



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DIRECCIÓN DE POST-GRADO

**ESTUDIO DE MERCADO PARA INSTALAR UN LOCAL DE COMIDA
RAPIDA EN LA ESTACIÓN CARACAS DE LA LÍNEA DE TRENES
CHARALLAVE – CARACAS MARZO 2007**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al Grado de Especialista en Economía
Empresarial

Autor: Ana Paezbravo

Tutor: Vincenzo Ruggiero

A mi madre, quien ha vigilado mis sueños desde que me trajo a este mundo y me ha enseñado que trabajando y no dependiendo de nadie es posible alcanzar lo inimaginable.

A mi padre al cual le debo el haber conocido a mi abuela, la mujer más importante en mi vida.

A mi hermana, quien me ha apoyado incondicionalmente en cada proyecto importante que he emprendido en la vida.

A mis amigas, quienes a pesar de la distancia me han apoyado en cada momento de mi vida.

A mi tutor por el tiempo y la dedicación para ver finalizado este trabajo de postgrado.

RECONOCIMIENTOS

Esta investigación ha contado con la colaboración del Profesor Vincenzo Ruggiero, quien aceptó ser mi tutor y ha realizado grandes aportes al desarrollo de la misma. Por esta razón, le agradezco cada palabra y cada gesto de aliento los cuales han significado un gran estímulo para alcanzar esta meta.

Agradezco a la Universidad Católica Andrés Bello, por haberme brindado la oportunidad de formar parte de este post-grado.

ÍNDICE GENERAL

pp.

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

CAPÍTULOS

I EL PROBLEMA

Necesidad de la investigación.....	3
Objetivos de la investigación.....	4
Problemas.....	5
Justificación.....	6
Limitaciones.....	6

II MARCO TEÓRICO

Investigación de mercado.....	8
Local de Comida Rápida.....	21
Instituto Autónomo de Ferrocarriles del Estado (IAFE).....	25
Marco regulatorio.....	34

III MARCO METODOLÓGICO

Aspectos Metodológicos.....	46
-----------------------------	----

IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Investigación exploratoria.....	56
---------------------------------	----

Investigación descriptiva.....	57
Perfil de los usuarios potenciales.....	68
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFIA.....	74
CURRÍCULUM VITAE.....	75

LISTA DE CUADROS

CUADRO

	pp.
1 Entrevista a expertos del área de comida rápida.....	47
2 Entrevista a directivos del lafe.....	48
3 Entrevista a inversionistas.....	49
4 Otra información recopilada con entrevistas.....	50
5 Formato de encuesta.....	51
6 Población objetivo.....	53

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO	pp.
1 Resultados de la pregunta N° 1.....	57
2 Resultados de la pregunta N° 2.....	58
3 Resultados de la pregunta N° 3.....	59
4 Resultados de la pregunta N° 4.....	59
5 Resultados de la pregunta N° 4.1.....	60
6 Resultados de la pregunta N° 4.2.....	60
7 Resultados de la pregunta N° 5.....	61
8 Resultados de la pregunta N° 6.....	61
9 Resultados de la pregunta N° 7.....	62
10 Resultados de la pregunta N° 8.....	63
11 Resultados de la pregunta N° 9.....	63
12 Resultados de la pregunta N° 10.....	64

13 Resultados de la pregunta N° 11.....	65
14 Resultados de la pregunta N° 12.....	65
15 Distribución de la muestra por sexo.....	66
16 Distribución de la muestra por estado civil.....	67
17 Distribución de la muestra por nivel de instrucción.....	67
18 Distribución de la muestra por tipo de vivienda.....	67

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

DIRECCIÓN DE POST-GRADO

Especialización en Economía Empresarial

**ESTUDIO DE MERCADO PARA INSTALAR UN LOCAL
DE COMIDA RAPIDA EN LA ESTACIÓN CARACAS DE
LA LÍNEA DE TRENES CHARALLAVE – CARACAS**

MARZO 2007

RESUMEN

En vista de la puesta en marcha de la Línea de Trenes Caracas-Charallave, resulta atractivo realizar una investigación de mercado que permita evaluar la factibilidad económica de instalar un local que brinde el servicio de comida rápida en la Estación Caracas de esta línea. Este estudio de mercado se realizó en dos fases, en primer lugar una investigación exploratoria que consistía básicamente en entrevistas con expertos en el área de comida rápida y directivos del Instituto Autónomo de Ferrocarriles del Estado (IAFE) obteniéndose como resultado que la instalación de este local pasa por la aprobación del IAFE. La segunda etapa, consiste en la aplicación de una encuesta a potenciales usuarios de esta línea de trenes, obteniéndose como resultado que un alto porcentaje de la muestra manifestó su intención de utilizar este servicio a través de un local establecido para esto, lo que implica que la factibilidad económica del proyecto está garantizada.

INTRODUCCIÓN

El Programa en Economía Empresarial de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), ha contribuido a la formación de profesionales que puedan discernir sobre la dinámica económica y comportamiento de los integrantes de las empresas y del gobierno, conducente al bienestar económico y social de la comunidad venezolana abierta al resto del mundo. En este aspecto, el conocimiento de los mercados y sus potencialidades tiene vital importancia para los estudiantes de este post-grado.

Bajo esta premisa, la investigación y el estudio de nuevas alternativas de negocios, de nuevas potencialidades económicas o de nuevas modalidades de inversión representan un territorio extenso de objetos de exploración y análisis. Es así, como la investigación de mercados se convierte en herramienta esencial del estudiante de post-grado.

De igual forma, cada vez que se investiga sobre un determinado aspecto del mercado surgen otros puntos que pueden ser desarrollados en esa investigación. Siempre se presentan nuevas alternativas de investigación y por tanto nuevas alternativas de negocio.

Dadas las características sociales y culturales de la población venezolana, los locales de comida rápida han significado una excelente estrategia de negocios y las investigaciones de mercado, al respecto, últimamente se enfocan no sólo en la posibilidad de satisfacer una demanda de servicios de comida sino también de cualquier otro servicio tales como servicio de telecomunicaciones, u obtener el periódico o revistas para el entretenimiento del usuario durante su viaje entre otros.

En los últimos años el gobierno nacional ha emprendido el desarrollo de un sistema nacional de ferrocarriles, que comunique los principales

centros de producción con los principales centros de consumo. Este sistema representa una alternativa a los sistemas de transporte que tradicionalmente se han empleado en el país para el traslado de mercancías y personas.

Los puntos de embarque y desembarque del sistema de trenes se presentarán como áreas con posibilidades de desarrollo de nuevos emprendimientos que busquen satisfacer las necesidades de servicio de los usuarios (potenciales clientes). El tramo inicial que se puso en marcha a finales del año 2006, une a la capital de la República Bolivariana de Venezuela, la ciudad de Caracas, con los Valles de Tuy el cual no solamente transportará pasajeros sino también cargas de mercancías. Además este tramo, servirá de enlace entre la Capital del país y la Red Ferroviaria Nacional la cual se encuentra en estudio y desarrollo.

Se tiene previsto que todas las estaciones de pasajeros de este tramo ofrezcan espacios comerciales que promueven el bienestar económico y social de las comunidades. La Estación Terminal Caracas, ubicada en La Rinconada, es sin duda alguna, el espacio comercial más atractivo para los inversionistas porque allí convergerán todos los pasajeros (potenciales clientes) que se dirijan a esta metrópolis y las cargas de mercancías a los principales centros de consumo.

Una de estas alternativas, la conforma la instalación de un local de comida rápida en esta estación que satisfaga las necesidades de alimentación de los pasajeros de la línea de trenes. La investigación que se presenta, a continuación, pretender determinar la factibilidad, desde el punto de vista de mercado, de la instalación de un local que ofrezca el servicio de comida rápida en la Estación Caracas en la Rinconada de esta línea de trenes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Necesidad de la investigación

Históricamente, la creación de nuevas vías de transportes ha contribuido a cambios significativos en el ámbito social, económico, político y cultural de los centros poblados adyacentes. Estos cambios vienen acompañados de oportunidades de negocios, y estas opciones son evaluadas por los inversionistas a fin de seleccionar la mejor alternativa e invertir en aquel negocio que genere la mayor rentabilidad.

Para finales del año 2006 se puso en marcha la línea de trenes que une la región de los Valles del Tuy con la capital de la República Bolivariana de Venezuela, la ciudad de Caracas; siendo esta una gran fuente de empleo por excelencia para los habitantes de las ciudades dormitorios de Charallave, Cúa y otras zonas ubicadas en los Valles del Tuy; esto se traduce en un incremento de la demanda de servicios de transporte entre ambos lugares. Esta demanda excedente será satisfecha, además, por la línea de trenes que se unirá con la ampliación de la Línea 3 (Rinconada – El Valle) del Metro de Caracas, asegurando un flujo creciente de usuarios, con necesidades de servicios de todo tipo.

En este sentido, las estaciones de esta línea de trenes y sus adyacencias se convertirán en excelentes alternativas de inversión. La prestación de servicios de comida rápida representa un claro objetivo de negocio, dentro de las alternativas de inversión, promovidas por la instalación y puesta en marcha de esta línea de trenes.

Ante esta necesidad creciente de servicios, por parte de los usuarios de esta vía de transporte, se plantea la instalación de un local que ofrezca comida rápida en la Estación de Trenes Caracas, ubicada en La Rinconada, destinado a satisfacer las necesidades de alimentación de los transeúntes que se desplazan por estas instalaciones y conecten por este medio de

transporte desde los Valles del Tuy hasta la capital de la República Bolivariana de Venezuela.

Este local de comida rápida estará destinado, no sólo, a satisfacer necesidades básicas de nutrición y refrigerios, venta de periódicos y revistas así como cualquier otro servicio que demanden los usuarios de este medio de transporte y que se pueda satisfacer en el local.

De esta manera, una investigación de mercado que pretenda conocer las necesidades de los usuarios de esta línea de trenes en cuanto a servicios de comida rápida (incluso de otros servicios privados y/o públicos) representa una importante fuente de análisis.

Para determinar la factibilidad económica de este proyecto, se realizó una investigación de mercado, la cual tomó en consideración que esta línea de trenes iniciaría sus operaciones para finales del año 2006 y que los locales serán adjudicados por el IAFE o el primer mandatario Nacional en el primer trimestre del año 2007 y se estima que estarán prestando los respectivos servicios a mediados del año 2007.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Detectar las necesidades del servicio de comida rápida, que requieren los usuarios potenciales de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora), el cual se puso en marcha en Octubre 2006, y los locales se tiene previsto que estarán disponibles para ofrecer los servicios respectivos a mediados del año 2007.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Determinar que tipos de comida rápida y refrigerios serán requeridos por los usuarios potenciales de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora).

2. Identificar los atributos de cada comida a ofrecer requeridos por los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora).
3. Analizar la manera en que desean los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora) que se atiendan sus necesidades de comida rápida.
4. Determinar las necesidades de otros servicios básicos, diferentes al servicio de comida rápida, y su modo de atención que requieren los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora).
5. Determinar las necesidades de programas y/o misiones del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, de los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora).

1.3. Problemas

1. ¿Cuáles son las necesidades de comida rápida que requieren los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora)?
2. ¿Cuáles atributos deben caracterizar el servicio de comida rápida requeridos por los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora)?
3. ¿Cómo desean los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora) que se atiendan sus necesidades de servicios de alimentación?
4. ¿Qué otros servicios básicos requieren los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora)?
5. ¿Cómo les gustaría a los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora) que se atiendan estas necesidades?

6. ¿Cuáles son las necesidades de programas y/o misiones del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela de los potenciales usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio (Tramo Ezequiel Zamora)?

1.4. Justificación

En vista de las expectativas generadas por la instalación de la línea de trenes que comunica a los Valles del Tuy con la ciudad de Caracas y por el elevado y además creciente número de personas que se espera utilicen este medio para trasladarse, se hace necesario una investigación de mercado que permita determinar las necesidades de servicios básicos (en particular, servicios de comida rápida) de los posibles y usuarios de este medio de transporte.

Ante el gran número de personas que trabajan en Caracas quienes utilizan ciudades como Charallave y Cúa como dormitorios, las cuales se trasladan a través de diferentes medios de transporte y considerando que el servicio de comida rápida es primordial para muchos de estos usuarios (potenciales clientes) la viabilidad de esta investigación de mercado está garantizada.

1.5. Limitaciones

Una de las principales limitaciones de esta investigación, se refiere a que la puesta en marcha de esta línea de trenes se tiene prevista para el año 2006, pero los locales para ofrecer los distintos servicios estarán listos a mediados del año 2007, por lo tanto para la determinación de nuestros potenciales clientes se debe basar en el supuesto de que ellos utilizarán, o no, este servicio de transporte.

Asimismo, en vista que esta línea de trenes es responsabilidad de un Instituto del Estado (Instituto Autónomo del Estado), la instalación y asignación de un local para ofrecer comida rápida no sólo está supeditada por los resultados de la investigación de mercado sino por las estrategias de comercialización con el Estado.

Otra limitación de la investigación, es que la población objetivo del estudio se encuentra ubicada geográficamente en lugares relativamente distantes entre si y tienen diferentes características socioeconómicas y culturales. En este sentido, la población objetivo es heterogénea como consecuencia de la poca proximidad de los lugares de residencia y de influencia. Se debe destacar, que los centros poblados de los Valles del Tuy tienen particularidades disímiles entre si y esto representa una limitación en el estudio a realizar.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Investigación de mercado

2.1.1. Definición de investigación de mercado

La investigación de mercado es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado. Se utiliza para poder tomar decisiones sobre:

- la introducción al mercado de un nuevo producto o servicio.
- los canales de distribución más apropiados para el producto.
- cambios en las estrategias de promoción y publicidad.

Una investigación de mercado refleja cualquiera de las siguientes informaciones:

- cambios en la conducta del consumidor.
- cambios en los hábitos de compra.
- la opinión de los consumidores.

2.1.2. Objetivos de la investigación de mercado

Los objetivos de la investigación se pueden dividir en tres:

- **Objetivo social:**

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

- **Objetivo económico:**

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa, por ejemplo, al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y así saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

- Objetivo administrativo:

Ayudar al desarrollo de su negocio, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado en el tiempo oportuno.

2.1.3. Beneficios de la investigación de mercado

Los beneficios más importantes de la investigación de mercados son los siguientes:

- Se tiene más y mejor información para tomar decisiones acertadas, que favorezcan el crecimiento de las empresas.
- Proporciona información real y expresada en términos más precisos, que permiten solventar con un mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios.
- Ayuda a conocer el tamaño del mercado, en el caso de vender o introducir un nuevo producto.
- Suministra información necesaria para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores durante la investigación.
- Determina el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando.
- Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etcétera.
- Permite monitorear cambios en los gustos y preferencias de los clientes, así la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quedar fuera del mercado.

2.1.4. Etapas del proceso de investigación de mercado

Las etapas de todo proceso de investigación de mercado son las siguientes:

- Definición del problema.

- Determinación de las necesidades de la información.
- Establecimientos de los objetivos de investigación.
- Selección de un tipo de investigación.
- Establecimiento de la hipótesis.
- Diseño de la recopilación de datos.
- Desarrollo de un plan de análisis.
- Recopilación de datos.
- Análisis.
- Conclusiones.
- Informe final.

2.1.4.1. Definición del problema

Es la fase más importante de la investigación de mercado y consiste en delimitar el problema de investigación que se pretende resolver. El trabajo del investigador consistirá en transformar este problema en un conjunto de necesidades de información específica y luego seleccionar alguna de estas necesidades como objetivo de investigación.

2.1.4.2. Determinación de las necesidades de la información

Una vez definido el problema el siguiente paso es determinar que tipos de información son las más apropiadas o útiles en la resolución del problema. En esta etapa se toma la decisión respecto a cuales son las necesidades de información prioritarias y las posibilidades de obtenerla.

2.1.4.3. Establecimiento de los objetivos de investigación

Posteriormente se delimitan los objetivos de la investigación los cuales definen los resultados posibles de la investigación de mercado. Este objetivo debe ser correctamente especificado.

2.1.4.4. Selección de un tipo de investigación

En esta etapa se define la forma en que será abordado el problema y consiste en determinar el tipo de investigación que se hará. La clasificación más común comprende desde lo exploratorio (que supone que no se tiene

ningún concepto concebido) hasta lo casual (que supone formas específicas de cómo una o más variables confluyen en una o más de las otras variables). Los estudios descriptivos se encuentran en un punto intermedio de la línea que va desde lo exploratorio hasta lo casual y suponen que se conocen algunas variables importantes.

2.1.4.5. Establecimiento de la hipótesis

Establecer las hipótesis de la investigación convierte la determinación del problema en una serie de afirmaciones (preguntas) que pueden expresarse con datos, por tanto, determinan el diseño de investigación, especificando los datos necesarios.

2.1.4.6. Diseño de la recopilación de datos

En esta etapa, se construye un instrumento de prueba mediante el cual los datos se obtienen realmente. Asimismo deben responderse las siguientes preguntas ¿A quien se va a muestrear? y ¿Quién habrá de realizar el trabajo?

2.1.4.7. Desarrollo de un plan de análisis

Una vez diseñado el instrumento estadístico se desarrollan las líneas de acción que permiten obtener los datos adecuados y la comprensión de los resultados esperados. Especificar esto como límite previo a la recopilación de datos, hace que la toma de decisiones, después de tener los resultados esté menos sujeta a la persuasión política.

2.1.4.8. Recopilación de datos

La recopilación de datos consiste en la aplicación del instrumento estadístico a la muestra seleccionada. Puede ser realizada por el mismo investigador o a través de la contratación de terceros.

2.1.4.9. Análisis

El análisis es, en un sentido, la parte menos interesante de casi toda la investigación. La única parte interesante de esta etapa la proporciona la

creatividad del analista al momento de conciliar los resultados con las percepciones previas a la investigación.

2.1.4.10. Conclusiones

Es el paso final dentro del proceso de investigación y permite detectar si la metodología utilizada ayudó a resolver el problema.

2.1.4.11. Informe final

El informe final debe representar un escrito de una o dos páginas que contengan la siguiente información fundamental:

- Problema.
- Método de estudio.
- Resultados básicos (hallazgos).
- Conclusiones.

2.1.5. Tipos de investigación de mercado

De acuerdo a su naturaleza, más aún, a la manera de recolección de los datos la investigación de mercado se suele clasificar de la siguiente manera:

- Exploratoria.
- Descriptiva.
- Experimental.
- Documental.

2.1.5.1. Investigación de mercado exploratoria

En este tipo de investigación, la recopilación de la información general se realiza a través de la consulta a fuentes primaria de información. Básicamente, consiste en la realización de entrevistas a expertos y/o conocedores de un tema específico, observaciones directas a las unidades de análisis y focus group o actividades grupales con un grupo de expertos de la materia. El focus group ayuda a recopilar información adicional que no se consigue en el mercado, descubriendo potencialidades de un producto que son muy difíciles de obtener en entrevistas y encuestas.

Asimismo, en este tipo de estudio se puede consultar algún tipo de información secundaria (registros de clientes, sistema de información de mercadotecnia e Internet).

2.1.5.2. Investigación de mercado descriptiva

La información es obtenida en este caso, a través de un estudio cuantitativo que permite generar tendencias respecto a determinados aspectos. El estudio se puede realizar de forma probabilística o no y regularmente implica la aplicación de encuestas a una determinada muestra de la población o a la misma población, de acuerdo al tamaño de esta.

2.1.5.3. Investigación de mercado experimental

La investigación de mercado experimental se utiliza frecuentemente en áreas de la medicina y biología en general. Se basa en la medición a través de diferentes experimentos, como las pruebas médicas.

2.1.5.4. Investigación de mercado documental

En este caso la información es obtenida, en su totalidad, a través de fuentes secundarias puras. Es decir, se utilizan exclusivamente referencias bibliográficas e informaciones históricas de las empresas.

2.1.6. Necesidad del muestreo en la investigación de mercado descriptiva

2.1.6.1. Conceptos básicos

- Población: es cualquier grupo completo, ya sea de personas, animales o cosas. Es la totalidad de elementos o cosas bajo consideración. La población se refiere a un grupo finito de elementos.
- Elementos de una población: son las unidades individuales que constituyen o conforman una población.
- Universo: conjunto de cosas que no tienen límite numérico.
- Muestra: porción de la población que se selecciona para fines de análisis, siempre debe de ser representativa de la población total.

- **Parámetro:** medida de resumen que se calcula con el propósito de describir alguna característica de la población.
- **Estadístico:** son medidas de resumen que se calculan con el propósito de describir algunas características de una sola muestra de la población.

2.1.6.2. Necesidad del muestreo en la investigación de mercado

El muestreo se considera fundamental para casi todos los estudios de mercado cuyo método de recolección se basa en estudios cualitativos del comportamiento humano.

En vista que, las poblaciones suelen ser de gran tamaño, no se puede pretender que se aplicará este estudio a todos los elementos de ella. Tal actividad se traduce en elevados costos en cuanto a personal, materiales, equipos, tiempo, etc., y harían que las investigaciones de mercado perdieran sentido dentro de los estudios realizados por empresas que están en el mercado o que potencialmente lo estarán.

De esta manera, se hace necesario seleccionar una muestra que aunque no sea representativa de la población (lo deseable es que lo sea) en cuanto a sus características debe serlo en cuanto a su comportamiento esperado. La selección de una muestra, si bien implica un estudio adicional, representa la forma más fácil y menos costosa de aplicar un determinado instrumento estadístico.

2.1.6.3. Teoría del muestreo

Una vez que se ha definido y delimitado el problema y por tanto la población que será objeto de estudio, el investigador deberá preocuparse respecto a qué tipo de muestreo se debe realizar. De esta manera, los directivos de la organización que realiza la investigación de mercado deben responder preguntas tales como las siguientes:

- ¿Cuál es el universo meta?

- ¿Qué método (proceso) habrá de utilizarse para obtener las respuestas?
- ¿Cuántos habrá de muestrearse?
- ¿Cómo habrán de seleccionarse los puntos de muestreo?
- ¿Qué habrá de hacerse respecto a las no respuestas?

Para responder a todas estas preguntas se debe, en primer lugar, definir algunos puntos básicos de la teoría de muestreo.

2.1.6.3.1. Definición de muestreo

En su acepción más sencilla, el muestreo no es más que el proceso de seleccionar una parte del todo o el proceso de seleccionar ciertos elementos de la población.

De una forma más detallada, el muestreo consiste en un conjunto de procedimientos para seleccionar los elementos de la población y para convertir las informaciones de la muestra en cálculos relativos al total de la población. La muestra debe ser representativa de la población de la cual se extrae, en cuanto a los comportamientos esperados. Los procedimientos aleatorios para elegir las unidades son la forma más confiable de selección.

Así se puede llegar a afirmar que el muestreo es una parte de un conjunto mayor llamado población que se selecciona cuidadosamente para representarla. Frecuentemente se dice que el muestreo es la base fundamental de una buena encuesta.

En esta etapa, el investigador debe definir con claridad y cuidado la población que se va a estudiar y la generalización de los datos de la muestra que dicha población permitirá.

En estas definiciones de muestreo, implícitamente, se consideran dos conceptos básicos; la medición que consiste en contar y formular preguntas, y la estimación que es el proceso de hacer deducciones sobre el grupo total partiendo de la información de la muestra. El objetivo general del muestreo consiste en establecer generalizaciones, con respecto a una población total,

de los elementos sin tener que examinarlos uno por uno. De manera específica se utiliza, a menudo, para:

- Mantener la adecuada calidad de un producto.
- En estudios de tiempo y movimientos, en asuntos relacionados con la determinación de la fracción de tiempo, durante la cual una maquina o trabajador no se encuentra en producción.
- Para obtener nuevos productos.
- Para evaluar una campaña publicitaria.
- En auditorias internas de las operaciones contables de una empresa, etc.

Asimismo, el objetivo del estudio de una muestra es generalizar sus resultados obtenidos a través de los diferentes métodos de análisis estadísticos, en toda la población. La muestra debe seleccionarse de una forma deliberada a partir de la población origen, de modo que sea representativa de la población. Una muestra representativa de 200 personas es preferible a una muestra no representativa de 2.000.000 de personas.

2.1.6.3.2. Métodos de selección de las muestras

Existen dos métodos de selección de una muestra, según la manera de seleccionar sus elementos, que son: el muestreo probabilístico y muestreo no probabilístico.

2.1.6.3.2.1. Muestreo probabilístico

Es un proceso de selección de la muestra en el cual los elementos son elegidos por métodos aleatorios, o sea, la selección de los elementos para la muestra se efectúa por procedimientos al azar y con probabilidades conocidas de selección. Es el preferido por los investigadores porque la selección de la muestra es objetiva y el error muestral puede ser medido en términos de probabilidad bajo la curva normal. Entre los muestreos probabilísticos están:

- **Muestreo Aleatorio Simple:** es un método de selección de muestras en el cual los elementos o unidades se eligen individual y directamente por medio de un proceso aleatorio, en el que cada elemento no seleccionado tiene la misma oportunidad de ser elegido al igual que todos los otros elementos en cada extracción de la muestra. De modo que cada elemento en la población debe tener igual probabilidad de ser seleccionado. La tabla de números aleatorios esta compuesta por los dígitos 0-1-2-3-4-5-6-7-8-9; o sea, contienen los 10 dígitos. Este conjunto de dígitos puede ser leído de manera individual o en grupos y en cualquier dirección; hacia abajo, hacia arriba, hacia la derecha, hacia la izquierda y diagonalmente, y siempre se consideran aleatorios.
- **Muestreo Sistemático:** se obtiene cuando los elementos se selecciona en forma ordenada y depende del número de elementos o unidades incluidos en la población y el tamaño de la muestra. Requiere del uso de un listado de todos los elementos de la población. Puede ser modificado ligeramente, evitando el problema de que el intervalo de muestreo coincida con un arreglo periódico en la población considerada y facilitando así mismo la evaluación del error de muestreo.
- **Muestreo Estratificado:** en este tipo de muestreo, la población se divide en cierto número de subgrupos o estratos, cada uno de los cuales se muestrea independientemente. El proceso a través del cual se divide la población en subgrupos o estratos, recibe el nombre de estratificación. El objeto de la estratificación es llevar a cabo selecciones separadas en cada uno de los subgrupos o estratos.
- **Muestreo de Conglomerados:** es un procedimiento de selección en el cual los elementos para la muestra se escogen de una población agrupada en lugar de hacerlo de una población aislada. Consiste en dividir la población en grupos que son convenientes para el muestreo. Luego se selecciona una porción de los grupos al azar o por el método

sistemático. Finalmente, se toman todos los elementos al azar o por el método sistemático de los grupos seleccionados para así obtener la muestra.

2.1.6.3.2.2. Muestreo no probabilístico

El muestreo no probabilístico incluye todos los métodos en que los elementos de la muestra no se seleccionan mediante procedimientos al azar o aleatorios, o con probabilidades de selección conocidas. Algunos procedimientos de selección del muestreo no probabilístico son:

- Muestreo De Juicio: es un proceso a través del cual los elementos se escogen basándose en opiniones informadas que garantizan la representatividad de la población que se estudia.
- Muestreo Por Cuotas: es un proceso de selección en el cual los elementos son elegidos en el campo mismo, por los entrevistadores, utilizando categorías prefijadas de elementos de la muestra, para obtener un número predeterminado de casos en cada categoría.
- Muestreo Decisional: en este los elementos de la muestra son seleccionados de una población por los entrevistadores que usan su propio criterio para decidir cuales son los informantes representativos.
- Muestreo De Agrupación Causal: son muestras formadas por ejemplos que se han reunido ocasionalmente o de acceso fácil, tales como los estudiantes inscritos en una clase que van pasando por una esquina. Dichas muestras no permiten generalizaciones que vayan mas allá de las agrupaciones mismas y por lo general no tienen interés científico.

2.1.6.3.3. Datos estadísticos

Los datos estadísticos han sido usados durante siglos por los gobiernos organizados como forma de ayudar a la toma de decisiones en la administración del estado. Los datos estadísticos son concisos, específicos y capaces de ser analizados objetivamente por diferentes procedimientos. En función de sus características los datos se clasifican en cuantitativos y

cualitativos; siendo los cuantitativos la base fundamental de estudio de la estadística. El uso de la computadora ha hecho posible que los gobiernos, las empresas y otras organizaciones almacenen y procesen grandes cantidades de datos.

Se obtienen mediante un proceso que incluye la observación de conceptos, como calificaciones de exámenes, ingresos anuales de una ciudad, temperatura diaria durante todo el año de una comunidad, velocidad de circulación de los vehículos por una autopista, etc. En conceptos reciben el nombre de variables, ya que producen una serie de valores que tienden a mostrar cierto grado de variabilidad, al realizarse un conjunto de mediciones de manera sucesiva.

Existen varios tipos de datos estadísticos, que se agrupan en dos clasificaciones: datos de características cuantitativas y cualitativas.

Los datos de características cuantitativas, son aquellos que se pueden expresar numéricamente y se obtienen a través de mediciones y conteos. Un dato cuantitativo se puede encontrar en cualquier disciplina; psicología, contabilidad, economía, publicidad, etc.

Los datos de características cuantitativas y cualitativas se clasifican a su vez en:

- Variables Continuas: es cuando los datos estadísticos se generan a través de un proceso de medición se dice que estos son datos continuos; son aquellas que aceptan valores en cualquier punto fraccionario de un determinado intervalo, o sea, que aceptan fraccionamiento en un determinado intervalo.
- Variables Discretas: se generan a través de un proceso de conteo. Son aquellas que no aceptan valores en puntos fraccionarios dentro de un determinado intervalo, o sea, son aquellas que no aceptan fraccionamiento dentro de un determinado intervalo.

Los datos de características cualitativas son aquellos que no se pueden expresar numéricamente. Estos datos se deben convertir a valores numéricos antes de que se trabaje con ellos.

Los datos de características cualitativas se clasifican en:

- Datos Nominales: Comprenden categorías, como el sexo, carrera de estudio, material de los pisos, calificaciones, etc. Las características mencionadas no son numéricas por su naturaleza, pero cuando se aplican, ya sea en una población o una muestra, es posible asignar a cada elemento una categoría y contar el número que corresponde a cada elemento. De esta manera estas características se convierten en numéricas.
- Datos Jerarquizados: Es un tipo de datos de características cualitativas que se refiere a las evaluaciones subjetivas cuando los conceptos se jerarquizan según la preferencia o logro. Las posiciones de una competencia de atletismo se jerarquizan en primer lugar, segundo lugar, tercer lugar, etc. Tanto los datos nominales como los jerarquizados, que por su naturaleza no son numéricas, se convierten en datos discretos.

2.1.7. Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra, se debe definir el tamaño de la población. Así, se pueden presentar cualquiera de las dos consideraciones que se exponen a continuación.

- Poblaciones Infinitas: si el número de elementos que componen a la población sobrepasa los cincuenta mil (50.000) elementos, entonces el tamaño de la muestra (n) vendrá definido de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Donde,

Z es una constante que se obtiene de la tabla normal estándar que depende del nivel de confianza deseado.

E es el máximo error posible admitido.

p es la probabilidad de éxito en la selección de un elemento muestral.

q = 1 – p, es la probabilidad de fracaso en la selección de un elemento muestral.

- Poblaciones Finitas: si el número de elementos que componen a la población es igual o inferior a los cincuenta mil (50.000) elementos, entonces el tamaño de la muestra (n) vendrá definido de la siguiente manera:

$$n = \frac{\left(\frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2} \right)}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2} \right)}$$

Donde,

Z es una constante que se obtiene de la tabla normal estándar que depende del nivel de confianza deseado.

E es el máximo error posible admitido.

p es la probabilidad de éxito en la selección de un elemento muestral.

q = 1 – p, es la probabilidad de fracaso en la selección de un elemento muestral.

N es el número de elementos que componen a la población.

2.2. Local de Comida Rápida

En Venezuela, actualmente existen diferentes tipos de locales de comida rápida entre los cuales podemos encontrar: Kentucky Freíd Chicken, Pizza Hut, Mac Donals, Wendy`s, Burguer King, Arturos, Buhoneros, Lucherias y Areperas como los más importantes. Sin embargo, existen un sin fin de locales y tarantines destinados a ofrecer comida rápida.

2.2.1. Comida Rápida

En cuanto a locales de comida rápida, en Internet podemos encontrar la siguiente información:

2.2.1.1. ¿Qué es Comida Rápida?

Comida rápida son todas aquellas de precio razonable y permanentemente similares a la comida preparada en el hogar. Aunque estas comidas rápidas sirven y son económicas para quienes llevan un estilo de vida agitado, son particularmente ricas en calorías, grasas, grasas saturadas, azúcar y sal y pueden poner a las personas en riesgo de tener sobrepeso.

2.2.1.2. ¿Cómo se crean o surgen los negocios de comida rápida?

Los locales diseñados para ofrecer comidas rápidas varían según la marca comercial o el objeto de negocio, una de las características más importantes de la comida rápida, es que se consume sin cubiertos, algunos de estos ejemplos son pizza, hamburguesas, pollo frito, empanadas, emparedados, tacos, papas fritas, perro caliente, etc.

Adicional a esto, es importante mencionar que en la mayoría de los establecimientos de comida rápida no hay mesoneros y las personas para ordenar deben hacer una fila para pedir y pagar su comida, que es entregada en el instante para que posteriormente pueda ir a sentarse y disfrutar su comida (si el local dispone de sillas y mesas) o se la lleven a su casa u oficina. La mayoría de los lugares suelen tener una ventanilla en donde puede ordenarse la comida desde el automóvil, para comerla en casa o en algún otro lugar.

2.2.1.3. ¿Cuál es la finalidad de un local que ofrezca comida rápida?

Los locales de comida rápida se crearon pensando en el cliente que desea satisfacer una de las principales necesidades del cuerpo humano como es el hambre, y que no tiene tiempo de esperar a ser atendido por un mesonero, ni de cocinar en su casa. Su finalidad es ofrecer platos sencillos y fáciles de transportar dependiendo de lo que el cliente demande.

2.2.1.4. ¿Qué servicios presta un local de comida rápida?

Los locales de comida rápida grandes en la mayoría de los casos prestan servicios de mesas, baños, recreación y de esparcimiento. Adicionalmente, algunos ofrecen servicios agregando valor a su negocio:

- Acceso a Internet libre.
- Área de Cafetería.
- Venta de productos de medios impresos, artículos de oficina y otros.

2.2.1.5. ¿Quiénes visitan regularmente un local de comida rápida?

Estos locales son visitados por personas naturales y profesionales con necesidades de alimentación como por ejemplo:

- Trabajadores que requieren obtener un espacio similar a una oficina virtual, que les permita realizar algún trabajo o comunicarse con clientes.
- Estudiantes.
- Turistas.
- Familias y todas aquellas personas nacionales o extranjeros con necesidades de alimentación, recreación o esparcimiento que trabajan o no en Venezuela.

2.2.1.6. ¿Cuál es el negocio?

Con pequeñas inversiones en unos casos y grandes en otros, los locales de comida rápida garantizan succulentas ganancias que les da para vivir ahorrar y crecer, si se trata de un negocio pequeño lo mas importante para garantizar la existencia y mantenimiento del mismo en el tiempo, es el trato que se les da a los clientes. Adicionalmente, el dueño del local cuenta con los ingresos generados por el margen de la comercialización de otros productos y servicios ofrecidos en su local.

2.2.1.7. ¿Qué necesita el interesado para participar en el negocio de comida rápida?

- Disponer del capital necesario para la inversión y el equipamiento del Local.
- En el caso de ofrecer este servicio en la Estación Caracas de la Línea de Trenes Charallave Caracas esta supeditado a la adjudicación del local.

2.2.1.8. ¿Qué Inversión debe hacer el interesado?

- Costos de adecuación del local (cableado, electricidad y otros).
- Mobiliario y equipos (mostrador, neveras, tostadoras, freidoras, licuadoras, microondas, hornos, maquina registradora, reguladores de voltaje, etc.).
- Contratación del personal que operará en el local.
- Mantener un capital de trabajo para iniciar las operaciones del Local y realizar los gastos de mantenimiento y consumibles.

2.2.1.9. ¿Cuáles son los tipos locales de comida rápida?

Existen varios tipos de locales según el espacio físico que ocupen:

- Local grandes de 100 a 400 metros cuadrados para negocios de comida rápida tipo Mac Donalds, Pizza Hut, Dominos Pizza, Burguer King, Arturo's con:
 - Capacidad colocar 40 o mas mesas con sus respectivas sillas.
 - Área recreativa de parque infantil, con capacidad para colocar mesas y sillas en algunos casos.
 - Exclusividad para área de cafetín.
- Locales pequeños de 50 a 100 metros cuadrados en donde no existe área recreacional
 - Capacidad de 20 a 50 sillas con mesas.
- Mini Locales de 10 a 20 metros cuadrados
 - Capacidad de hasta 10 mesas y sillas.

Ubicados en áreas comunes dentro de centro comerciales, hospitales, clínicas, universidades o a nivel calle en las vías de libre acceso (buhoneros).

2.2.1.10. ¿Cómo escoger el local en dónde se desea ubicar un centro de comida rápida?

Para la ubicación de un local de comida rápida debe tomarse en cuenta:

1. Lugares o sitios de alto tráfico peatonal. Deberá evaluarse el flujo de tráfico peatonal realizando mediciones de tráfico a diferentes horas del día de manera de poder definir con precisión el comportamiento del mismo (cantidad y dirección). Adicionalmente, deberá evaluarse el flujo de tráfico peatonal proveniente de las paradas de transporte público (metro, autobuses, carritos, etc.).
2. Ubicación: Local que se encuentre ubicado en una planta baja, fácil acceso e identificación desde la calle. Si quiere colocarse dentro de un centro comercial, es preferible que el local se encuentre en pasillos altamente concurridos y en un lugar visible para el consumidor. El consumidor debe poder entrar al local de comida rápida con el menor desvío en su ruta habitual.
3. Locales Vecinos: Los locales cercanos deben ser negocios prósperos, preferiblemente: Bancos, Agencias de Loterías, Centro de Comunicaciones, Instituciones Educativas, Hospitales, Instituciones de Administración Pública, etc. (fuentes generadoras de tráfico).
4. Para lugares de alto tráfico vehicular, deberá tomarse como consideración adicional, facilidades para estacionamientos. Sin embargo, dicho público no es el objetivo de la modalidad de negocio.

2.3. Instituto Autónomo de Ferrocarriles del Estado (IAFE)

El Instituto Autónomo de Ferrocarriles del Estado es un organismo adscrito al Ministerio de Infraestructura, el cual tiene personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente de la República, autonomía financiera,

administrativa y organizativa y goza de las prerrogativas y privilegios otorgados a la República.

2.3.1 Objetivo y atribuciones del Instituto

El Instituto tiene como objetivo el estudio, proyecto, construcción, desarrollo, ampliación, conservación, mantenimiento y explotación de los ferrocarriles de transporte público dentro del Sistema de Transporte Ferroviario Nacional, lo cuales realizará en los términos establecidos en el artículo 9 del Decreto Ley del Sistema de Transporte Ferroviario Nacional; también tendrá a su cargo la supervisión, fiscalización y control del Sistema de Transporte Ferroviario Nacional; y la ejecución de todos los actos tendentes al cumplimiento de sus actividades, para lo cual podrá:

1. Realizar todo tipo de contratos, operaciones y negocios que sean convenientes y necesarios para el mejor aprovechamiento de los bienes y servicios propios del Instituto.
2. Realizar todo tipo de contratos, asociaciones, operaciones y negocios que sean convenientes y necesarios para desarrollar el proyecto, construcción y explotación de nuevos tramos y servicios de transporte ferroviario en general.
3. Proponer al Ministerio de Infraestructura el régimen tarifario a ser pagado por el uso de las vías y para el transporte de carga y pasajeros para su aprobación, y efectuar la correspondiente aplicación para su liquidación y recaudación.
4. Promover el desarrollo de las industrias nacionales conexas al Sistema de Transporte Ferroviario Nacional.
5. Otorgar las autorizaciones administrativas previstas en el decreto Ley del Sistema de Transporte Ferroviario Nacional.

2.3.2. Proyectos del instituto

Dentro de los proyectos que adelanta el Instituto Autónomo de Ferrocarriles del Estado (IAFE), se encuentran los siguientes:

2.3.2.1. Sistema Ferroviario Central

El Sistema Ferroviario Central constituye el eslabón fundamental del Plan Ferroviario Nacional, ya que permitirá la interconexión ferroviaria con las diferentes regiones del país, representando la alternativa para la diversificación del transporte inter-regional y asegurando la movilización de carga y pasajeros en la región. La primera etapa del Sistema Central, se inició en 1996 con la construcción del tramo Caracas - Tuy Medio. Desde 1998, el IAFE comenzó todos los estudios para continuar la segunda etapa del sistema constituida por el tramo Tuy Medio - Puerto Cabello.

Este Sistema está enfocado hacia el desarrollo de un sistema multimodal de carga y pasajeros, que combine diferentes medios de transporte de manera integrada bajo la promoción de centros o plataformas logísticas, donde confluyan los medios carretero, ferroviario y marítimo (Interpuertos).

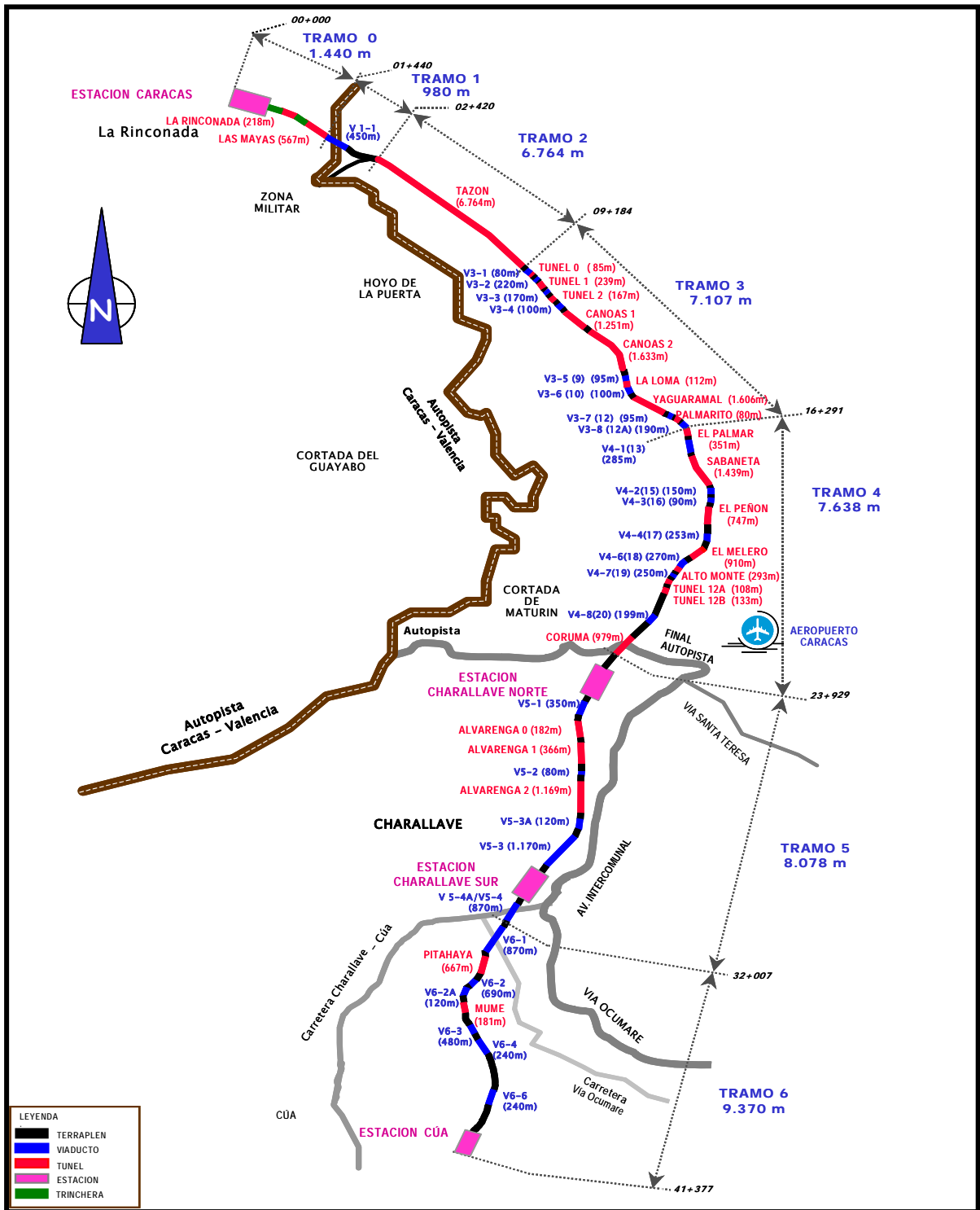
2.3.2.2. Tramo: Caracas - Tuy Medio (en construcción) (longitud: 40 Km.)

Vinculará la capital con los Valles del Tuy, contribuyendo al desarrollo poblacional e industrial de la región, que se transformará en una plataforma logística donde confluirá el sistema carretero y ferroviario, logrando una mejor distribución y movilización de la carga y pasajeros. Además, de contribuir a la desconcentración del Área Metropolitana de Caracas, disminuyendo la dependencia de la capital del país y de los servicios del Aeropuerto Internacional de Maiquetía y del Puerto de la Guaira. Este tramo constituye la primera etapa del Sistema Ferroviario Central, el cual luego enlazará con Puerto Cabello.

El enlace Caracas - Cúa, que representa la primera etapa de dicho Sistema de Transporte, cubre solamente la conexión de Caracas con los Valles del Tuy, para aliviar el congestionamiento de la ciudad capital vinculando una zona mayor al área metropolitana, con servicios públicos y

terrenos aptos para el desarrollo urbano. El punto de origen de esta etapa se encuentra en La Rinconada, en la zona sur de Caracas, donde inicialmente se construirá una estación para trenes de cercanía (corta distancia) que se conectará a la estación La Rinconada de la línea 3 de C.A. Metro de Caracas y sucesivamente se construirá una estación para trenes de larga distancia. A partir de este punto de confluencia, la línea férrea se extiende hacia el Valle del Tuy a lo largo de aproximadamente 41,4 kilómetros, atravesando 20,1 kilómetros de túneles para poder superar los sectores montañosos, 13,0 kilómetros de terraplenes en los terrenos semiplanos, y aproximadamente 8,3 kilómetros entre puentes y viaductos que permitirán una vía expedita sin interferencias. Se prevén estaciones intermedias como Charallave Norte, Charallave Sur y una Estación Terminal de Cúa. Complementariamente a la obra principal se estima desarrollar obras provisionales y/o permanentes para la mitigación del impacto ambiental y obras de reubicación de servicios públicos que interfieran con la línea férrea.

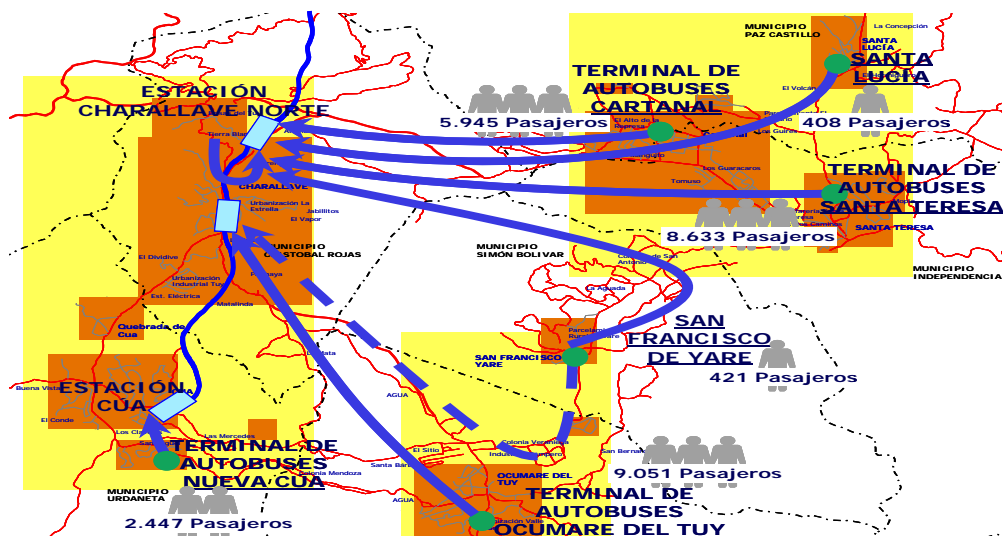
Los beneficios serán tácitos e inmediatos, una vez culminada la obra. El transporte de mercancía por ferrocarril disminuye los tiempos de espera, el uso de combustibles fósiles, los costos que genera el mantenimiento de las autopistas, y el costo por el uso de peajes y fletes. Los trenes de pasajeros estarán conformados por cuatro vagones, dos motrices y dos remolques, cuya capacidad varía entre 700 y 900 personas. Estos reciben el nombre de EMU (Unidad Eléctrica Múltiple) y se prevén 13 unidades eléctricas múltiples para un total de 52 vagones.



2.3.3. Estimación de usuarios de las estaciones de la Línea Caracas-Tuy Medio del tramo “Ezequiel Zamora”

El Instituto Nacional de Ferrocarriles del Estado ha realizado exhaustivas investigaciones para determinar la cantidad de usuarios potenciales que utilizarían el tramo Ezequiel Zamora del Sistema Central, esta investigación se basó en el movimiento de usuarios de transporte público de las ciudades ubicadas en la región de los Valles del Tuy. En este estudio se determinó que las estaciones que recibirían la mayor cantidad de usuarios provenientes de otras ciudades distintas a Charallave, serán las estaciones Charallave Norte y Charallave Sur, siendo la primera de estas la que recibirá la mayor cantidad de personas.

Esto llevo a considerar la adecuación de las instalaciones de la estación Charallave Norte para recibir las unidades de transporte público que movilizarían a los usuarios. Las estimaciones indican que el flujo de pasajeros provendrá de Santa Teresa del Tuy, Cartanal, San Francisco de Yare y Santa Lucía. Para la estación Charallave Sur, su ubicación al lado del Terminal de pasajeros de la Ciudad de Charallave le brinda asegura la llegada de gran cantidad de usuarios, sin embargo, esta estación no contará con estacionamiento público o privado o un área destinada a recibir unidades de transporte público a causa de la no disponibilidad de terrenos en la cercanías de la estación. Las principales líneas de transporte provendrán de las zonas de Ocumare del Tuy y San Francisco de Yare. Por último, la estación Cúa estima que su principal línea de alimentación vendría de la localidad de Nueva Cúa.



2.3.3.1. Operadores de ruta actuales

También se estudiaron otras alternativas al servicio de transporte de cubren la ruta entre Caracas y los Valles del Tuy que harían competencia con la línea de trenes Caracas-Tuy Medio y llegar acuerdos en la redistribución de las rutas que converjas a las estaciones de esta líneas de trenes.

El ferrocarril hará competencia directa a las organizaciones que ofrecen servicios a Caracas desde los Terminales de Charallave y Cúa.

- Charallave: Cooperativa de Transporte afectada, Internacional (33% del tráfico) y Unión Chara (28%).
- Cúa: línea N°1 (35%) y Central de Minibuses Ceminibus C.A. (29%).

Sólo en parte de su recorrido a los servicios de autobús en Cartanal, Santa Teresa y Ocumare del Tuy.

- Cartanal: Indepasib (21%), Cooperativa Santa Lucía (17%) y Expresos Cartanal (15%).
- Santa teresa: Indepasib (56%).
- Ocumare: línea N°1 (33%), Colectivos 18 de Octubre (11%).

Ante esta situación se pretende realizar un reordenamiento de las líneas de transporte terrestre.

2.3.3.2. Calidad de los servicios

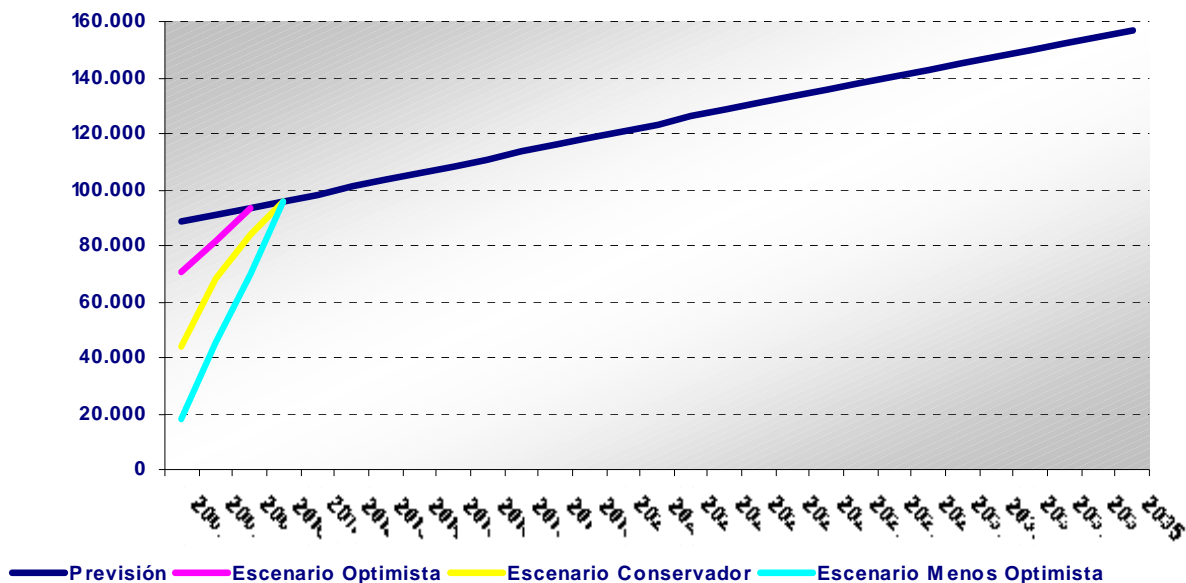
Con el propósito de mantener y de aumentar la calidad de los servicios el Instituto plantea como necesarias las siguientes medidas.

- Es necesario mejorar tanto las infraestructuras (terminales, paradas, vialidad, etc.), como los servicios (unidades, recorridos, frecuencias, etc.).
- Respecto a la comodidad o confort:
 - Unidades y paradas deben estar perfectamente identificadas.
 - Las unidades deben disponer de suficientes plazas sentadas.
 - Las unidades deben estar provistas de aire acondicionado y vidrios que puedan abrirse.
 - Una tarifa integrada que permita el empleo de un único título de transporte para todo el recorrido puede contribuir al éxito del sistema.
 - Respecto a la seguridad:
 - Paradas iluminadas y ubicadas en los lugares que permitan establecer dispositivos de vigilancia.
 - El empleo de Boletos Prepagados permitirá que los usuarios no carguen consigo efectivo y la recaudación no se vea expuesta durante el viaje.

2.3.3.3. Escenarios de demanda de pasajeros hasta el 2035

Según estimaciones de IAFE, durante los primeros tres y cuatro años podrían registrarse las mayores variaciones en la demanda del servicio. Posteriormente la tasa de crecimiento interanual de la demanda del servicio tiende a estabilizarse.

Previsiones de Demanda Diaria (día laborable, ambos sentidos)

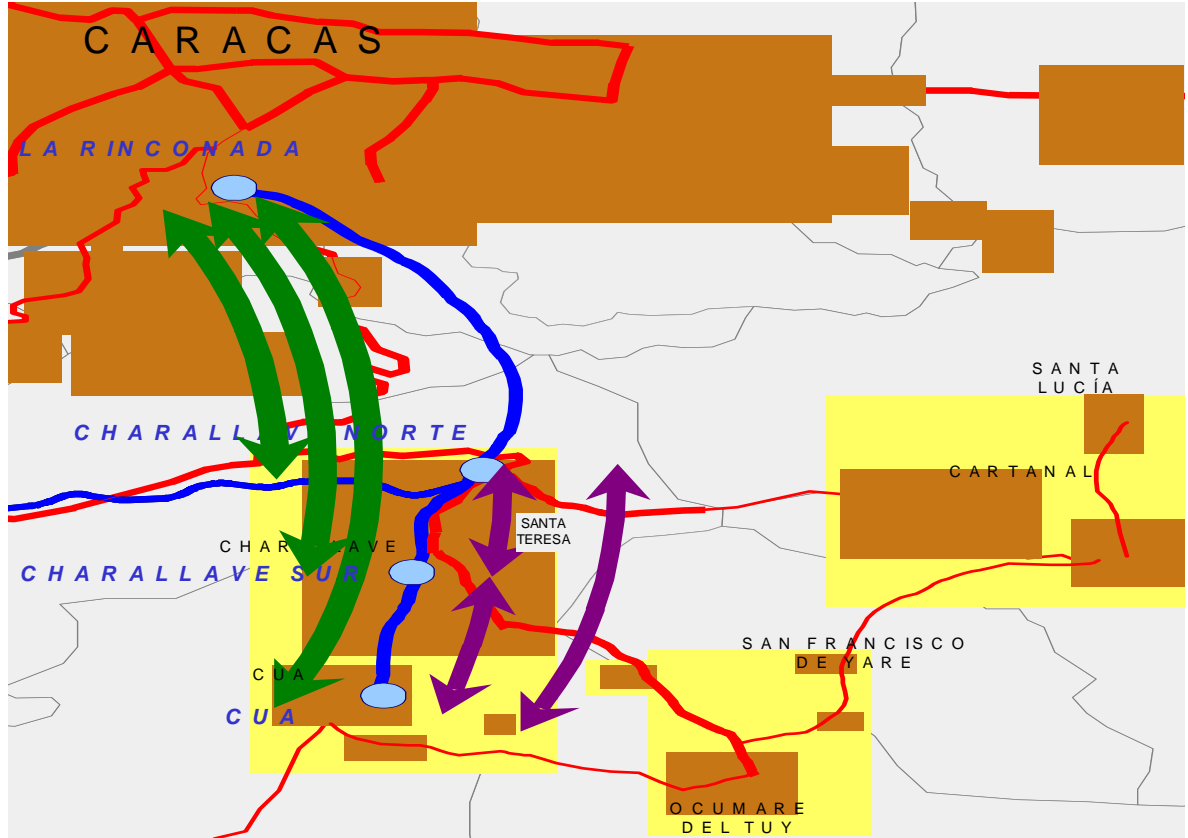


Fuente: IAFE.

2.3.3.4. Tipos y precio de los boletos

En estudios realizados por la Gerencia de Comercialización y Mercadeo del IAFE se han obtenido avances en cuanto al precio de la bonetería y las características y atributos de los boletos. Las diferentes características se muestran a continuación:

- Igual precio para todos los desplazamientos Valles del Tuy-Caracas, independientemente de si los pasajeros emplean las estaciones de Charallave Norte, Charallave Sur o Cúa.
- Tarifa única para los desplazamientos entre las estaciones en los Valles del Tuy.



2.4. Marco Regulatorio

2.4.1. Reglamento General de Alimentos

Disposiciones de Carácter General

Artículo 1° Corresponde al Ministerio de Sanidad y Asistencia Social todo lo relacionado con la higiene de la alimentación, y en consecuencia:

1. Autorizar o prohibir la fabricación, importación, exportación, almacenamiento, venta y consumo de alimentos.
2. Establecer, cuando lo considere necesario, las condiciones y características particulares de cada alimento, mediante Resolución Especial.

3. Calificar los alimentos que por su naturaleza y propiedades deben ser sometidos al régimen legal de los medicamentos.
4. Fijar las cantidades que deberán ser abonadas al Fisco Nacional para resarcir a éste de los gastos que ocasione la tramitación de peticiones relacionadas con el registro de alimentos.
5. Determinar las condiciones sanitarias que deberán reunir la fabricación, transporte, almacenamiento, venta y consumo de alimentos, y fiscalizar el cumplimiento de dichas condiciones.
6. Decomisar previamente aquellos alimentos sobre cuyo estado y condiciones sanitarias, existieren sospechas y mientras duren éstas.
7. Destruir o desnaturalizar, sin lugar a compensación, todo alimento que se considere impropio para el consumo humano.
8. Estudiar los problemas sanitarios relacionados con la alimentación.
9. Hacer recomendaciones a los Departamentos Ministeriales correspondientes y suministrar los datos técnicos necesarios en todo cuanto se refiera a: regulación de precios de los alimentos, exoneración de derechos arancelarios de los productos alimenticios, producción agrícola y pecuaria, y cualquier otra actividad que, en función de factores económicos, tenga por objeto mejorar la alimentación; y
10. En general estudiar y adoptar cualquier otra medida sanitaria que considere conveniente para el mejoramiento de la alimentación en el país.

De los Alimentos en General

Artículo 3° Se entiende por alimento, a los efectos de este Reglamento, no solamente las substancias destinadas a la nutrición

del organismo humano, sino también, las que forman parte o se unen en su preparación composición y conservación; las bebidas de todas clases y aquellas otras substancias, con excepción de los medicamentos, destinados a ser ingeridos por el hombre.

Artículo 4° Todo alimento debe ser de la naturaleza y calidad que solicita el comprador u ofrezca el vendedor; y no podrá ofrecerse a la venta cuando se encuentre en malas condiciones, contravenga lo dispuesto en este Reglamento, o cuando por cualquier otro motivo pueda ser nocivo a la salud.

Artículo 5° Para que un alimento sea considerado como nocivo a la salud, y por consiguiente no sea permitido ofrecerlo al consumo, bastará con que la autoridad sanitaria abrigue dudas acerca de su inocuidad, ya sea en sus efectos mediatos o inmediatos.

Artículo 6° Se prohíbe la importación, depósito y venta de alimentos alterados, entendiéndose por tales, aquellos que por la acción de causas naturales hayan sufrido averías, deterioros o perjuicios que, a juicio de la autoridad sanitaria, modifiquen su aspecto, calidad, composición o condición higiénica.

Artículo 7° Se prohíbe la importación, depósito y venta de alimentos adulterados, entendiéndose por tales, aquellos que por hechos imputables a sus fabricantes, importadores, almacenistas, expendedores o a cualquier otra persona, no presenten características idénticas a las que sirvieron de base para la autorización sanitaria, si se trata de alimentos registrados, o no reúnen los requisitos exigidos por el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, si se trata de alimentos no registrados.

De los Establecimientos

Artículo 11° Quedan sujetos a las prescripciones de este Reglamento los establecimientos destinados a la producción y depósito de alimentos, los expendios fijos o ambulantes y los vehículos destinados a su transporte, ya sean de propiedad privada o pertenecientes a cualquier entidad oficial.

Artículo 12° Los establecimientos, expendios y vehículos a que se refiere el artículo anterior no podrán funcionar sin el correspondiente permiso de la autoridad sanitaria local. Este permiso deberá ser renovado cada año.

Artículo 13° Los establecimientos, expendios y vehículos anteriormente mencionados podrán ser clausurados o prohibidos por las autoridades sanitarias en los casos siguientes:

- a) Cuando se observen deficiencias que constituyan peligro para la salubridad de los alimentos.
- b) Cuando exista renuencia en el cumplimiento de instrucciones impartidas por las autoridades sanitarias.
- c) Cuando los procedimientos de fabricación, depósito, expendio o transporte de alimentos, no se ajusten a las prescripciones sanitarias.
- d) Cuando los alimentos fabricados, en depósito, en transporte u ofrecidos a la venta, hayan sido prohibidos por no reunir las condiciones exigidas por este Reglamento o por cualquier otra disposición legal.

Parágrafo Único:

Las sanciones a que se refiere este artículo, no excluyen la aplicación de cualquier otra medida o pena a que hubiere lugar.

Artículo 14° Los establecimientos, expendios y vehículos destinados a la fabricación, depósito, venta, consumo o transporte de alimentos

no podrán ser utilizados para uso distinto del especificado en el permiso que se otorgue para su funcionamiento.

Artículo 15° Los establecimientos, expendios y vehículos deberán estar provistos de los dispositivos necesarios, a juicio de la autoridad sanitaria, para proteger los alimentos de cualquier alteración o contaminación.

De los Utensilios

Artículo 16° La manipulación y expendio de alimentos requiere el uso de utensilios adecuados, a juicio de la autoridad sanitaria.

Artículo 17° Los utensilios usados en la preparación, conservación o expendio de alimentos no deben contener sustancias capaces de alterarlos.

Artículo 18° Los sistemas y materiales empleados en la confección, revestimiento, soldadura, unión y cierre de recipientes, deberán ser expresamente autorizados por el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social

Artículo 19° No podrán utilizarse envoltorios que por haber sido usados o por cualquier otra causa, puedan hacer impropios los alimentos para el consumo humano, a juicio de la autoridad sanitaria

Artículo 20° Los equipos y utensilios empleados en la elaboración, depósito y expendio de alimentos serán sometidos a una rigurosa limpieza y tratamiento bactericida mediante procedimientos aprobados por la autoridad sanitaria local, salvo en el caso en que tales equipos y utensilios sean de un material destinado a ser usado una sola vez.

Artículo 21° Los tubos, canutillos, vasos, recipientes y otros envases de papel, cartón o materiales similares, empleados para servir alimentos, deben mantenerse a prueba de toda contaminación y ser inutilizados inmediatamente después de su uso.

Del Personal

Artículo 22° Todas aquellas personas empleadas en la elaboración, depósito, expendio o transporte, y en general todas las que tengan contacto directo con los alimentos, sin ser los consumidores de ellos, deberán estar provistos del Certificado de Salud expedido por la autoridad sanitaria. .

Artículo 23° Las personas a que se refiere el artículo anterior deberán usar trajes apropiados a la naturaleza de su trabajo, y someterse a las medidas de higiene personal que indiquen las autoridades sanitarias.

De la Inspección de Alimentos

Artículo 24° Las autoridades sanitarias podrán inspeccionar en cualquier momento los establecimientos en donde se elaboren, depositen o expendan alimentos, así como los vehículos en los cuales se transporten. El propietario y cualquier persona que preste servicios en dichos establecimientos o transportes, están en la obligación de suministrarles todo dato que al respecto sea requerido.

Artículo 25° Los funcionarios sanitarias encargados de la inspección de alimentos, deberán portar un documento de identidad expedido por el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social. Si una vez acreditada su condición les fuere negada u obstaculizada la función inspectora, el funcionario podrá recurrir al apoyo de la Fuerza Pública, para lograr el efectivo cumplimiento de su misión.

Artículo 26° Las autoridades sanitarias podrán tomar para su análisis muestras de alimentos elaborados o en proceso de elaboración, así como también de las sustancias y utensilios que se utilicen en su preparación.

Artículo 27° En cada una de las muestras tomadas se colocará un precinto que contendrá la firma del propietario o encargado del establecimiento, la del funcionario que tome la muestra y la fecha. Las

muestras deberán ser tomadas por duplicado dejando una en poder del propietario.

Artículo 28° Los funcionarios designados para tornar las muestras de alimentos levantarán actas en formularios numerados y acreditados con la firma de la autoridad sanitaria local; en ellos se especificarán los datos concernientes a la muestra tomada, la existencia total del producto, la dirección del establecimiento, el nombre del expendedor, almacenista o fabricante y la forma que fueron tomadas, así como cualquier otro dato que pudiera ser útil a la investigación que se pretende realizar.

En cada caso, estas actas, se levantarán por duplicado, debiendo firmarlas el funcionario encargado de tomar la muestra y el propietario o encargado del establecimiento. Un ejemplar junto con el duplicado de la muestra será entregado al interesado y el otro junto con la muestra, a la autoridad sanitaria local, quien ordenará los exámenes que considere necesarios o convenientes.

Artículo 29° En el caso de que el propietario o encargado del establecimiento no supiere firmar, podrá hacerlo en su nombre la persona que él designe. Si se negase a firmar, el funcionario de sanidad lo hará constar así en el acta.

Gaceta Oficial N° 25.864 de fecha 16 de enero de 1959

2.4.2. Ley de Impuesto al Valor Agregado (IVA)

La Ley del Impuesto al Valor Agregado en su Artículo 1° nos señala: “es un tributo que grava la enajenación de bienes muebles, la prestación de servicios y la importación de bienes, aplicable en todo el territorio nacional, que deberán pagar las personas naturales o jurídicas, las comunidades, las sociedades irregulares o de hecho, los consorcios y demás entes jurídicos y económicos, públicos o privados, que en su condición de importadores de bienes habituales o no, de fabricantes, productores, ensambladores,

comerciantes y prestadores de servicios independientes, realizan las actividades definidas por la ley como hecho imponible”. En términos generales el IVA es un impuesto nacional a los consumos que tiene que ser abonado por las personas en cada una de las etapas del proceso económico, en proporción al valor agregado del producto, así como sobre la realización de determinadas obras y locaciones, y la prestación de servicios.

2.4.2.1. Contribuyente

De acuerdo a la Ley del Impuesto al Valor Agregado, Los contribuyentes son:

Contribuyentes Ordinarios

- a.- Los prestadores habituales de servicio.
- b.- Los industriales comerciantes.
- c.- Los importadores habituales de bienes.
- d.- Toda persona natural o jurídica que realice actividades, negocios jurídicos u operaciones consideradas como hecho imponible por la ley.
- e.- Los almacenes generales de depósito por la prestación de servicio de almacenamiento, excluida la emisión de títulos valores que emitan con la garantía de los bienes objeto de depósito.
- f.- Las empresas públicas constituidas bajo las figuras jurídicas de sociedades mercantiles, las empresas de arrendamiento financiero y los bancos universales, serán contribuyentes ordinarios en calidad de prestadores de servicios, por las operaciones de arrendamiento financiero o leasing.
- g.- Institutos autónomos y demás entes descentralizados y desconcentrados de los estados y municipios.

Contribuyentes Ocasionales

- a.- Los importadores no habituales de bienes muebles corporales.
- b.- Las empresas públicas constituidas bajo la figura jurídica de sociedades mercantiles.
- c.- Los institutos autónomos.
- d.- Entes descentralizados y desconcentrados de los estados y municipios.

Contribuyentes Formales

Son los sujetos que realicen exclusivamente actividades u operaciones extensas o exoneradas del impuesto, y sólo están obligadas a cumplir con los deberes formales que corresponden a los contribuyentes ordinarios.

2.4.3. Ley de Impuesto Sobre la Renta

El Impuesto sobre la Renta (ISLR) grava toda ganancia o incremento de patrimonio, producida por una inversión o la rentabilidad de un capital, por el trabajo bajo relación de dependencia o el ejercicio libre de la profesión, y en general, los enriquecimientos derivados de la realización de cualquier actividad económica o de la obtención de un privilegio. Este impuesto se rige por la Ley de Impuesto Sobre La Renta (LISLR), publicada en la Gaceta Oficial N° 5.566 Extraordinario de fecha 28 de diciembre de 2001.

2.3.4.1. Ámbito de aplicación

Son gravables todos los enriquecimientos anuales netos disponibles en razón de actividades económicas realizadas tanto en Venezuela como fuera de su territorio, independientemente de que quien las realice sea nacional o no. En este sentido se considera la existencia de tres grupos de sujetos pasivos:

1. Personas naturales o jurídicas con domicilio o residencia en Venezuela, cuya fuente de enriquecimiento esté situada dentro o fuera de Venezuela.
2. Personas naturales o jurídicas sin domicilio o residencia en Venezuela, cuya fuente de enriquecimiento esté dentro del territorio de Venezuela.
3. Personas naturales o jurídicas residenciadas o domiciliadas en el extranjero con establecimiento permanente o base fija en Venezuela, cuya fuente de enriquecimiento sea nacional o extranjera, atribuible al referido establecimiento o base fija.

2.3.4.2. Contribuyentes

Están sometidas a este régimen impositivo las siguientes personas:

1. Las personas naturales y las herencias yacentes. En el caso de las residentes o domiciliadas en el país, tributarán quienes obtengan un enriquecimiento global neto anual superior a 1.000 unidades tributarias (U.T.) o ingresos brutos mayores de 1.500 U.T. y las herencias yacentes, cuando los herederos no hayan entrado en posesión de la misma y obtengan el mismo nivel de enriquecimiento o ingresos brutos. Las personas naturales no residentes o no domiciliadas en el país, tributarán cualquiera sea el monto de sus enriquecimientos o ingresos de fuente venezolana;
2. Las compañías anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada;
3. Las sociedades en nombre colectivo, en comandita simple, las comunidades, así como cualquier otra sociedad de personas, incluidas las irregulares o de hecho;
4. Los titulares de enriquecimientos provenientes de actividades de hidrocarburos y conexas, tales como la refinación y el transporte, sus

regalistas y quienes obtengan enriquecimientos derivados de la explotación de minerales, de hidrocarburos o sus derivados;

5. Las asociaciones, fundaciones, corporaciones y demás entidades jurídicas o económicas.
6. Los establecimientos permanentes, centros o bases fijas situados en el territorio nacional. Se entiende por establecimiento permanente, la posesión en el territorio venezolano de cualquier local o sede fija de negocio, y por base fija, cualquier lugar en el que se presten servicios personales independientes de carácter científico, literario, artístico, educativo o pedagógico, así como las profesiones independientes.

2.3.4.3. Ordenanza de Impuestos Sobre Actividades de Industria y Comercio o Servicio de Índole Similar.

En Gaceta Municipal del Municipio Libertador del Distrito Capital de fecha 04 de octubre de 2001 bajo el número 2172-A apareció publicada la Ordenanza de Impuestos Sobre Actividades de Industria y Comercio o Servicio de Índole Similar. El artículo 3 de esta ordenanza establece:

“El hecho generador del impuesto de industria y comercio es el ejercicio en, o desde, la jurisdicción del Municipio Libertador, de una actividad comercial, industrial, financiera, de mercado de capitales, cambiaria o de servicios de carácter comercial.

PARRÁGRAFO UNICO: a los efectos de esta ordenanza, se considera:

ACTIVIDAD COMERCIAL: toda actividad que tenga por objeto la circulación y distribución de productos, bienes y prestación de servicios comerciales y los derivados de acto de comercio considerados como tales por la legislación mercantil.”

En esta misma ordenanza se anexa el clasificador de actividades económicas. En el caso de la instalación y operación de un local para dispensar comida rápida, esta actividad codificada bajo el número, entra bajo

la descripción y está pechada con una alícuota de sobre los ingresos brutos y con un mínimo de tres (03) unidades tributarias.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Aspectos metodológicos

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación de mercado que se pretende efectuar está estructurada en tres partes. En primer lugar, se realizará una investigación de tipo documental en la cual se recopilará toda la información proveniente de fuentes primarias (consultas bibliográficas, Internet; principalmente). Posteriormente, la información será obtenida a través de una investigación de tipo exploratorio. La cual consistirá en una serie de entrevistas a expertos en el sector de telecomunicaciones, a directivos del Instituto de Ferrocarriles del Estado y a profesionales que laboran en locales dispensadores de comida rápida instaladas en el país.

En último lugar, la obtención de información se realizará a través de una investigación de tipo descriptivo. La metodología utilizada en este estudio consiste en la aplicación de un instrumento estadístico (encuesta) utilizando la teoría de muestreo.

3.1.2. Tipo de información

Los tipos de investigaciones utilizadas deben arrojar dos tipos de información. Una información de carácter cualitativo, la cual resulta de las investigaciones de tipo documental y exploratorio.

Igualmente, una información de carácter cuantitativo que se genera del estudio descriptivo.

3.1.3. Investigación de tipo documental

Esta investigación se concentró en la obtención de información a través de Internet y algunas referencias bibliográficas. Los resultados de esta investigación se presentaron en el marco teórico. En ese apartado, se expuso aquella información de carácter relevante para la investigación.

3.1.4. Investigación de tipo exploratorio

Los resultados de esta investigación se exponen en los cuadros siguientes. En el **Cuadro N° 1** se expone la entrevista a expertos en el área de comida rápida, en el **Cuadro N° 2** se presenta la entrevistas a directivos del IAFE, en el **Cuadro N° 3** se presenta la entrevista realizada a inversionistas en el área de comida rápida y en el **Cuadro N° 4** se indica otras informaciones recopiladas.

Cuadro N° 1. Entrevista a expertos del área de Comida Rápida

N ^o	Pregunta	ENTREVISTADO
		Marlene Rojas Dueña de local de comida rápida en la Bandera
1	¿Que debemos hacer para instalar un local de comida rápida?	Para la instalación de un local de comida rápida lo que deben tener es el capital para la adquisición del local, compra de los utensilios y adecuación del local
2	¿Cuáles son los criterios para instalar un local de comida rápida?	Debes cumplir con todos los requisitos para crear una empresa, permisos de sanidad, bomberos, y en tu caso lo que te exija el IAFE.
3	¿Qué tipo de asesoría necesito para montar su local?	Asesoría técnica y evaluación para la adecuación del local por parte de un arquitecto o jefe de obra que previamente ya haya adecuado un local para ofrecer el servicio de comida rápida
4	¿Qué tipo de servicio y/o productos diferentes se pueden ofrecer en un local de comida rápida?	Puedes ofrecer si el local tiene el tamaño la venta de periódico y revistas, venta de chuchearías, venta de los ticket del metro o boletería del tren dependerá del tamaño del local

Cuadro N° 2. Entrevista a directivos del IAFE

Nº	Pregunta	Entrevistado	
		Lic. Rosaura Valera. Dirección de Desarrollo Social	Lic. Carlos Pérez. Dirección de Comercialización y Mercadeo
1	¿Para qué fecha se tiene previsto la puesta en marcha de la línea de trenes?	La puesta en marcha de la Línea de Trenes Caracas - Tuy Medio se tiene prevista para el último trimestre del año 2.006.	La fecha que está manejando la Gerencia de Comercialización y Mercadeo del IAFE para la puesta en marcha de la Línea de Trenes Caracas - Tuy Medio es el 16 de octubre de 2.006.
2	¿Se tiene previsto la instalación de locales comerciales en las estaciones de trenes? De ser positiva la pregunta ¿qué tipo de negocios se han presentados ante el instituto?	Efectivamente, se tiene previsto la instalación de locales comerciales en las cuatro estaciones de esta línea de trenes: Cúa, Charallave Norte, Charallave Sur y Caracas. Se estima que estos negocios deben estar orientados a dos aspectos básicos: la satisfacción de necesidades básicas (servicio de comunicaciones, alimentación, pago de servicios públicos y servicios bancarios) y explotación de potencialidades económicas y sociales de la zona geográfica (desarrollo endógeno de la localidad). El objetivo básico es crear núcleos de desarrollo endógeno en esas zonas, de forma tal que se logre la instalación de programas banderas del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela: MERCAL, Barrio Adentro, Misión Robinson, etc. No se han recibido, formalmente, ninguna propuesta de negocio a pesar que muchos inversionistas han manifestado interés en invertir en esa zona.	La Gerencia de Comercialización y Mercadeo del IAFE se encuentra en el proceso de inspección y exploración de las zonas geográficas por donde está ubicada esta línea de trenes. En este sentido, apenas se están realizando las entrevistas con los residentes de la zona a fin de detectar cuales son verdaderamente las necesidades de servicios y/o productos de ellos, además de cómo serán satisfechas esas necesidades. Pues el objetivo del IAFE, no es sólo la generación de un negocio como tal, sino un modelo de participación ciudadana que permita explotar las potencialidades de cada zona sin alterar las prácticas sociales y culturales de la zona. A tal fin, se dará prioridad a inversionistas residentes en la zona pero que estén en capacidad de ofrecer servicios y/o productos de alto nivel de calidad. Sin embargo, aún no se encuentran definidos los patrones de calidad. Lo que si está definido es que servicios de telefonía, financieros, taquillas de pago de servicios, librería y centros de alimentación son prioritarios en esas zonas.
3	¿Cómo es el proceso de evaluación de solicitudes de negocio?	Hasta ahora no se ha definido este proceso, en vista que apenas se están definiendo los productos y servicios que se desean ofrecer en los locales comerciales establecidos en las estaciones. La idea es que estos negocios estén en concordancia con las características sociales, políticas, económicas pero sobre todo culturales de la región definida. Una vez culminada esta etapa se definirá el proceso de evaluación de proyectos, se establecerán los requisitos y recaudos que se van a exigir a cada inversionistas y	Esto se encuentra en función de lo que se respondió anteriormente, sin embargo lo más conveniente es que se haga una apertura de los negocios, indicando los servicios y productos específicos, y luego se evalúe la propuesta presentada por el inversionista.
4	¿Bajo qué figura legal van a ser concedidos los espacios físicos a los inversionistas?	Aún no se ha definido cual será esta figura. Pero se cree que será a través de licitaciones, lo importante es que la figura jurídica que se tiene planeada deben ser cooperativas a fin de cumplir con la línea política	Lo mas probable es que sean licitaciones pero aún no está definido.
5	¿Cuál es el horario que se tiene previsto para la operación de la línea de trenes? ¿cuál es el horario pautado para el sector comercial?	Se está realizando un estudio que involucra: evaluaciones de experiencias internacionales, estimaciones de los diferentes horarios de trabajo y evaluaciones de los horarios de las líneas urbanas, sub urbanas y del metro de Caracas a fin de que el horario que se establezca sea lo mas adecuado posible y permita amoldarse a las necesidades de los posibles usuarios.	El horario que se tiene previsto, para el funcionamiento de las líneas de trenes, es de 5:00 a.m. a 11:00 p.m. Este horario se adecua perfectamente a las personas que trabajan aquí en Caracas y está en concordancia con los horarios de funcionamiento de las líneas urbanas y sub-urbanas de transporte terrestre y el metro de Caracas. En cuanto a los locales comerciales, se prevé que ellos funcionen en el mismo horario de la línea de trenes, es decir, no hay ningún tipo de
6	¿Con qué frecuencia arribarán los trenes a las estaciones?	Esto tampoco se tiene definido, pero se cree que estará en función del flujo de personas. Es decir, esta frecuencia dependerá de las horas picos.	Se espera que en las horas de mayor afluencia, los trenes arriben a cada estación en espacios de tres minutos. Esto sería de 5:00 a.m. a 6:30 p.m. y de 4:30 p.m. a 6:00 p.m.
7	¿Qué documentos legales y/o patentes se deben presentar ante el instituto para la instalación de un local comercial?	Los documentos exigidos por la ley. Los cuales deben estar en concordancia con las reglamentaciones municipales.	Los documentos exigidos por otros organismos: Registro Mercantil, OCEI, INCE, Seguro Social, etc.
8	¿Qué tipos de servicios públicos se prestarán dentro de las estaciones y de los trenes?	El IAFE instalará un estacionamiento en cada una de las estaciones a fin de que los usuarios puedan estacionar sus carros. Esto permitirá que ellos se trasladen con sus vehículos hasta cada una de las estaciones. Otra propuesta de servicio consiste en instalar un centro de información en cada estación que permita informar a los usuarios de los aspectos generales de cada zona geográfica.	A parte de la instalación de estacionamientos aledaños a las estaciones de la línea de trenes, el IAFE prevé junto a las alcaldías de los respectivos municipios la instalación de líneas urbanas y suburbanas. A nivel de telecomunicaciones aún no se tiene previsto nada específicamente.
9	¿Se tiene pensando otros servicios de transporte conexos en las estaciones?	Se está estudiando esta posibilidad. Pero todo depende del volumen de personas que utilizarán este medio de transporte y de sus necesidades para movilizarse.	Si. Según lo descrito en la respuesta anterior.

Cuadro N° 3. Entrevista a inversionistas

Nº	Pregunta	ENTREVISTADO
		Maribel de Ibarra. Local de Comida Rápida en Caricuao
1	¿Cómo surgió la idea de este negocio?	Surge con mi liquidación cuando trabajaba en un restaurante y me di cuenta que el negocio daba sus buenos frutos, en el sitio no había sino puros carros de perro caliente y hamburguesa y mi mama disponía del local
2	¿Desde cuando se encuentra operando?	Desde el año 2001.
3	¿Cuáles fueron las fuentes de financiamiento?	Fuentes de financiamiento propias, para el acondicionamiento del local conté con la ayuda de mi mama y el capital de mi esposo alrededor de Bs. 10.000.000,00 (lo que fue: pintura, cerámica, mesas, sillas lámparas, nevera, cocina, tostadora a gas, licuadora, plancha a gas, vitrinas etc.).
4	¿Cuáles ordenamientos y documentos legales son importantes para la instalación de este negocio?	Primero crear la empresa (Registro Mercantil). 2.- Otorgamiento de permiso por parte del Ministerio de Sanidad y Salud. 3.- Permisología emitida por el cuerpo de bomberos. 4.- Conformidad de uso emitida por la ingeniería municipal.
5	¿Cuáles servicios ofrece? ¿Por qué estos servicios?	Como principal servicio se ofrece el almuerzo ejecutivo, pero en las mañanas ofrezco un combo de empanadas y jugos, y cualquier actividad lícita de comercio, vendo chuchearías, dulces caseros, tizana, cocada. Por que me dejan buena ganancia y no dependo de nadie ya que lo administro yo.
6	¿Cuál es el servicio de mayor demanda?	Como te dije el almuerzo, yo lo tengo a buen precio y trato de variar la comida todos los días, además de que ofrezco varias combinaciones en el menú ejecutivo.
7	¿Cómo son sus cliente?, ¿Edad?, ¿Sexo?, ¿Poder Adquisitivo?	No tengo una estadística definida, pero en las mañanas entran mas niños acompañados de sus padres, al mediodía son más hombres que mujeres, a mi entender de todos los extractos sociales que viven en esta zona.
8	¿Cuáles son tus competidores?	os carros de perro caliente y hamburguesa que están alrededor y las cantinas de los colegios, la verdad no hay un negocio abierto en mi horario solo los buhoneros
9	¿Cómo estableció sus cadenas de proveedores, distribución y comercialización?	La mercancía la compro en los mercados libres, el jugo y los refrescos me los trae coca cola y pepsi, las chuchearías las compro en los mercados también me salen mas barato.
10	¿Cuáles estrategias de negocio utiliza frecuentemente?	La mejor estrategia es que la comida tenga buena sazón, que lo que se sirve sea de calidad y lo mas importante para mis clientes el precio esta ajustado a la situación actual, como te comente ofrezco varios combos y combinaciones de menú para que mis clientes estén satisfechos.

Cuadro N° 4. Otra información recopilada con entrevistas

ENTREVISTADO	INFORMACION ADICIONAL
IAFE	No solo de presenta una posibilidad de negocio en la instalación de locales comerciales (de diversas tipologías) en la Línea de Trenes Caracas - Tuy Medio sino que cualquier propuesta de negocio que tenga los estándares mínimos de calidad sería una excelente alternativa en el Sistema Ferroviario Nacional. Se tiene previsto que la distribución de locales comerciales dentro de las estaciones de esta línea de trenes sea la siguiente: 37 locales comerciales en la Estación Charallave Norte, 24 en la Estación Charallave Sur, 13 en la Estación La Rinconada y 8 en la Estación Cúa.

3.1.5. Investigación de tipo descriptivo

Esta investigación consistió en la aplicación de una encuesta a una muestra seleccionada bajo la siguiente metodología. El formato de encuesta se presenta en el **Cuadro N° 5**.

Cuadro N° 5. Encuesta



N° _____

ENCUESTA

Población objetivo de la encuesta: Habitantes de Charallave, Cúa y zonas aledañas que trabajan, estudian o visiten frecuentemente la Zona Metropolitana de Caracas.

Información General

Ante todo muy bueno(a)s _____, la presente encuesta es realizada por estudiantes del Post-Grado de Economía Empresarial de la Universidad Católica Andrés Bello con el objetivo de detectar las necesidades de servicios básicos, y en particular servicios de telecomunicaciones, requeridos por los posibles usuarios de la Línea de Trenes Tuy Medio. Agradecemos a tal fin, que nos dedique diez (10) minutos de su tiempo. Ninguna respuesta será considerada correcta o incorrecta y la información suministrada por Ud. sólo será utilizada bajo fines académicos. De antemano, muchísimas gracias.

Preguntas Básicas

1.- ¿Ud. realiza algún tipo de actividad que lo motive a viajar frecuentemente a Caracas? Si _____
No _____ **Si la respuesta es afirmativa indique el tipo de actividad:**

Si la respuesta es negativa pasar a la pregunta N° 3.

Transporte Público _____ Vehículo Propio _____ Otros: Especifique _____

3.- ¿Tiene conocimiento de la Línea de Trenes Charallave - Caracas que tiene prevista instalar el Ejecutivo Nacional para el año 2006? Si _____ No _____

4.- ¿Utilizaría este medio de transporte para viajar a Caracas? Si _____ No _____ **Explique las razones**

5.- De los siguientes servicios, ¿cuáles cree Ud. que deberían ser ofrecidos en las estaciones de esta línea de trenes?

(A) Venta de Alimentos y Refrigerios _____ (B) Servicios de Telecomunicaciones _____ (C) Estacionamiento _____ (D) Venta de Periódicos y Revistas _____ (E) Taquilla de Pago de Servicios _____ (F) Venta de Artículos de Oficinas _____ (G) Servicios Profesionales (Economistas, Abogados, Contadores, etc.) _____ (H) Peluquería _____ (I) Tintorería _____ Otros: Especifique _____

6.- De la lista señalada en su respuesta anterior, ordene de acuerdo a su importancia los cinco (05) servicios que Ud. considera más importante. Empiece por el número uno (1) para indicar el más importante, el dos (2) indicaría el segundo más importante y así sucesivamente.

(1) _____ (2) _____ (3) _____ (4) _____
(5) _____

Cuadro N° 5. Formato de encuesta

Servicios de Telecomunicaciones	
Estas preguntas sólo deben ser formuladas en el caso de que el entrevistado haya seleccionado la opción Servicios de Telecomunicaciones en la pregunta N° 5. De no ser así, ir directamente al bloque de preguntas referentes a Programas - Misiones.	
7.- En cuanto a los servicios de telecomunicaciones, ¿cuáles cree Ud. que deben ser prestados en las estaciones de la Línea de Trenes Charallave - Caracas?	
Telefonía Pública _____ Internet _____ Fax _____ Otros:	_____
Especifique _____	
8.- Estos servicios de telecomunicaciones deben ser ofrecidos a través de:	
Cabinas Telefónicas y de Computadoras _____ Espacios Modulares _____ Centros de Telecomunicaciones _____ Multipropósitos _____ Otros:	_____
Especifique _____	
9.- ¿Qué otros servicios deben ser ofrecidos en estos locales destinados al servicio de	
Fotocopiado _____ Venta de Artículos de Oficina _____ Venta de Líneas y Accesorios de Telecomunicaciones _____ Taquilla de Pagos de Servicio _____ Venta de Boletos de la Línea de Trenes _____ Venta de Boletos del Metro de Caracas _____ Venta de Periódicos y Revistas _____ Venta de Alimentos _____ Otros:	_____
Especifique _____	

Preguntas Programas - Misiones	
10.- ¿A Ud. le gustaría que las estaciones de esta línea de trenes sirvan de promotores de los programas y/o misiones emprendidos por el Gobierno de la República de Venezuela? Si _____ No _____ Si la respuesta es negativa pasar directamente al bloque de preguntas referentes a Datos Básicos.	
11.- De los programas y/o misiones del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, ¿cuáles les gustaría que fueran promovidos en las estaciones de esta línea de trenes?	
MISION ROBINSON I _____ MISION ROBINSON II _____ MISION KIDAS _____ MISION Sucre _____ MISION Mercal _____ Misión Vivienda _____ Misión Cultura _____ Misión Barrio Adentro _____ Farmacias Populares _____ Misión Vuelvan Caras _____ Otros:	_____
Especifique _____	
12.- La forma como Ud. considera que deben ser promovidos estos programas y/o misiones debe ser:	
En locales dentro de las estaciones que ofrezcan directamente estos servicios _____	
En las adyacencias de las estaciones de la línea de trenes _____	
A través de cabinas de información que sirvan solamente de promotores de estos programas e informen los sitios de prestación de servicios más cercanos _____	

Datos Básicos	
Sexo: F _____ M _____	
Edad: (18 - 25) _____ (26 - 35) _____ (36 - 45) _____ (46 - 55) _____ Mayor a 55 _____	
Estado Civil: Soltero _____ Casado _____ Divorciado _____ Viudo _____ Concubinato _____	
Nivel de Instrucción: Primaria _____ Secundaria _____ Universitaria _____ Otra: Especifique _____	
Tipo de vivienda: Casa _____ Apartamento _____ vivienda Popular _____ Otra: Especifique _____	
Frecuentemente, en su hogar ¿qué tipos de servicios de telecomunicaciones utiliza?	
TV nacional _____ TV por cable _____ Telefonía _____ Internet _____ Fax _____	_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

3.1.5.1. Selección de la muestra

3.1.5.1.1. Determinación de la población objetivo

La población objetivo de esta investigación son habitantes de los Municipios Cristóbal Rojas, Urdaneta, Simón Bolívar, Lander e Independencia del Estado Miranda de la República Bolivariana de Venezuela mayores de 18 años que desempeñen alguna actividad laboral y/o educativa.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), las cifras preliminares del censo realizado en el año 2001 indican que el total de la población que habita en estos municipios es de cuatrocientos cincuenta mil setecientos setenta y seis (450.776) habitantes. Esta información se detalla en el **Cuadro N° 6.**

Cuadro N° 6. Población objetivo

Municipio	Población Total
Cristóbal Rojas	77.257
Independencia	126.999
Lander	108.970
Simón Bolívar	31.944
Urdaneta	105.606
Total	450.776

Fuente: INE. Población y Vivienda, según Municipio, Censo 2001

En ese mismo estudio, el INE determinó que la tasa de actividad de la población (personas mayores de 15 años) del Estado Miranda es del 59,2%. Es decir, que aproximadamente seis (06) de cada diez (10) mirandinos desempeñan una actividad laboral y/o educativa. Por lo tanto, si se extrapola este porcentaje a la población total de estos municipios se puede señalar que, para el año 2001, la población activa en los Valles del Tuy era de doscientas sesenta y seis mil ochocientos cincuenta y nueve (266.859) personas, aproximadamente.

Si se considera que la tasa de crecimiento de la población del Estado Miranda estimada por el Instituto Nacional de Estadísticas es del 8%, entre los años 2001 al 2005, se puede determinar que nuestra población objetivo es doscientos ochenta y ocho mil doscientos ocho (288.208) habitantes.

Se debe destacar que el Instituto Autónomo de Ferrocarriles del Estado (IAFE) estima que la población beneficiada por la Línea de Trenes Ezequiel Zamora es de doscientos noventa mil (290.000) personas, cifra similar a la obtenida en nuestras proyecciones.

3.1.5.1.2. Estimación del tamaño de la muestra

En vista que la población objetivo supera los cincuenta mil (50.000) elementos, se puede considerar que esta es infinita y por tanto para determinar el tamaño de la muestra, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Con un nivel de confianza de 99%, el máximo error posible (E) es del 1% y el valor de Z en la distribución normal es de 2,33.

Considerando una probabilidad de éxito de 99,2% entonces $p = 0.992$ y $q = 1 - p = 1 - 0.992 = 0.008$, entonces el tamaño de la muestra (n) será:

$$n = \frac{(2,33)^2 \cdot (0,992) \cdot (0,008)}{(0,01)^2} \cong 430$$

Entonces el tamaño de la muestra, o lo que es igual el número de personas encuestadas, será de cuatrocientos treinta (430), aproximadamente.

3.1.5.1.3. Tipo de muestreo

En vista que la población objetivo de esta investigación de mercado tiene características específicas, las cuales fueron señalaron anteriormente, y el perfil de los encuestados está plenamente identificado entonces el tipo de muestreo seleccionado será no probabilístico. Es decir, los elementos de la

muestra no se seleccionaran mediante procedimientos al azar o aleatorios, o con probabilidades de selección conocidas.

Además de ser un tipo de muestreo no probabilístico, se utilizan elementos de juicios y por tanto los elementos se escogen basándose en opiniones informadas que garantizan la representatividad de la población que se estudia.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Investigación exploratoria

Los aspectos relevantes obtenidos de la investigación exploratoria son los siguientes:

4.1.1 Entrevista realizada a directivos del IAFE

No sólo se presenta una posibilidad de negocio la instalación de locales comerciales (de diversas tipologías) en la Línea de Trenes Caracas - Tuy Medio sino que cualquier propuesta de negocio que tenga los estándares mínimo de calidad sería una excelente alternativa en el Sistema Ferroviario Nacional.

- Se tiene previsto que la distribución de locales comerciales dentro de las estaciones de esta línea de trenes sea la siguiente: 37 locales comerciales en la Estación Charallave Norte, 24 en la Estación Charallave Sur, 13 en la Estación La Rinconada y 8 en la Estación Cúa.

4.1.2. Entrevista realizada a expertos en el área de comida rápida

- En caso de instalar Locales de Comida rápida, la evaluación total y adjudicación del local queda a cargo del IAFE se evaluara a cargo de quien se dejara la adecuación del local para ofrecer este servicio el IAFE solo dará los parámetros que debe cumplir el local para que todos los locales comerciales estén en perfecta armonía dentro de las Estaciones.
- El margen de rentabilidad del negocio no se puede establecer hasta tanto los ejecutivos de la Dirección de Comercialización y Mercadeo no establezcan el cobro por adjudicaron de local, sin embargo dada la experiencia de las entrevistadas en este tipo de comercio el margen de ganancia fluctúa alrededor del 35% o 45% sobre los costos.

4.2. Investigación descriptiva

4.2.1. Análisis de la información recopilada con el instrumento estadístico

Para cada una de las preguntas consideradas en el instrumento estadístico se realiza el análisis correspondiente.

4.2.1.1. Pregunta N° 1

De la muestra seleccionada, el 87,44% de los encuestados afirman que viajan frecuentemente a Caracas. Asimismo, el 50,47% de los encuestados indican que la razón principal por la cual se movilizan es que desempeñan una actividad laboral en esta ciudad. Esta información, se presenta en **Grafico N° 1**.

Se puede observar, de acuerdo a los resultados obtenidos, que el segundo motivo por el cual los encuestados viajan a Caracas es que su recinto de estudio se ubica en la región capital.

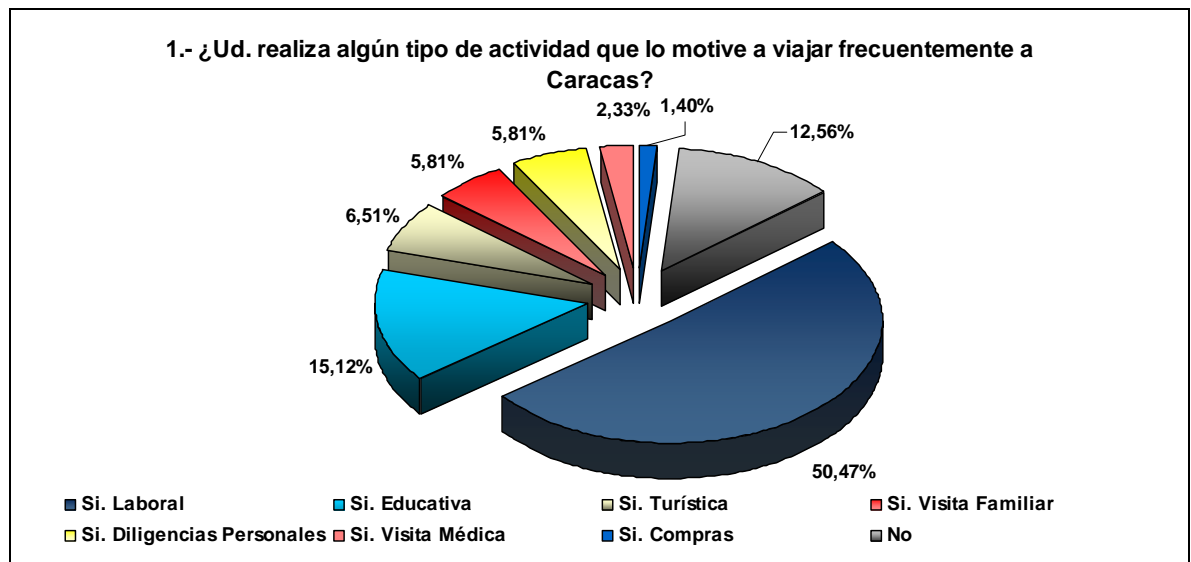


Gráfico N° 1. Resultados de la pregunta N° 1.

4. 2.1.2. Pregunta N° 2

En el **Grafico N° 2** se observa que las trescientas setenta y seis (376) personas que afirmaron que viajaban a la ciudad de Caracas, el 92,02% señalaron que utilizan el transporte publico para realizar este viaje. El resto de los encuestados lo hacen en vehículos propios.

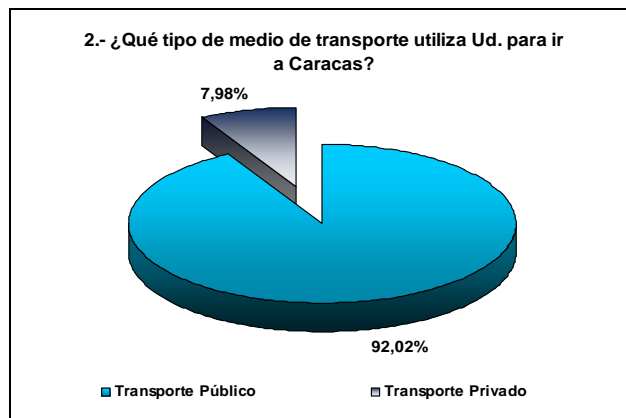


Gráfico N° 2. Resultados de la pregunta N° 2.

4. 2.1.3. Pregunta N° 3

De las cuatrocientas treinta (430) personas que conforman la muestra de esta investigación de mercados, el 89,30% tienen conocimiento de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora, que se esta construyendo entre la ciudad de Caracas y los Valles del Tuy. Esta Información se constata en el **Grafico N° 3.**

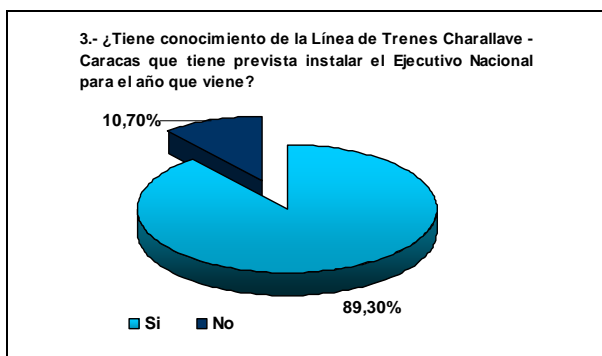


Gráfico N° 3. Resultados de la pregunta N° 3.

4. 2.1.4. Pregunta N° 4

Según la información presentada en el **Grafico N° 4**, el 97,21% de los encuestados manifestaron su disposición a utilizar la Línea de Trenes Ezequiel Zamora, que se esta construyendo entre la ciudad de Caracas y Los Valles del Tuy.



Gráfico N° 4. Resultados de la pregunta N° 4.

De las trescientas setenta y seis (376) personas que afirmaron que utilizarían este medio de transporte, el 76,08% lo harían por la rapidez del servicio, el 9,81% por la comodidad que ofrecería y un 4,78% por la novedad de este servicio, el resto lo haría por otras razones. Esta información se detalla en el **Gráfico N° 5**.

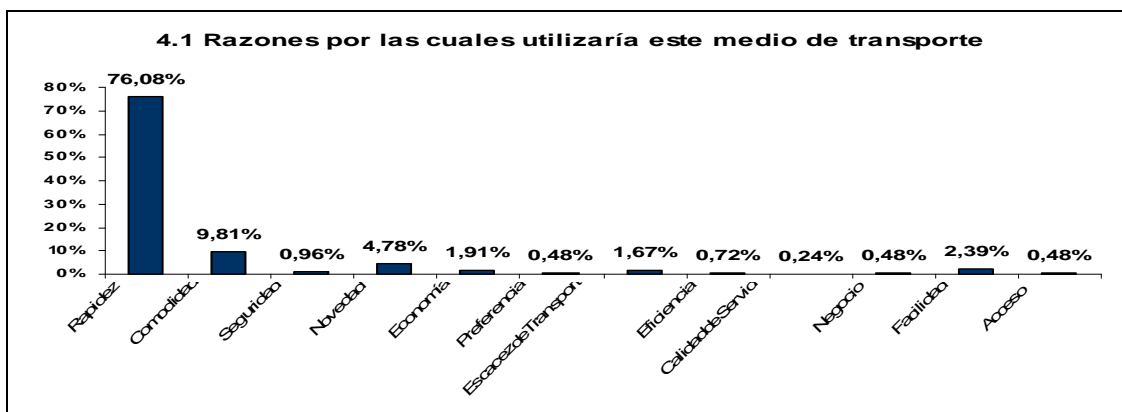


Gráfico Nº 5. Resultados de la pregunta Nº 4.1.

El 83,33% de los encuestados que señalaron que no utilizarían la Línea de Trenes Ezequiel Zamora, prefieren seguir utilizando el sistema de transporte tradicional. El resto de los encuestados manifiestan que este servicio puede ser inseguro y por tanto se rehúsan a usarlo, tal y como se presenta en el **Gráfico Nº 6**.

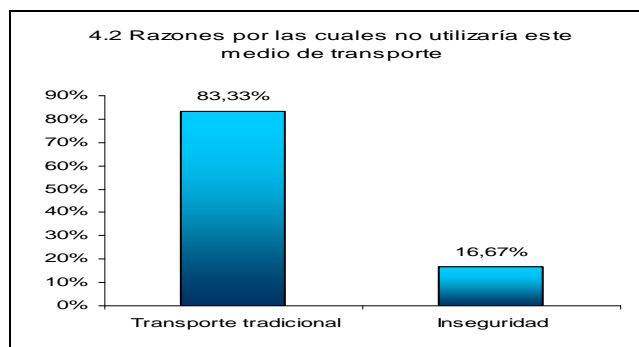
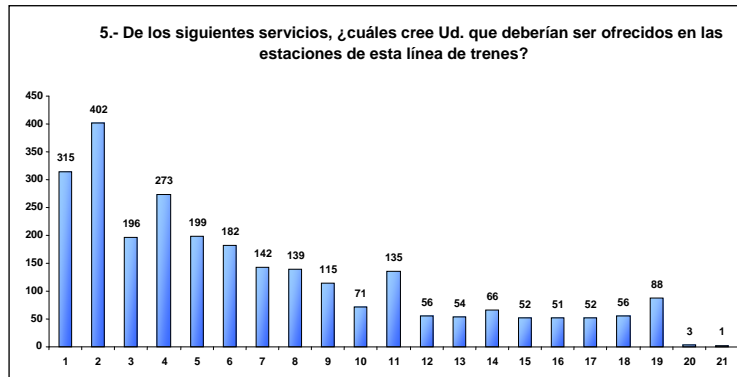


Gráfico Nº 6. Resultados de la pregunta Nº 4.2.

4. 2.1.5. Pregunta Nº 5

Se puede observar, en el **Gráfico Nº 7**, que los cinco (05) servicios de mayor necesidad, según las respuestas de los encuestados, son: Servicios de Telecomunicaciones (402 encuestados lo señalaron), Venta de Alimentos y Refrigerios (315 encuestados lo señalaron), Venta de Periódicos y Revistas (273), Taquilla de Pago de Servicios (199) y Estacionamiento (196).

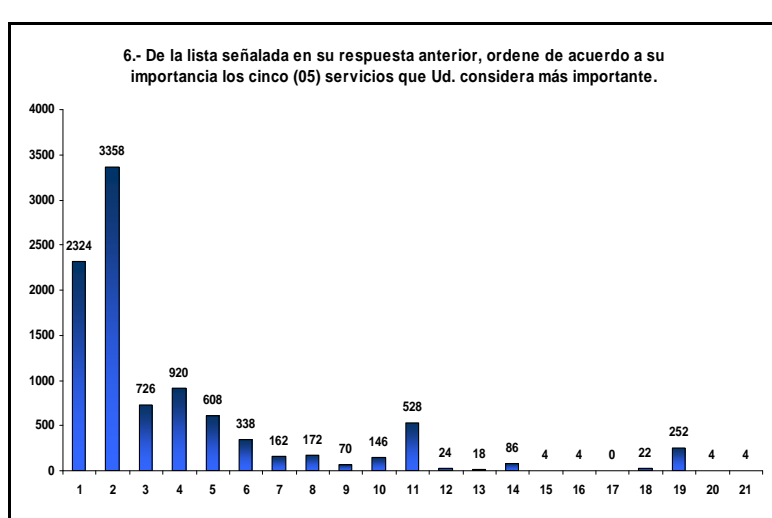


Nº	Servicios
1	Venta de Alimentos y Refrigerios
2	Servicios de Telecomunicaciones
3	Estacionamiento
4	Venta de Periódicos y Revistas
5	Taquilla de Pago de Servicios
6	Venta de Artículos de Oficina
7	Servicios Profesionales
8	Peluquería
9	Tintorería
10	Baños
11	Banco
12	Servicios Médicos
13	Venta de Ropa
14	Seguridad
15	Mini Centro Comercial
16	Hotel
17	Restaurant - Tasca
18	Servicio de Taxi
19	Farmacias
20	Cines
21	Actividades Recreacionales

Gráfico N° 7. Resultados de la pregunta N° 5.

4. 2.1.6. Pregunta N° 6

De acuerdo al grado de importancia, otorgado por los encuestados, los cinco (05) servicios de mayor importancia (en orden descendente) son: Servicio de Telecomunicaciones, Venta de Alimentos y Refrigerios, Venta de Periódicos y Revistas, Estacionamiento y Taquilla de Pago de Servicios. Este resultado se evidencia en el **Gráfico N° 6.**



Nº	Servicios
1	Venta de Alimentos y Refrigerios
2	Servicios de Telecomunicaciones
3	Estacionamiento
4	Venta de Periódicos y Revistas
5	Taquilla de Pago de Servicios
6	Venta de Artículos de Oficina
7	Servicios Profesionales
8	Peluquería
9	Tintorería
10	Baños
11	Banco
12	Servicios Médicos
13	Venta de Ropa
14	Seguridad
15	Mini Centro Comercial
16	Hotel
17	Restaurant - Tasca
18	Servicio de Taxi
19	Farmacias
20	Cines
21	Actividades Recreacionales

Gráfico N° 8. Resultados de la pregunta N° 6.

Se puede resaltar de los resultados de las Preguntas N° 5 y N° 6, que estos cinco (05) servicios no sólo son los de mayor necesidad sino los más importantes para los encuestados.

4.2.1.7. Pregunta N° 7

De los cuatrocientos dos (402) encuestados que consideraron conveniente que se prestaran los servicios de telecomunicaciones dentro de las estaciones de esta línea de trenes, cuatrocientos un (401) encuestados señalaron la necesidad de la prestación de servicios de telefonía pública.

Además trescientos veintidós (322) se manifestaron a favor del servicio de Internet y doscientos setenta y cinco (275) del servicio de Fax. Esta información se detalla en el **Gráfico N° 9**.

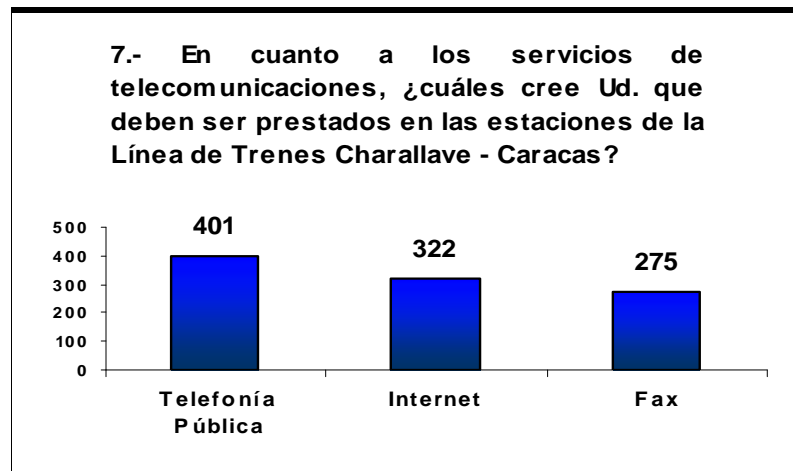


Gráfico N° 9. Resultados de la pregunta N° 7.

4. 2.1.8. Pregunta N° 8

Un 74,63% de los encuestados, que seleccionaron Servicios de Telecomunicaciones en la Pregunta N° 5, preferirían que estos ofrecidos en Centros de Telecomunicaciones Multipropósitos, tal como se detalla en el **Gráfico N° 10**.

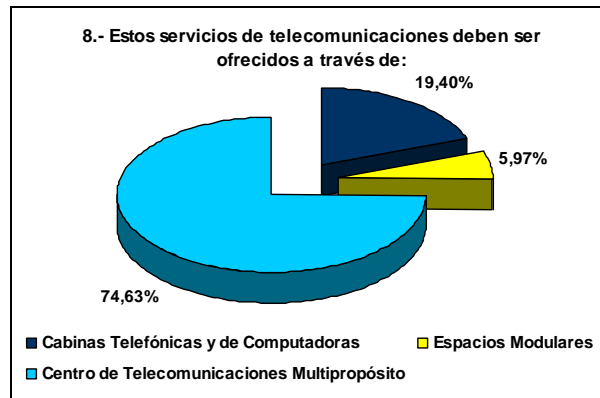


Gráfico N° 10. Resultados de la pregunta N° 8.

4. 2.1.9. Pregunta N° 9

En el **Gráfico N° 11** se puede detallar que de la muestra seleccionada, a 62,47% de los encuestados les gustaría que las estaciones de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora sirvan de promotores de los programas y/o misiones emprendidos por el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela.



Gráfico N° 11. Resultados de la pregunta N° 9.

4. 2.1.10. Pregunta N° 10

En general, trescientos treinta y nueve (339) encuestados desean que se vendan boletos de la línea de trenes (siendo la opción más preferida dentro de las indicadas en la encuesta) en los locales destinados a servicio de telecomunicaciones o comida rápida. A trescientos treinta y seis (336) les

gustaría, que también se ofreciera servicio de fotocopiado y a trescientos dieciséis (316) que se vendan boletos del Metro de Caracas. Esto se demuestra en el **Gráfico N° 12**.

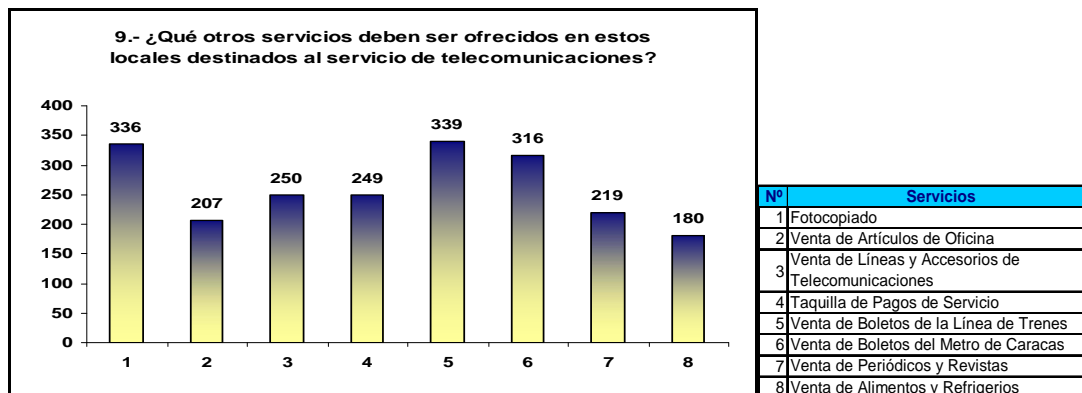


Gráfico N° 12. Resultados de lá pregunta N° 10.

4. 2.1.11. Pregunta N° 11

De las doscientas sesenta y tres (263) personas que, respondieron de manera afirmativa en la pregunta anterior, a doscientas doce (212) les gustaría la promoción de Farmacias Populares dentro de las estaciones de este medio de transporte. Igualmente, a doscientas diez (210) le gustaría la promoción de Misión Vivienda y a doscientas cuatro (204) la promoción de Misión Sucre. Siendo estas tres (03) opciones las de mayor preferencia por los encuestados. Esta información se presenta en el **Gráfico N° 13**.

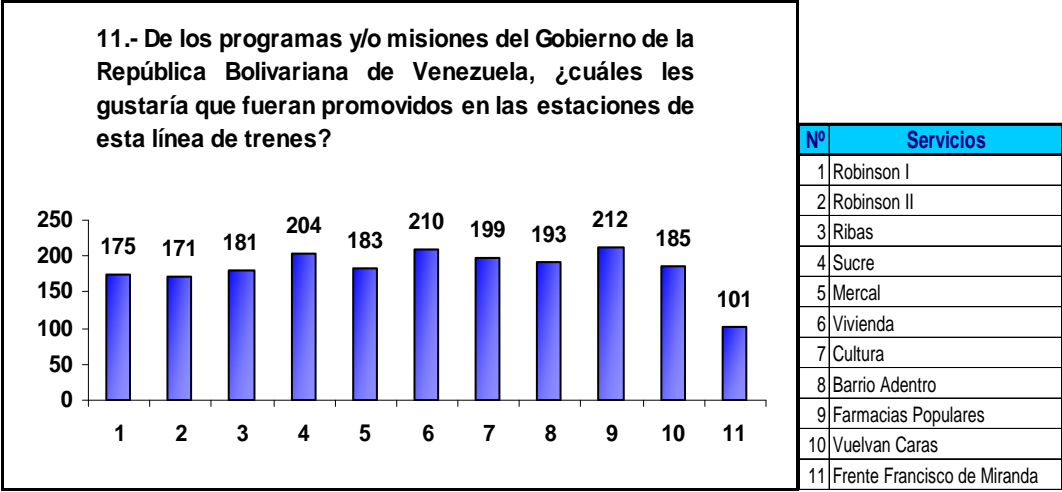


Gráfico N° 13. Resultados de la pregunta N° 11.

4. 2.1.12. Pregunta N° 12

El 51,33% de los encuestados, según el **Gráfico N° 14**, que se manifestaron a favor de la promoción de los programas y/o misiones del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, consideraron que para realizar estas promociones, el mecanismo más idóneo son cabinas de información que le indiquen a los usuarios los pasos a seguir al respecto. Un 30,80% de la muestra se muestra a favor de que se instalen locales que ofrezcan estas misiones dentro de la estaciones de la línea de trenes.

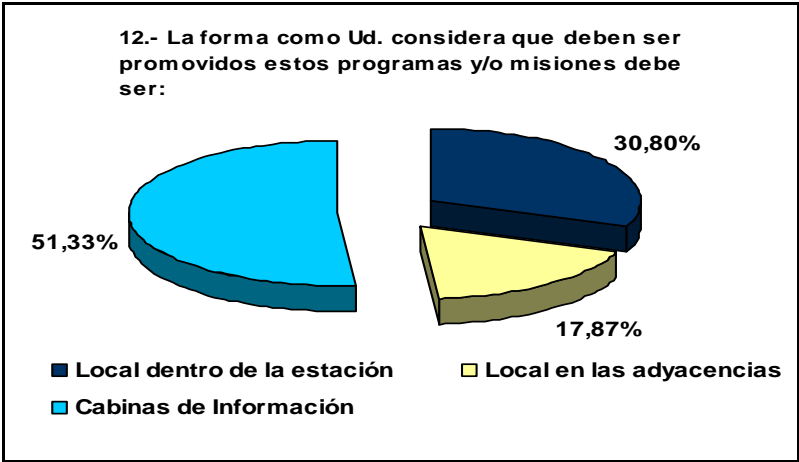


Gráfico N° 14. Resultados de la pregunta N° 12.

4. 2.1.13. Datos básicos

Según el **Gráfico N° 15**, del total de los encuestados, el 56,28% corresponden a individuos del sexo masculino y el 43,72% del sexo femenino.

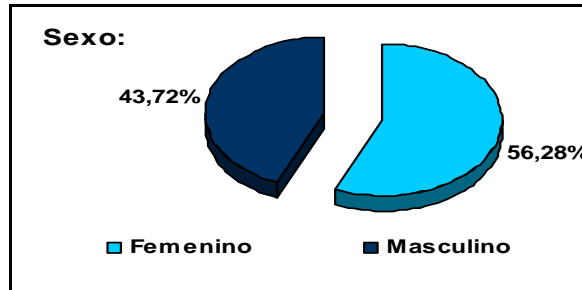


Gráfico N° 15. Distribución por sexo de la muestra.

El 33,49% de los encuestados tienen edades comprendidas entre 26 y 35 años. El 33,02% entre 18 y 25 años y un 22,33% entre 36 y 45 años. Por lo tanto, el 88,84% de la muestra tienen edades dentro del rango: 18 años - 45 años. Esta información se refleja en el **Gráfico N° 16**.

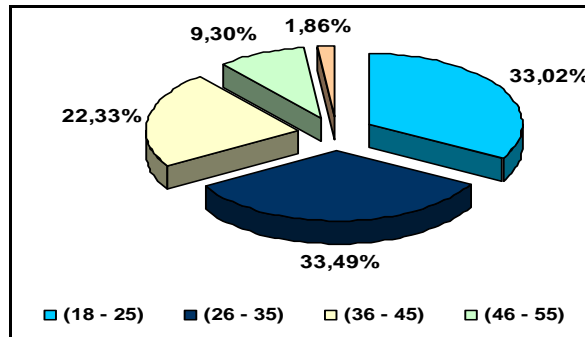


Gráfico N° 15. Distribución de la muestra por sexo.

En el **Gráfico N° 16** se puede observar que de los 430 encuestados, el 55,58% manifestaron ser solteros y el 33,49% indicaron ser casados.

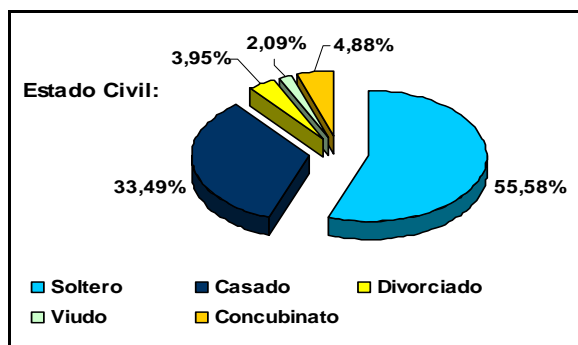


Gráfico N° 16. Distribución de la muestra por estado civil.

En cuanto al nivel de instrucción, un 51,16% de los encuestados señalaron haber estudiado hasta la secundaria y un 31,16% haber realizado estudios en la universidad, tal como se puede observar en el **Gráfico N° 17**.

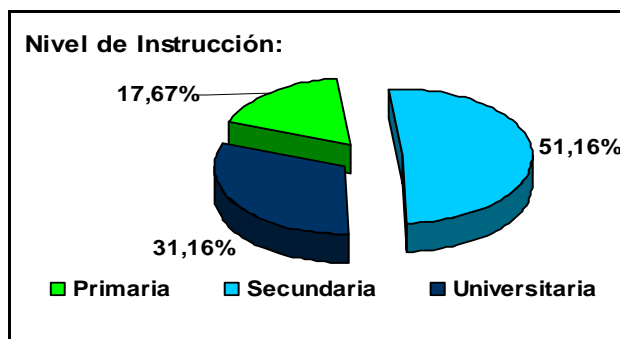


Gráfico N° 17. Distribución de la muestra por nivel de instrucción.

El 73,49% de la muestra afirmó vivir en casas mientras que el 23,49% vive en apartamento, según se refleja en el **Gráfico N° 18**.

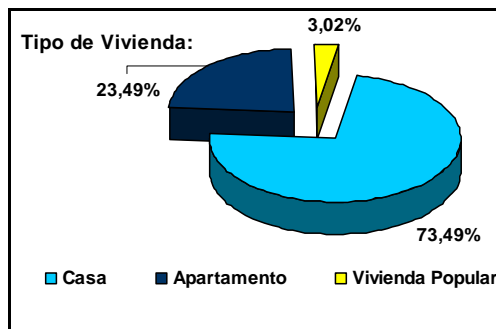


Gráfico N° 18. Distribución de la muestra por tipo de vivienda.

En la investigación también se pudo detectar lo siguiente:

- El 72% de los encuestados afirman contar con el servicio de TV nacional.
- El 45,35% de los encuestados afirman estar suscritos al servicio de TV por cable.
- El 80,23% de los encuestados señalan contar con el servicio de telefonía (fija o móvil) dentro de su hogar.
- El 95,58% de los encuestados señalan no tener en su hogar el servicio de Internet.
- El 99,07% de los encuestados señalan no contar con el servicio de Fax dentro de su hogar.

4.3. Perfil de los usuarios potenciales

Una vez obtenidos los resultados del instrumento estadístico, se puede determinar las características de los posibles usuarios que demandarán los servicios de Comida Rápida, que se pretende instalar en la Estación Caracas de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora, ubicada en el Sector La Rinconada, y estimar el porcentaje de la población que utilizará este servicio.

Las características que se consideró que deben tener estos posibles usuarios son las siguientes:

- Hombres y mujeres con edades comprendidas entre 18 y 45 años, porque representan un alto porcentaje de la población que se desplaza entre los Valles del Tuy y la ciudad de Caracas.
- Además, que habiten en los Valles del Tuy y trabajen o estudien en Caracas, pues representan el más alto porcentaje del total de personas que se desplazan con mayor frecuencia entre ambas zonas. Igualmente, este grupo de personas requieren frecuentemente los servicios de comida rápida y los servicios de telecomunicaciones como servicios de mayor demanda según los resultados evaluados en la encuesta.

- Personas con intención de uso del servicio de trenes de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora, dado que el objetivo de la investigación de mercado es detectar las necesidades de servicios de comida rápida y servicios de telecomunicaciones de los potenciales usuarios de esta línea de trenes.
- Adicionalmente, que hayan manifestado que dentro de las estaciones de esta línea de tren se preste el servicio de Comida Rápida. De acuerdo a estas características y en base a los resultados obtenidos, se puede señalar que del total de la personas encuestadas ciento ochenta y nueve (189) cumplen con el perfil descrito anteriormente, representando el 43,95% de la muestra seleccionada.

De esta manera, si se considera que el lafe tiene previsto que este sistema ferroviario movilice a sesenta mil (86.000) personas diariamente se estaría hablando que veintiséis mil trescientas setenta y dos (26.372) estarían demandando este servicio bajo los supuestos señalados.

Estos posibles usuarios consideran el servicio de comida rápida y la telefonía pública como los más importantes, de hecho todos consideraron que estos servicios son necesarios que sean prestados.

CONCLUSIONES

Del estudio cualitativo realizado, se puede concluir lo siguiente:

1. En cuanto, a la instalación de locales comerciales en las estaciones de esta línea de trenes se tiene previsto que los mismos vayan en función no sólo de las necesidades de los usuarios de esta línea de trenes sino que deben depender de las potencialidades comerciales de la zona así como de la política de Estado. Sin embargo, es absolutamente probable que el servicio de comida rápida se ofrezca a los usuarios ya que según el estudio esta dentro de los cinco (5) servicios mas importantes para los usuarios potenciales.
2. Aún no se ha definido el procedimiento para el proceso de evaluación de solicitudes de negocio. Esta etapa apenas está en proceso y se encuentra en función de la etapa anterior. No se tiene definida esta figura legal pero lo más probable es que sean licitaciones o adjudicaciones por parte del estado.
3. El horario debe adecuarse a las necesidades de los usuarios, lo más probable es que se de 5:00 a.m. a 11:00 p.m. Los locales comerciales no tendrían restricciones de horario siempre y cuando se ajusten al horario de funcionamiento de la línea de trenes. Los trenes arribarán a las estaciones con una mayor frecuencia en las horas pico, pues debe estar en función de las necesidades de los usuarios.
4. El IAFE prestará servicios de estacionamiento, transporte público y de información.
5. La instalación del proyecto está supeditada a la aprobación de la ubicación del local comercial según los criterios establecidos por el IAFE. Estos criterios se basan en la existencia de alto flujo peatonal y el desarrollo comercial de la zona.

Del estudio cuantitativo realizado, se puede concluir lo siguiente:

1. Ante la puesta en marcha de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora que comunica los Valles del Tuy con la Ciudad de Caracas, el 97,21% de los encuestados afirma que usaría este medio de transporte. Por lo tanto, existirá un alto porcentaje de la población que demandarían diferentes servicios en las estaciones de esta línea de trenes.
2. El 100% de los encuestados que utilizarían la línea de trenes consideraron oportuno que se presten servicios dentro de las estaciones, por lo tanto se presume la intención de uso de los servicios que se pretenden ofrecer dentro de las estaciones.
3. Los servicios que los encuestados consideran imprescindible que sean prestados dentro de estas estaciones son Servicios de Telecomunicaciones, Venta de Alimentos y Refrigerios, Venta de Periódicos y Revistas, Taquilla de Pago de Servicios y Estacionamiento. Sin embargo, existen otros servicios que también son requeridos por los potenciales usuarios, como por ejemplo: Bancos, Farmacias, Venta de Artículos de Oficina, Servicios Profesionales y Peluquería.
4. Los encuestados, en un alto porcentaje, se muestran receptivos a la promoción de los programas y/o misiones del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela siempre que sea a través de cabinas de información. Por lo tanto, se abren nuevas oportunidades de negocio para el Estado y para el Sector Privado.

RECOMENDACIONES

Ante las respuestas obtenidas de los encuestados y el análisis realizado, se recomienda:

1. Coadyuvar en el desarrollo integral (económico, educativo, habitacional, cultural, etc.) de los centros poblados que se encuentran en la periferia de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora. De esta manera, se incrementaría la demanda potencial de estos servicios en las estaciones; no sólo por los posibles usuarios de este medio de transporte sino por miembros de la comunidad. Esto aseguraría afluencia de consumidores los fines de semana y los días feriados educativos y/o laborales.
2. Instalar servicios de estacionamiento para aquellos usuarios que viajan a Caracas en vehículo propio con el propósito de incentivar el uso de esta línea de trenes y de los servicios que se prestarán en las estaciones.
3. Promover la cooperación entre la línea de trenes y las Línea de Transporte Público Terrestre que operan en los centros poblados de los Valles del Tuy y se encuentran alejados de las estaciones, para el traslado de los usuarios a las estaciones de la línea de trenes.
4. Difundir las bondades del uso de la Línea de Trenes Ezequiel Zamora como medio de transporte entre las ciudades de Caracas y los Valles del Tuy.
5. Ofrecer servicios de comida rápida y refrigerio además de otros servicios como el de telecomunicaciones con alto parámetros

de calidad a los usuarios potenciales del servicio ferroviario; con el propósito de mantener su preferencia hacia este servicio.

6. Optimizar el espacio físico del local comercial en función de las exigencias y necesidades de los usuarios y de las características de los servicios a ofrecer.

BIBLIOGRAFIA

IAFE (2005). [Página en línea]. Disponible: www.iafe.gov.ve/html/red/r_%20pfn.html [Consulta: 2005, Julio 09].

Ordenanza de Impuestos Sobre Actividades de Industria y Comercio o Servicio de Índole Similar (2001, Octubre 4). Gaceta Municipal del Municipio Libertador del Distrito Capital, 2172-A, Octubre 4, 2001.

SECOFI (2001). Programa de Capacitación y Modernización del Comercio Detallista [Documento en línea]. Disponible:

<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp> [Consulta: 2005, Julio 03].

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2005). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: Autor.

Women's Center Busines (2000). Mercadotecnia [Documento en línea]. Disponible:

<http://www.onlinewbc.gov/docs/espanol/mercadotecnia/lenguajedelamercadotecnia/investigaciondemercado.html> [Consulta: 2005, Julio 03].

Ministerio de Sanidad y Asistencia Social [Página en línea]. Disponible: www.marn.gov.ve/html/red/r_%20pfn.html [Consulta: 2006, Octubre 11].

CURRICULUM VITAE

1. Datos Personales

Nombre: Ana Paezbravo

Cédula de Identidad: V.- 9.956.504

Fecha de Nacimiento: 23 de diciembre de 1966

Edad: 40 años

Dirección de Habitación: Candilito a Cruz de Candelaria, Residencias Candelaria
Piso 4 apartamento 4-4 La Candelaria Municipio Libertador, Dtto. Capital.

Teléfonos: 0212-5769432 (habitación), 0416-8117868 (celular) y 0212-5007805 (oficina).

2. Educación

[2004 - 2006] Universidad Católica Andrés Bello. **Especialización en Economía Empresarial.**

[1991 - 1998] Universidad Central de Venezuela. **Economista.** Puesto de Promoción N° 24.

[1980 - 1985] Liceo Andrés Bello. **Bachiller en Ciencias.**

3. Experiencia Laboral

[Diciembre 1991 – Actual] CANTV **Contador Analista.**

[Enero 1991 – Noviembre 1991] Alrefri C.A. **Administrador.**