumiendo un nivel de confianza del 90% y 10% de error (ϵ^2), se obtiene que la cantidad de puntos muestrales ha de ser 67,8.

Por tanto se aplicarán sesenta y ocho (68) encuestas a posibles clientes con la finalidad de levantar información de tipo *cualitativa*, que nos aporte conocimientos sobre como debe ser realizado este producto, y unas tres-cuatro (3-4) entrevistas a expertos en la materia, quienes nos ayudarían a dilucidar el estimado del volumen de ventas que pudiera generarse, cumpliendo así con la parte *cuantitativa* del estudio.

Ahora bien, dado que la muestra estadística a aplicar, debe ser proporcional, estas 68 encuestas tendrán las proporciones respectivas de los distintos rubros que se expenden en la vía pública. Estas proporciones deberán ser obtenidas en lo posible, a través de información ya establecida por entes gubernamentales, como por ejemplo el Instituto Nacional de Transito Terrestre, quien entrega las placas correspondientes a los distintos tipos de carritos previamente permisados; de no ser posible esto, estas proporciones serán aplicadas por simple observación.

RESULTADOS

Del total de encuestas realizadas, el 50% representa al rubro de los expendios de perros calientes, el 13% representa las frituras, otro 12% representa al expendio de chichas y cocadas, les sigue un 10% en la venta de jugo de naranja, un 6% en dulces criollos, un 5% en cotufas, así como un 3% en el expendio de frutas y yogurt, un porcentaje aún menor está representado por la venta de granizados, helados de palito, etc.



Resultados de las Encuestas Aplicadas:

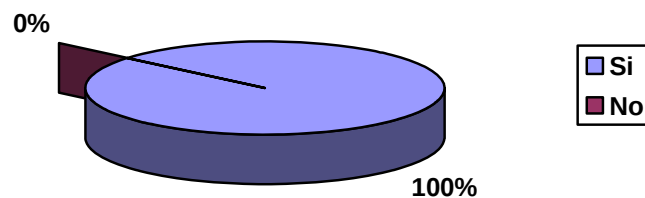
Se procedió a registrar los datos obtenidos de las 68 encuestas aplicadas, graficando los resultados de manera porcentual considerando el peso que representa cada ítem respecto al total; adicionalmente con un breve comentario acerca de los aspectos mas relevantes como a continuación se detalla:

Tabulación y Gráficos

1. ¿Estaría usted interesado en adquirir una solución que le permita mejorar la imagen de su producto así como incrementar sus ventas?

- ☐ SI
- ☐ NO

Interés en Adquirir una Mejor Solución

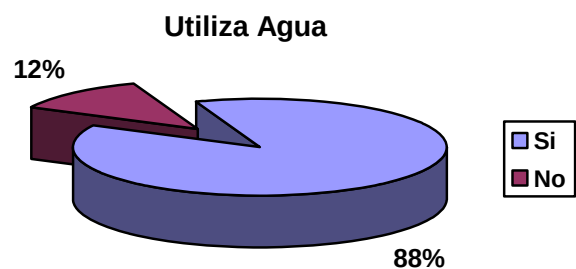


El 100% de los encuestados demostró interés en adquirir una solución más atractiva, que le permitan además incrementar sus ingresos.

2. En cuanto al agua:

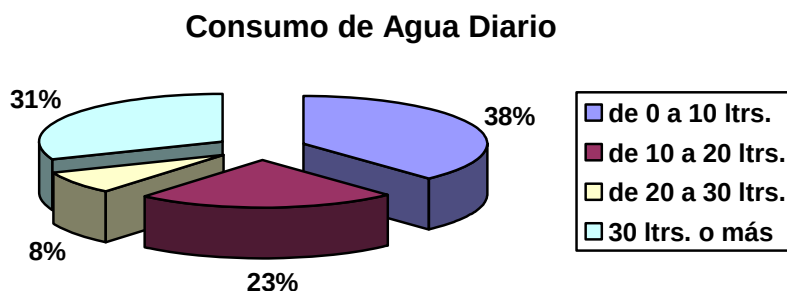
🚰 ¿Utiliza Agua en el negocio?

- ☐ SI
- ☐ NO



El 88% de los encuestados utiliza agua en su negocio la mayoría improvisada en tobos o garrafas.

o En caso afirmativo, indique por favor cual es su consumo

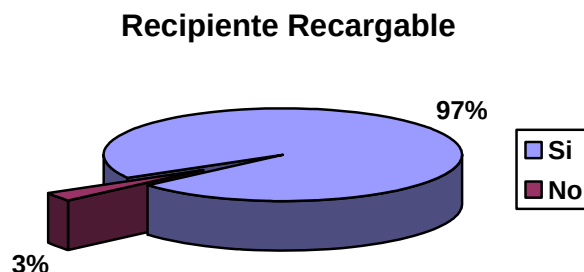


El 38% de la muestra de los que sí consume agua se encuentra entre 0 y 10 ltrs.. Otro 31% de la misma consume 30 ltrs. o más. Un 23% consume entre 10 y 20 ltrs.. Un 8% consume entre 20 y 30 ltrs. /día.

Se observa que existen dos polos marcados, los que se encuentran entre 0 y 10 ltrs de consumo, y los que consumen 30 ltrs o más, esta incongruencia podemos atribuirlo a que muchos de los encuestados incluían dentro el consumo también el agua necesaria para lavar el carrito.

🚦 ¿Le gustaría contar con este suministro, a través de un recipiente recargable empotrado?

o SI _____ litros
o NO

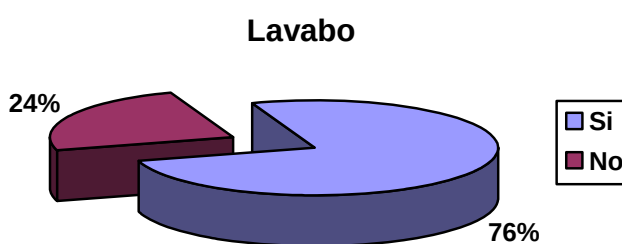


En caso afirmativo, ¿De que capacidad lo desearía?

Al 97% de la muestra le gustaría que el “carrito” tuviese un recipiente recargable de agua potable. Siendo el promedio requerido de unos 27 ltrs, ubicándose entre 10 y 20 ltrs. el 51% de la muestra; un porcentaje muy reducido (11%) desearía unos 80 ltrs. en promedio.

🚦 ¿le gustaría contar con un pequeño lavaplatos-lavamanos?

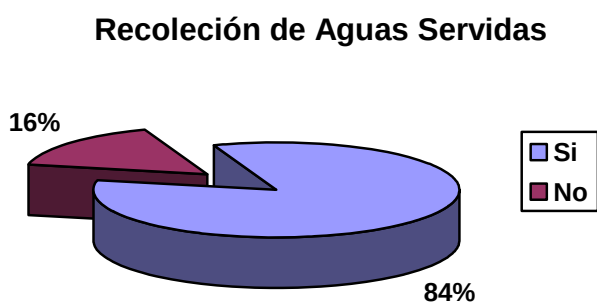
- ☐ SI
- ☐ NO



El 76% de la muestra, solicita tenga instalado un lavabo para suministro e higiene personal.

🚦 ¿le gustaría contar con un recipiente empotrado para la recolección de las aguas servidas?

- ☐ SI
- ☐ NO

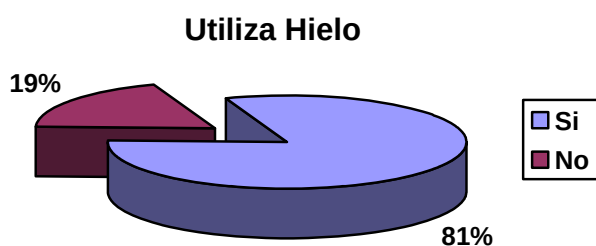


El 84% de la muestra, esta de acuerdo en la instalación de un recipiente que permita recolectar las aguas servidas por razones de salubridad. Mientras que el 16% restante simplemente prefieren vaciar las aguas servidas en el alcantarillado.

3. En cuanto al frío:

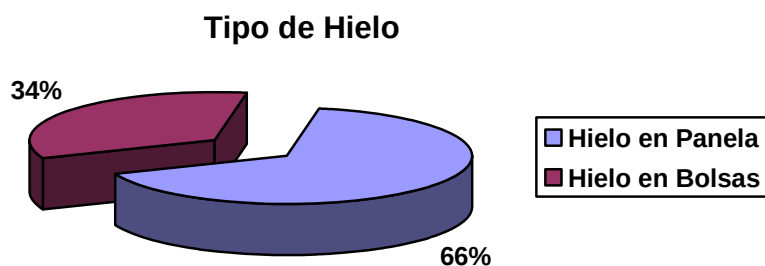
🚩 ¿Utiliza hielo en su negocio?

0 SI
0 NO



El 81% de la muestra, utiliza hielo para el expendio de sus comidas.

En caso afirmativo ¿Indique por favor que tipo de hielo utiliza y cual es su consumo diario?

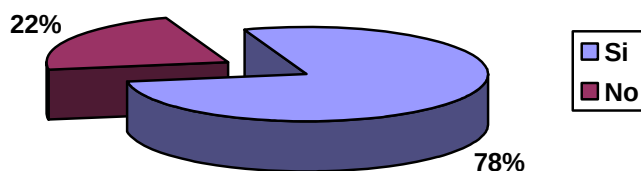


El 66% de los que consume hielo, lo consume en panela, esto para enfriar las bebidas y parte de su materia prima, con un promedio de 1½ panela al día. Mientras que el resto, lo consume en cubitos prácticamente para colocárselos a los refrescos, con un promedio de 2 bolsas diarias.

🚦 ¿Le gustaría contar con una unidad de refrigeración (equipo de frío)?

- ☐ SI
- ☐ NO

Unidad de Refrigeración

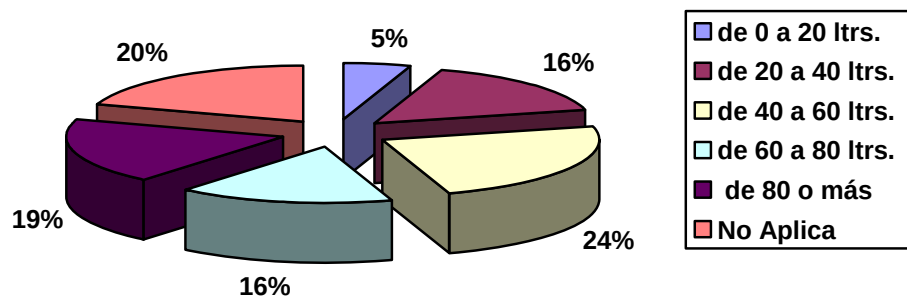


El 78% de la muestra, esta de acuerdo con la instalación de una unidad de refrigeración.

🚦 ¿De cuanto es la capacidad de las cavas que maneja?

- ☐ de 0 a 20 litros
- ☐ de 20 a 40 litros
- ☐ de 40 a 60 litros
- ☐ de 60 a 80 litros
- ☐ de 80 litros o más

Capacidad de las Cavas que Utiliza

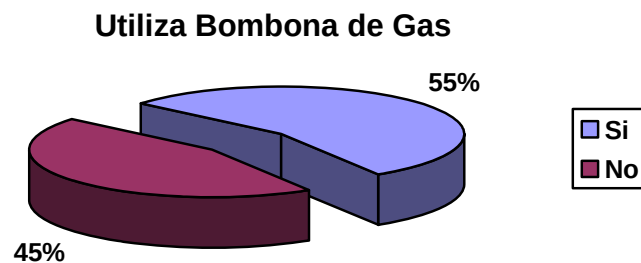


El 24% de la muestra, maneja una capacidad de 40 ltrs. a 60 ltrs., evidenciándose que existe una alta varianza en la capacidad de las cavas que manejan los expendios de venta ambulante.

4. En cuanto al gas:

¿Utiliza gas de bombona en su negocio?

- ☐ SI
- ☐ NO



El 55% de los encuestados, utiliza bombonas de gas en su negocio, las cuales pertenecen en más de un 90% al rubro de perros calientes.

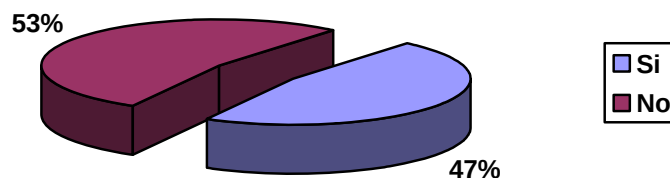
En caso afirmativo, ¿Cual es su consumo promedio?

El promedio es de una (1) bombona de 8 -10 Kgrs. por semana.

¿De ser posible, sustituiría las bombonas de gas por electricidad?

- ☐ SI
- ☐ NO

Disposición a Sustituir el Gas por Electricidad

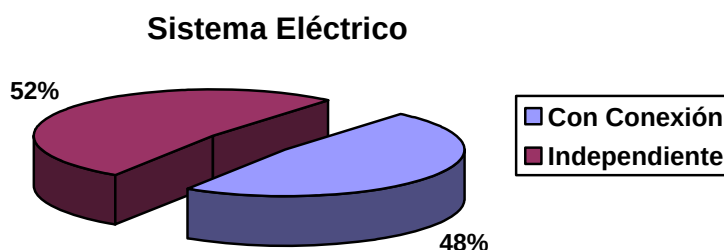


El 53% de los que sí utilizan bombonas de gas, no estaría de acuerdo en cambiar ese sistema por sistemas eléctricos, básicamente motivado por rapidez en la cocción, y por que además lo consideran más económico. El restante 47% estaría de acuerdo, pero es considerado por ellos inviable.

5. De las siguientes categorías, indique cual desearía para su negocio:

 En cuanto al sistema eléctrico

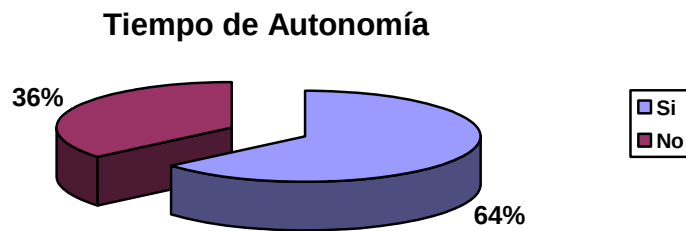
- ☐ **Con conexión a la red eléctrica, ó**
- ☐ **Independiente de la red eléctrica (sistema de baterías recargables)**



Al 52% de la muestra le gustaría tener conexión independiente de red eléctrica, dado que ellos consideran que esa alternativa les permitiría una mayor libertad. El resto se encuentra, dentro de los que prefieren con conexión a la red eléctrica o simplemente no la requieren.

 De preferir Independiente de la red eléctrica, ¿Considera usted que son suficientes 6 - 8 horas de autonomía?

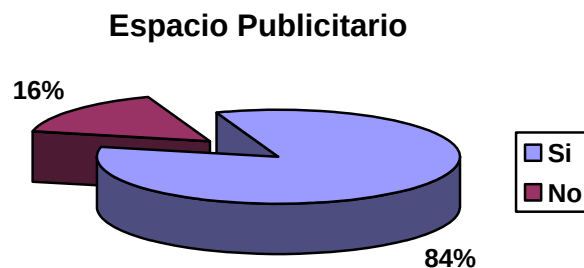
- ☐ **SI**
- ☐ **NO**



Al 64% de los encuestados que optan por el sistema autosuficiente, les parece que de 6 a 8 horas de autonomía diarias son suficientes. El 36% restante, aquellos que opinan que de 6 a 8 horas son insuficientes, desearían una autonomía diaria promedio entre 10 y 12 horas.

🚦 **¿Desearía disponer usted de espacio publicitario en su negocio?**

- ☐ SI
- ☐ NO

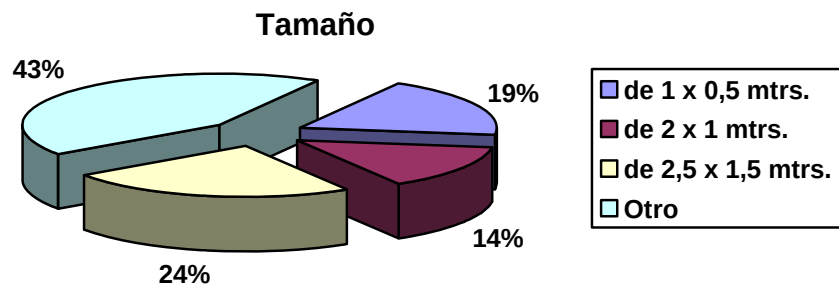


Al 84% de la muestra le gustaría contar con espacio publicitario propio, y no para terceros, dado que simplemente estos ofrecen mejoras iniciales al punto de venta pero no descuentos sobre los productos que reflejan la publicidad.

6. De la siguiente lista de características ¿Cuáles son sus preferencias en cuanto a?:

 Tamaño

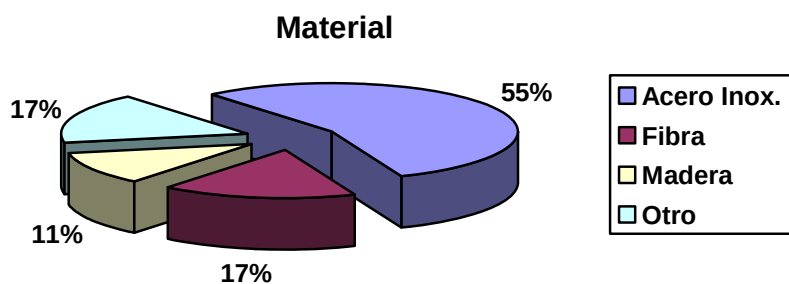
- ☐ 1 x 0.5 m
- ☐ 2 x 1 m
- ☐ 2.50 x 1.50 m
- ☐ Otro _____



Debido a los diferentes tipos de expendios, el renglón otros muestra la mayor proporción. El 43% de los encuestados manifiesta diversos tipos de tamaño según su experiencia y conveniencia.

 Material

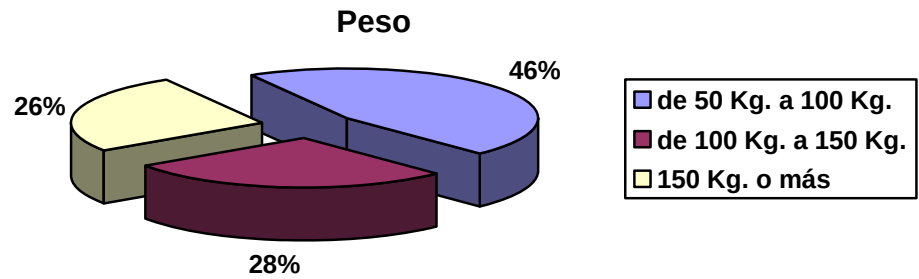
- ☐ Acero Inoxidable
- ☐ Fibra de Vidrio
- ☐ Madera
- ☐ Otros _____



El 55% de la muestra prefiere el Acero Inoxidable, por razones de seguridad, higiene, resistencia a la intemperie. Un 17% se presenta tanto en la selección de Fibra de Vidrio como en Otros, en este último caso el material más mencionado resultó el Aluminio, mientras solo un 11% lo prefiere en madera.

Peso

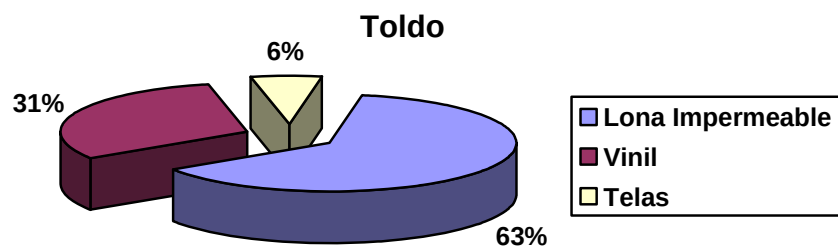
- ☐ 50 kg. a 100 kg.
- ☐ 100 kg. a 150 kg.
- ☐ 150 kg. o más
- ☐ Otro _____



El 46% de la muestra prefería que el “carrito” para el expendio de su producto estuviese entre 50 y 100 Kgrs. porque así sería fácilmente manejable.

Toldo

- ☐ de tela
- ☐ de vinil
- ☐ de lona Impermeable

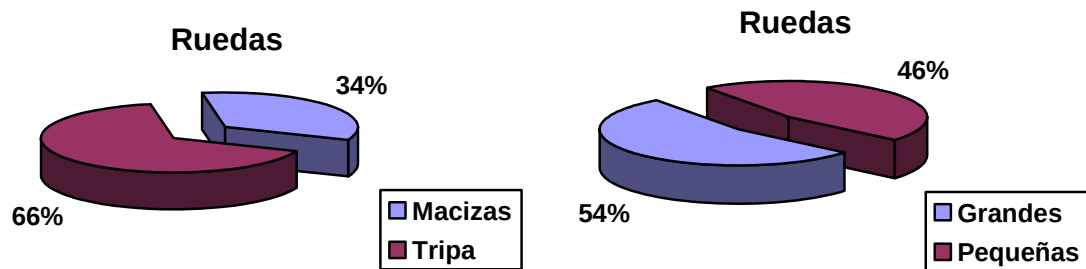


El 63% de la muestra prefiere los toldos de lona impermeable.

Ruedas

- ☐ **Macizas, ó**
- ☐ **Con Tripa**

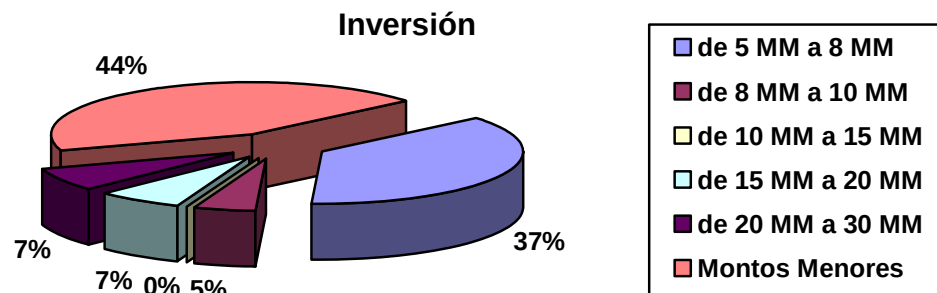
- ☐ **Grandes, ó**
- ☐ **Pequeñas**



La mayoría se inclina por ruedas con tripa y grandes, dado que les permite amortiguar las vibraciones y vencer más fácilmente los obstáculos.

7. De acuerdo a su selección, ¿cuanto estaría usted dispuesto a invertir en este producto?

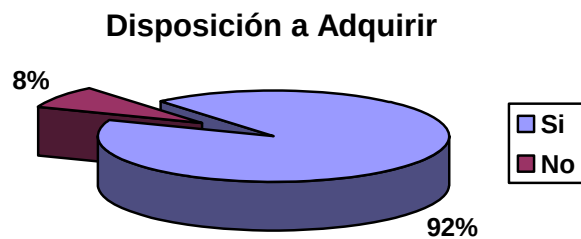
- ☐ entre 5 y 8 millones
- ☐ entre 8 y 10 millones
- ☐ entre 10 y 15 millones
- ☐ entre 15 y 20 millones
- ☐ entre 20 y 30 millones
- ☐ montos menores



En el 44% de la muestra representado por el renglón montos menores, los precios mencionados oscilaban entre 1 MM. y 3 MM.

8.- ¿Estaría dispuesto a invertir en este producto si las características deseadas por usted hacen que el costo de éste sea superior al estimado?

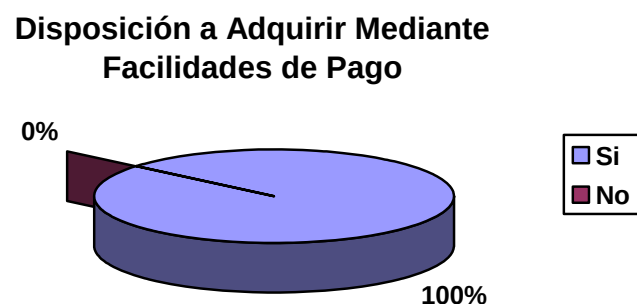
- ☐ SI
- ☐ NO



El 92% de la muestra estaría dispuesto a adquirir el “carrito” siempre y cuando al observarlo, les guste y se adapte a sus necesidades, a pesar de que el costo de éste sea superior al estimado.

En caso negativo, ¿Estaría interesado en adquirir este producto si se le ofrece ayuda, por ejemplo, con algún tipo de crédito o facilidad de pago?

- ☐ SI
- ☐ NO

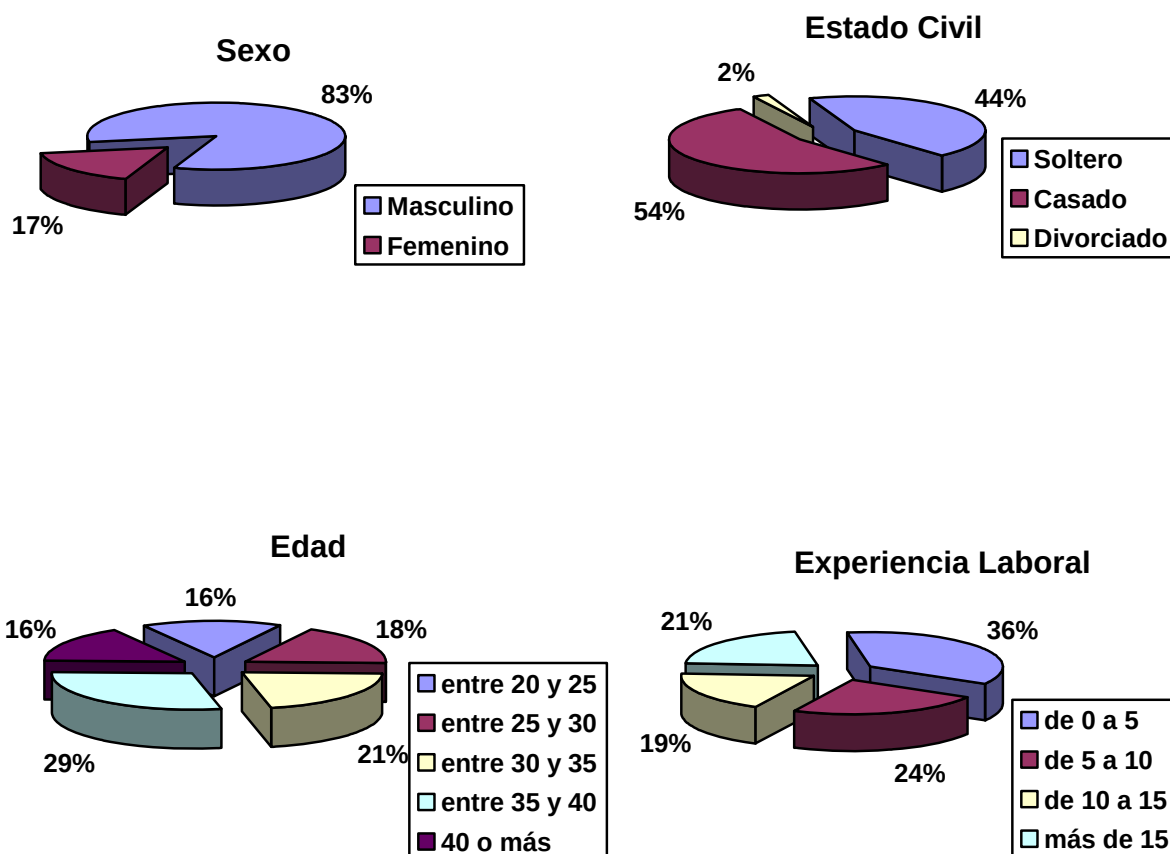


El 100% de los encuestados que no estarían dispuestos a invertir en este producto si las características deseadas por ellos hacen que el costo sea superior del estimado, se inclinaría por la adquisición del vehículo, siempre y cuando se le ofrezca alguna forma de financiamiento.

9. Le invitamos a escribir en estas líneas cualquier otra opinión que considere necesaria.

Ante esta solicitud, las respuestas eran muy variadas, destacándose por ejemplo, cosas como: una papelería empotrable, pitilleras, porta vasos empotrados y por sobre todo, una asesoría en la distribución y la organización o layout del mostrador del “carrito”.

10. Datos de los Encuestados



Comentarios resaltantes en las entrevistas realizadas

Los expertos en el área, ciertamente consideran que el nivel de la venta ambulante de alimentos se ha incrementado enormemente en los últimos años. La economía informal ha absorbido a casi la totalidad de los nuevos trabajadores que se insertan en el mercado laboral cada año, así como a los desempleados en este marco de crisis y recesión. Es, este sector, el mayor responsable por la totalidad de los nuevos empleos que se generan.

Se está elaborando actualmente el Proyecto de la Nueva Ordenanza que regulará el expendio de la venta ambulante en el municipio Libertador; las autoridades esperan este listo para finales del 2006 principios del 2007.

Para el expendio de la venta ambulante en el municipio Libertador, son necesarios una serie de recaudos, los cuales se detallan a continuación:

Recaudos necesarios para la venta ambulante de alimentos

- o Copia de la Cédula de Identidad.
- o Dos (2) fotografías de frente de la persona interesada.
- o Croquis de ubicación del puesto de venta.
- o Certificado de Salud.
- o Curso de Manipulación de Alimentos.
- o Permiso Sanitario.
- o Título de Propiedad del kiosco o del carrito.
- o Carta de Solicitud dirigida al coordinador de Economía Informal.
- o Carta Aval de la Junta Parroquial.
- o Carta Aval de la Asociación de Vecinos.
- o Carta de Residencia expedida por la Jefatura Civil.
- o Carta de Buena Conducta expedida por la Jefatura Civil.

Las autoridades coinciden en que el rubro más problemático es el de las Frituras, el cual incluye la venta de pastelitos, cachapas, arepas, churros etc., principalmente por el peligro que conlleva el aceite junto a la llama de las hornillas, a parte de la insalubridad y la falta de refrigeración de la materia prima que utilizan.

La idea de ofrecer vehículos no solo estéticamente atractivos sino autosuficientes para el expendio de alimentos en la vía pública, resulto ser muy apreciada por las personas entrevistadas, quienes consideran viable el proyecto, sobre todo para ayudar a aquellos expendedores que se destacan del resto por tener cualidades que les hace emprendedores.

CONCLUSIONES

Luego de tabular los resultados obtenidos, se puede concluir que, entre las características de los “carritos” con mayor interés por parte de los encuestados están: la posibilidad de contar con suministro de agua a través de recipientes empotrados, ya que el 97% de ellos desearía contar con dicha posibilidad, en tanto que al 84% de la muestra le gustaría además contar con recipientes empotrados para la recolección de las aguas servidas; la disponibilidad de compartimientos refrigerados fue otra de las características apreciadas en el 78% de los casos. La posibilidad de incluir espacios publicitarios que les permita identificarse, así como la inclusión de un lavabo fueron otras de las ideas que realmente llamaron la atención. En cuanto al sistema eléctrico las opiniones están ciertamente divididas, si bien, es la característica que daría una autonomía como tal, se inclinaban por ella, sobre todo personas que debían cancelar montos cercanos a los 6.000 Bs. /día en comercios aledaños (para que estos les facilitaran el suministro de electricidad), ó personas que movilizaban sus “carritos” continuamente.

Ahora bien, se pudo observar además, que los encuestados estiman costos mucho menores de lo que realmente serían para las diversas soluciones a ofrecer. Sin embargo, ante la opción de poder obtener facilidades de pago, inclusive a costos del doble de lo que ellos estiman, estarían dispuestos en adquirir un vehículo que les permita mejorar su imagen e incrementar sus ventas.

Por lo anterior expuesto y como parte fundamental de esta investigación, se llega a concluir que es factible introducir en el mercado venezolano “carritos” autosuficientes para la venta ambulante, ya que existe realmente la demanda para este tipo de producto, dado que el 92% de los encuestados estaría dispuesto en adquirir un producto con características especiales de

autosuficiencia que además les permita mejorar su imagen e incrementar sus ventas; este 92% representa más de 92.000 unidades a nivel nacional; es importante recalcar que, solo un pequeño porcentaje de este 92%, cerca del 6%, están conscientes del costo real dentro del cual pudieran oscilar los precios del producto, que en términos numéricos representa algo más de 5.000 unidades. Sería éste por tanto, el volumen inicial estimado de ventas, dado que actualmente no existen potenciales competidores. Y, si además se considera que hoy en día el sector informal de la economía absorbe 9 de cada 10 nuevos “empleos”, se puede inferir que la demanda será sostenida en los años subsiguientes.

Dentro de las empresas de consumo masivo que mayor demanda de unidades pudieran solicitar, se encuentran las de helados ciertamente, así como las de bebidas tipo refresco. Las empresas dedicadas a la fabricación de helados de palito por ejemplo, solicitaban (según experiencia del autor) ya a principios de los años ´90 una demanda de unas 4.000 unidades anuales en carritos de helados, por tanto una solución realmente atractiva con una serie extra de valores añadidos absorbería un porcentaje que pudiera rondar el 10 -15% de la demanda en este tipo de soluciones; se estaría hablando tal vez de unas 400-500 unidades anuales demandadas solamente en ese rubro, mucho menor que la demanda estimada por el sector informal de la economía. Ahora bien, al ofrecer un producto superior (dado el poder adquisitivo) a empresas de consumo masivo por la serie de valores añadidos, el monto de las ventas por unidad vendida sería digamos unas tres veces mayor del que pudiera obtenerse en la economía informal. Algo nada despreciable de tomar en cuenta, siempre y cuando por supuesto, la capacidad instalada permita atender también a este sector.

No se quiere dejar de mencionar dentro de estas conclusiones la posibilidad de derivar el presente trabajo, el cual estuvo enfocado sobre

“carritos” ambulantes remolcados por los propios expendedores; otra interesante variante pudiera ser, la de realizar un estudio de factibilidad para comercializar en el mercado venezolano “autonegocios”, estructuras especialmente transformadas y preparadas para ser instaladas sobre camiones tipo furgón o trailers. Estas carrocerías estarían equipadas con todo lo necesario para desenvolverse en la tarea de la venta ambulante, ofreciendo mayores condiciones de orden, seguridad, higiene y salubridad, de las que se ofrecen actualmente en los eventos al aire libre, en los mercados populares organizados por las alcaldías, así como en los diversos caseríos de la provincia.

De realizarse éste estudio, sería conveniente además del análisis de la demanda, la formulación y evaluación de un proyecto completo de inversión referente a su manufactura.

RECOMENDACIONES

Es importante resaltar que de llevarse a cabo este proyecto, los expertos deben tomar en cuenta aspectos técnicos muy importantes, que permitan ofrecer todas esas soluciones deseadas en espacios realmente reducidos.

Ponerse en contacto con entes gubernamentales que permitan alianzas entre el fabricante, intermediarios y dueños de negocios, facilitaría la adquisición de los “carritos” autosuficientes por parte de los expendedores de alimentos ambulantes.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, Fidias G. (2006). *El Proyecto de Investigación* (5^{ta} ed.).
Caracas: Episteme

Bernal, Cesar Augusto (2000). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Bogotá: Prentice-Hall

Cartilla de la F.U.T.R.A.N.D. (Federación Única de Trabajadores No Dependientes)

Reseña Histórica, Logros y Reivindicaciones de los
Trabajadores no Dependientes en la Economía Informal

Informe Mensual del INE (Dic 2005)
Encuesta Hogares por Muestreo
Situación de la Fuerza de Trabajo en Vzla.

Informe Semestral del INE Primer Semestre 2004
Indicadores de la Fuerza de Trabajo; Total Nacional

ANEXOS

Formato Encuesta: (expendios de venta ambulante)

Factibilidad de introducir al mercado carritos ambulantes autosuficientes

La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información de tipo cualitativo que beneficiará la imagen y el servicio brindado por los vendedores ambulantes de alimentos, además de ayudar a fabricar un carrito que se adapte a sus necesidades.

Para los resultados de este trabajo consideramos su opinión de suma importancia, por lo cual le agradecemos el tiempo y la dedicación para contestar la presente encuesta,

Los datos aportados en este cuestionario serán completamente confidenciales y su uso será estrictamente con fines académicos como parte de un trabajo de investigación de los alumnos de Postgrado de la Universidad Católica Andrés Bello.

No hay respuestas correctas o incorrectas, todas son validas.

Actividad Económica _____

1.- ¿Estaría usted interesado en adquirir una solución que le permita mejorar la imagen de su producto así como incrementar sus ventas?

- ☐ S I
- ☐ NO

2.- En cuanto al agua:

✚ ¿Utiliza agua en su negocio?

- ☐ S I
- ☐ NO

En caso afirmativo, ¿Indique por favor cual es su consumo diario?

- ☐ de 0 a 10 litros
- ☐ de 10 a 20 litros
- ☐ de 20 a 30 litros
- ☐ de 30 litros o más

✚ ¿Le gustaría contar con este suministro, a través de un recipiente recargable empotrado?

- ☐ S I _____ litros
- ☐ NO

✚ ¿Le gustaría contar con un pequeño lavaplatos-lavamanos?

- ☐ S I
- ☐ NO

✚ ¿Le gustaría contar con un recipiente empotrado para la recolección de las aguas servidas?

- ☐ S I
- ☐ NO

3.- En cuanto al frío:

✚ ¿Utiliza hielo en su negocio?

- ☐ S I
- ☐ NO

En caso afirmativo ¿Indique por favor que tipo de hielo utiliza y cual es su consumo diario?

✚ ¿Le gustaría contar con una unidad de refrigeración (equipo de frío)?

- ☐ S I
- ☐ NO

✚ ¿De cuanto es la capacidad de las cavas que maneja?

- ☐ de 0 a 20 litros
- ☐ de 20 a 40 litros
- ☐ de 40 a 60 litros
- ☐ de 60 a 80 litros
- ☐ de 80 litros o más

4.- En cuanto al gas:

✚ ¿Utiliza gas de bombona en su negocio?

- ☐ S I
- ☐ NO

En caso afirmativo, ¿cual es su consumo diario?

✚ ¿De ser posible, sustituiría las bombonas de gas por electricidad?

- ☐ S I
- ☐ NO

5.- De las siguientes categorías indique cual desearía para su negocio:

✚ En cuanto al sistema eléctrico

- ☐ Con conexión a la red eléctrica, ó
- ☐ Independiente de la red eléctrica (sistema de baterías recargables)

✚ De preferir Independiente de la Red Eléctrica, ¿Considera usted que son suficientes 6 - 8 horas de autonomía?

- ☐ S I
- ☐ NO

✚ ¿Desearía disponer usted de espacio publicitario en su negocio?

- ☐ S I
- ☐ NO

6.- De la siguiente lista de características, ¿Cuáles son sus preferencias?
en cuanto a:

✚ Tamaño

- ☐ 1 x 0.5 m
- ☐ 2 x 1 m
- ☐ 2.50 x 1.50 m
- ☐ Otro _____

Material

- ☐ Acero Inoxidable
- ☐ Fibra de Vidrio
- ☐ Madera
- ☐ Otros _____

Peso

- ☐ 50 kg. a 100 kg.
- ☐ 100 kg. a 150 kg.
- ☐ 150 kg. o más

Toldo

- ☐ de tela
- ☐ de vinil
- ☐ de lona impermeable

Ruedas

- ☐ Macizas, ó
- ☐ Con Tripa

- ☐ Grandes, ó
- ☐ Pequeñas

7.- De acuerdo a su selección, ¿cuanto estaría usted dispuesto a invertir en este producto?

- ☐ entre 5 y 8 millones
- ☐ entre 8 y 10 millones
- ☐ entre 10 y 15 millones
- ☐ entre 15 y 20 millones
- ☐ entre 20 y 30 millones

8.- ¿Estaría dispuesto a invertir en este producto si las características deseadas por usted hacen que el costo del producto se encuentre a un costo superior del estimado por usted?

- ☐ SI
- ☐ NO

En caso negativo, ¿estaría interesado en adquirir este producto si se le ofrece ayuda, por ejemplo, con algún tipo de crédito o facilidad de pago?

- ☐ SI
- ☐ NO

9.- Le invitamos a escribir en estas líneas cualquier otra opinión que considere necesaria.

Sexo	Estado Civil	Edad	Experiencia Laboral
☐ Masculino ☐ Femenino	☐ Soltero ☐ Casado ☐ Divorciado	☐ 20 - 25 años ☐ 25 - 30 años ☐ 30 - 35 años ☐ 35 - 40 años ☐ 40 o más	☐ 0 - 5 años ☐ 5 - 10 años ☐ 10 - 15 años ☐ 15 - 20 años

Agradecemos su valiosa colaboración...

Formato Entrevista: (expertos)

Factibilidad de introducir al mercado carritos ambulantes autosuficientes

La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información de tipo cuantitativo que permita dilucidar la factibilidad de introducir al mercado un carrito con características especiales para establecer la venta ambulante de alimentos.

Agradecemos su valiosa colaboración...

1. IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

- Nombres y Apellidos:

- Nombre de la Compañía:

-Actividad Comercial:

- Cargo:

- Teléfono de contacto:

2. IDENTIFICACIÓN DE LA SITUACIÓN

a) ¿Cómo considera que ha sido el nivel de ventas ambulantes en el último año - semestre?

_____ Se ha incrementado

_____ Ha disminuido

_____ Se ha mantenido

b) ¿Cuáles son los pasos ó canales regulares a seguir para la instalación de un expendio de venta ambulante?

c) ¿Existe alguna ordenanza o decreto al respecto?

d) ¿Que documentación es necesaria para cumplir con la venta ambulante de alimentos?

e) Enumere en orden de importancia los principales rubros alimenticios que adquiere la población en este tipo de expendio.

f) ¿Cual es el rubro más problemático?

- ☐ Helados
- ☐ Perros Calientes
- ☐ Chicha
- ☐ Granizados
- ☐ Frituras
- ☐ Otros

Especifique:

¿Porque?

g) ¿Considera usted que existiría la demanda de carritos ambulantes autosuficientes, por parte de los vendedores ambulantes?

h) ¿De ser así como la consideraría?

___ Alta
___ Media
___ Baja

i) ¿Que porcentaje de los expendedores de venta ambulante considera usted que se inclinaría por esta solución?

___ %

j) ¿Es factible que este tipo de producto sea financiado o subsidiado de alguna manera por parte de entes gubernamentales?

____ SI

____ NO

Explique:
