

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA
Oficina en Colombia

FONDO DE DESARROLLO RURAL INTEGRADO

EL CONSUMO Y LA DISTRIBUCION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
DEL AREA METROPOLITANA-BUCARAMANGA

EDUARDO PELAEZ DE LA ROCHE

ERNOKO ADIWASITO

Publicación Miscelánea No. A3-CO-86-004

BOGOTA, COLOMBIA
1986

IICA
PH-CO-004
MEN-
1986

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA

Oficina en Colombia

FONDO DE DESARROLLO RURAL INTEGRADO

EL CONSUMO Y LA DISTRIBUCION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DEL
AREA METROPOLITANA - BUCARAMANGA

EDUARDO PELAEZ DE LA ROCHE

ERNOKO ADIWASITO

Publicación Miscelánea No. A3/CO-86-004

BOGOTA, COLOMBIA
SEPTIEMBRE 1986

This One



5W43-FUH-5RWY

Digitized by Google

I N D I C E

C O N T E N I D O	PAGINA
INTRODUCCION	1
CAPITULO I METODOLOGIA	4
a. Estudio de Consumidores	4
b. Estudio de Minoristas	8
c. Estudio de Mayoristas	9
d. Estudio de Precios	10
CAPITULO II ESTUDIO DE CONSUMIDORES	11
A. Características socioeconómicas de la población	11
1. Estructura de la población por edad	11
2. Niveles de Educación	12
3. Acceso a los medios de comunicación	13
5. Dotación de Servicios Públicos	13
6. Empleo	14
7. Niveles de Ingreso	16
8. Estructura de los gastos de los hogares	16
B. Hábitos de Compra	17
1. Lugares de compra	17
2. Frecuencia de compras	19
3. Horario de compras	21
4. Gasto transporte	21
C. Problemas de Abastecimiento.	22
D. Consumo de Alimentos	22
E. Balance Nutricional	24
F. Actitud hacia los Programas DRI-FAN	24

I N D I C E

C O N T E N I D O	PAGINA
CAPITULO III ESTUDIO DE MINORISTAS	26
A. Características generales de los Establecimientos Minoristas	26
B. Características de Manejo de los Establecimientos Minoristas	32
Promedio de gastos y su estructura	32
Modalidad de las ventas	32
Modalidad de Aprovisionamiento	33
Frecuencia de Abastecimiento	34
Problemas más frecuentes en el abastecimiento	35
Problemas más serios en el negocio	35
Area de Inversión deseada	36
Actitud de los minoristas hacia una Asociación	37
Actitud hacia los Programas DRI	37
C. Indicadores Económicos de los Negocios	38
Estructura de los Activos	38
Estructura de los Gastos	39
Relaciones Ventas	40

I N D I C E

C O N T E N I D O	PAGINA
CAPITULO IV ESTUDIO DE MAYORISTAS	42
A. Características Generales de los Mayoristas	42
1. Naturaleza Jurídica	43
2. Antigüedad	44
3. Infraestructura Física	44
4. Personal Empleado	46
5. Nivel de Educación	47
6. Area de Capacitación deseada	48
7. Disposición a Asociarse	49
8. Actitud de los mayoristas hacia los Mercados Móviles	49
B. Características Económicas y de Manejo de los Negocios	50
1. Ventas	50
2. Compras	53
3. Problemas de Abastecimiento	58
C. Análisis Económico de los Negocios	58
1. Estructura de los Activos	58
2. Estructura de los Gastos	61
3. Relaciones Gastos-Ventas	63
4. Relaciones ventas	63
5. Problemas más serios en el negocio	64

I N D I C E

C O N T E N I D O	PAGINA
CAPITULO V PRECIOS Y MARGENES	66
A. Generalidades	66
B Resultados.	67
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
A. Conclusiones	70
B. Recomendaciones	76

EL CONSUMO Y LA DISTRIBUCION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DEL AREA METROPOLITANA BUCARAMANGA

INTRODUCCION

El presente documento es un compendio del tercer estudio de la serie que sobre el consumo y la distribución de alimentos, en los barrios de bajos ingresos de las principales ciudades del país, está adelantando el INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA - IICA en cumplimiento de lo acordado con el FONDO DE DESARROLLO RURAL INTEGRADO -DRI, actualmente del MINISTERIO DE AGRICULTURA, en junio de 1983 para la prestación de servicios de Cooperación técnica, Investigación, Asesoría y Capacitación de parte del IICA al FONDO DRI, con objeto de fortalecer la capacidad de conducción del Componente de Mercadeo de dicho Programa.

El presente se realizó como réplica de los estudios correspondientes a las ciudades de Barranquilla¹ y Cartagena² realizados en septiembre y octubre de 1983.

En este se aplicó la misma metodología, excepto el tamaño de la muestra tal como se explicará en el capítulo respectivo. También se probó la aplicación de la metodología desarrollada para la sistematización de la información y los programas para generar listados condensados y tabulados para los informes finales. Ello nos permitió hacer los ajustes necesarios para poder elaborar en el término de dos o tres meses estudios similares en las demás ciudades.

El objetivo general de esta investigación es el de analizar en la ciudad de Bucaramanga la problemática del abastecimiento de alimentos en los barrios de ingresos medios y bajos, así como la viabilidad de los Proyectos de Comercialización que ha iniciado el FONDO DRI en otras ciudades del país, como son los Mercados Móviles y las Proveedurías de Tenderos, u otras alternativas que procuren el mejoramiento del sistema de Distribución de Alimentos de la ciudad.

Como objetivos específicos se consideran los siguientes:

1. Identificar las características más relevantes de los consumidores en cuanto a ingreso, gasto en alimentación, composición de dicho gasto, hábitos de compra, problemas para su actual aprovisionamiento, motivos de patronazgo y actitud hacia los detallistas que actualmente les sirven, así como hacia los posibles Proyectos de Mercadeo a ser implementados por el FONDO DRI.

2. Describir la estructura, el comportamiento y la problemática del sector mayorista de alimentos en la ciudad de Bucaramanga, así como sus interrelaciones con los detallistas de las áreas motivo del estudio.

3. Identificar la estructura, el comportamiento y la problemática de los detallistas localizados en las áreas seleccionadas, sus interrelaciones con los mayoristas y demás canales de aprovisionamiento, así como sus actitudes frente a los mayoristas que actualmente les sirven y hacia los Programas planteados por el FONDO DRI.

4. Comparar los niveles de precios al detal*, de los principales productos alimenticios de la canasta familiar seleccionada, entre los barrios de diferente rango socioeconómico.

5. Analizar los márgenes de comercialización, a nivel detallista, de los principales productos alimenticios de consumo básico.

-----/
* Detallistas, supermercados, graneros, etc.

6. Seleccionar, de las alternativas programadas por el FONDO DRI, las que más se ajusten a las condiciones de las áreas homogéneas descritas o recomendar aquellas que se consideren apropiadas para el mejoramiento del sistema de distribución de alimentos de la ciudad.

Al presente, se la ha querido imprimir la característica propia de un Informe Gerencial, cual es la síntesis. Para ello se presenta la información estrictamente necesaria, complementada con gráficos y comentarios resumidos sobre el análisis de la misma, de igual manera las conclusiones y recomendaciones. Al final del Documento se anexa la información que se considera pueda servir en el futuro para estudios específicos o de orden académico.

La presente versión del estudio se ha dividido en los siguientes Capítulos:

CAPITULO I	Metodología
CAPITULO II	Estudio de Consumidores
CAPITULO III	Estudio de Minoristas
CAPITULO IV	Estudio de Mayoristas
CAPITULO V	Estudio de Precios
CAPITULO VI	Conclusiones y Recomendaciones

Los Autores desean agradecer en forma especial al Director Regional del FONDO DRI de Santander, doctor CRISTIAN MORA, el apoyo brindado para la realización del trabajo de campo. De igual manera la colaboración del técnico GABRIEL LA TORRE, quién actuó como coordinador del personal encuestador. A la señorita NAZLY ESPERANZA COCUY V, su dedicación en la entrada de la información al computador, la elaboración de los cuadros bases para el análisis, la labor en el procesador de palabras y la edición del documento.

METODOLOGIA

Generalidades

Para el estudio sobre el consumo y la distribución de alimentos en la ciudad de Bucaramanga, se hizo una revisión de los estudios hechos sobre el particular en los últimos años³, y dado que la información estaba desactualizada, se procedió a obtenerla en las fuentes primarias, para lo cual se desarrollaron las encuestas de consumidores, minoristas, mayoristas y de precios, diseñadas en los dos estudios anteriores. Las encuestas se desarrollaron durante los meses de noviembre de 1984 y enero de 1985.

A. Estudio de Consumidores

Teniendo en cuenta los objetivos reseñados en la introducción del presente, se acordó con la Dirección del FONDO DRI que la investigación cubriría los seis estratos socioeconómicos de la ciudad. Para la clasificación de los barrios se utilizó la del tipo de vivienda del DANE⁴, que puede homologarse a la de tipo socioeconómico, tal como se comprobó con los resultados del estudio, en lo relacionado con ingreso, tipo de empleo, educación y hábitos de consumo (CAPITULO II).

En forma resumida los criterios de clasificación del DANE son los siguientes:

ESTRATO I=BAJO-BAJO: Viviendas construidas sin un plan determinado, generalmente con materiales de desecho, tanto paredes como techo, con condiciones sanitarias mínimas, ubicadas en zonas marginadas no urbanizadas y careciendo casi por completo de vías de comunicación y transporte público, así como de la mayoría de los servicios públicos (acueducto, energía eléctrica, alcantarillado y teléfono).

ESTRATO II=BAJO: Viviendas por lo general en obra negra, semiterminadas, con alto grado de hacinamiento, situadas en la periferia de las ciudades; vías sin pavimentar y de difícil acceso; cuentan con algunos servicios públicos tales como agua, energía eléctrica o alcantarillado.

ESTRATO III=MEDIO-BAJO: Viviendas técnicamente planeadas, fachada de revoque, muros de ladrillo o bloques de cemento, techos de zinc o teja, barrios localizados bien en zonas de industriales o comerciales antiguas, poseen vías de comunicación y rutas regulares de buses y cuentan con la mayoría de los servicios públicos, excepto el teléfono (si lo hay es muy escaso su número).

ESTRATO IV=MEDIO Son generalmente casas independientes o apartamentos con muros de ladrillo o bloques de cemento revocados y pintados, techos de placa de cemento o teja de zinc, generalmente están conectados con todos los servicios públicos incluido el teléfono, los cuales son de uso exclusivo de la persona o personas que las ocupan.

ESTRATO V=MEDIO-ALTO Lo conforman viviendas totalmente terminadas con todas las comodidades, incluidas zonas verdes; pueden ser apartamentos o casas independientes con muros de ladrillos o bloques de cemento, techo de placa de cemento, tejas de barro. Tienen conexión con todos los servicios públicos para uso exclusivo de sus ocupantes.

ESTRATO VI=ALTO Al estrato alto corresponden las viviendas habitadas por las familias de más altos ingresos; son generalmente grandes mansiones con amplios jardines o apartamentos lujosos con comodidades adicionales a lo normal, habitadas casi siempre por un sólo grupo de personas, paredes de bloque o ladrillo, techos de plancha de cemento o teja de barro y poseen conexión con todos los servicios públicos y para uso exclusivo de ellos.

Para determinar el Universo, se utilizó el recuento de viviendas del DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA, DANE4 y para la situación geográfica de los barrios de la ciudad, el Plano de la ciudad de Bucaramanga, del Instituto Geográfico Agustín Codazzi.

Diseño Muestral:

Se utilizó el muestreo por conglomerados tomando como base los estratos socioeconómicos y las unidades últimas, o sean las viviendas, se eligieron al azar en forma proporcional al tamaño de cada estrato.

Inicialmente, considerando el presupuesto disponible, las metodologías de estudios similares y en especial la que se diseñó para los dos estudios de las ciudades de Barranquilla y Cartagena, se utilizó un tamaño de muestra equivalente al 5% del universo aproximadamente, la cual fué suficiente para asegurar un nivel de probabilidad de error inferior al .05 y un margen de error del 5%..

En el Cuadro I-1 se observan los totales de manzanas y de viviendas de cada estrato de la ciudad, así como la distribución de la muestra entre los seis estratos.

i. Selección de barrios:

Del listado de barrios de la ciudad, del DANE, se procedió a eliminar aquellos que presentaban una baja densidad de población o un alto índice de locales comerciales e industriales. Posteriormente, para evitar una alta

dispersión de la muestra, se procedió a seleccionar en forma aleatoria, y en forma proporcional al número de barrios por estrato, dos barrios en el estrato I, cinco en el estrato II, nueve en el estrato III, tres en el estrato IV, tres en el estrato V y uno en el estrato VI, en la forma que aparece en el cuadro I-3.

ii. Selección de manzanas:

Para la selección de éstas se tomó el listado de manzanas de los barrios escogidos de acuerdo a la distribución geográfica hecha por el DANE (Ver Plano 1). Para concentrar la muestra se procedió luego a efectuar un sorteo mediante balotas previamente numeradas y a definir el número de ellas en proporción directa al tamaño de los barrios, considerando que en promedio cada manzana contiene veinte viviendas.

iii. Selección de viviendas:

Una vez seleccionado el número de manzanas de cada barrio, cada encuestador, de acuerdo con su respectivo listado, entrevistaría a cinco familias u hogares en las manzanas seleccionadas, en forma sistemática cada cuatro casas y reemplazando por la siguiente, en caso que se presentase rechazo (Ver Cuadro No. I-3).

iv. Selección de los productos alimenticios a ser incluidos en el Estudio

De acuerdo con los objetivos del estudio y las necesidades explicitadas por la Dirección del FONDO DRI, para que la información generada ayudase a sus demás Programas de Mercadeo no sólo de las áreas urbanas sino de las rurales, se optó por incluir la mayoría de los productos que considera el DANE para la canasta familiar de la ciudad, a nivel obrero, además de aquellos productos de consumo frecuente en la misma.

Para todo lo relacionado con los pesos, medidas, marcas y variedades de los productos, se hizo un sondeo previo entre los tenderos, supermercados y puestos de mercado a fin de detectar aquellos de uso más frecuente y utilizarlos así en los respectivos formularios.

Los productos seleccionados y su respectiva clasificación, para efectos del estudio, aparecen en el Cuadro I-4. El formulario utilizado en la encuesta se presenta en el Anexo 1.

B. Estudio de Minoristas

Diseño Muestral:

Teniendo en cuenta las mismas consideraciones hechas para el estudio de Consumidores, se acordó con la Dirección del FONDO DRI que la investigación sobre minoristas de productos alimenticios se desarrollaría en los seis estratos socioeconómicos de la ciudad. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el Inventario de Tenderos, adelantado en el censo que se hizo en cada uno de los barrios seleccionados. Para ello se fijaron los criterios de clasificación y de selección de expendios de productos alimenticios (eliminando ventorrillos y similares), que se describen a continuación:

Supermercado: Establecimientos en donde se expende una amplia gama de productos, con preponderancia de los alimentos tanto procesados como perecederos, y cuyo sistema de venta es el auto-servicio. Tamaño mínimo 30m².

Tienda Miscelánea: Local donde se expenden tanto productos perecederos como procesados. Tamaño mínimo 8m².

Puesto de Mercado: Local o establecimiento demarcado en una plaza de mercado en donde se expenden uno o varios productos tanto perecederos como procesados. Tamaño mínimo 4m².

Sólo Granos: Como su nombre lo indica, local donde se venden procesados y granos. Tamaño mínimo 8m².

Sólo Perecederos: Local donde se expenden sólo perecederos; no incluye los puestos en el mercado. Tamaño mínimo 4m².

El censo se adelantó durante el proceso de la encuesta de consumidores entre el 9 y el 30 de noviembre de 1984.

Dada la importancia de este canal en el abastecimiento de la población de ingresos medios y bajos y el interés del DRI-PAN por obtener información sobre el mismo, para sus Programas de Cadenas de Tenderos y de Mercados Móviles, se determinó ampliar la muestra al máximo, o sea que se seleccionaron en los seis estratos en forma aleatoria 157 expendios los cuales fueron distribuidos en forma proporcional al tamaño de los barrios.

El resultado de la selección y su correspondiente distribución se observa en el Cuadro I-5.

La encuesta se realizó entre el 15 y el 30 de noviembre de 1984, se utilizó el formulario que se adjunta en el Anexo 1.

C. Estudio de Mayoristas

Para determinar el universo de mayoristas de la ciudad, en primer término, se listaron los comerciantes mayoristas anotados por los detallistas durante el proceso de su respectiva encuesta; posteriormente se amplió la lista con los nombres mencionados por los mayoristas y los que se encontraban en la zona. En esa forma se logró un listado de 100 personas de las cuales sólo 89 aceptaron ser encuestadas, lo que se consideró un número suficiente para la muestra.

El formulario utilizado se adjunta en el Anexo 1.

D. Encuesta de Precios

Con objeto de determinar las posibles diferencias de precios al detal, entre estratos socioeconómicos, al tiempo que complementar la información de la encuesta de minoristas, para realizar el análisis sobre márgenes de precios, se adelantó esta encuesta utilizando el mismo procedimiento metodológico seguido en las ciudades de Barranquilla y Cartagena y que consistió en realizar trescientas tomas de precios durante una misma semana para identificar variaciones temporales dentro de la misma. En tal sentido se hicieron tres tomas, a principio, mediado y fin de semana.

El resultado de la selección y su correspondiente distribución se presenta en el Cuadro I-5; el formulario utilizado, en el Anexo No. 1.

La encuesta se realizó entre el 10 y el 17 de febrero de 1985, así:

Primera toma el 10 de febrero,
Segunda toma el 13 de febrero
Tercera toma el 17 de febrero de 1985.

CUADRO No. I-1 NUMERO TOTAL DE MANZANAS Y VIVIENDAS POR ESTRATO
 BUC0001 AREA METROPOLITANA

CIUDAD	ESTRATO		MANZANAS		VIVIENDAS		ENCUESTAS	
	SOCIOECONOMICO:	NO.	%	NO.	%	NO.	%	
BUCARAMANGA	: BAJO-BAJO	: 198	: 7.79	: 3282	: 6.90	: 39	: 7.98	
	: BAJO	: 255	: 10.03	: 4610	: 9.69	: 50	: 10.22	
	: MEDIO-BAJO	: 763	: 30.02	: 13291	: 27.93	: 174	: 35.58	
	: MEDIO	: 1041	: 40.95	: 20807	: 43.73	: 166	: 33.95	
	: MEDIO-ALTO	: 195	: 7.67	: 3930	: 8.26	: 40	: 8.18	
	: ALTO	: 90	: 3.54	: 1661	: 3.49	: 20	: 4.09	
TOTAL		: 2542	: 100.00	: 47581	: 100.00	: 489	: 100.00	
GIRON	: BAJO-BAJO	: 30	: 9.52	: 362	: 8.18	: 0	: 0.00	
	: BAJO	: 42	: 13.33	: 407	: 9.20	: 54	: 100.00	
	: MEDIO-BAJO	: 93	: 29.52	: 1107	: 25.02	: 0	: 0.00	
	: MEDIO	: 149	: 47.30	: 2540	: 57.50	: 0	: 0.00	
	: MEDIO-ALTO	: 0	: 0.00	: 0	: 0.00	: 0	: 0.00	
	: ALTO	: 1	: 0.32	: 1	: 0.02	: 0	: 0.00	
TOTAL		: 315	: 100.00	: 4425	: 100.00	: 54	: 100.00	
FLORIDABLANCA	: BAJO-BAJO	: 0	: 0.00	: 0	: 0.00	: 0	: 0.00	
	: BAJO	: 201	: 19.96	: 2502	: 14.30	: 56	: 31.82	
	: MEDIO-BAJO	: 675	: 67.03	: 12927	: 73.07	: 102	: 57.95	
	: MEDIO	: 116	: 11.52	: 1945	: 11.11	: 18	: 10.23	
	: MEDIO-ALTO	: 15	: 1.49	: 125	: 0.71	: 0	: 0.00	
	: ALTO	: 0	: 0.00	: 0	: 0.00	: 0	: 0.00	
TOTAL		: 1007	: 100.00	: 17499	: 100.00	: 176	: 100.00	

NOTA: LA ALTA DIFERENCIA ENTRE LOS PORCENTAJES DE MANZANAS Y DE ENCUESTAS POR ESTRATO EN GIRON, SE DEBE A QUE NO ESTUVIMOS DE ACUERDO CON LA CLASIFICACION DE LOS BARRIOS HECHA POR EL DANE.

CUADRO 1-2 LISTADO DE BARRIOS CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA

CARACTER CENTRO DE MERCADERO	IDENTIFICACION	BARRIOS DE COBERTURA	ESTRATO SOCIOECONOMICO	NUMERO DE MANZANAS	NUMERO DE VIVIENDAS
COOTRACOLTABACO		CENTRO	IV	74	1018
		MEJORAS PUBLICAS	IV	39	1025
		AURORA	IV	27	393
		SAN ALONSO	IV	65	1626
		ANTONIA SANTOS	IV	39	1070
		BOLIVAR	IV	24	560
	6	IV	100%	268	5672
VILLABEL ZONA SUR		VILLABEL			
		LOS ROSALES	III	83	1625
		CIUDAD VALENCIA	III	76	1070
		MOLINOS	III		
	4	III	100%	159	2695
LAGOS II ZONA SUR		LAGOS I Y II	III	101	2635
	2	III	100%	101	2635
PLAZA DE MERCADO CENTRAL		GARCIA ROVIRA	III	54	698
		ALFONSO LOPEZ	III	37	844
		CENTRO	IV	74	1018
		GIRARDOY	III	47	1136
		BOLIVAR	IV	24	560
		ALARCON	IV	24	343
		ANTONIA SANTOS	IV	39	1070
			7	III	47.3, IV 52.7%
PLAZA DE MERCADO SAN FRANCISCO		LA INDEPENDENCIA	II	23	609
		GAITAN	III	64	1283
		MODELO	III	21	335

CARACTER CENTRO DE MERCADERO	IDENTIFICACION	BARRIOS DE COBERTURA	ESTRATO SOCIOECONOMICO	NUMERO DE MANZANAS	NUMERO DE VIVIENDAS
		MUTUALIDAD	III	26	640
		COMUNEROS	III	54	1459
		UNIVERSIDAD	III	34	760
		SAN FRANCISCO	IV	56	1867
		SAN FRANCISCO NTE	IV	58	1270
		SAN ALONSO	IV	65	1626
		LOS PINOS	V	15	220
		10	II 6.5, III 48.3%, IV 42.7, U 2.5%	416	9269
	PLAZA DE MERCADO LA CONCORDIA	LA CONCORDIA	III	71	1514
	LA CONCORDIA	BOLIVAR	IV	24	560
		RICAURTE	III	24	538
		SAN MIGUEL	III	28	848
		BOLARQUI	V	22	364
		NUEVO SOTO MAYOR	IV	51	863
	6		III 61.8, IV 30.3, U 7.9%	220	4687
	PLAZA DE MERCADO GUARIN	MIRAFLORES	II	32	525
		ALBANIA	III	65	1626
		SAN ALONSO	IV	27	393
		LA AURORA	IV	39	1085
		MEJORAS PUBLICAS	IV	36	842
		LAS AMERICAS	IV	29	694
		EL PRADO	IV	5	97
		GALAN	III		
	8		II-III 12, IV 88%	233	5182
	PLAZA SATELITE DEL SUR	QUEBRADA DE LA IGLESIA	II	45	634
		LA LIBERTAD	II	36	413
		CALDAS	II	164	2534
		REPOSO	II	160	2197
		LAGOS	II	101	2635
		VILLABEL CIUDAD	III		

CARACTER CENTRO DE MERCADERO	IDENTIFICACION	BARRIOS DE COBERTURA	ESTRATO SOCIOECONOMICO	NUMERO DE MANZANAS	NUMERO DE VIVIENDAS
		ASTURIAS	IU	20	254
		DIAMANTE	IU	79	1862
		PROVENZA	IU	22	414
	9		1145.9, 11133.8, IU 20.3	710	12568
		CAJASAM (PUERTA DEL SOL Y LAGOS)	IU	37	942
		LA VICTORIA	IU	9	192
		LA SALLE	IU	9	44
		LAS CEIBAS	IU	34	649
		PUERTA DEL SOL	IU	101	2635
		LAGOS	III		
		BUCARICA	III		
		DIAMANTE	IU	79	1862
		PROVENZA	IU	22	414
	8		III 25.5, IU 74.5%	291	6738
		COMFEHALCO (PRO- UENZA-CENTRO, ESTADIO)	IU	65	1626
		SAN ALONSO	IU	56	1067
		SAN FRANCISCO	III	34	760
		UNIERSIDAD	IU	22	414
		PROVENZA	IU	20	254
		ASTURIAS	IU	79	1862
		DIAMANTE	III	102	1778
		POBLADO (GIRON)	IU	74	1818
		CENTRO	IU	24	560
		BOLIVAR	IU		
	9		III 27.1, IU 72.9%	476	9339
		GAITAN ZONA NORTE	III	64	1283
	1		III 100%	64	1283
		GIRARDOT	III	47	1136
		ZONA NORTE CENTRO	I	27	497
	2		III 69.5, I 30.5	ERR	ERR

KENNEDY ZONA NTE KENNEDY III 36 854

CARACTER CENTRO DE IDENTIFICACION BARRIOS DE ESTRATO NUMERO DE NUMERO DE
MERCADERO COBERTURA SOCIOECONOMICO MANZANAS VIVIENDAS
I III 100% 36 854

POBLADO GIRON POBLADO III 102 1778
I III 100% 102 1778

LA JOYA HORIENTE LA JOYA III 44 949
I III 100% 44 949

ZAPAMANGA ZONA SUR ZAPAMANGA I II III III

LA CUMBRE LA CUMBRE III 160 1284
I III 100% 160 1284

LA LIBERTAD/ LA LA LIBERTAD II 36 413
PEDREGOSA Z. SUR IGLESIA II 45 634
CALDAS II 164 2534

3 II 100% 245 3581
LA TRANSICION LA TRANSICION I 5 1127

REGADERO Z. NTE I 5 1127
I 100%

CUADRO No. 1.3 ENCUESTA CONSUMIDORES BUCARAMANGA
 BUCI

CIUDAD	ESTRATO	BARRIO	No. ENCUESTAS
BUCARAMANGA	BAJO-BAJO I	TRANSICION	19
		REGADERO	20
	BAJO II	INDEPENDENCIA	38
		BUCARAMANGA	12
	MEDIO-BAJO III	GIRARDO	48
		GRITAN	12
		KENNEDY	48
		MODELO	24
		MUTIS	42
	MEDIO IV	LA VICTORIA	68
		SAN ALONSO	56
		LA AURORA	50
MEDIO-ALTO V	PROVENZA	16	
	DIAMANTE II	24	
ALTO VI	CABECERA	20	
FLORIDA BLANCA	BAJO II	CALDAS	56
		VILLABEL	72
	MEDIO-BAJO III	BUCARICA	30
GIRON	BAJO II	MEDIO-ALTO V	18
		POBLADO SANTACRUZ	30 24
T O T A L			719

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA CONSUMIDORES, 1984

CUADRO No. I.4
BUCI3

ENCUESTA CONSUMIDORES BUCARAMANGA
PRODUCTOS SELECCIONADOS

CARBOHIDRATOS

PAPA
YUCA
ARRACACHA
PLATANO

HORTALIZAS

TOMATE
CEBOLLA CABEZONA
CEBOLLA LARGA
AJO
ZANAHORIA
REPOLLO
ARVEJA

FRUTAS

BANANO
NARANJA
LIMON
GUAYABA
AGUACATE
PINA

PROTEICOS DE ORIGEN ANIMAL

CARNE PRIMERA
CARNE SEGUNDA
COGOTE
CERDO
PESCADO
POLLO
MENUDECIAS
LECHE
QUESO
HUEVOS
HUESO

GRANOS Y FRIJOL

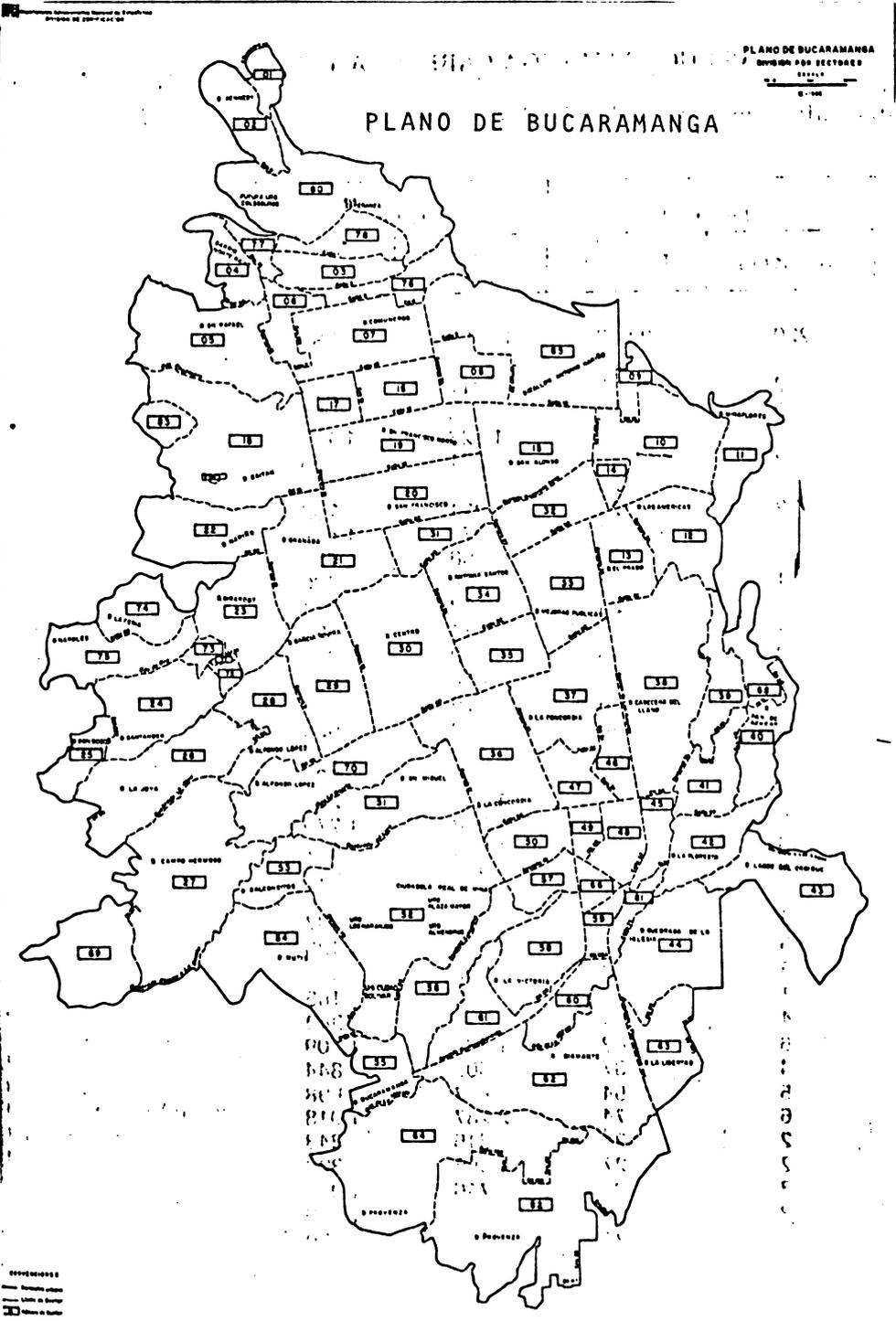
ARROZ
MAIZ
FRIJOL
CEBADA

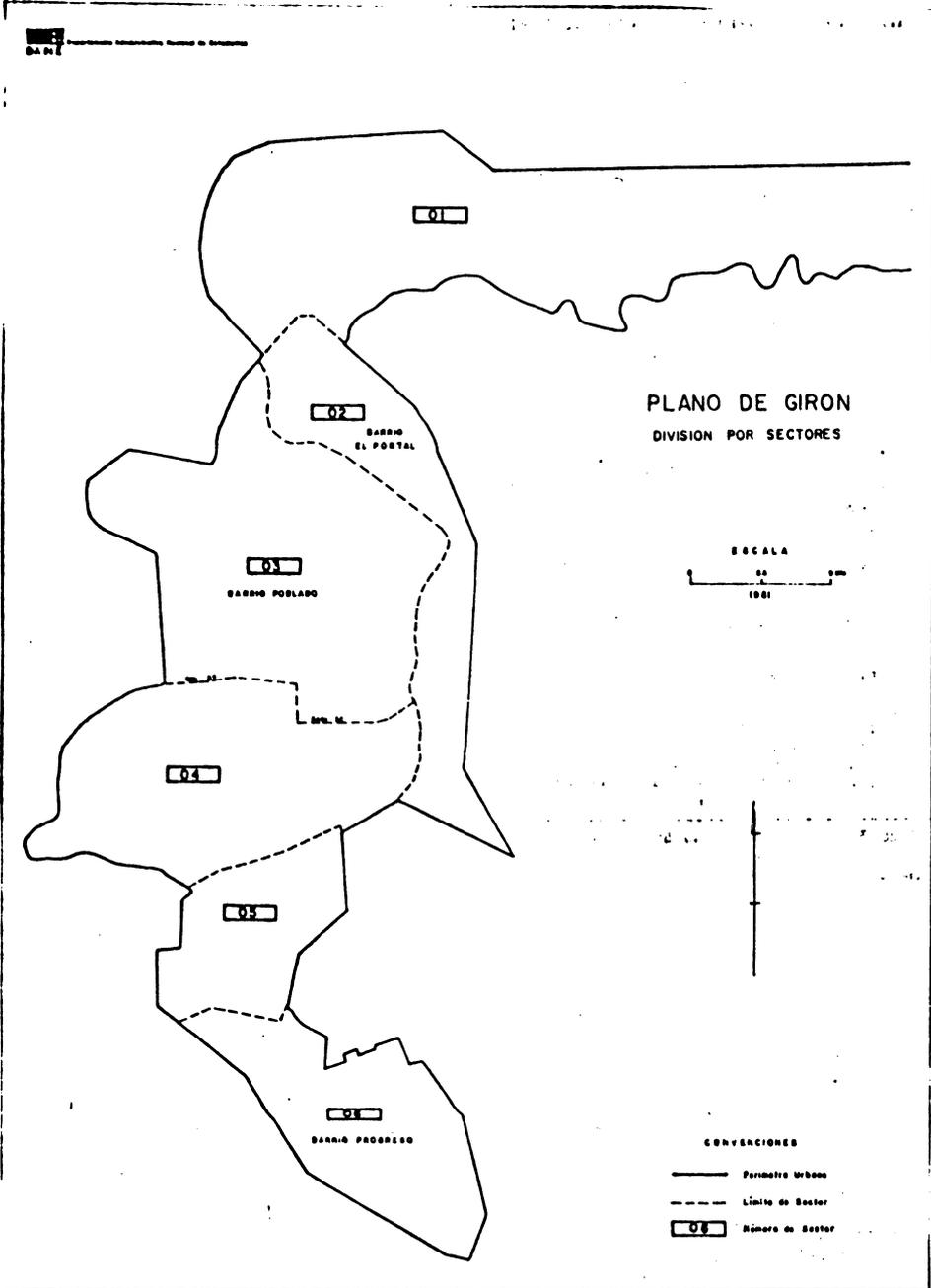
PROCESADOS

HARINA MAIZ
AZUCAR
PANELA
CHOCOLATE
ACEITE
CAFE
MANTEQUILLA
CUBITOS CALDO
PAN

CUADRO No. 1.5 ENCUESTA DETALLISTAS Y PRECIOS BUCARAMANGA
 AREA METROPOLITANA

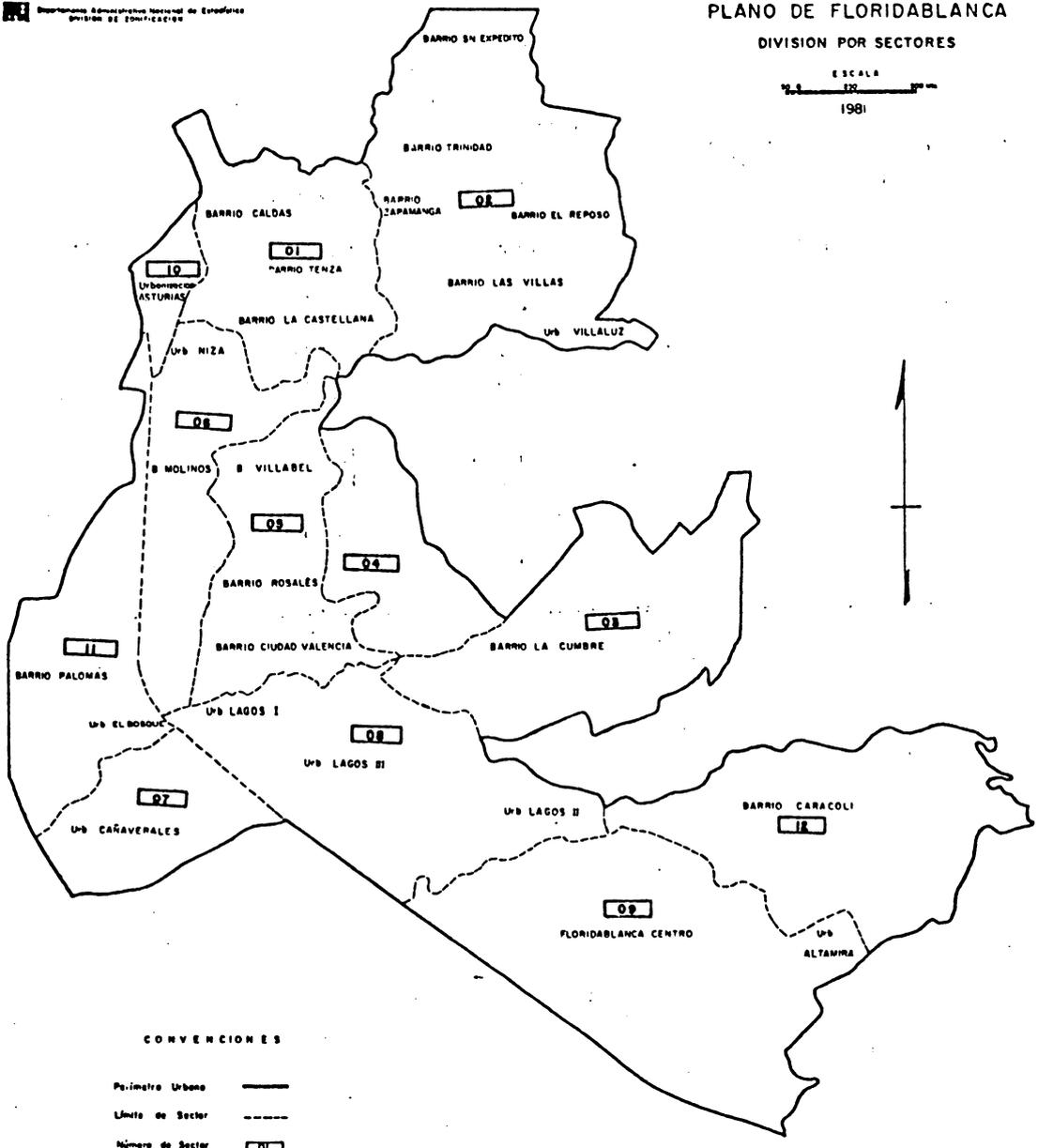
CIUDAD	ESTRATO	BARRIO	No. ENCUESTAS
BUCARAMANGA	BAJO-BAJO I	TRANSICION	3
		REGADERO	2
	BAJO II	INDEPENDENCIA	2
		BUCARAMANGA	5
	MEDIO-BAJO III	GIRAROOT	12
		GAITAN	6
		KENNEDY	18
		MODELO	12
		MUTIS	12
	MEDIO IV	LA VICTORIA	8
		SAN ALONSO	8
		LA AURORA	3
MEDIO-ALTO V	PROVENZA	2	
	DIAMANTE II	3	
ALTO VI	CABECERA	1	
PLAZAS DE MERCADO PLAZAS DE BARRIO			24
			13
FLORIDA BLANCA	BAJO II	CALDAS	3
		VILLABEL	3
		BUCARICA	10
	MEDIO-ALTO V	CANAVERAL	6
GIRON	BAJO II	POBLADO	2
		SANTACRUZ	2
T O T A L			157





PLANO DE FLORIDABLANCA DIVISION POR SECTORES

ESCALA
1:50,000
1981



CONVENCIONES

- Perímetro Urbano ———
- Límite de Sector - - - - -
- Número de Sector [01]

CONSUMIDORES

A. Características Socioeconómicas de la Población

En el presente Capítulo se analizan las principales variables socioeconómicas de la población de los seis estratos con el fin de estudiar la incidencia de ellas en los hábitos de compra y de consumo de alimentos.

1. Estructura de la población por edad:

En el Cuadro II-1 se presenta la distribución por edad de la población, de cada uno de los estratos, en los siguientes rangos:

MENORES DE DOCE (12) AÑOS
DE DOCE (12) A SESENTA (60) AÑOS
MAYORES DE SESENTA (60) AÑOS

De dichas cifras se observa que más del 70% de la población pertenece al grupo con edad de trabajar, le sigue el grupo de menores de doce años 26% y finalmente el de mayores de sesenta años 3.3%. El estrato Bajo-Bajo es el que presenta la mayor proporción de menores de 12 años

(45.7%), en los otros estratos dicha participación varía entre el 15 y el 31%. La participación del grupo entre los 12 y los 60 años, en el estrato bajo-bajo es la más baja (53.03%) y se observa, además, que a medida que asciende el nivel socioeconómico la participación de este grupo también aumenta, hasta llegar al 82.2% en el estrato alto.

Finalmente, la participación más baja del grupo de mayores de 60 años, está en el estrato bajo-bajo (1.23%) y la más alta, en el estrato medio 6.71%.

2. Niveles de educación:

El Cuadro No. II-2 muestra los niveles de educación alcanzados por la población de cada uno de los seis estratos socioeconómicos. Los resultados se ajustan a lo esperado, esto es que los niveles de educación están correlacionados positivamente con los niveles de los estratos socioeconómicos. Existe un mayor porcentaje de personas con sólo educación primaria en los estratos más bajos; en los estratos medios la concentración ocurre en el nivel de educación secundaria, en los estratos altos, los niveles de educación tienden a concentrarse en el de secundaria y en el universitario.

En el estrato bajo-bajo el 85.4% de la población con edad escolar alcanzó el nivel de primaria y el 14.6% restante el nivel de secundaria. Sin embargo ninguno alcanzó el quinto año de bachillerato. En el estrato bajo, la composición varía ligeramente, 68.2% y 28.27% respectivamente, mientras que el 2.93% alcanzó el nivel de educación universitaria. En el estrato medio-bajo, el 50.9% tiene nivel de primaria, el 43.41%, el de secundaria y el 4.44% el de universitaria, el 1.21% restante tiene educación técnica del SENA. En el estrato medio la composición es la siguiente: 30.20% con primaria, 51.69% con secundaria, 15.73% con universitaria, y 2.38% con SENA. En el medio-alto la población con sólo nivel de educación primaria bajó al 28.32% el 41.57% alcanzó nivel de secundaria, al tiempo que la población con el nivel de educación universitaria creció al 29.03%. En el estrato alto la población con educación primaria es apenas el 13.45% del total, la que tiene nivel de bachillerato el 55.77%, el nivel de educación universitaria, lo alcanza el 27.88%, y el intermedio o SENA el 2.90%.

3. Acceso a los medios de comunicación:

El Cuadro II-3 presenta el medio de comunicación más utilizado por la población, según estrato. Se puede apreciar el uso más intenso que hace de la televisión que de la radio o la prensa. También indica que a medida que sube el nivel del estrato, la intensidad del uso de la televisión disminuye (del 52.5% en el estrato bajo-bajo a 5% en el estrato alto). La prensa constituye el medio más importante para la población de los estratos más altos.

En lo concerniente a la radio, se puede observar que más del 80% de la población de todos los estratos sintoniza los programas de radio en forma regular. Por otra parte, el 10% del estrato bajo-bajo manifiesta que su sintonía a los programas radiales es intensa; dicho porcentaje es de 14 y 15%, para los estratos medio y alto respectivamente.

5. Dotación de servicios públicos:

El Cuadro II-5 señala que en el estrato bajo-bajo los servicios de agua y alcantarillado son prácticamente inexistentes, sólo el 7.5% de los hogares manifiesta tener servicio de agua y el 2.5% de alcantarillado. Esta situación es grave si se tiene en cuenta que, como se observó, en dicho estrato es donde existe la mayor proporción de población infantil. En los demás estratos el cubrimiento de estos servicios es prácticamente el 100%. El servicio de energía eléctrica cubre en su totalidad a toda la población.

La cobertura del servicio de teléfono en los estratos medio, medio-alto y alto es alta, del 84.6%, 98.2% y 100%, respectivamente. En contraste con lo anterior, la cobertura en el estrato medibajo es del 41.1% y en los dos últimos estratos, bajo y bajo-bajo es del 9.4% y el 2.5% respectivamente.

El servicio de buses cubre en más del 96% a todos los estratos, al igual que el de recolección de basura, cuya cobertura está por encima del 98%. La cobertura de los servicios de salud y de acción comunal es bastante alta en

los estratos más bajos presentando promedios superiores al 90%. El 75% de los barrios del estrato bajo-bajo tienen estación de policía, mientras que en los de los otros estratos dichos índices de cobertura son los siguientes: 23.2% en el estrato bajo, 50.6% en el medio-bajo, 47.9% en el medio y solamente el 3.5% en el medio alto. Es de anotar que dicho servicio es inexistente en el estrato alto. En lo relacionado con la venta de alimentos subsidiados (PAN), como es de conocimiento público, dicho programa fué suspendido en todas las ciudades del país.

Se destaca en esta ciudad la alta cobertura que tienen los puestos de salud en los cuatro estratos más bajos: 97% en el I, 94% en el II y 87% en el III. En forma similar la que tienen las organizaciones de la Acción Comunal, cuya cobertura es la siguiente: Estrato bajobajo 100%, bajo 99.14%, mediobajo 95.89%, medio 43.20%, medioalto 52.63% e inexistente en el estrato alto.

6. Empleo:

La situación de empleo de la población se presenta en los cuadros II6 y II6A. Las categorías de empleo en el primero y la composición del mercado de trabajo, por estrato socioeconómico en el segundo. Las informaciones consignadas en dichos cuadros son más completas que las de los estudios de Barranquilla y de Cartagena, por cuanto incluye a los seis estratos socioeconómicos, a diferencia de los tres más bajos considerados en los primeros.

El Cuadro No. II-6 indica que del total, las personas empleadas que trabajan permanentemente constituyen el mayor porcentaje en todos los estratos socioeconómicos. La tasa de participación de esa categoría de empleo sobre el total de personas empleadas, asciende al 74.36% en el estrato bajobajo, al 72.49% en el estrato bajo, al 84.25 en el estrato mediobajo, al 79.53% en el medio, al 95.29% en el medioalto y al 100% en el alto.

En los tres estratos inferiores la participación de la categoría de trabajadores ocasionales, en promedio, es mayor que la de los estratos más altos.

Por otra parte, el promedio de los días laborados por los trabajadores ocasionales es de tres días semanales, en todos los estratos socioeconómicos con excepción del estrato alto en donde no se presenta el fenómeno de trabajadores ocasionales.

El Cuadro No. II-6A, muestra la composición del mercado de trabajo por estrato socioeconómico. Los componentes que hacen parte del mercado de trabajo son: trabajadores permanentes, trabajadores ocasionales y las personas que buscan trabajo en la semana de la realización de la encuesta. Es decir, las personas que se encuentran trabajando (de tiempo completo o parcialmente) y las que no están trabajando, pero desean trabajar y se encuentran buscando empleo activamente.

5

En uno de los estudios sobre empleo en Colombia la tasa de desempleo se define como una relación porcentual entre el número de personas desocupadas que están buscando empleo, sobre la fuerza de trabajo de la comunidad. Esta última se define como la población entre los 12 y los 60 años de edad (población activa), excluyen los estudiantes, amas de casa, los soldados y los presos. La definición de CEDEB es la siguiente: "La fuerza de trabajo es el segmento de la población de un país dedicado a la producción de bienes y servicios, a su vez la fuerza del trabajo consiste en las personas ocupadas (total o parcialmente) y las que buscan empleo bien sea los cesantes (toda persona mayor de 12 años que habiendo trabajado en el pasado, estuvo buscando empleo activamente en la semana de la encuesta), o personas aspirantes (toda persona desempleada que no ha trabajado en el pasado y desea trabajar)".

En el caso del presente estudio, la fuerza de trabajo es el número total de personas que se encuentran en el mercado de trabajo, o sea los trabajadores permanentes, los ocasionales y los que están buscando trabajo. (Ver Cuadro No. II-6).

De los resultados obtenidos, se observa que el porcentaje de personas que buscan trabajo sobre el total de personas en el mercado de trabajo, asciende a 3.7% en el estrato bajo-bajo (sorprendentemente bajo), el 15.81% en el bajo, el 19.89% en el medio-bajo, el 11.17% en el medio, el 1.16% en el medio-alto y 0% en el alto.

7. Niveles de ingreso:

Con el fin de apreciar en una mejor forma la distribución de los ingresos, entre los estratos y dentro de cada uno de ellos, se elaboró el Cuadro II-7 que describe las frecuencias absolutas y relativas para cada uno de los diez y ocho rangos de ingreso percapita mes que se seleccionaron para el presente análisis.

Un ingreso percapita igual o menor a mil pesos \$1000.00 mensuales* (el rango más bajo) fué percibido por el 2.38% de la población del estrato bajobajo, el 1.72 de la del bajo, el 0.97% de la del medibajo y el 0.59% de la del medio. Las mayores frecuencias relativas de cada estrato se encontraron en los siguientes rangos: en el de \$2000.00 a \$3000.00 el 40.48% de la población del estrato I y el 27.59% de la del II; en el de \$3000.00 a \$4000.00 el 21.55% de la del III; en el de \$6000.00 a \$7000.00 el 10.65% de la del IV; en el de \$14000.00 a \$15000.00 el 17% de la del V y finalmente en el de \$20000.00 a \$50000.00 el 35% de la del VI.

De lo descrito anteriormente se observa que existe una alta correlación entre los niveles de estratos y los niveles de ingreso. Como se anotó en el Capítulo Metodología, los estratos socioeconómicos fueron fijados por el DANE según el tipo de vivienda e infraestructura y no por los niveles del ingreso de la población. Dicha coincidencia muestra que la estratificación socioeconómica de la ciudad no sólo cumple con sus propios criterios sino que también se ajusta a los niveles de ingreso de sus habitantes.

8. Estructura del gasto de los hogares:

En el Cuadro II-8 se presenta la estructura del gasto de los hogares en cada uno de los seis estratos en consideración.

-----/
* Tasa oficial de cambio para el mes de noviembre de 1984, fué de \$COP 110.43 por un US\$1.00.

Se observa que el gasto destinado a la compra de alimentos equivale a más del 60% del total de los gastos de las familias en los estratos I, II, III y IV. El más alto es el porcentaje del estrato I el cual llega al 78.7%. En los estratos medio alto y alto dicho porcentaje sorpresivamente es elevado, el 58.8% en el primero y 58.1% en el segundo.

El segundo rubro importante en la composición del gasto para el estrato I es el de transporte (13.9%); este junto con el de alimentos y el de servicios totaliza el 94.7% del gasto total. En cambio, el gasto de arrendamiento aparece 0%, lo que se puede atribuir a que los habitantes de dicho estrato viven en casas rústicas pero propias, en terrenos de invasión y consiguientemente no pagan arriendo.

La situación de la población de los estratos II y III no está tan lejana de la del estrato I por cuanto la suma de los gastos en alimentos, arriendo, servicios y transporte corresponde alrededor del 90% del total de los gastos. De lo anterior se puede derivar que los habitantes de los tres primeros estratos viven prácticamente a nivel de subsistencia.

B. Hábitos de Compra

1. Lugares de compra:

a. Productos Perecederos

El Cuadro II-9 muestra por estrato, los tipos de establecimiento preferidos por los consumidores para la compra de productos perecederos. Se observa que en más del 79.8% de los casos la primera opción para los hogares de todos los estratos es la plaza de mercado; le sigue las tiendas del barrio (15% para el I, 6.9% estrato II, 13.28% estrato III, 8.2% estrato IV y 1.75% estrato V). Las tiendas del barrio tienen menos importancia en los estratos altos, por cuanto sus habitantes alternan la plaza de mercado y el supermercado.

En cuanto a la segunda opción, las tiendas del barrio son las preferidas, los cuatro estratos de ingresos más bajos (entre el 50% y el 80%). Dicha preferencia disminuye en los estratos más altos en donde la importancia de los supermercados aumenta. Los hogares de los estratos medio alto y alto prefieren dichos establecimientos en el 58% y el 66.6% de los casos, respectivamente. El 33.3% del estrato alto prefiere la Cooperativa como segunda opción. En este caso específico de Bucaramanga, se refieren a las Cajas de Compensación Familiar.

b. Productos procesados y granos

La plaza de mercado también se perfila como la primera fuente de abastecimiento de granos y productos procesados para los cuatro estratos socioeconómicos más bajos de la ciudad. Los porcentajes de preferencia como lugar de compra, en primera opción, para los estratos I, II, III y IV son el en orden respectivo: 65.0%, 70%, 45.3% y 41.1%. Para los estratos V y VI como primera opción, figuran los supermercados en el 44.2% y el 85% de los casos respectivamente.

En segundo lugar la preferencia de los consumidores del estrato I es por la tienda del barrio y los supermercados ambos con 15%; la tienda del barrio también lo es en el estrato II con el 15%. En los estratos III y IV este lugar está ocupado por los supermercados y cooperativas cuyos porcentajes son el 23.5% y el 26.5%, respectivamente. Para los estratos V y VI, los es la plaza de mercado con el 25% y el 10% respectivamente.

c. Razones de preferencia por los lugares de compra

Las razones que aducen los consumidores para explicar su comportamiento, en cuanto a los lugares de compra de alimentos se refiere, se presentan en el Cuadro II-11, el cual señala que el 60% de los hogares del estrato bajobajo, el 58.6% del bajo, el 56.5% del medibajo, el 61.5% del medio y el 68.4% del medioalto anotan "mejores precios", o sea precios más bajos, como la principal razón por la cual frecuentan sus respectivas fuentes de aprovisionamiento.

Para los consumidores del estrato alto, la razón principal es el "Unico lugar", es decir, el lugar más cercano del barrio, seguida por la "Calidad" como segunda razón.

Como segunda razón aparecen "Buen surtido" para el estrato bajo-bajo (12.5%) el "único lugar" para los estratos bajo, medio-bajo y medio (15.5%, 20% y 14.2%, respectivamente). Las otras razones tales como amistad, crédito y descuento no son importantes para determinar el lugar de compra de los alimentos.

2. Frecuencia de las compras

El presente numeral se refiere a las compras principales de productos alimenticios, y no a las periódicas que se presentan entre ellas.

a. Productos perecederos

El Cuadro II-12 muestra las frecuencias relativas con las cuales se aprovisionan de productos perecederos los consumidores de los seis estratos. Se puede apreciar que en los estratos bajos (los tres primeros) prevalece la frecuencia "todos los días" 55% para el bajo-bajo, 48.2% para el bajo y 51.9% para el medio bajo. En segundo lugar aparece "una vez por semana" con 37.5%, 46.5% y 36.7%, respectivamente.

Diferente hábito tienen los hogares de los estratos medios y altos (del estrato IV en adelante), por cuanto la mayoría de los consumidores realiza la compra "una vez por semana" en el 61.5% de los casos en el estrato medio 54.2% el medio alto y el 100% en el alto. En segundo lugar aparece "todos los días" para el estrato medio con el 23% y "dos veces por semana" para el estrato medio alto con el 10.5%.

La diferencia en la frecuencia de abastecimiento, entre estratos, en parte se debe a problemas de almacenamiento de estos productos. Los hogares que poseen

nevera se abastecen de productos perecederos con menor frecuencia. Otro problema que influye el particular puede ser la frecuencia de percepción de los ingresos de los hogares.

b. Productos Procesados y Granos

Las informaciones sobre este grupo de productos aparecen en el Cuadro II-13, el cual señala que más del 50% de los hogares de los seis estratos hace su compra de esta clase de productos una vez por semana, 57.5% en el estrato bajo-bajo, 55.1% en el bajo, 53.3% en el medio-bajo, 69.8% en el medio, 66.6% en el medio-alto y 85% en el alto. Los porcentajes de los tres estratos más altos son mayores que los de los tres primeros. Es decir, más hogares de los estratos medios y altos se abastecen una vez por semana que las de los estratos bajos. Aprovechamiento diario presentan el 35% del estrato bajo-bajo, el 25% del bajo y el 21.7% del medio-bajo, en contraste con el 7.7% del medio y el 6% de los del medio-alto y alto.

Las diferencias de los hábitos de compra, en cuanto a la frecuencia de las compras de este grupo de productos, puede atribuirse a las diferencias de los flujos de los ingresos, como se deduce del literal sobre niveles y frecuencia de los ingresos y del que a continuación se presenta.

c. Razones de la frecuencia de las compras

Las informaciones consignadas en el Cuadro II-14 confirman que, para los estratos bajos, la frecuencia de compra de los alimentos está determinada por la percepción de los ingresos, en tal sentido respondió en el 42.5% de los del bajo-bajo, el 30.1% del bajo y el 24.4% del medio-bajo. En los estratos medios y altos prevalece la respuesta "disponibilidad de tiempo" con el 40% en el estrato medio-bajo, el 47.6% en el medio, el 54.3% en el medio alto y el 55% en el alto. Resultados similares a estos, se encontraron en los estudios de la Costa Atlántica.

La segunda razón, expresada en orden de importancia, fué "mejor día de mercado" por el estrato alto (30%) y "día de pago" por el medio-bajo (24.4%). Se destaca también que para los hogares del estrato bajo-bajo la no posesión de nevera es la segunda razón más importante (22.5%) después de la coincidencia con el día de pago.

3. Horario de compras

Según el Cuadro II-15, la mayoría de los consumidores efectúa sus compras en las horas de la mañana entre las 8AM y las 12M, así el 82.5% del estrato bajo-bajo, el 66% del bajo, el 75.3% del medio-bajo, el 73.9% del medio, el 78.9% del medio alto y el 100% del alto. En segundo lugar aparece el horario antes de las ocho de la mañana y lo hacen el 17.5% del estrato bajo-bajo, el 30.4% del bajo, el 22.1% del medio-bajo, el 22.6% del medio y el 21% del medio alto. Las horas de la tarde definitivamente no tienen importancia para los consumidores de la ciudad de Bucaramanga.

4. Gastos en tiempo y dinero en transporte para las compras de alimentos:

El Cuadro II-16 señala las cantidades de tiempo en minutos y de dinero en pesos, utilizadas por los consumidores de los seis estratos en cada compra principal de productos alimenticios.

Dichas cifras indican que los consumidores de los estratos medios y altos, gastan más tiempo que los de los estratos bajos (al contrario de los casos de Barranquilla y Cartagena). Los datos reflejan las diferencias en distancia entre los barrios y los lugares de compra preferidos. Por otra parte, es de anotar que en lo relacionado con el pago de transporte se presenta una relación inversa con respecto al tiempo gastado. Ella puede atribuirse al tipo de vehículo utilizado.

C. Problemas de Abastecimiento de Productos Alimenticios

Los problemas más frecuentemente encontrados en el abastecimiento de productos alimenticios se ilustran en el Cuadro II-19.

Entre el 80% y el 92% de los consumidores de los estratos medios y altos y el 77% de los estratos inferiores el principal problema consiste en los precios de los alimentos. El efecto de los altos precios se siente más si se tiene en cuenta que la participación del grupo de alimentos en el total del gasto de los hogares, es elevado como se anotó en los literales anteriores.

La escasez de los productos figura en segundo lugar para los consumidores de los estratos bajo-bajo, bajo y medio, en el 15%, 14.6% y 13.9% de los casos, respectivamente.

Los demás problemas listados tales como son la calidad de los productos, la mala atención y otros, frente al problema principal carecen de importancia para los consumidores.

D. Consumo de Alimentos:

Las cifras sobre el consumo percapita anual de los principales productos alimenticios, de los consumidores de cada uno de los seis estratos socioeconómicos de la ciudad de Bucaramanga en noviembre de 1984, aparecen en el cuadro II-18.

En primer término se aprecia que los patrones de consumo se comportan conforme a lo esperado, esto es, los habitantes de los estratos socioeconómicos más bajos consumen apreciables cantidades de carbohidratos y bajas cantidades de alimentos proteicos, especialmente de origen animal. Lo contrario se presenta en los estratos altos.

Se observa que el consumo de veinte productos, de los cuarenta y tres analizados, se incrementa en forma apreciable al pasar del estrato I al II, especialmente en proteicos de origen animal, verduras, frutas y algunos procesados. Las diferencias de consumo entre los estratos II y III no son tan grandes como las anteriores pero son sustanciales en carne de primera, huevos y pan. Las correspondientes entre el estrato III y IV son menores aún, pero siguen siendo importantes en los consumos de naranja, carne de primera, huevos y pan. Las de los estratos más altos no son tan significativas pero se siguen presentando en estos últimos productos.

El Cuadro II-18A, presenta los coeficientes de elasticidad ingreso de la demanda de 43 productos alimenticios.

Al pasar del estrato I al II, se observa que el consumo percapita se incrementa en forma más que proporcional al ingreso en los siguientes productos: cerdo (3.0), hueso (1.70), cogote (1.65), carne de res de 1a. (1.34), leche (1.35) y yuca (1.30). A su vez disminuye el consumo en los siguientes: menudencias (-2.26), aguacate (-2.18), maíz (-0.48), harina de maíz (-0.45), manteca (-.84) y carne de res de 2a (-0.40). Se presentan incrementos aunque menos que proporcionales en azúcar, aceites, chocolate, huevos, frutas en general, arracacha y en todas las hortalizas excepto en repollo, arveja y cebolla larga.

Cuando se pasa del estrato II al III se observa, en forma similar a lo anterior, que el consumo se incrementa en forma más que proporcional en carne de res de 1a (2.10), carne de pollo (2.03), pescado (1.17), queso (1.39) y mantequilla (1.08). Disminuyen los de carne de res de 2a (-1.96), cogote (-0.5), cerdo (-.57), maíz (-.53), yuca (-.58), papa (-.28) y manteca (-1.46).

Los cambios de ingreso del estrato III en adelante, no conllevan una variación en el consumo tan significativa como las anteriormente descritas. Se incrementan consecutivamente los consumos de proteicos de origen animal, frutas y hortalizas y disminuyen los de carbohidratos en general, de acuerdo con los patrones de consumo universales.

E. Balance Nutricional

El Cuadro No. II-18B presenta los datos de los aportes de nutrientes, proporcionados por los alimentos consumidos de acuerdo con lo analizado anteriormente.

Se observa que para los cuatro primeros nutrientes, o sean calorías, proteínas, calcio y hierro existe déficit en la población de los dos estratos más bajos, no así en los restantes en los cuales inclusive se presentan superávits altos como es el caso de las proteínas en los estratos más altos (38% en el IV, 42.5% en el V y 62.7% en el VI).

En el caso de las vitaminas que se encuentran en los alimentos menos costosos, se observan déficits altos prácticamente en todos los estratos, lo que también se ha observado en la mayoría de las ciudades del país. Esto se debe principalmente, a la falta de educación sobre la importancia del consumo de los alimentos que contienen vitaminas.

Los datos presentados no muestran las pérdidas provocadas por el mal manejo de los alimentos en el almacenamiento y la cocción de los mismos. Además de lo anterior, se observa desequilibrio en el balance de nutrientes que a su vez disminuyen la absorción de estos en el organismo.

F. Actitud Hacia los Programas de Mercadeo del DRI

Se deduce de las cifras presentadas en el Cuadro No. II-17, que más del 50% de la población de los estratos bajos y medios, es decir, los primeros cuatro estratos, desconocen el programa de mercados móviles, mientras que los del estrato medio-alto y alto están medianamente informados, (el 52.6% de los del primero y el 80% de los del segundo). El alto grado de desinformación sobre dicho programa se puede atribuir al

hecho de que en Bucaramanga no se ha realizado el programa de mercados móviles. La única información acerca de ello proviene de la prensa y a veces de algunos programas de televisión.

Al informárseles sobre el particular, los encuestados respondieron sobre si creían que se beneficiarían en su presupuesto familiar en la siguiente forma: Sí en el 21.43% de los casos del estrato I, en el 32.7% de los del estrato II, en el 43.6% de los del estrato III, en el 44.1% de los del estrato IV, en el 52.6% de los del estrato V y en el 80% de los del VI.

CUADRO II-1. ESTRUCTURA DE LA POBLACION POR EDAD SEGUN ESTRATO
 BUCARAMANGA

E S T R A T O	MENORES	DE 12	MAYORES DE	TOTAL
	DE 12	A 60	60	
BAJO-BAJO	45.74	53.03	1.23	100.00
BAJO	31.01	65.64	3.35	100.00
MEDIO-BAJO	28.23	67.53	4.24	100.00
MEDIO	16.99	76.22	6.79	100.00
MEDIO-ALTO	18.88	79.56	1.56	100.00
ALTO	15.25	82.20	2.55	100.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

BUCARAMANGA

NIVEL	ANOS	BAJO-BAJO	BAJO	MEDIO-BAJO	MEDIO	MEDIO-ALTO	ALTO
PRIMARIA	1	13.85	9.72	6.98	2.94	4.66	0.00
	2	21.54	10.64	7.72	6.22	7.89	6.73
	3	13.08	11.93	7.45	3.85	4.66	1.92
	4	13.08	7.52	7.59	3.28	5.02	1.92
	5	23.85	28.44	21.16	13.91	6.09	2.88
SUBTOTAL		85.40	68.25	50.90	30.20	28.32	13.45
SECUNDARIA	1	6.15	5.14	7.19	4.19	3.94	2.88
	2	3.85	5.87	5.71	5.20	4.66	3.85
	3	2.30	4.04	7.92	6.67	3.58	6.73
	4	2.30	2.39	6.04	7.58	5.73	5.77
	5	0.00	2.94	4.90	6.33	5.38	17.31
	6	0.00	7.89	11.69	21.72	18.28	19.23
SUBTOTAL		14.60	28.27	43.45	51.69	41.57	55.77
UNIVERSIDAD	1	0.00	0.54	0.40	1.13	1.43	0.96
	2	0.00	0.37	0.81	2.15	4.66	0.00
	3	0.00	0.37	0.34	2.38	3.94	5.77
	4	0.00	0.18	0.47	2.49	4.66	2.88
	5	0.00	1.47	2.42	7.58	14.34	18.27
SUBTOTAL		0.00	2.93	4.44	15.73	29.03	27.88
SENA	1	0.00	0.00	0.13	0.34	0.36	0.96
	2	0.00	0.18	0.34	0.45	0.36	1.94
	3	0.00	0.37	0.74	1.59	0.36	0.00
SUBTOTAL		0.00	0.55	1.21	2.38	1.08	2.90
TOTAL		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO 11-5. DOTACION DE SERVICIOS PUBLICOS SEGUN ESTRATO
BUCARAMANGA

SERVICIOS	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	ESTRATO 5	ESTRATO 6
AGUA	7.50	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
ENERGIA ELECTRICA	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
TELEFONO	2.50	9.48	41.14	84.62	91.23	100.00
ALCANTARILLADO	2.50	100.00	100.00	99.41	98.25	100.00
RECOLECCION DE BASURA	100.00	99.14	99.37	100.00	98.25	100.00
RTA DE BUS CERCAHA	100.00	99.14	99.37	98.82	96.49	100.00
ACCION COMUNAL	100.00	99.14	95.89	43.20	52.63	0.00
PUESTO DE SALUD	97.50	94.83	87.97	68.64	35.09	0.00
EXP. BOLETOS PAN	0.00	1.72	0.63	2.96	3.51	0.00
ESTACION DE POLICIA	75.00	23.28	50.63	47.93	7.02	0.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II - 6 CATEGORIAS DE EMPLEO - BUCARAMANGA
 BUCX7X

ESTRATO SOCIOECONOMICO	TRABAJADORES PERMANENTES (%)	TRABAJADORES OCASIONALES (%)	No. DE PERSONAS EMPLEADAS DE LOS OCASIONALES (DIAS)
BAJO - BAJO	74.36	25.64	100.00 3
BAJO	72.49	27.51	100.00 3
MEDIO - BAJO	84.25	15.75	100.00 3
MEDIO	79.53	20.47	100.00 3
MEDIO - ALTO	95.29	4.71	100.00 3
ALTO	100.00	0.00	100.00 0

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA CONSUMIDORES 1985

CUADRO II - -6A COMPOSICION DEL MERCADO DE TRABAJO SEGUN ESTRATO - BUCARAMANGA
 BUCX7AX

	TRABAJADORES PERMANENTES (1) (%)	TRABAJADORES OCASIONALES (2) (%)	PERSONAS BUSCAN TRABAJO (3) (%)	PERSONAS EN EL MERCADO DE TRABAJO (1 + 2 + 3) (%)
BAJO-BAJO	71.60	24.69	3.70	100.00
BAJO	61.03	23.16	15.81	100.00
MEDIO-BAJO	67.49	12.62	19.89	100.00
MEDIO	70.64	18.18	11.17	100.00
MEDIO - ALTO	94.19	4.65	1.16	100.00
ALTO	100.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE : IICA- ORI ENCUESTA A CONSUMIDORES 1985

CUADRO II-7. INGRESOS MENSUALES PERCAPITA, POR ESTRATO -BUCARAMANGA 1984

R A N G O DE A	E S T R A T O										REL. ACUM.							
	I	II	III	IU	I	II	III	IU	I	II								III
0	1000	2.38	2.38	1.72	1.72	0.97	0.97	0.59	0.59	0.59	0.59	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1001	2000	21.43	23.81	8.62	10.34	5.16	5.16	2.37	2.37	2.96	2.96	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2001	3000	40.48	64.29	27.59	37.93	17.10	17.10	0.59	0.59	3.55	3.55	1.79	1.79	1.79	1.79	0.00	0.00	0.00
3001	4000	19.05	83.33	18.97	56.90	38.39	38.39	5.92	5.92	9.47	9.47	3.57	3.57	3.57	3.57	0.00	0.00	0.00
4001	5000	9.52	92.86	21.55	78.45	57.42	57.42	8.28	8.28	17.75	17.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
5001	6000	4.76	97.62	9.48	87.93	69.68	69.68	9.47	9.47	27.22	27.22	3.57	3.57	7.14	7.14	5.00	5.00	5.00
6001	7000	2.38	100.00	5.17	93.10	80.00	80.00	10.65	10.65	37.87	37.87	10.71	10.71	10.71	10.71	0.00	0.00	5.00
7001	8000	0.00	100.00	0.86	93.97	85.48	85.48	7.69	7.69	45.56	45.56	14.29	14.29	14.29	14.29	0.00	0.00	5.00
8001	9000	0.00	100.00	2.59	96.55	90.65	90.65	8.28	8.28	53.85	53.85	21.43	21.43	21.43	21.43	5.00	10.00	10.00
9001	10000	0.00	100.00	0.00	96.55	93.55	93.55	8.28	8.28	62.13	62.13	32.14	32.14	32.14	32.14	0.00	10.00	10.00
10001	11000	0.00	100.00	0.00	96.55	94.19	94.19	2.37	2.37	64.50	64.50	37.50	37.50	37.50	37.50	0.00	10.00	10.00
11001	12000	0.00	100.00	0.86	97.41	94.84	94.84	6.51	6.51	71.01	71.01	42.86	42.86	42.86	42.86	10.00	20.00	20.00
12001	13000	0.00	100.00	0.00	97.41	96.13	96.13	5.33	5.33	76.33	76.33	44.64	44.64	44.64	44.64	5.00	25.00	25.00
13001	14000	0.00	100.00	0.86	98.28	96.45	96.45	5.92	5.92	82.25	82.25	53.57	53.57	53.57	53.57	10.00	35.00	35.00
14001	15000	0.00	100.00	0.86	99.14	96.77	96.77	2.37	2.37	84.62	84.62	71.43	71.43	71.43	71.43	5.00	40.00	40.00
15001	20000	0.00	100.00	0.86	100.00	98.39	98.39	8.28	8.28	92.90	92.90	87.50	87.50	87.50	87.50	20.00	60.00	60.00
20001	50000	0.00	100.00	0.00	100.00	99.68	99.68	7.10	7.10	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	35.00	95.00	95.00
50001	100000	0.00	100.00	0.00	100.00	100.00	100.00	0.00	0.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	5.00	100.00	100.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-8. ESTRUCTURA DE GASTOS DE LOS HOGARES POR ESTRATO
 BUCARANANGA

ESTRATO SOCIOECONOMICO	ALIMENTOS		ARRIENDO		SERVICIOS		TRANSPORTE		OTROS		TOTAL	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
BAJO-BAJO	76.75	0.60	3.50	13.92	5.83	100.00						
BAJO	69.59	8.90	5.80	6.52	9.19	100.00						
MEDIO-BAJO	66.03	9.32	6.51	7.56	10.57	100.00						
MEDIO	60.19	12.13	9.02	5.46	13.19	100.00						
MEDIO-ALTO	58.85	13.92	9.87	7.28	10.08	100.00						
ALTO	58.13	5.45	12.18	8.75	15.48	100.00						

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-9. LUGAR DE COMPRA DE PRODUCTOS PERECEDEROS SEGUN ESTRATO
SUCARAMANGA

ESTRATO	PLAZA		TIENDA BARRIO		TIENDA OTRO BARRIO		SUPERMERCADO		COOPERATIVA		VEHD. AMBULANTES	
	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion
BAJO-BAJO	85.00	10.00	15.00	73.33	0.00	10.00	0.00	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00
BAJO	88.79	4.81	6.90	80.77	0.00	4.81	3.45	6.73	0.86	0.96	0.00	1.92
MEDIO-BAJO	79.75	9.57	13.29	69.86	0.00	7.09	6.01	10.28	0.63	0.71	0.32	2.48
MEDIO	82.25	5.37	8.28	56.38	0.00	3.36	8.28	24.16	1.18	10.74	0.00	0.00
MEDIO-ALTO	91.23	2.00	1.75	30.00	1.75	2.00	5.26	58.00	0.00	8.00	0.00	0.00
ALTO	80.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	20.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-10. LUSAR DE COMPRA DE GRANOS Y PRODUCTOS PROCESADOS
BUARAMANGA

ESTRATOSOCIOECONOMICO	PLAZA		TIENDA BARRIO		TIENDA OTRO BARRIO		SUPERMERCADO		COOPERATIVA		I D E M A	
	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion		
BAJO-BAJO	65.00	14.71	15.00	64.71	2.50	8.82	15.00	8.82	2.50	2.94	0.00	0.00
BAJO	70.80	16.00	14.16	69.00	0.88	7.00	9.73	6.00	1.77	2.00	2.65	0.00
MEDIO-BAJO	45.36	15.97	17.55	51.71	0.00	6.08	23.51	17.11	11.92	3.80	1.66	5.32
MEDIO	41.14	16.55	6.33	42.45	0.63	1.44	25.32	21.58	26.58	17.99	0.00	0.00
MEDIO-ALTO	25.00	4.08	3.85	32.65	0.00	2.04	44.23	38.78	25.00	20.41	1.92	2.84
ALTO	10.00	14.29	0.00	0.00	6.00	0.00	85.00	14.29	5.00	71.43	0.00	0.00

FUENTE: IICA-ORI. ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO 11-11. RAZONES DE COMPRA DE ALIMENTOS EN LOS LUGARES INDICADOS
BUCHARAMANGA

ESTRATOSOCIOECONOMICO	ANISTADO		CREDITO		DESCUENTO		MEJORES PRECIOS		UNICO LUGAR		CALIDAD		BUEN SURTIDO		OTRAS RAZONES	
	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion
BAJO-BAJO	2.50	7.69	10.00	17.95	5.00	0.00	60.00	5.13	7.39	25.64	2.50	23.00	12.50	15.38	0.00	5.13
BAJO	2.59	3.51	8.62	5.26	1.72	1.75	58.62	5.26	15.52	17.54	4.31	20.17	8.62	42.11	0.00	4.39
MEDIO-BAJO	2.86	3.02	6.03	6.04	7.62	0.34	56.51	6.38	20.00	15.77	1.59	35.57	4.13	29.53	1.27	3.36
MEDIO	1.18	3.09	2.37	2.47	5.33	0.00	61.54	4.32	14.20	7.41	2.37	51.23	11.83	29.01	1.18	2.47
MEDIO-ALTO	5.26	0.00	1.75	0.00	5.26	0.00	68.42	8.77	5.26	17.54	7.02	36.84	7.02	36.84	0.00	0.00
ALTO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	75.00	5.00	20.00	30.00	0.00	35.00	5.00	25.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-12. FRECUENCIA DE COMPRAS DE PRODUCTOS PERECEDEBROS
BUCARAMANGA

	-----	-----	-----	-----	-----
	ES T R A T O	TODOS LOS	TRES VECES	DOS VECES	UNA VEZ
	SOCIOECONOMICO	DIAS	POR SEMANA	POR SEMANA	POR SEMANA
	-----	-----	-----	-----	-----
BAJO-BAJO	55.00	5.00	2.50	37.50	
BAJO	48.28	2.59	2.59	46.55	
MEDIO-BAJO	51.90	2.85	8.54	36.71	
MEDIO	23.08	5.33	10.06	61.54	
MEDIO-ALTO	3.51	1.75	10.53	84.21	
ALTO	0.00	0.00	0.00	100.00	
	-----	-----	-----	-----	-----

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-13. FRECUENCIA DE COMPRAS DE GRANOS Y PRODUCTOS PROCESADOS
BUCARAMANGA

ESTRATOSOCIOECONOMICO	TODOS LOS DIAS		TRES VECES POR SEMANA		DOS VECES POR SEMANA		UNA VEZ POR SEMANA		CADA QUINCENA		CADA MES	
	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO
BAJO-BAJO	35.00		2.50		0.00		57.50		5.00		0.00	
BAJO	25.00		3.45		3.45		55.17		11.21		1.72	
MEDIO-BAJO	21.73		1.60		9.90		53.35		10.86		2.56	
MEDIO	7.69		1.78		5.92		69.82		9.47		5.33	
MEDIO-ALTO	0.00		0.00		10.53		66.67		17.54		5.26	
ALTO	0.00		0.00		5.00		85.00		5.00		5.00	

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-14. RAZONES DE LA FRECUENCIA DE COMPRAS DE ALIMENTOS
BUCARAMANGA

	DIA DE PAGO	NO POSEE NEVERA	NO TIENE ESPACIO	MEJOR MERCADO	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	OTRAS RAZONES
BAJO-BAJO	42.50	22.50	0.00	12.50	15.00	7.50
BAJO	30.17	14.66	5.17	12.93	24.14	12.93
MEDIO-BAJO	24.44	6.98	2.22	6.98	40.00	19.37
MEDIO	6.55	1.79	0.60	20.83	47.62	22.62
MEDIO-ALTO	17.54	0.00	0.00	24.56	54.39	3.51
ALTO	0.00	0.00	0.00	30.00	65.00	5.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO 11-15. HORARIO DE COMPRA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
BUCARAMANGA

ESTRATO SOCIOECONOMICO	ANTES DE ENTRE LAS 8AM Y 12M		ENTRE LAS 12M Y 2PM		ENTRE LAS 2PM Y 4PM		ENTRE LAS 4PM Y 6PM		DESPUES DE LAS 6PM	
	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO	BAJO	ALTO
BAJO-BAJO	17.50	82.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BAJO	30.43	66.09	2.61	0.00	0.87	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MEDIO-BAJO	22.15	75.32	0.00	0.00	2.53	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MEDIO	23.67	73.96	0.00	0.00	1.18	0.00	1.18	0.00	0.00	0.00
MEDIO-ALTO	21.05	78.95	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ALTO	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO II-16. GASTOS EN TIEMPO Y DINERO PARA EL TRANSPORTE
 A LOS LUGARES DE COMPRA DE ALIMENTOS
 BUCARAMANGA

ESTRATO	TIEMPO EN MINUTOS	PAGO TRANSPORTE (\$)
BAJO-BAJO	73.00	49.00
BAJO	57.00	34.00
MEDIO-BAJO	70.00	28.00
MEDIO	79.00	29.00
MEDIO-ALTO	107.00	25.00
ALTO	160.00	20.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. II-17ACTITUD HACIA EL PROGRAMA MERCADO MOVIL - BUCARAMANGA
 BUCX5X

	ENTERADO MERCADO MOVIL (%)	NO ESTA ENTERADO MERCADO MOVIL (%)	PROGRAMA MERC. MOVIL BENEFICIA PRESUPUESTO (%)
BAJO-BAJO	30.95	69.05	21.43
BAJO	37.93	62.07	32.76
MEDIO-BAJO	42.63	57.37	43.59
MEDIO	43.53	56.47	44.12
MEDIO-ALTO	52.63	47.37	52.63
ALTO	80.00	20.00	80.00

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA CONSUMIDORES, 1985

CUADRO II-18 CONSUMO PERCAPITA/ANO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BUCARAMANGA 1984

CONSUMO

PRODUCTO MEDIDA CONSUMO PERCAPITA AÑO

1 2 3 4 5 6 PROMEDIO

CARBOHIDRATOS

PAPA	KILO	73.85	82.92	75.97	71.34	59.56	56.14	74.16
YUCA	KILO	18.26	32.24	26.83	23.49	19.31	18.86	25.66
ARRACACHA	KILO	4.60	5.97	6.32	8.25	7.48	7.59	6.74
PLATANO	KILO	29.13	27.24	30.74	34.40	32.43	34.51	31.16

HORTALIZAS

TOMATE	KILO	10.16	13.21	14.65	17.60	18.67	23.46	15.37
CEBOLLA CABEZONA	KILO	7.16	9.07	10.11	12.88	11.75	12.88	10.61
CEBOLLA	KILO	21.24	18.35	18.85	17.01	17.70	15.18	18.29
AJO	KILO	2.83	9.19	11.65	17.46	14.16	17.48	12.43
ZANAHORIA	KILO	10.90	11.56	12.15	14.32	13.28	13.57	12.61
REPOLLO	KILO	2.83	2.80	2.65	3.75	4.26	5.75	3.15
ARVEJA	KILO	4.98	4.99	6.52	7.00	7.56	7.59	6.39

FRUTAS

BANANO	UNIDAD	99.14	117.25	115.57	122.63	174.51	180.38	122.65
NARANJA	UNIDAD	91.45	182.57	152.64	223.84	285.27	288.99	184.35
LIMON	UNIDAD	83.15	117.55	114.52	129.89	141.83	191.43	120.86
GUAYABA	KILO	4.65	8.98	9.94	9.66	9.73	9.20	9.36
AGUACATE	UNIDAD	3.43	1.26	1.91	3.58	5.31	7.13	2.68
PINA	UNIDAD	2.42	3.02	4.01	5.97	6.27	8.74	4.51

PROTEICOS ORIG. ANIMAL

CARNE DE RES 1a.	KILO	5.86	10.53	20.92	33.12	32.60	41.41	22.32
COGOTE	KILO	1.35	2.81	2.40	2.33	1.49	2.07	2.31
CARNE DE RES 2a.	KILO	14.61	12.30	6.49	2.90	3.13	0.46	6.68
HUESO	KILO	3.13	6.84	6.97	7.49	5.67	3.68	6.66
HUEVOS	UNIDAD	98.75	142.04	201.15	279.23	345.00	372.74	218.99

CERDO		0.15	0.79	0.66	1.11	3.17	5.29	1.07
KILO								
CARNE DE POLLO		3.03	4.31	8.36	14.38	16.06	20.94	9.70
KILO								
MENUDENCIAS		3.30	1.16	1.72	1.19	1.21	0.70	1.53
KILO								
PESCADO		3.07	3.33	4.84	5.78	6.56	10.35	4.98
KILO								
LECHE		41.21	74.48	97.82	146.38	141.67	160.60	107.01
LITRO								
QUESO		1.54	1.54	2.40	4.95	5.56	8.40	3.20
KILO								

GRANOS Y FRIJOL

ARROZ		20.73	21.63	23.36	23.23	19.27	23.92	22.59
KILO								
MAIZ		4.35	3.54	2.99	3.44	1.93	0.46	3.12
KILO								
FRIJOL		5.20	5.51	6.53	6.79	7.56	7.13	6.44
KILO								
CEBADA		1.92	1.81	1.80	1.14	1.04	0.80	1.57
KILO								

PROCESADOS

HARINA MAIZ		5.76	4.76	6.03	6.55	7.96	9.89	6.17
KILO								
AZUCAR		12.90	17.59	21.80	23.51	24.87	27.84	21.36
KILO								
PANELA		55.84	50.04	44.32	34.37	27.85	23.00	41.81
KILO								
CHOCOLATE		2.47	3.37	3.63	4.88	4.62	5.40	3.93
KILO								
ACEITE		6.98	7.66	9.60	10.65	10.54	12.88	9.53
LITRO								
CAFE		4.60	3.92	4.30	4.67	4.43	4.44	4.36
KILO								
MANTEQUILLA		1.81	1.48	2.09	3.41	3.49	5.36	2.48
KILO								
CALDO		9.30	8.18	11.18	19.85	25.75	39.11	14.45
UNIDAD								
PAN		1474.61	1964.55	2507.77	3275.79	3557.89	4647.74	2672.64
PESOS(\$)								
MANTECA		3.49	2.43	1.52	1.14	0.32	0.00	1.57
KILO								
PASTAS		5.84	8.13	7.98	7.84	6.44	7.82	7.72
KILO								

=====

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA CONSUMIDORES, NOVIEMBRE 1984

=====

CUADRO II-18A
COEF.

COEFICIENTES ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA
BUCARAMANGA 1984

PRODUCTO

COEFICIENTE

	EST. 2-1	EST. 3-2	EST. 4-3	EST. 5-4	EST. 6-5
CARBOHIDRATOS					
PAPA	0.27	-0.28	-0.11	-0.58	-0.16
YUCA	1.30	-0.58	-0.23	-0.63	-0.07
ARRACACHA	0.61	0.18	0.45	-0.32	0.04
PLATANO	-0.16	0.38	0.19	-0.19	0.17
HORTALIZAS					
TOMATE	0.61	0.33	0.31	0.19	0.63
CEBOLLA CABEZONA	0.55	0.34	0.41	-0.30	0.26
CEBOLLA LARGA	-0.34	0.09	-0.17	0.13	-0.43
AJO	2.49	0.75	0.68	-0.68	0.59
ZANAHORIA	0.14	0.16	0.28	-0.24	0.06
REPOLLO	-0.03	-0.17	0.59	0.41	0.83
ARVEJA	.00	0.84	0.12	0.25	0.01
FRUTAS					
BANANO	0.39	-0.05	0.10	1.13	0.09
NARANJA	1.57	-0.57	0.64	0.78	0.04
LIMON	0.81	-0.08	0.21	0.28	0.83
GUAYABA	1.50	0.32	-0.05	0.02	-0.16
AGUACATE	-2.18	1.30	1.04	1.26	0.82
PINA	0.52	0.89	0.67	0.16	0.92
PROTEICOS ORIG. ANIMAL					
CARNE DE RES 1a.	1.34	2.10	0.77	-0.05	0.66
COGOTE	1.65	-0.50	-0.05	-1.42	0.91
CARNE DE RES 2a.	-0.40	-1.96	-1.30	0.25	-4.15
HUESO	1.75	0.06	0.12	-0.90	-1.19
HUEVOS	0.85	1.09	0.55	0.68	0.22
CERDO	3.21	-0.57	0.87	3.12	1.40
CARNE DE POLLO	0.82	2.03	0.90	0.36	0.74
MENUDENCIAS	-2.26	1.23	-0.62	0.05	-1.49
PESCADO	0.19	1.17	0.30	0.41	1.25
LECHE	1.35	0.86	0.68	-0.11	0.35
QUESO	0.00	1.39	1.18	0.38	1.14
GRANOS Y FRIJOL					
ARROZ	0.10	0.24	-0.01	-0.60	0.60
MAIZ	-0.48	-0.53	0.24	-1.82	-3.43
FRIJOL	0.14	0.54	0.07	0.35	-0.16
CEBADA	-0.14	-0.02	-0.77	-0.30	-0.73
PROCESADOS					
MARINA MAIZ	-0.45	0.75	0.14	0.63	0.60
AZUCAR	0.72	0.68	0.13	0.18	0.31
PANELA	-0.26	-0.38	-0.43	-0.68	-0.53
CHOCOLATE	0.72	0.31	0.50	0.11	0.11

II-18B BALANCE NUTRICIONAL POBLACION AREA METROPOLITANA BUCARAMANGA

Y ESTRATO		CALORIAS	PROTEINAS	CALCIO	HIERRO	VIT. A	TIAMINA	RIBOFLA	NIACINA	VIT.C
UNID.	GR.	MGR.	MGR.	MGR.	MGR.	UNID. I.	MGR.	UNID. MGR.	MGR.	MGR.
INTO		2400.00	57.00	650.00	14.00	5000.00	0.90	1.20	14.50	30.00
I		2041.33	44.77	449.59	11.05	3150.69	0.25	0.82	5.72	112.63
II		2286.94	52.59	603.54	12.39	3558.65	0.24	1.01	6.25	166.52
III		2489.10	62.83	716.74	13.24	4055.36	0.29	1.41	6.69	160.75
IV		2744.64	78.80	978.51	14.72	5120.06	0.33	1.82	7.60	177.16
V		2663.38	80.98	972.35	14.57	5148.33	0.37	1.86	7.52	182.58
VI		2987.54	92.78	1114.26	15.32	5577.66	0.42	2.04	8.17	166.13
I		-358.67	-12.23	-200.41	-2.95	-1849.31	-0.65	-0.38	-8.78	82.63
II		-113.06	-4.41	-46.46	-1.61	-1441.35	-0.66	-0.19	-8.25	136.52
III		89.10	5.83	66.74	-0.76	-944.64	-0.61	0.21	-7.81	130.75
IV		344.64	21.80	328.51	0.72	120.06	-0.57	0.62	-6.90	147.16
V		263.38	23.98	322.35	0.57	148.33	-0.53	0.66	-6.98	152.58
VI		587.54	35.78	464.26	1.32	577.66	-0.48	0.84	-6.33	136.13
I		-14.94	-21.45	-30.83	-21.10	-36.99	-71.77	-32.03	-60.59	275.45
II		-4.71	-7.73	-7.15	-11.53	-28.83	-73.65	-15.96	-56.89	455.06
III		3.71	10.23	10.27	-5.42	-18.89	-68.11	17.43	-53.84	435.84
IV		14.36	38.25	50.54	5.11	2.40	-63.59	51.95	-47.57	490.54
V		10.97	42.08	49.59	4.06	2.97	-58.97	55.35	-48.17	508.58
VI		24.48	62.77	71.42	9.45	11.55	-53.17	70.13	-43.68	453.76



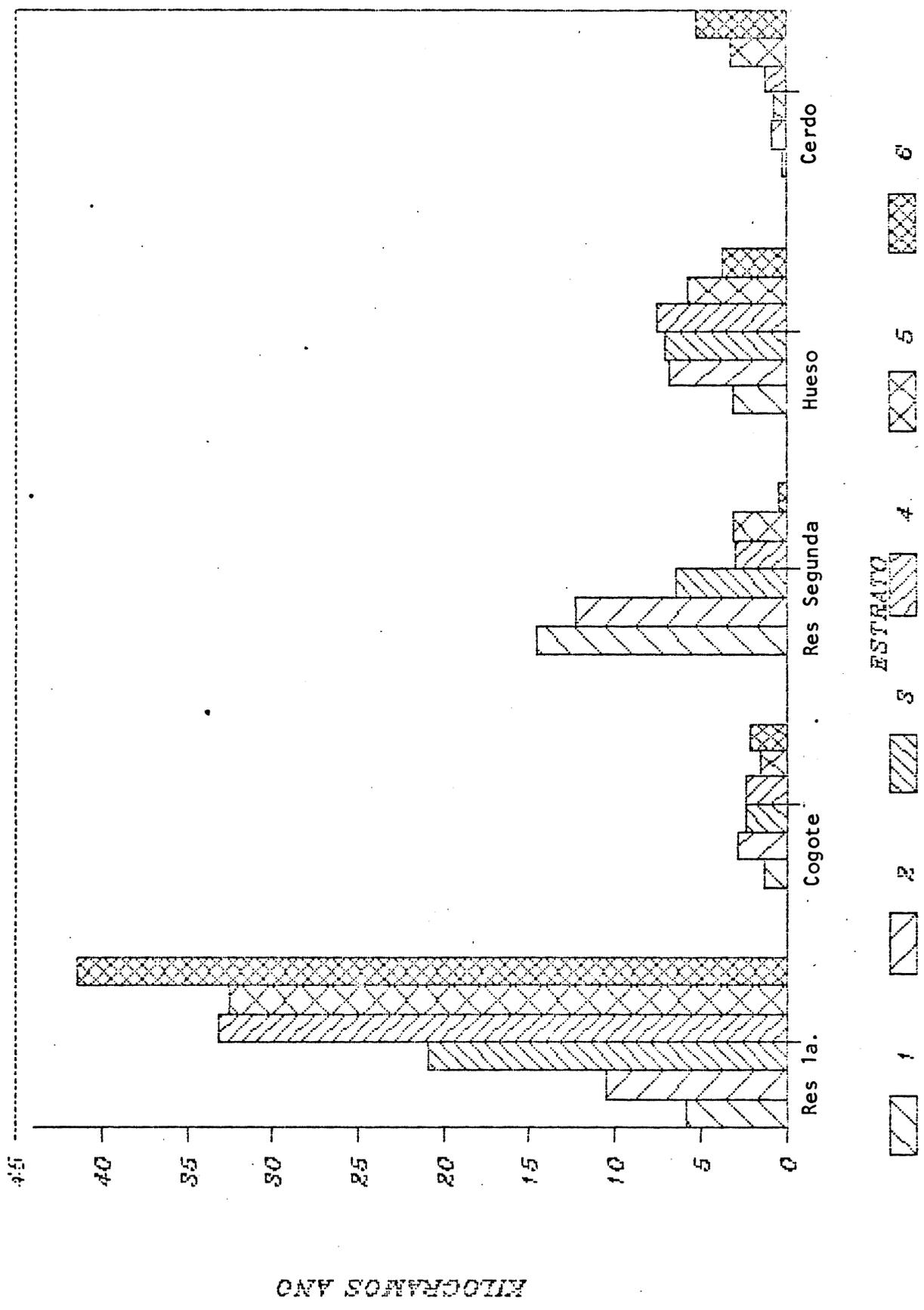
CUADRO II-19. PROBLEMAS MAS FRECUENTES EN EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS
BUCARARAMBA

ESTRATOSOCIOECONOMICO	PRECIOS ALTOS		ESCARSEZ		POCOS PRODUCTOS		DISTRIBUICION DE PLAZA		MALA ATENCION		MALA CALIDAD	
	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion	1a.Opcion	2a.Opcion
BAJO-BAJO	77.50	18.92	15.00	51.35	7.50	10.81	0.00	8.11	0.00	5.41	0.00	5.41
BAJO	77.98	15.89	14.68	36.27	5.50	17.65	0.00	10.78	0.92	6.86	0.92	12.75
MEDIO-BAJO	90.22	6.12	3.99	26.53	2.17	30.20	1.45	20.00	0.36	6.12	1.31	11.02
MEDIO	79.75	11.19	13.92	23.78	2.53	35.66	3.16	11.19	0.00	10.49	0.63	7.69
MEDIO-ALTO	92.86	3.92	1.79	37.25	1.79	13.73	3.57	25.49	0.00	5.66	0.00	13.73
ALTO	90.00	5.00	5.00	50.00	0.00	15.00	5.00	5.00	0.00	5.00	0.00	20.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA DE CONSUMIDORES, NOVIEMBRE DE 1984

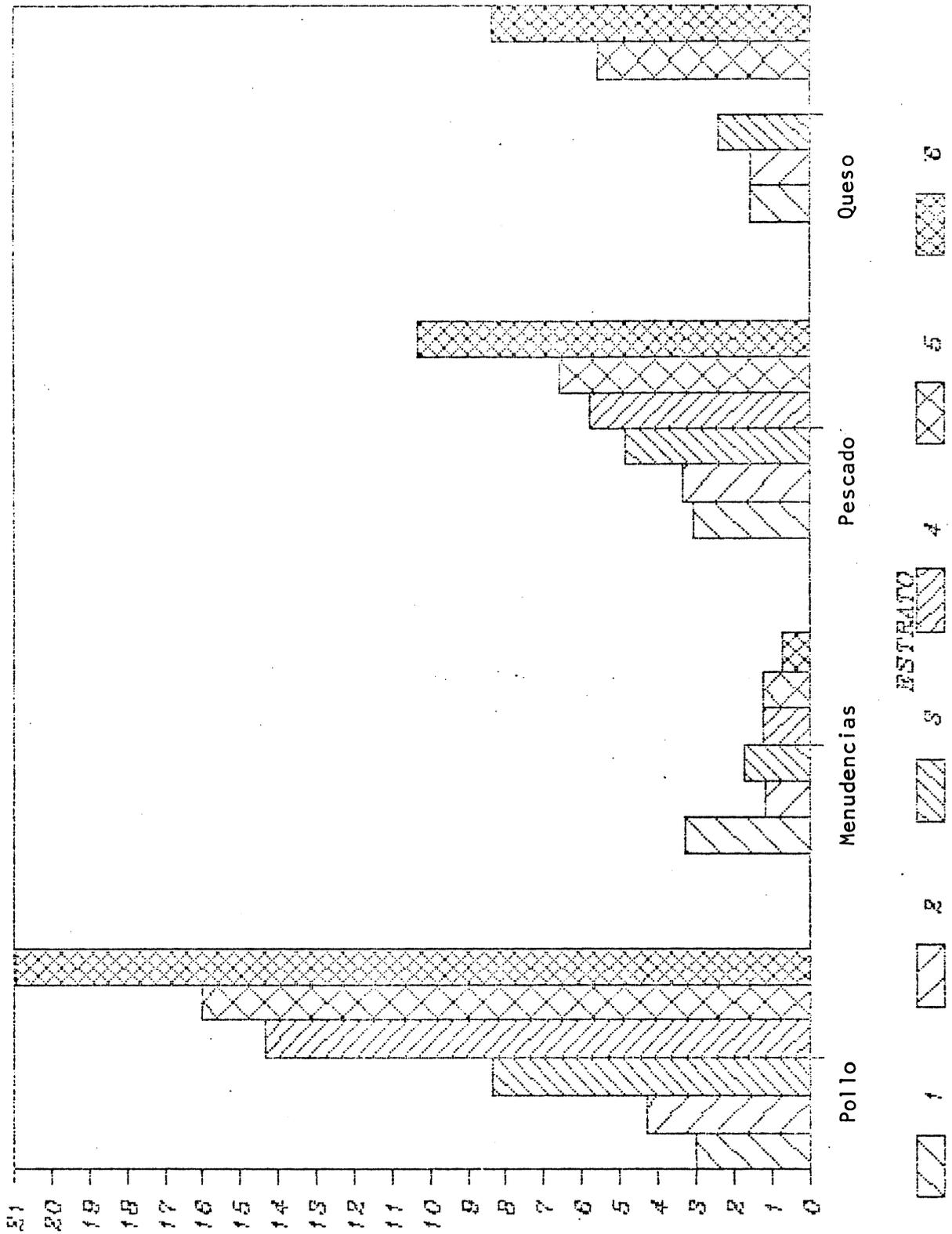
CONSUMO PERCAPITA CARNES ROJAS

BECCARMINA 1988



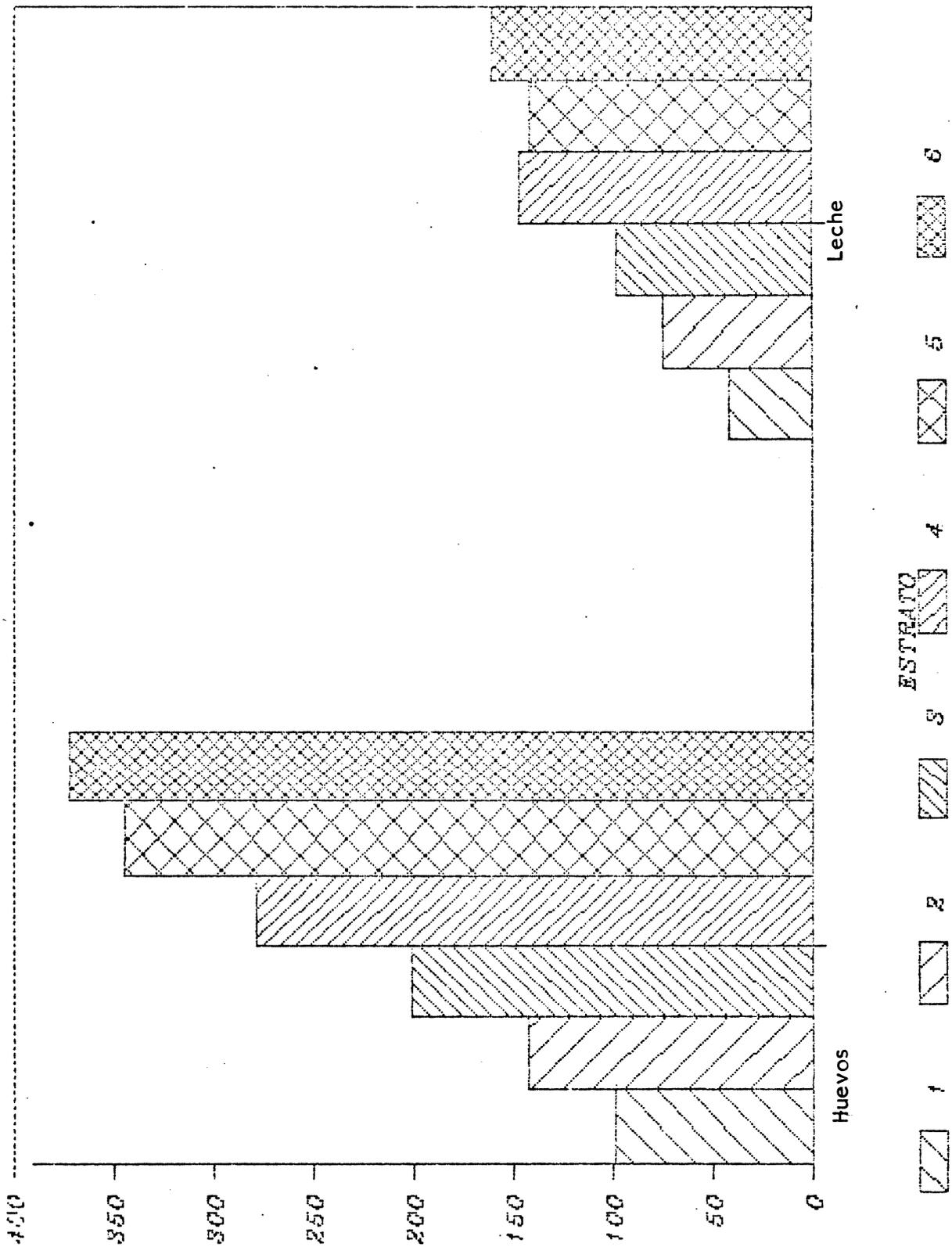
CONSUMO PERCAPITA OTROS PROTEICOS

BUCARARAJA 1987



CONSUMO PERCAPITA OTROS PROTEICOS

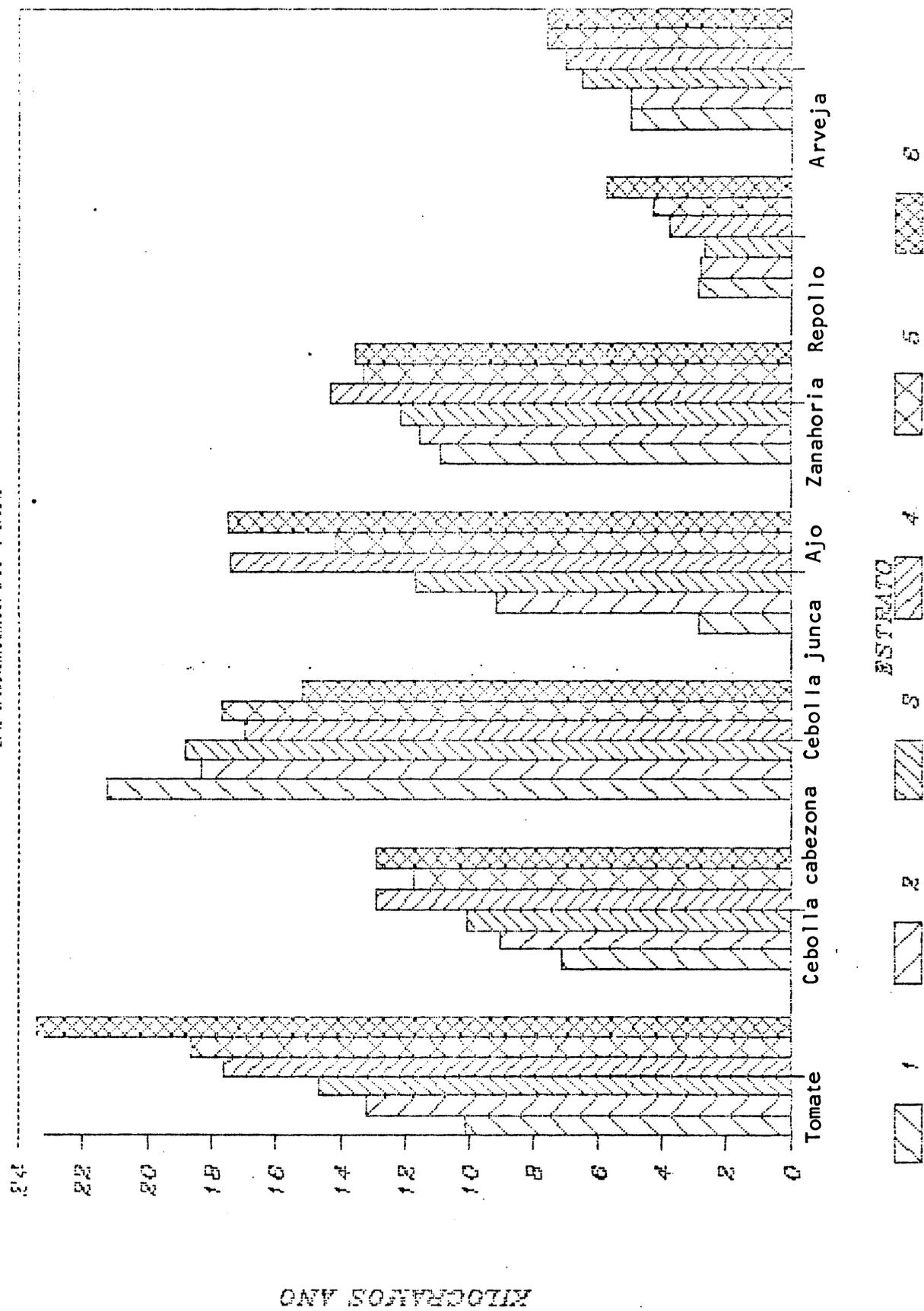
BIGARRAMANGA 1987



LECHE LITROS, HUEVOS UNIDADES AÑO

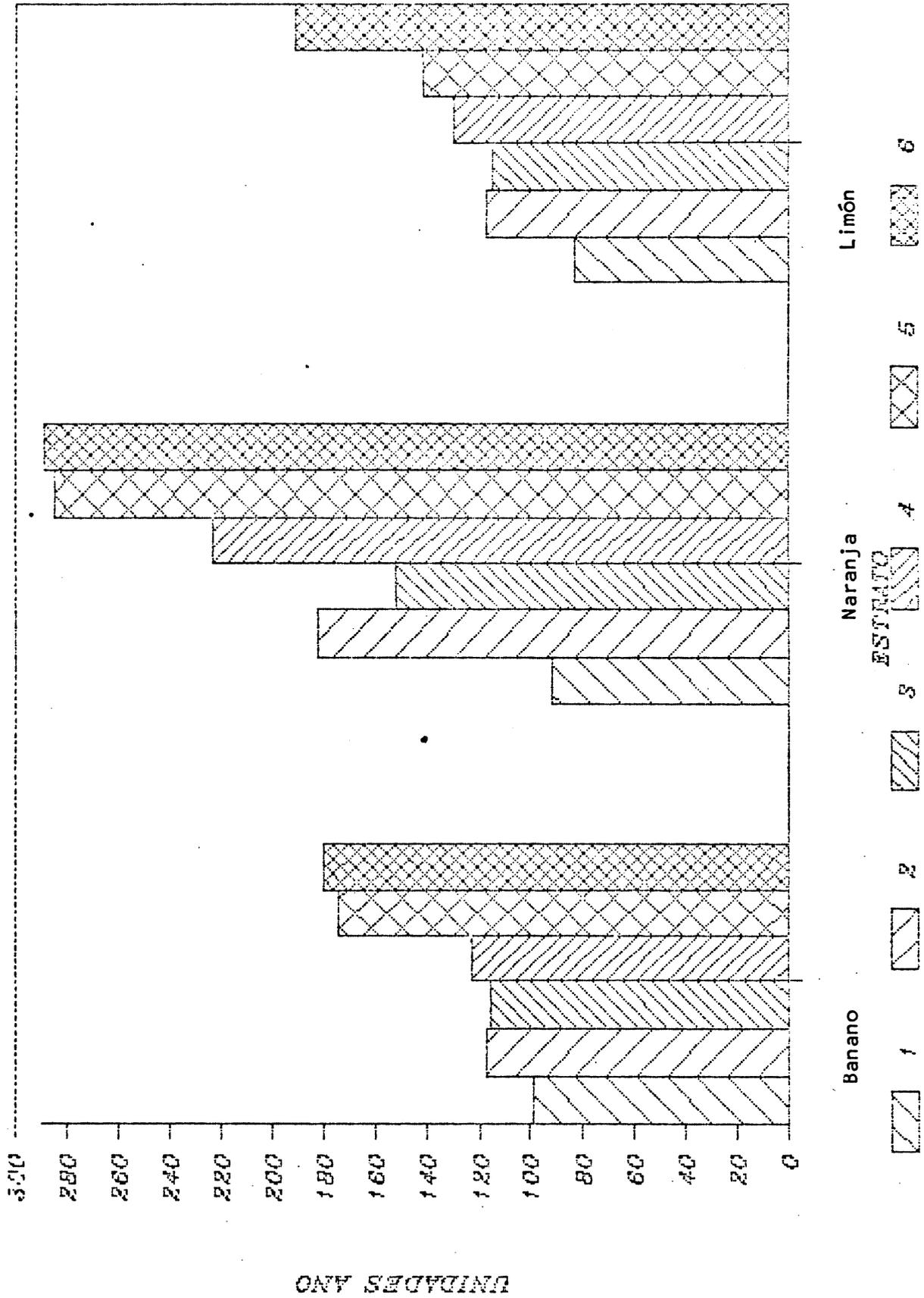
CONSUMO PERCAPITA HORTALIZAS

ESTADÍSTICA NACIONAL 1965



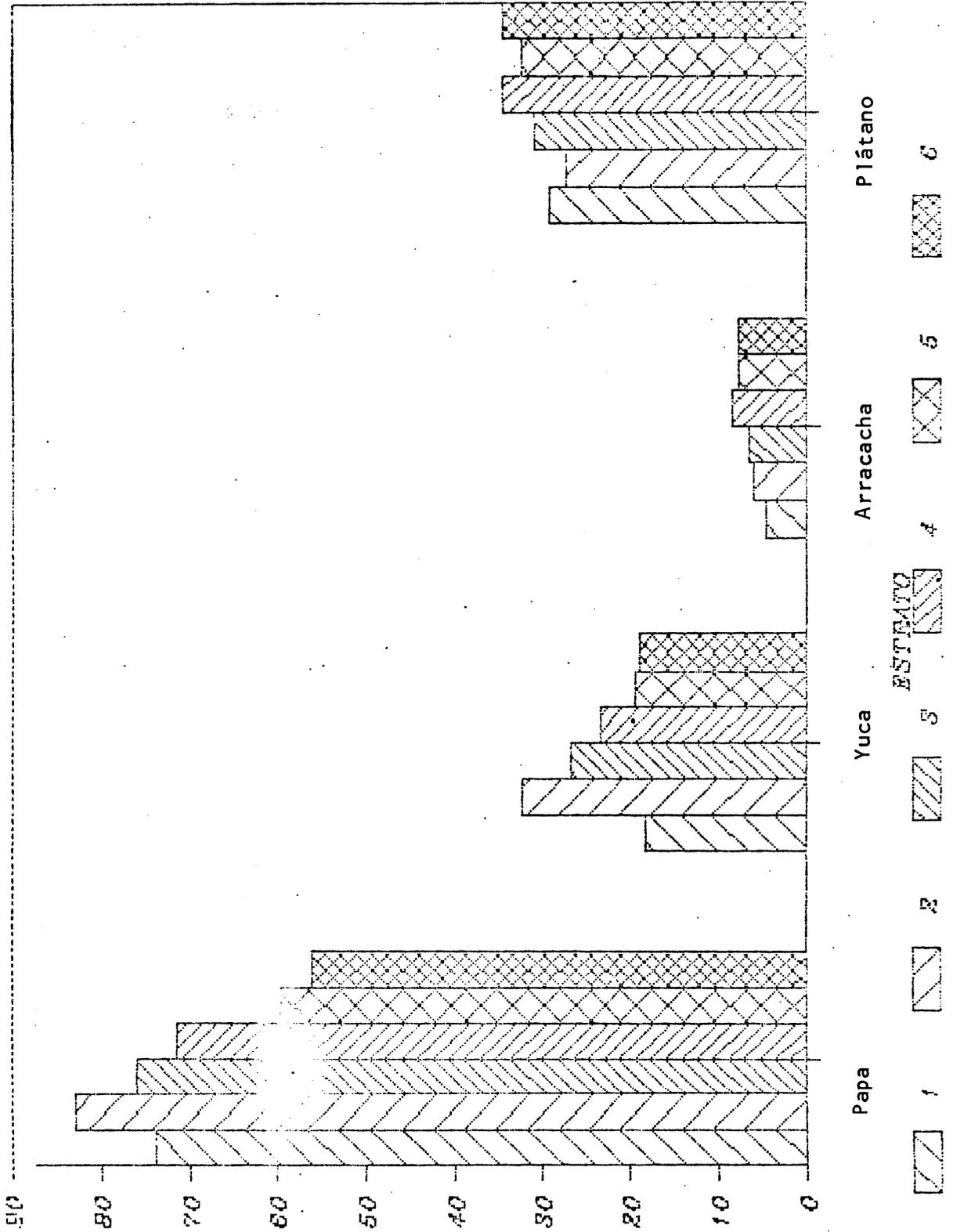
CONSUMO PERCAPITA FRUTAS

BUCARAMANGA 1934



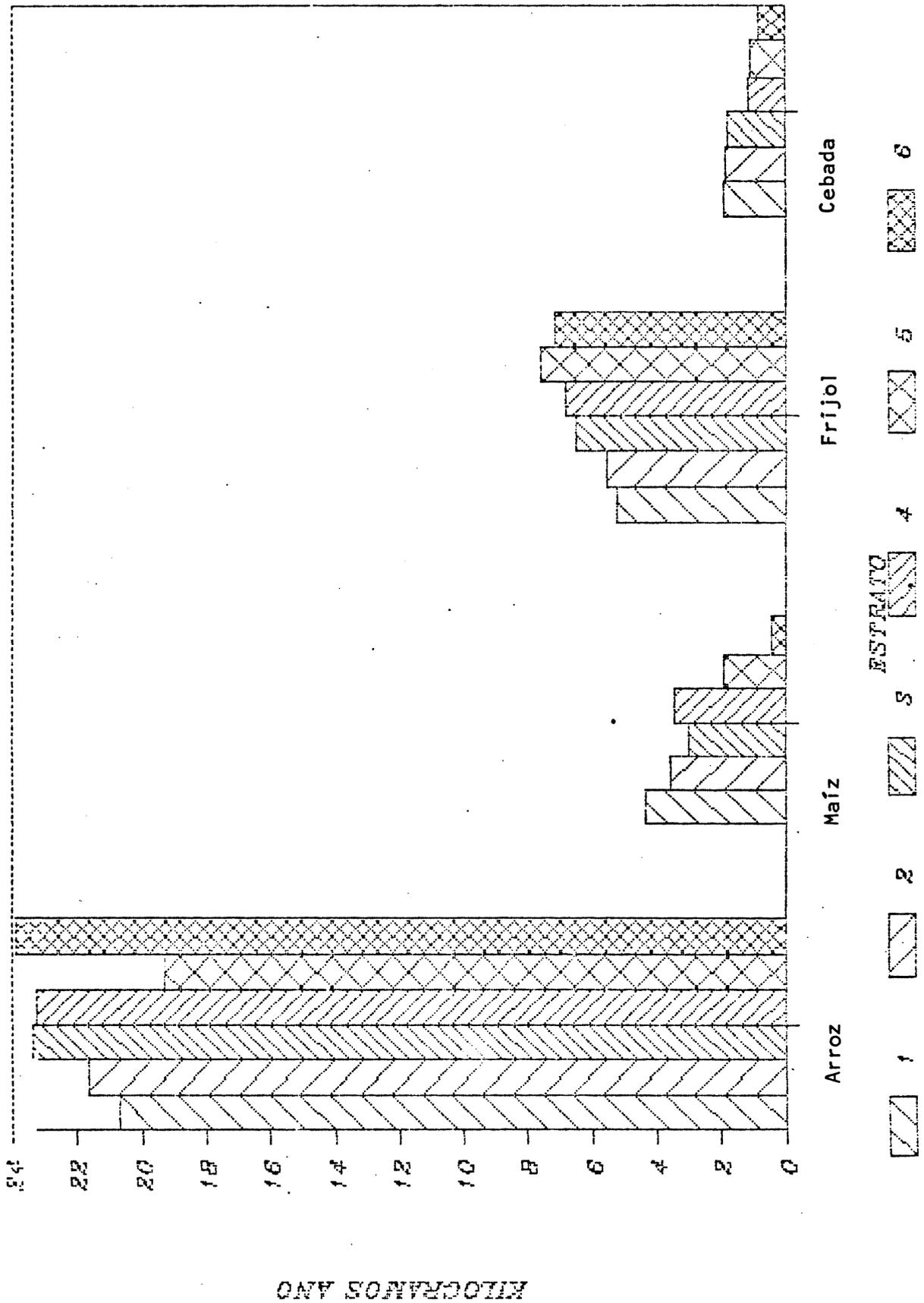
CONSUMO PERCÁPITA CARBOHIDRATOS

BUCARAMANGA 1982



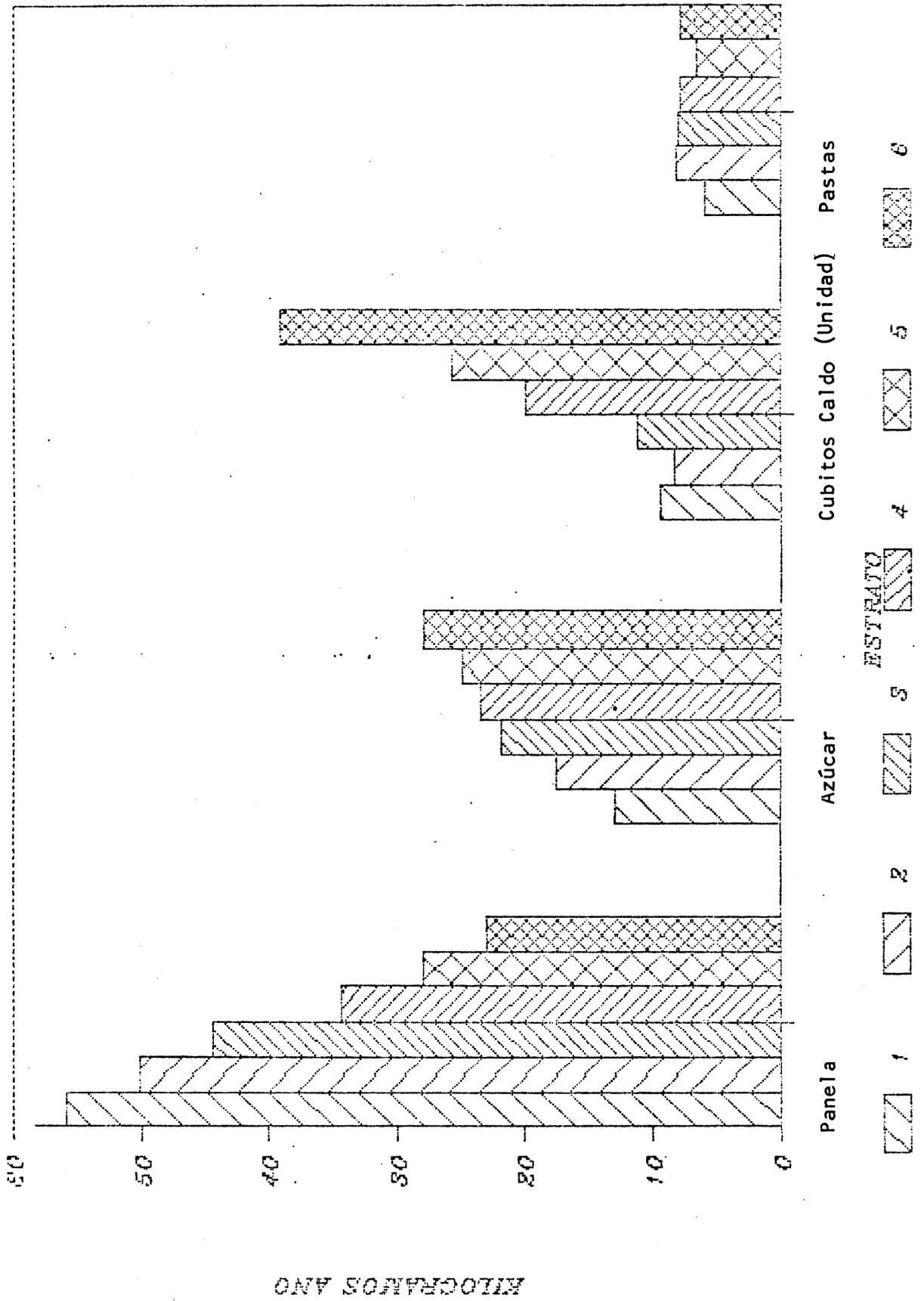
CONSUMO PERCÁPITA GRANOS Y FRIJOL

BUCARARAZANGA 1987



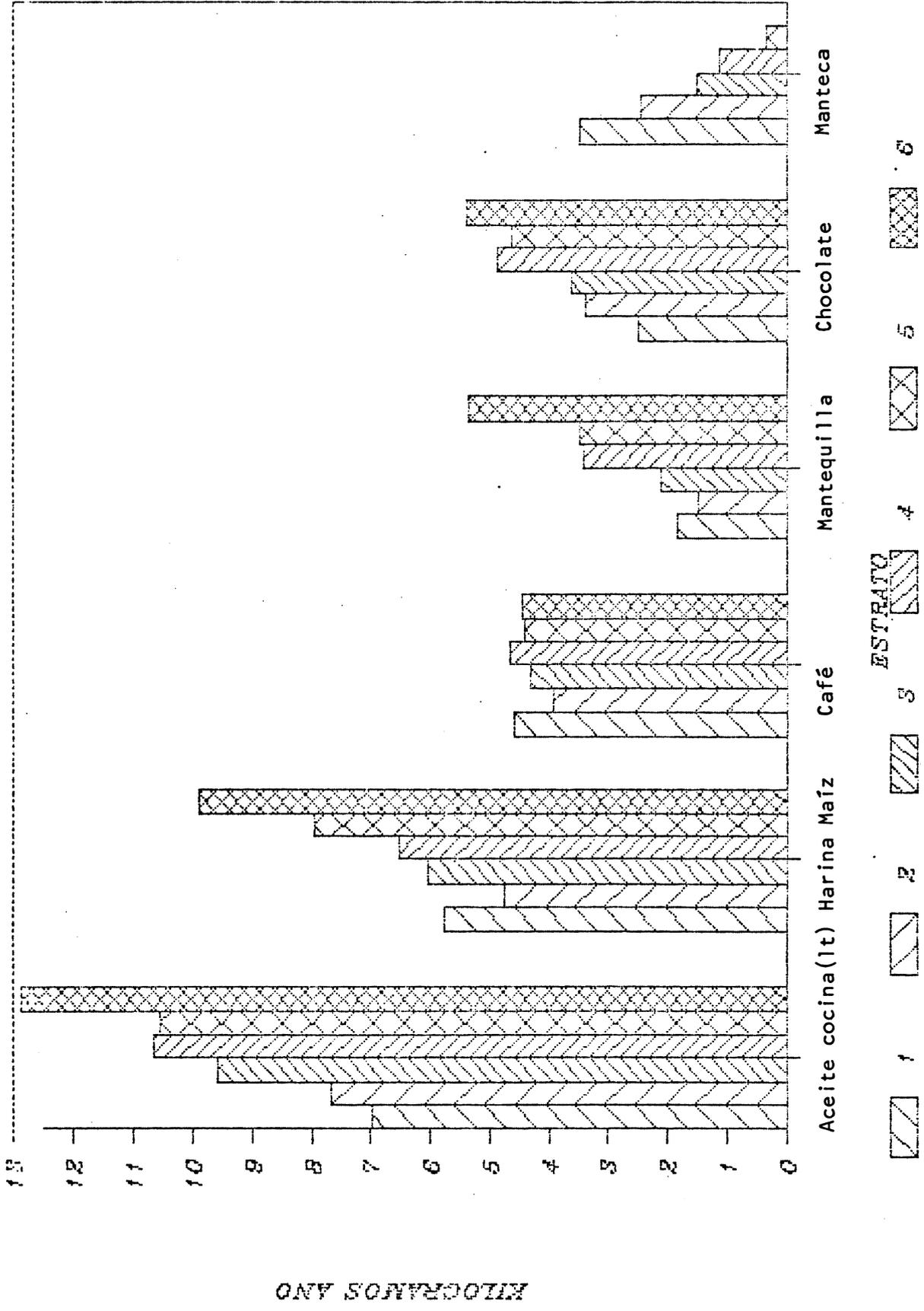
CONSUMO PERCAPITA PROCESADOS

BUCARAGANCA 1987



CONSUMO PERCAPITA OTROS PROCESADOS

BUENOS AIRES 1957



MINORISTAS

A. Características Generales de los Establecimientos Minoristas.

Como se anotó en el Capítulo de Metodología, se realizaron encuestas a 157 establecimientos minoristas localizados en las plazas de mercado y en los barrios seleccionados en los seis estratos socioeconómicos de la ciudad. Los siguientes son los resultados:

1. Antigüedad de los establecimientos:

El Cuadro III-1 presenta la distribución de los establecimientos minoristas, según el grado de antigüedad, por estrato socioeconómico. Se aprecia que en los estratos bajos y medios, los establecimientos con más de cinco años, son alrededor del 80% del total; los de más de diez años son el 75% de los de las plazas, el 33% de los del estrato bajo-bajo, el 52.2% de los del medio-bajo y el 59.3% de los del estrato medio. En los barrios medios y bajos de una ciudad, generalmente se localizan los más antiguos. Por otra parte se destaca que la mayoría de los establecimientos minoristas ubicados en los estratos altos se caracterizan por tener menor antigüedad, entre los 2 y los 5 años; sólo el 17.7% está en el rango entre 5 y 10 años y el resto, o sea el 20% tiene menos de 2 años. Así mismo en el estrato alto, ninguno

de los establecimientos tiene más de 2 años, lo que se explica por el reciente desarrollo de sus respectivos barrios.

2. Especialización de los establecimientos:

El Cuadro III-2 muestra los tipos de establecimientos existentes, tanto en las plazas de mercado como en los barrios, en los seis estratos de la ciudad.

Se puede apreciar que dentro de las plazas, más de la mitad (el 50.15%) se especializa en la venta de productos perecederos, el 30.6% en la de granos y el 12.9% en la de carne. También se observa que en el estrato bajo-bajo las tiendas misceláneas constituyen la totalidad de los establecimientos. En los otros estratos estas son el 56.4% del estrato bajo, el 33.33% del medio-bajo, el 63.1% del medio, el 46.6% del medio-alto y el 50% del alto.

El otro tipo de establecimiento predominante son los graneros, con excepción de los estratos II y IV. Por otra parte, se destaca que en el estrato bajo existe una amplia gama de tipos de establecimientos, el 56.4% de los cuales son tiendas, el 1.18% son supermercados, el 31.7% son almacenes de granos, el 5.8% son ventas de perecederos, el 1.18% son expendios de carne y el 3.5% son otro tipo de establecimientos que expenden alimentos.

3. Naturaleza jurídica:

El Cuadro III-3 señala la naturaleza jurídica de los establecimientos. Según las informaciones presentadas en dicho cuadro, la mayoría de los establecimientos de todos los estratos corresponde a negocios particulares y en resto a las sociedades de hecho. Sólo el 2.33% de los negocios del estrato medio-bajo, se clasifica como "otros". Lo anterior muestra que los establecimientos minoristas y expendios de productos alimenticios localizados en los barrios residenciales y en la plaza de mercado se constituyen por pequeños negocios de carácter familiar.

La ausencia de las cooperativas y de otro tipo de sociedades obedece a que esta clase de negocios no están localizados dentro de los barrios residenciales y, en consecuencia no entraron en el directorio de los minoristas que fué elaborado, durante la encuesta de consumidores, en los barrios.

4. Infraestructura física:

a. Area de los establecimientos

En lo relacionado con el tamaño promedio de las áreas físicas se puede observar en el Cuadro III-4, que en la plaza de mercado predominan negocios cuya área utilizada no supera los 10m²; el porcentaje de este grupo ascendió al 69.2% del total, el 26.92% se encuentra en el rango entre 11 y 29m² y el 3.85% restante está en el rango siguiente, es decir entre los 30 y los 50m².

En el estrato I (bajo-bajo) la totalidad de los establecimientos está dentro del rango entre 21 y 30 m². En los estratos II, III, IV y V, un tercio de los establecimientos se encuentra en el rango de 10m² o menos. El resto está distribuido en los rangos superiores cuyo límite más alto es de 30m². Por otra parte es de destacar que en promedio, los establecimientos del estrato alto son relativamente más amplios que en los demás estratos; el 50% se encuentra en el rango entre los 11 y los 20m², y el otro 50% está dentro del rango entre los 21 y los 30m².

b. Tenencia de local y de equipo

Durante la encuesta se observó que la mayoría de los establecimientos minoristas poseen equipos muy rudimentarios. No en todos los establecimientos existen equipos de refrigeración, los hay sólo en aquellos donde se expenden productos lácteos.

La propiedad sobre los establecimientos se aprecia en el Cuadro III-5, que indica que más del 50% de los minoristas, de los seis estratos, posee local propio, destacándose las tiendas del estrato bajo-bajo, las cuales en su totalidad funcionan en local propio.

Por otra parte en las plazas, el 61.5% de los negocios son arrendatarios de los locales mientras que el 38.5% son propietarios.

En cuanto a la posesión de equipo (se refiere a equipo de refrigeración, estantería, equipo de transporte y otro), con excepción de los negocios del estrato VI, donde el 100% son arrendatarios, la mayoría de los establecimientos de los otros estratos tienen su equipo propio. Así mismo es de anotar que los establecimientos dentro de las plazas, no poseen equipo propio.

La totalidad de los negocios del estrato bajo, posee equipo propio. En lo concerniente a la posesión de bodega, en los estratos bajo-bajo, medio, medio-alto y alto todos los establecimientos poseen su bodega propia. Sin embargo es de advertir que en la mayoría de los casos se trata de un espacio adyacente del local donde se despachan los productos y que generalmente es la misma casa de distribución (especialmente en los negocios de los estratos bajos). No se trata pues de bodega en el sentido estricto de la palabra. En el caso de los negocios dentro de la plaza, se observa que las dos terceras partes no poseen bodega.

c. Personal ocupado

El Cuadro III-6 muestra la estructura del personal ocupado de los establecimientos minoristas, según el estrato socioeconómico. La variable se divide en dos categorías: la primera, en personal empleado REMUNERADO y la segunda en el NO REMUNERADO. Se puede apreciar que en promedio, más del 80% del personal de los establecimientos de los primeros cinco estratos se clasifica en la categoría del personal NO REMUNERADO. Se trata de los negocios que son atendidos por los propios dueños y sus familiares. También se observa que la totalidad del personal de los establecimientos del estrato bajo está constituido por el personal NO REMUNERADO. En el estrato alto, sólo la mitad de

los empleados es remunerado. Este estrato es el que presenta el mayor número de personal dentro de la categoría del personal asalariado. Este puede obedecer a que en dicho estrato se localizan los establecimientos grandes y modernos de expendios de alimentos.

El Cuadro III-7 desagrega la variable del personal NOREMUNERADO en las categorías ocupacionales, tales como dueño, administrador, vendedor y otros. Se observa que la mayoría del personal NOREMUNERADO está constituido por los dueños de establecimientos; la participación de ellos sobre el total de personal NO REMUNERADO es la siguiente: el 76.6% en las plazas de mercado, el 64.2% en el estrato bajo-bajo, el 42.8% en el bajo, el 81.6% en el medio-bajo, el 71.8% en el medio y 100% en los de los estratos medio-alto y alto. Así mismo se observa que en ningún estrato aparece personal administrativo NO REMUNERADO. Del total del personal NO REMUNERADO, los vendedores participan con los siguientes porcentajes: el 23.3% en las plazas, el 35.7% en el estrato bajo-bajo, el 57.1% en el bajo, el 16% en el medio-bajo, y el 28.1% en el medio, en los estratos medio-alto y alto, no se presenta ninguno.

El Cuadro III-8 muestra el personal REMUNERADO de los establecimientos minoristas, desagregado en categorías de ocupación en forma similar a la del cuadro analizado anteriormente. Se puede observar que con la excepción del estrato medio-alto, en el cual el 50% del personal REMUNERADO está constituido por los vendedores y el otro 50% por el personal administrativo, en los demás estratos la totalidad del personal remunerado lo constituyen los vendedores. En cuanto al personal de las plazas, la situación es diferente: los vendedores hacen parte del 30.7% del personal REMUNERADO, el resto se constituye por los dueños (el 30.7%), y "Otros" (el 38.4%). Este último se trata de ayudantes que colaboran en el negocio.

d. Niveles de educación

El Cuadro III-9 describe los niveles de educación alcanzados por el personal de los establecimientos, de acuerdo con la categoría de ocupación. Se puede observar que en la categoría "Dueño", el 59.3% tiene el nivel

primaria, el 35.3% secundaria y sólo el 2.6% tiene nivel universitario. En la categoría "Gerente" la totalidad (100%) tiene el nivel primaria. También se aprecia que el 50% del personal que trabaja en la parte administrativa tiene el nivel de educación secundaria, el 25% está en nivel primaria, y el otro 25% nivel universitario. Por otra parte, en la categoría de "vendedor", el 48.2% tiene educación primaria, el 48.2% secundaria y el 3.5% restante universitaria.

De la descripción anterior se deduce que el nivel de educación alcanzado por los dueños y gerentes, de los establecimientos pequeños, es inferior al del personal administrativo y vendedor. Así mismo, se aprecia que, en términos relativos, el personal de administrativo posee un nivel de educación superior a los de las otras categorías.

e. Promedio Mensual de Ventas

Los promedios de ventas mensuales de los establecimientos minoristas aparecen en el Cuadro III-10. Se observa que entre los de las plazas de mercado, la mayoría, el 46.15% tiene un promedio mensual de ventas de \$67.000.00, mientras que el rango entre \$100.000.00 y \$300.000.00 que ocupa el segundo lugar, el 34.62%, tiene un promedio de \$234.666.00. Es de resaltar, que en el rango superior a \$500.000.00 mensuales se encuentra el 11.54%, con un promedio de ventas de \$880.000.00 mensuales. La mayoría de los establecimientos localizados en los barrios se concentra en los dos primeros rangos, esto es en el de menos de \$100.000.00 y en el de \$100.000.00 a \$300.000.00.

El 50.27% de los minoristas de los tres estratos más bajos se concentra en el primer rango, mientras que en este se clasifica el 37% de los dos de los estratos medios y altos. La situación se invierte en el segundo rango, o sea el de \$100.000.00 a \$300.000.00 en el cual los porcentajes ascienden al 40.41% para los de los estratos bajos y al 53.89% para los de los estratos altos.

Finalmente es de anotar que el 13.3% de los minoristas del estrato medio-alto están en el rango más alto de ventas, con un promedio de \$780.000.00 mensuales.

f. Promedio Mensual de Compras

Además de analizar la distribución de los establecimientos según el volumen de las ventas mensuales es importante también la caracterización de los minoristas según el volumen de sus compras. Se elaboraron para tal fin los cuadros Nos. III-11, el cual registra los rango de las compras mensuales de granos y procesados, y el III-11A que lo hace para productos perecederos.

Del Cuadro No. III-11, se observa que el promedio de compras mensuales de granos y procesados de los minoristas de las plazas de mercado, es relativamente más alto que el de los minoristas localizados en los barrios de los estratos socioeconómicos. El 66.67% de los minoristas de las plazas de mercado tiene un promedio de compra mensual de \$353.333.00, y el resto o sea el 33.3% tiene \$80.000.00. En el estrato bajobajo, el 80% tiene un promedio de compra de \$115.000.00 y el 20% restante de \$50.000.00. En cambio, en el estrato bajo la mayoría se encuentra en el rango de compra entre \$50.000.00 y \$100.000.00 mensuales (el 66.67%), con un promedio de compra mensual de \$66.000.00; en el estrato medibajo y el 55.84% de las tiendas está en el rango de compra entre \$10.000.00 y \$50.000.00 con un promedio de \$31.916.00.

En el estrato medio la mayoría se concentra en el el rango de compras entre los \$50.000.00 y los \$100.000.00. Así mismo, se observa que en los estratos medio-alto y alto prevalecen los establecimientos minoristas cuyo promedio de compra de granos y procesados es superior a los \$60.000.00 mensuales.

B. Características de Manejo de los Establecimientos Minoristas

1. Modalidad de las ventas

Las informaciones sobre la modalidad de las ventas se presentan en el Cuadro III13. Se puede observar que más del 70% de los establecimientos, de todos los estratos, vende sus productos al contado. Las ventas a crédito son

relativamente bajas, con excepción de los establecimientos del estrato alto, en el cual 30% de ellos vende a crédito. Por otra parte, en los demás estratos, sólo entre el 10 y el 25% de los negocios vende a crédito. Esta cifra para los demás estratos oscila entre el 10% y el 25%.

El servicio a domicilio no parece importante, en el comercio minorista de productos alimenticios, según se desprende de los porcentajes insignificantes que aparecen en el mismo cuadro (III-13).

2. Modalidades de aprovisionamiento

Sobre el particular se consideró si la provisión se realiza de mayoristas de una sola línea de producto o de mayoristas de varias líneas de los mismos; así mismo si se efectúa siempre del mismo proveedor, o de diferentes proveedores.

El Cuadro III-14 describe el comportamiento de los minoristas con respecto al primero considerando. Se aprecia que la mayoría de ellos se abastece de mayoristas de varias líneas de productos, especialmente los de los barrios residenciales con porcentajes que oscilan entre el 83% y el 100%. Los minoristas de las plazas de mercado lo hacen en igual forma en el 63% de los casos.

El cuadro III-15 muestra el segundo conjunto de alternativas. Se puede observar que en los seis estratos, más del 66% de los establecimientos se abastece del mismo proveedor. Es de destacar que en los estratos bajo-bajo, medio-alto y alto el 100% de los establecimientos se acoge a esta modalidad.

El 60.8% de los minoristas de las plazas de mercado se abastece del mismo proveedor, mientras que el 39.1% restante se aprovisiona de diferentes proveedores.

Los establecimientos que realizan compras al mismo proveedor argumentan (Ver Cuadro III-16), el nivel de

precios, el otorgamiento de crédito y la calidad de productos como las razones principales, para su preferencia.

3. Frecuencia de abastecimiento

El Cuadro III-17, presenta las frecuencias de las compras de los minoristas de productos perecederos; el 100% de los establecimientos del estrato VI se abastecen semanalmente. En los demás estratos un alto porcentaje de ellos se aprovisiona diariamente. En las plazas el 64.7% de los negocios se aprovisiona diariamente, el 17.6% cada dos días y el otro 17.6% cada tres días.

Una situación muy diferente se presenta en las frecuencia de compra de productos procesados y granos tal como se aparecía en el Cuadro III-18.

La frecuencia más común para la provisión de esta clase de productos es la semanal, seguida por la quincenal; los minoristas de las plazas de mercado se aprovisionan diariamente.

4. Problemas más frecuentes en el abastecimiento

Los resultados obtenidos aparecen en el Cuadro No. III-19, en el cual se observa que con la excepción de los minoristas del estrato bajo-bajo, de los cuales el 80% señala que el problema principal consiste en la falta de financiación, y los del estrato medio de los cuales el 36.8% considera como problema más frecuente el de transporte, la mayoría de los comerciantes de la plaza y de los otros estratos socioeconómicos indican que el problema principal es la inestabilidad de los precios de los productos. En tal sentido lo manifestaron el 54.17% de los de las plazas, el 66.67% de los del estrato bajo, el 37.8% de los del medio-bajo.

El 42.86% de los del medio-alto y el 50% de los del alto. El segundo problema más frecuente en el abastecimiento es el de la falta de financiación, especialmente para los

establecimientos de los estratos bajos y medios. Este problema fué considerado como el principal por el 80% de los del estrato bajo-bajo, el 33.33% de los del bajo y el 12.20% de los del medio-bajo. El tercer problema es el de los altos costos de transporte, un problema compartido principalmente por los minoristas de los estratos medios y altos el 15.85% de los del medio-bajo, el 15.79% de los del medio, el 28.57% de los del medio-alto y el 50% de los del alto. En cambio, dicho problema no fué considerado como importante por los comerciantes tanto del estrato bajo-bajo, como del bajo. Finalmente el problema del amarre de los minoristas por los créditos, no es un problema frecuente, por cuanto sólo el 4.17% de los de las plazas, el 4.88% de los del medio-bajo y el 10.53% de los del medio así lo consideran.

.5. Problemas más serios en el negocio

Los datos del Cuadro III-20, acerca de los problemas más serios en el negocio de los minoristas, indican que, con la excepción de los minoristas del estrato alto (0%) y los del medio-alto (20%), el problema principal en el negocio es la falta del capital de trabajo. Tal opinión es compartida por el 36.0% de los minoristas de las plazas, por el 100% de los del estrato bajo-bajo, el 66.67% de los del estrato bajo, el 45.24% de los del medio-bajo y por el 55% de los del medio. Para los establecimientos de los estratos altos, los problemas más serios son el de la inseguridad y el de la competencia. El 40% de los del medio-alto considera que el problema más serio en su negocio es el de la inseguridad mientras que para el 100% de los del estrato alto, lo es la competencia. Es importante anotar que el 16% de los de las plazas de mercado y el 33.33% de los del estrato bajo consideran que el problema más serio es que los consumidores compren cada vez menos productos. En los otros estratos esta consideración es compartida sólo por el 3.5% de los del estrato medio-bajo y el 5% de los del medio.

Finalmente, los demás problemas, tales como "dificultad en la provisión", "mala localización de los almacenes", "altos intereses" y "espacio limitado", definitivamente no son los problemas serios para los minoristas de la ciudad de Bucaramanga.

6. Area de inversión deseada

El Cuadro No. III-21, contiene dos tipos de información: La primera se refiere a la decisión de los minoristas de invertir, si dispusiesen de capital ,y la segunda indica las áreas de inversión deseada en caso de realizar una inversión. Dichas áreas son: ampliación del local, ampliación del surtido, instalación de otro negocio diferente, e instalación de un supermercado.

Se puede observar que la mayoría de los minoristas, tanto de las plazas como de los localizados en los barrios, invertirían en el mismo negocio. En tal sentido lo manifiestan. el 73.08% de los de las plazas de mercado, el 100% de los de los estratos bajobajo, bajo y alto, el 76.25% de los del meibajo, el 80% de los del medio y el 66.67% de los del medioalto.

Entre los que desean invertir, mayoría (más del 56% de todos los estratos socioeconómicos) invertiría en la ampliación del surtido de los productos que venden. En tal sentido lo manifestaron el 100% de los de los estratos medio-alto y alto, el 70% de los de las plazas, el 60% de los del bajo-bajo, el 66.67% de los del bajo, el 77.61% de los del medio-bajo y finalmente el 56.25% de los del medio. La segunda área más preferida para los comerciantes de los estratos bajo-bajo, medio-bajo y medio y los de las plazas es la de ampliación del local, con porcentajes del 40%, 14.93%, 25% y 15%, respectivamente.

Finalmente se anota que la "Instalación de Otro Negocio Diferente", no es un área de inversión que interese a los minoristas, por cuanto dicha área es preferida sólo por el 4.4% de los del estrato medio-bajo y el 6.25% de los del medio.

Otra área de interés para la inversión es la instalación de un supermercado. Esta alternativa es compartida por el 33.33% de los minoristas del estrato bajo, el 15% de los de las plazas y el 12.5% de los del medio y el 2.9% de los del estrato medio-bajo.

7. Actitud de los minoristas hacia una asociación.

El Cuadro III-22 describe la actitud de los comerciantes minoristas sobre una eventual asociación entre ellos para realizar compras conjuntas en mayores volúmenes, y en general disminuir los costos operacionales. Se observa que dicha idea tuvo resonancia entre la mayoría de los comerciantes tanto de las plazas de mercado como de los estratos bajos y medios; el 65.2% de los comerciantes de las plazas manifiesta su deseo de asociarse, como también el 100% del estrato bajo-bajo, el 66.6% del bajo, el 72.5% del medio-bajo y el 78.9% del medio. En contraste con lo anterior, en el estrato medio-alto sólo la tercera parte de los comerciantes comparte esta idea. A ningún comerciante minorista del estrato alto le interesa asociarse. La anterior descripción muestra una mayor homogeneidad entre los comerciantes de las plazas y de los estratos bajos y medios en lo relacionado con la asociación. Ellos sienten una carencia de poder de negociación frente a los mayoristas, además de posibles fuentes de financiación.

La actitud negativa hacia una asociación por parte de los comerciantes de los estratos medio-alto y alto, especialmente de los del último, muestra su grado de individualismo. Es posible, que dada su especialidad comercial, como negocios muy especializados (la observación directa nos muestra que en su mayoría son tiendas de productos lácteos y de granos), no ven la ventaja en asociación. Cabe señalar que los negocios seleccionados en la muestra del estrato alto, en su totalidad, no tienen sino dos años de funcionamiento. Este otro factor puede tener influencia en su actitud reticente hacia la asociación.

8. Actitud hacia los programas del DRI

Sobre el programa de mercados móviles del DRI que está realizando en varias ciudades del país, la encuesta formuló dos preguntas a los comerciantes minoristas: Si conocen el programa y si creen que dicho programa les puede afectar negativa o positivamente. Los resultados de la investigación están consignados en el Cuadro III23, en el cual se observa que el grado de conocimiento sobre el programa de los mercados móviles entre los comerciantes es bastante variado. En los estratos bajobajo, bajo y alto ningún comerciantes está enterado. En los otros estratos la

situación es la siguiente: el 22.0% de los comerciantes del estrato medio-bajo, manifiesta tener conocimiento al respecto, lo hacen también el 45% de los del estrato medio y el 13.3% de los del medio-alto. Cabe anotar que el porcentaje más alto de los minoristas que conocen dicho programa se presenta en los de las plazas de mercado, donde el 59.8% manifiesta conocerlo.

Después de explicarles el programa a los comerciantes que lo desconocían, se les interrogó sobre la segunda pregunta, a la cual respondieron de la siguiente manera.: el 72.2% de los de las plazas de mercado y de los estratos bajo-bajo y bajo creen que el programa les va a afectar positivamente si se llevase a cabo en la ciudad. En el mismo sentido respondieron el 63.6% de los comerciantes del estrato medio y el 50% de los de los estratos medio-bajo, medio-alto y alto.

C. Indicadores Económicos de los Negocios

1. Estructura de los activos

El Cuadro No. III-24, muestra el promedio y la composición de los activos de los establecimientos minoristas según el estrato socioeconómico. Dichos activos se componen de los siguientes rubros: local, mercancías, vehículos, equipo, estanterías y otros.

Se observa que para los establecimientos de las plazas y de los estratos bajo-bajo, bajo y medio-bajo la importancia relativa del rubro "local" es mayor que para los de estratos medios y alto. Este rubro participa entre el 34.2% y el 55.9% del total de los activos de los minoristas de los estratos bajos y medio-bajo. Mientras que para el medio y medio-alto el rubro más importante es el de vehículo, el cual participa con el 40% y el 53.9% respectivamente. Así mismo para los minoristas del estrato alto los rubros más importantes son mercancías y equipo refrigerador, los cuales participan con el 88.10% sobre el total de los activos y el valor promedio de cada rubro es de \$250.000.00 cada uno. El segundo rubro más importante es el de mercancías cuya participación sobre el total de los activos en todos los estratos varía entre el 17 y el 44%; el promedio varía entre \$136.000.00 y \$250.000.00.

En cuanto al rubro de equipo su importancia es mínima para los activos de los minoristas de las plazas ya que participa sólo con el 2.72% sobre el total de los activos, mientras que para los establecimientos del estrato bajo-bajo hasta los del medio-alto, esta tasa de participación varía entre el 9.29% y el 14.58% del total de los activos. Por otra parte, el rubro de estantería tiene un promedio de participación alrededor de 3.6% sobre el total de los activos, excepción del estrato alto, en donde dicho rubro participa el 11.89%

En el estrato alto, el rubro de "local" no lo tienen en cuenta como activo. Lo anterior obedece al hecho de que los negocios en dicho estrato arriendan el local. Lo descrito anteriormente coincide con la información del Cuadro III-12. que indica el gasto correspondiente al arrendamiento para los establecimientos minoristas del estrato alto el cual participa con el 51.02% del total de los gastos. En los estratos medios y bajos la participación de este rubro sólo varía entre el 12% y el 34%.

2 Estructura de los gastos

i. Promedio de gastos y su estructura

Del Cuadro No. III-12, se puede apreciar que, con la excepción de los minoristas de los estratos medio alto y alto, el rubro de salarios es el más importante en la estructura de gastos de los establecimientos minoristas. Es así que dicho rubro participa en el 57% del total de gastos de los minoristas de los cuatro primeros estratos, las cifras son las siguientes: 49% en el estrato bajo-bajo, 78.77% en el bajo, 44% en el medio-bajo y 42% en el medio. En los estratos medio-alto y alto este rubro desciende al 25.7% y al 24.8%, respectivamente.

El segundo rubro en orden de importancia para la mayoría de los minoristas de todos los estratos es el de arrendamiento. Este renglón de gastos es más importante para los minoristas de los estratos medio-alto y alto que en los demás. En estos dos estratos alcanza al 39.3% en el primero

y al 51.02% en el segundo. En los demás estratos la participación de este rubro oscila entre el 12.4% y el 34.0%. El rubro que sigue en orden de importancia es el de servicios, especialmente para los establecimientos de los estratos más altos. Se observa que en los gastos de los minoristas de las plazas y de los estratos bajobajo y bajo, este rubro participa en promedio, con el 4.32%; en los dos estratos más altos, dicha participación asciende al 22.2% y al 19.27%, respectivamente.

3. Relación ventas-activos, ventas-gastos y ventas-empleados

El Cuadro III-25, muestra la relación entre la variable ventas anuales y las correspondientes a los activos, gastos anuales y el número total de empleados. Se observa que para las ventas:activos (la relación más alta) asciende a 5.1:1; mientras que en el estrato mediobajo dicha relación es la más baja .6:1. En los estratos bajobajo y bajo se observa una relación de 1.5:1 y 1.7:1, respectivamente; así mismo, entre los de las plazas de mercado y los de los estratos mediobajo y medio la relación es 2.6:1, 2.9:1, respectivamente.

La diferencia presentada en las relaciones ventas-activos está ligada estrechamente con el valor de los activos de los minoristas de los diferentes estratos. Si se cruzan las informaciones del presente cuadro con el IV-24 (sobre el promedio de los activos y su estructura), se observa que los minoristas del estrato alto, poseen un promedio de activo más bajo (\$567.500) si se compara con los de otros estratos. Caso contrario se presenta entre los del estrato medio-alto, los cuales poseen un promedio de activos más altos (\$1.514.998). La diferencia estriba en el componente local propio que poseen los de los estratos bajos.

En cuanto a la relación de las ventas anuales con los gastos anuales, se observa que la más alta se presenta en el estrato medio, la cual asciende a 6.4:1, seguido por la de los estratos medio-bajo 5.5:1, y la del medio-alto 2.7:1. La relación más baja se presenta en el estrato bajo, la cual asciende a 1.7:1.

Finalmente, en lo concerniente a la relación ventas anuales-total empleados, se observa que la relación más alta es la del estrato alto la cual asciende a \$1447.944/empleador seguida por la del estrato medio \$1403.428/empleador. Las de las plazas de mercado y las del estrato medio-bajo son \$1236.390/empleador y \$1.233.744/empleador, respectivamente; la del estrato bajo-bajo es \$504.000/empleador y la del bajo \$626.184/empleador.

Lo anterior explica las economías de escala que se pueden lograr y el porqué los pequeños tenderos de los barrios bajos están en inferioridad de condiciones que los demás.

CUADRO III-1 GRADO DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS
BUCARAMANGA

ES T R A T O SOCIOECONOMICO	MENOR DE		DE 5 A		MAYOR DE	
	2 AÑOS	5 AÑOS	10 AÑOS	10 AÑOS	10 AÑOS	PORCENTAJE
PLAZA DE MERCADO	7.30	9.55	7.87	75.28	100.00	
BAJO-BAJO	0.00	8.89	57.78	33.33	100.00	
BAJO	10.00	30.00	60.00	0.00	100.00	
MEDIO-BAJO	7.87	16.48	23.41	52.25	100.00	
MEDIO	2.50	21.25	16.88	59.37	100.00	
MEDIO-ALTO	20.00	62.22	17.78	0.00	100.00	
ALTO	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00	

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA A ESTABL. MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. III-2 TIPO DE NEGOCIOS MINORISTAS SEGUN ESTRATO - BUCARAMANGA
 buc201

	ESTRATO	TIENDA	SUPERMERCADO	GRANDS	PERECEDEOS	PLAZA DE	OTROS	TOTAL
					MERCADO	EXPEND.	CARNES	
PLAZA	0.00			30.62	50.15	0.00	12.93	0.00
BAJO-BAJO	100.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
BAJO	56.47		1.18	31.76	5.88	0.00	1.18	3.53
MEDIO-BAJO	33.33		0.00	66.67	0.00	0.00	0.00	0.00
MEDIO	63.16		10.53	15.79	5.26	0.00	0.00	5.26
MEDIO-ALTO	46.67		0.00	46.67	0.00	0.00	6.67	0.00
ALTO	50.00		0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00

CUADRO No. III-3

NATURALEZA JURIDICA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS
BUCHARANAGA

```

=====
ESTRATO      SOCIEDAD      NEGOCIO      SOCIEDAD      COOPERATIVA      SOCIEDAD      OTRA      TOTAL
SOCIOECONOMICO DE HECHO PARTICULAR ANONIMA LIMITADA
=====
PLAZA      0.00      100.00      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      100.00
BAJO-BAJO  100.00      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      100.00
BAJO      33.33      66.67      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      100.00
MEDIO - BAJO  8.14      89.53      0.00      0.00      0.00      2.33      0.00      100.00
MEDIO      25.00      75.00      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      100.00
MEDIO - ALTO  6.67      93.33      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      100.00
ALTO      0.00      100.00      0.00      0.00      0.00      0.00      0.00      100.00
=====

```

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

III- 4 AREA UTILIZADA POR LOS MINORISTAS SEGUN ESTRATO - BUCARAMANGA

ESTRATO ECONOMICO	DIEZ M2 O MENOS ENTRE 11 Y 20 M2 ENTRE 21 Y 30 M2 ENTRE 30 Y 50 M2 MAYOR DE 50 M2	TOTAL
(%)	(%)	(%)
ADO	69.23	3.65
0	0.00	0.00
1	33.33	0.00
2	34.68	0.00
3	30.00	2.33
4	33.33	0.00
5	0.00	0.00
TOTAL	26.92	0.00
	0.00	0.00
	100.00	100.00
	33.33	100.00
	45.35	100.00
	30.00	100.00
	13.33	100.00
	50.00	100.00

CA - ORI ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS , NOVIEMBRE 1984

No. III-5 ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS SEGUN TENENCIA DE LOCAL Y EQUIPO
 BUCARAMANGA

```

=====
TRATO LOCAL PROPIO LOCAL ARREND. EQUIPO PROPIO EQUIPO ARREND. BODEGA PROPIA BODEGA ARREND.
ECONOMICO (%) (%) (%) (%) (%) (%)
=====
AJO 38.46 61.54 0.00 100.00 33.33 66.67
100.00 0.00 80.00 20.00 100.00 0.00
66.67 33.33 100.00 0.00 0.00 100.00
BAJO 70.24 29.76 79.01 20.99 87.50 12.50
55.00 45.00 57.89 42.11 100.00 0.00
66.67 33.33 78.57 21.43 100.00 0.00
50.00 50.00 0.00 100.00 100.00 0.00
=====
  
```

: IICA - ORI ENCUESTA A MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. III-6 PERSONAL EMPLEADO DE ESTABLECIMIENTOS
 MINORISTAS - BUCARAMANGA

```

=====
ESTRATO          REMUNERADO  MORENUMERADO  TOTAL
SOCIOECONOMICO  (%)         (%)           (%)
=====
PLAZA MERCADO   30.23      69.77        100.00
BAJO-BAJO       12.50      87.50        100.00
BAJO            9.00      100.00       100.00
MEDIO-BAJO      6.02      93.98        100.00
MEDIO           23.81     76.19        100.00
MEDIO-ALTO     11.76     88.24        100.00
ALTO            50.00     50.00        100.00
=====
  
```

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. III-7 PERSONAL NOREMUNERADO SEGUN OCUPACIONES
 MINORISTAS - BUCARAMANGA

ESTRATO SOCIOECONOMICO	QUEHO %	ADMON %	VENDEDOR %	OTROS %	TOTAL %
PLAZA MERCADO	76.67	0.00	23.33	0.00	100.00
BAJO-BAJO	64.29	0.00	35.71	0.00	100.00
BAJO	42.86	0.00	57.14	0.00	100.00
MEDIO-BAJO	81.60	0.00	16.00	2.40	100.00
MEDIO	71.88	0.00	28.13	0.00	100.00
MEDIO-ALTO	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
ALTO	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI, ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No.111-8 PERSONAL RENUNERADO SEGUN OCUPACIONES
 MINORISTAS-BUCARAMANGA

```

=====
ESTRATO      QUENO      ADMINIST.  VENEDOR    OTROS      TOTAL
SOCIOECONOMICO (%)      (%)      (%)      (%)      (%)
=====
PLAZA MERCADO      30.77      0.00      30.77      38.46      100.00
BAJO-BAJO      0.00      0.00      100.00      0.00      100.00
BAJO      0.00      0.00      100.00      0.00      100.00
MEDIO-BAJO      0.00      0.00      100.00      0.00      100.00
MEDIO      0.00      0.00      100.00      0.00      100.00
MEDIO-ALTO      0.00      50.00      50.00      0.00      100.00
ALTO      0.00      0.00      100.00      0.00      100.00
=====
  
```

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No.111- 9 NIVELES DE EDUCACION DEL PERSONAL EMPLEADO DE ESTABL. MINORISTAS
 BUCARAMANGA

PERSONAL	PRIMARIA (%)	SECUNDARIA (%)	UNIVERSITARIA (%)	SENA (%)	OTRA (%)	TOTAL (%)
DUEÑO	59.33	35.33	2.67	0.67	2.00	100.00
GERENTE	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
ADMINISTRADOR	25.00	50.00	25.00	0.00	0.00	100.00
VENDEDOR	48.21	48.21	3.57	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA A MINORISTAS , NOVIEMBRE 1984

CUADRO No. III - 10 RANGO Y PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES DE LOS MINORISTAS -- BUCARAMANGA

PLAZA	MAYOR O IGUAL A \$100.000 Y MENOR O IGUAL A \$300.000 (PROMEDIO \$)		MAYOR A \$300.000 Y MENOR A \$500.000 (PROMEDIO \$)		MAYOR O IGUAL A \$500.000 (PROMEDIO \$)		FRECUENCIA (%)	FRECUENCIA (%)
	FRECUENCIA (%)	MAYOR O IGUAL A \$100.000 Y MENOR O IGUAL A \$300.000 (PROMEDIO \$)	FRECUENCIA (%)	MAYOR A \$300.000 Y MENOR A \$500.000 (PROMEDIO \$)	FRECUENCIA (%)	MAYOR O IGUAL A \$500.000 (PROMEDIO \$)		
PLAZA	67000	46.15	234666	34.62	360000	7.69	800000	11.54
BAJO - BAJO	72000	20.00	140000	60.00	360000	20.00	-	-
BAJO	66000	66.67	192000	33.33	-	-	-	-
MEDIO - BAJO	60130	63.95	156500	27.91	393600	5.81	720000	2.33
MEDIO	66000	30.00	184615	65.80	384000	5.00	-	-
MEDIO -ALTO	55200	33.33	212571	46.67	360000	6.67	780000	13.33
ALTO	72000	50.00	120000	50.00	-	-	-	-

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MINORISTAS 1985

1.24

CUADRO No. III - 11 RANGO DE LAS COMPRAS MENSUALES DE PRODUCTOS DE GRANOS Y PROCESADOS DE LOS MINORISTAS - BUCARAMANGA

ESTRATO SOCIOECONOMICO	MAYOR O IGUAL A \$10.000		MAYOR A \$50.000 Y MENOR A \$100.000		MAYOR O IGUAL A \$100.000.00		FRECUCENCIA (%)	MAYOR O IGUAL A \$100.000.00 PROMEDIO (\$)	FRECUCENCIA (%)	MAYOR O IGUAL A \$100.000.00 PROMEDIO (\$)
	FRECUCENCIA (%)	PROMEDIO (\$)	FRECUCENCIA (%)	PROMEDIO (\$)	FRECUCENCIA (%)	PROMEDIO (\$)				
PLAZA	-	-	-	80000	33.33	353333	66.67	66.67		
BAJO-BAJO	-	50000	20.00	-	-	115000	80.00	80.00		
BAJO	-	-	-	66000	66.67	100000	33.33	33.33		
MEDIO-BAJO	8500	31916	55.84	69421	24.68	238181	14.29	14.29		
MEDIO	9000	39200	25.00	69750	40.00	124000	25.00	25.00		
MEDIO - ALTO	-	34666	42.86	65333	21.43	140000	35.71	35.71		
ALTO	-	-	-	60000	50.00	120000	50.00	50.00		

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MINORISTAS 1985

CUADRO No. III - 11A RANEO DE LAS COMPRAS MENSUALES DE PRODUCTOS PERECEDEROS DE LOS MINORISTAS - BUCARAMANGA.

ESTRATO	MENOR O IGUAL A \$10.000 Y MENOR O IGUAL A \$50.000 (PROMEDIO \$)		MAYOR A \$50.000 Y MENOR A \$100.000 (PROMEDIO \$)		MAYOR A \$100.000 Y MENOR A \$180.000 (PROMEDIO \$)		IGUAL O MAYOR A \$180.000 (PROMEDIO \$)	
	FRECUENCIA (%)	33333	FRECUENCIA (%)	84000	FRECUENCIA (%)	17.65	FRECUENCIA (%)	369000
PLAZA	-	33333	-	84000	-	17.65	-	369000
BAJO - BAJO	-	40000	-	-	-	-	-	336000
BAJO	-	-	-	72000	-	100.00	-	-
MEDIO - BAJO	5044	24121	15.52	51.72	64666	15.52	276000	17.24
MEDIO	4000	20000	5.00	29.41	76000	17.65	162000	47.06
MEDIO -ALTO	-	32000	-	62.50	76000	25.00	840000	12.50
ALTO	-	20000	-	100.00	-	-	-	-

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MINORISTAS 1985

CUADRO No. III-12 PROMEDIO Y ESTRUCTURA DE GASTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS
DE LA CIUDAD DE BUCARRAMANGA

BUCXXX

	ARRENDAMIENTO \$	%	SERVICIOS \$	%	SALARIOS \$	%	TRANSPORTE \$	%	PROMEDIO \$	OTROS \$	%
PLAZA	5932.00	18.90	1440.00	4.50	10012.00	57.80	4402.00	14.00	1529.00	4.80	
BAJO-BAJO	17800.00	36.50	2420.00	4.90	24000.00	49.00	3440.00	7.00	1300.00	2.60	
BAJO	8666.00	12.41	2833.00	4.06	55000.00	78.77	2525.00	3.62	800.00	1.15	
MEDIO-BAJO	9876.00	34.30	3190.00	10.90	12802.00	44.00	2001.00	6.80	1184.00	4.00	
MEDIO	12325.00	31.90	3973.00	10.40	16258.00	42.80	4489.00	11.60	1505.00	4.10	
MEDIO-ALTO	13053.00	39.30	7700.00	22.20	9000.00	25.70	3269.00	9.20	1300.00	3.60	
ALTO	22500.00	51.02	8500.00	19.27	10600.00	24.04	2500.00	5.77	-	-	

FUENTE: IICR-ORI, ENCUESTA MINORISTA, BUCARRAMANGA, 1985

CUADRO No. III-13 MODALIDAD DE VENTA DE LOS MINORISTAS
 BUCARAMANGA

```

=====
ESTRATO          CANTADO          CREDITO          SERVICIO A
SOCIOECONOMICO  (%)              (%)              DOMICILIO (%)
=====
PLAZA MERCADO   89.04           10.96           7.69
BAJO-BAJO       76.00           24.00           0.00
BAJO            66.67           33.33           0.00
MEDIO-BAJO     75.06           24.94           1.16
MEDIO           75.25           24.75           0.00
MEDIO ALTO     88.67           11.33           6.67
ALTO           70.00           30.00           0.00
=====
  
```

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA A MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. III-14 MODALIDAD DE APROVISIONAMIENTO DE ESTABL. MINORISTAS
BUCARAMANGA

```

=====
ESTRATO          VARIAS LINEAS DE UNA SOLA LINEA      TOTAL
SOCIOECONOMICO  PRODUCTOS (%)                        (%)
=====
PLAZA MERCADO   62.50                                37.50                                100.00
BAJO - BAJO    100.00                                0.00                                100.00
BAJO           100.00                                0.00                                100.00
MEDIO - BAJO   83.72                                16.28                               100.00
MEDIO          90.00                                10.00                               100.00
MEDIO - ALTO  86.67                                13.33                               100.00
ALTO          100.00                                0.00                                100.00
=====

```

FUENTE: IICA - DRI ENCUESTA A MINORISTAS, NOVIEMBRE 1984

CUADRO No.111-15 MODALIDAD DE APROVISIONAMIENTO DE LOS MINORISTAS - BUCARAMANGA

ESTRATO SOCIO-ECONOMICO	DEL MISMO PROVEEDOR (%)	DE DIFERENTES PROVEEDORES (%)	TOTAL (%)
PLAZA MERCADO	60.87	39.13	100.00
BAJO - BAJO	100.00	0.00	100.00
BAJO	66.67	33.33	100.00
MEDIO- BAJO	81.18	18.82	100.00
MEDIO	75.00	25.00	100.00
MEDIO - ALTO	100.00	0.00	100.00
ALTO	100.00	0.00	100.00

FUENTE: ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS , NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. III-16 RAZONES DE COMPRA DE LOS MINORISTAS AL MISMO PROVEEDOR - BUCARAMANGA

ESTRATO SOCIO-ECONOMICO	CONFIANZA (%)	AMISTAD (%)	CALIDAD (%)	PRECIOS (%)	CREDITO (%)	DESCUENTO (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
PLAZA MERCADO	0.00	11.76	11.76	35.29	41.18	0.00	0.00	100.00
BAJO - BAJO	0.00	0.00	20.00	60.00	20.00	0.00	0.00	100.00
BAJO	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
MEDIO - BAJO	5.48	2.74	6.85	20.55	53.42	2.53	1.37	100.00
MEDIO	5.56	0.00	0.00	33.33	55.56	5.56	0.00	100.00
MEDIO - ALTO	6.67	6.67	46.67	33.33	0.00	6.67	0.00	100.00
ALTO	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - CRI, ENCUESTA DE ESTABL. MINORISTAS NOVIEMBRE 1984

18 FRECUENCIA DE COMPRAS DE GRANOS Y PROCESADOS DE LOS ESTABL. MINORISTAS
BUCARAMANGA

```

=====
DIARIO          CADA 2 DIAS    CADA 3 DIAS    CADA 4 DIAS    SEMANAL    QUINCENAL    MENSUAL    TOTAL
(%)            (%)            (%)            (%)            (%)            (%)            (%)            (%)
=====
33.33          0.00          0.00          0.00          44.44      22.22        0.00        100.00
0.00          0.00          0.00          0.00          80.00      20.00        0.00        100.00
0.00          0.00          0.00          0.00          100.00     0.00        0.00        100.00
2.56          2.56          5.13          0.00          41.03     38.46       10.26       100.00
0.00          0.00          10.00         0.00          30.00     30.00       30.00       100.00
0.00          0.00          7.14          7.14          42.86     42.86       0.00       100.00
0.00          0.00          0.00          0.00          50.00     50.00       0.00       100.00
=====

```

- ORI ENCUESTA DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

- 17 FRECUENCIA DE COMPRAS DE PROD. PERECEDEROS DE LOS ESTABL. MINORISTAS
BUCARAMANGA

TIPO	DIARIO	CADA DOS DIAS	CADA TRES DIAS	CADA CUATRO DIAS	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	TOTAL
COMICO	64.71	17.65	17.65	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
CADO	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	53.45	20.69	6.90	6.90	12.07	0.00	0.00	100.00
	82.35	0.00	5.88	0.00	11.76	0.00	0.00	100.00
	62.50	12.50	0.00	0.00	25.00	0.00	0.00	100.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- DRI ENCUESTA DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS , NOVIEMBRE 1984

CUADRO No. III-19 PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO PRESENTADOS POR LOS MINORISTAS - BUCARAMANGA
 BUCX3X

	PROBLEMAS DE TRANSPORTE (%)	PRECIOS INESTABLES (%)	AMARRE POR CREDITO (%)	NO HAY FINANCIACION (%)	ALTOS COSTOS TRANSPORTE (%)	OTROS (%)
PLAZA	25.00	54.17	4.17	4.17	12.50	0.00
BAJO-BAJO	20.00	0.00	0.00	80.00	0.00	0.00
BAJO	0.00	66.67	0.00	33.33	0.00	0.00
MEDIO-BAJO	23.17	37.80	4.80	12.20	15.85	6.10
MEDIO	36.84	31.58	10.53	5.26	15.79	0.00
MEDIO-ALTO	7.14	42.86	0.00	0.00	28.57	21.43
ALTO	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA MINORISTA, 1985

CUADRO No. III-20 PROBLEMAS MAS SERIOS EN EL NEGOCIO PRESENTADOS POR LOS MINORISTAS- BUCARAMANGA
 BUCX2X

ESTRATO SOCIOECONOMICO	CAPITAL DE TRABAJO	DIFICULTAD DE APROVISION.	COMPRAN POCO	LOCALIZACION	MALA MORR EN LOS PAGOS	INSEGURIDAD	ALTOS INTERES	COMPETENCIA	ESPACIO LIMITADO	COMPRAN MENOS	OTRAS RAZONES
PLAZA	36.00	0.00	12.00	0.00	0.00	16.00	0.00	20.00	0.00	16.00	0.00
BAJO-BAJO	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BAJO	66.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	33.33	0.00
MEDIO-BAJO	45.24	3.57	0.33	0.00	0.33	0.33	1.19	21.43	0.00	3.57	0.00
MEDIO	55.00	5.00	0.00	0.00	20.00	0.00	0.00	10.00	5.00	5.00	0.00
MEDIO-ALTO	20.00	0.00	6.67	0.00	13.33	40.00	0.00	13.33	6.67	0.00	0.00
ALTO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA MINORISTA, 1985

CUADRO III -21 ALTERNATIVAS DE INVERSION DE LOS MINORISTAS SI SE DISPUSIERA DE CAPITAL
 BUCX4X

ESTRATO SOCIOECONOMICO	NO INVERTIRIA EN EL NEGOCIO	INVERTIRIA EN EL NEGOCIO LOCAL	AMPLIARIA LOCAL	AMPLIARIA SURTIDO	AMPLIARIA NEGOCIO DIFERENTE	INSTALARIA SUPERMERCADO	INSTALARIA
PLAZA	26.92	73.08	15.00	70.00	0.00	0.00	15.00
BAJO-BAJO	0.00	100.00	40.00	60.00	0.00	0.00	0.00
BAJO	0.00	100.00	0.00	66.67	0.00	0.00	33.33
MEDIO-BAJO	23.75	76.25	14.93	77.61	4.48	4.48	2.99
MEDIO	20.00	80.00	25.00	56.25	6.25	6.25	12.50
MEDIO-ALTO	33.33	66.67	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00
ALTO	0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA MINORISTA, 1985

CUADRO No.111-22 ACTITUD DE LOS MINORISTAS HACIA UNA ASOCIACION PARA
 REALIZAR COMPRAS CONJUNTAS - BUCARAMANGA

ESTRATO	DESEAN ASOCIARSE (%)	NO DESEAN ASOCIARSE (%)	TOTAL (%)
PLAZA MERCADO	65.22	34.78	100.00
BAJO-BAJO	100.00	0.00	100.00
BAJO	66.67	33.33	100.00
MEDIO-BAJO	72.50	27.50	100.00
MEDIO	78.95	21.05	100.00
MEDIO-ALTO	33.33	66.67	100.00
ALTO	0.00	100.00	100.00

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO No. III- 28 ACTITUD HACIA LOS PROGRAMAS DE MERCADEO DEL ORI- BUCARAMANGA

ESTRATOSOCIOECONOMICO
 CONOCEN PROGRAMA
 CREEN LES AFECTA
 MERCADOS MOVILES
 POSITIVAMENTE

%

PLAZAS DE MERCADO	CONOCEN PROGRAMA	CREEN LES AFECTA
BAJO--BAJO	53.85	72.22
BAJO	8.00	72.22
MEDIO - BAJO	8.00	72.22
MEDIO	22.09	50.00
MEDIO - ALTO	45.00	63.64
ALTO	13.33	50.00
	8.00	50.00

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA MINORISTAS, NOVIEMBRE DE 1984

CUADRO III-24 PROMEDIO DE LOS ACTIVOS Y SU ESTRUCTURA SEGUN ESTRATOS - BUCARAMANGA
BUC2X

ESTRATO SOCIOECONOMICO	LOCAL PROMEDIO \$	(%)	MERCANCIAS PROMEDIO \$	(%)	VEHICULOS PROMEDIO \$	(%)	EQUIPO PROMEDIO \$	(%)	ESTANTERIA PROMEDIO \$	(%)
PLAZA	324500.00	41.81	152960.00	19.71	250000.00	32.21	21133.00	2.72	27444.00	3.53
BAJO-BAJO	490000.00	56.90	250000.00	29.96	-	-	80000.00	9.29	33200.00	3.86
BAJO	426666.00	49.13	103333.00	21.11	90000.00	10.36	126666.00	14.58	41666.00	4.79
MEDIO-BAJO	274390.00	34.94	136063.00	17.32	232000.00	29.54	111450.00	14.19	31360.00	3.99
MEDIO	252222.00	25.22	201000.00	20.10	400000.00	40.00	115400.00	11.54	31150.00	3.11
MEDIO-ALTO	202666.00	13.37	260533.00	17.19	816666.00	53.90	181933.00	12.00	53200.00	3.51
ALTO	-	-	250000.00	44.05	-	-	250000.00	44.05	67500.00	11.89

FUENTE: IICA-ORI, ENCUESTA MINORISTA, BUCARAMANGA 1985

MAYORISTAS

A. Características Generales de los Mayoristas

Tal como se anotó en el Capítulo sobre Metodología, se seleccionaron 89 establecimientos mayoristas de diferentes especialidades. Dichos establecimientos fueron clasificados en los siguientes grupos:

- Granos y Procesados
- Legumbres y Hortalizas
- Manufacturados
- Frutas
- Carbohidratos

La clasificación anterior se les asignó a los mayoristas de acuerdo al volumen y al tipo de productos que comercializan. Se considera que el 80% o más de sus ventas provengan de los productos de cada especialidad. La siguiente son las definiciones de las especialidades comerciales.

Granos:

Se refiere a los granos en general como maíz, arroz, frijol y demás que no han sufrido transformación físico-química que altere su estado natural.

Legumbres y Hortalizas:

Se refiere a los vegetales en estado fresco como son: tomate, arveja verde, lechuga, cebolla, etc.

Frutas:

Se refiere a las frutas frescas en su estado natural, sin transformación.

Carbohidratos:

Son tubérculos y raíces en especial, como son la yuca, arracacha, papa, además del plátano, esto es alimentos ricos en carbohidratos.

Manufacturados o Procesados:

Son los productos transformados física o químicamente como: aceites, harinas, margarinas, mermeladas, azúcar, sal, alimentos enlatados en general, etc.

1. Naturaleza jurídica:

El Cuadro IV-1, señala que, con excepción del grupo de manufacturados, en el cual el 100% de los establecimientos mayoristas tiene la forma de sociedad limitada, la mayoría de los establecimientos de otros grupos, más del 50%, tiene como forma jurídica el "Negocio Particular". En segundo lugar, aparece la "Sociedad de Hecho" en los grupos de Granos y Procesados, Legumbres - Hortalizas y Frutas con 26.7%, 41.6% y 42.8% respectivamente.

Lo anterior muestra que los mayoristas distribuidores de productos alimenticios de esta ciudad, salvo los del grupo manufacturados, tiene la forma de organización individual, cuyo sistema de administración es simple, y que generalmente están siendo manejados por sus propios dueños.

Como sociedades además de la totalidad de los establecimientos de manufacturados, también aparece el 10% de los establecimientos mayoristas de granos y procesados. Ninguno de los negocios mayoristas aparece como sociedad anónima.

2. Antigüedad:

El cuadro IV-2 indica que de los establecimientos mayoristas seleccionados en la muestra, la mayoría tiene una antigüedad de menos de dos años. Los porcentajes de las agrupaciones comerciales dentro de esta categoría son los siguientes: Granos y Procesados 85.7%, Legumbres - Hortalizas 95.8%, Manufacturados 100%. En la antigüedad entre dos y cinco años, sólo el 14.2% de los de granos y procesados y el 4.17% de los de legumbres - hortalizas.

3. Infraestructura física:

a. Área de los establecimientos

Del Cuadro IV-3 se observa que los mayoristas de Granos y Procesados, en promedio, ocupan áreas más amplias que la de los otros grupos. El 64.29% de los establecimientos de este grupo se encuentran ocupando áreas entre 51 y 250m², mientras que en este mismo rango están sólo el 25% de los de legumbres - hortalizas y el 28% de los de frutas. La mayoría de los mayoristas de legumbres y hortalizas y de frutas ocupan, en promedio, áreas más reducidas. Se observa por ejemplo que en el rango de área de 50m² o menos esta el 75% de los primeros y el 71.43% de los segundos. En cuanto a los establecimientos de carbohidratos, la totalidad ocupa áreas entre 21 y 50m².

Se puede concluir que los distribuidores mayoristas de productos perecederos ocupan área relativamente menos amplias que los de granos y procesados. Es de anotar que en el estudio sobre el mercado terminal de productos alimenticios realizado en la ciudad de Bogotá (IICA, 1985), se llegó a la misma conclusión.

Lo anterior se puede atribuir al hecho de que la rotación de los productos perecederos es mayor que la de los de granos y procesados, dada su perecibilidad y que en el país no se ha modernizado este subsector.

Las informaciones del Cuadro IV-4 señalan que más del 70% de los comerciantes de legumbres - hortalizas y frutas y el 100% de los de carbohidratos consideran adecuado el tamaño de sus respectivos locales. En el caso de los granos, el 94.5% considera que sus locales son adecuados y el 3.6% consideran deficientes; sólo el 1.8% cree que su local es excesivo.

b. Equipos

Se refiere a la dotación de equipos y útiles que se utiliza en el proceso de comercialización de los productos como son equipos de transporte, equipo de frío, estantería, equipo de oficina pesas, etc.

Como se observó durante el desarrollo de la encuesta no se detectó la posesión de equipo de frío para conservar productos perecederos en los establecimientos que manejan dichos productos, como tampoco bandas clasificadoras. Se observó la utilización muy común de pesas y básculas en todos los establecimientos. En cuanto a los establecimientos de granos y procesados y manufacturados escasamente tiene equipo de oficina (calculadoras y máquinas de escribir). Algunos poseen cargadores manuales para movilizar productos en la bodega.

Sobre la consideración de lo adecuado de los equipos se puede observar del Cuadro IV-4 que la mayoría de los mayoristas 97.3% de los de granos y procesados, el 87.5% de los de legumbres-hortalizas y manufacturados y el 100% de los de frutas y carbohidratos, consideran que sus equipos son adecuados.

Lo anterior indica que los comerciantes tienden a ser conformes con el tipo de equipos que poseen para el desarrollo de sus actividades comerciales. En otras palabras, la mayoría de los establecimientos no considera que la modernización de sus equipos figure dentro de sus prioridades.

c. Poseción de bodegas y otros negocios

En lo concerniente a la posesión de otra bodega y de otros negocios diferentes, al que están manejando, se deduce del Cuadro No. IV-5, que el 100% de los mayoristas de manufacturados y de carbohidratos posee otras bodegas cuyas áreas promedias son de 110m² y 20 m², respectivamente. De la misma manera lo manifiesta el 32% de los de granos y procesados y el 13.6% de legumbres y hortalizas. Los tamaños promedios de éstas son de 172m² y 216m², respectivamente. Acerca de la posesión de otros negocios, se puede observar que el 100% de los mayoristas de carbohidratos manifiesta tenerlos. Así mismo lo hacen el 18.8% de los de granos y procesados y el 14.2% de los de frutas.

En lo relacionado con la modalidad de los establecimientos en el manejo de los productos se deduce del mismo cuadro que la mayoría de los establecimientos clasifica los productos, el 100% de los de manufacturados y carbohidratos, el 94.5% de los de granos y procesados el 75% de los de legumbres y hortalizas y el 57.1% de los de las frutas. Se observa también que los porcentajes de los establecimientos que reempacan los productos son inferiores a los que los clasifican, lo que indica la incongruencia de sus informaciones. Sólo el 17.3% de los de legumbres y hortalizas el 52.7% de los granos y el 71.4% de los de frutas lo hacen.

4. Personal ocupado:

Las informaciones sobre el personal ocupado de los establecimientos mayoristas aparecen en el Cuadro IV-6. Dichas informaciones se dividen en dos grupos a saber: en el de personal remunerado y en el de personal no-remunerado. Se puede observar que la mayoría del personal de los establecimientos, de todas las especialidades comerciales, es personal remunerado. En los establecimientos de granos y procesados la tasa de participación de dicha categoría asciende al 74.6%. En las otras especialidades las tasas son las siguientes: 64.5% en legumbres y hortalizas, 100% en manufacturados, 70% en frutas y 87.5% en carbohidratos. Por otra parte, se destaca el hecho de que las tasas de participación relativamente altas del personal no-remunerado se presentan en las especialidades de legumbres y hortalizas (35.4%) y de frutas (29.1%). Esta conclusión no es

sorprendente por cuanto los negocios de productos perecederos, por lo general poseen una forma de organización más tradicional que la de los de manufacturados o la de granos.

En lo concerniente al personal remunerado, según la categoría de ocupación, se puede observar del Cuadro IV-7 que gran parte involucra al personal administrativo y de ventas. El promedio de las tasas de participación del personal remunerado en las dos categorías de ocupación mencionadas anteriormente asciende al 78% en todas las especialidades, seguido por los dueños. Es de anotar que la participación de los "comisionistas" llega al 4.02% y solamente existe en las especialidades comerciales de granos y procesados, y legumbres - hortalizas.

La distribución del personal NO-REMUNERADO, se puede observar en el Cuadro IV-8. Prevalece la categoría de "dueños", con un promedio de más del 83% en todas las especialidades, con excepción de la del grupo "Manufacturados", en la cual no figura ninguno. En el grupo de granos y procesados existe personal NO-REMUNERADO en otras categorías diferentes a los "dueños", aunque las tasas de participación son bajas. Esta tasa asciende al 10.1% en la categoría de directivo, al 3.3% en la de vendedor, al 1.6% en la de comisionista y al 1.7% en la de otros "otros".

5. Nivel de educación del personal

Del Cuadro IV-9 llama la atención el alto porcentaje de personal con nivel de educación secundaria el cual varía entre el 51.1% y el 100%. Así mismo se destaca que el 100% del personal de la especialidad de manufacturados llegó a nivel de educación universitaria y el 16.2% de los de granos y procesados.

Nivel de educación primaria tienen el 27.9% del personal empleado en la especialidad de granos y procesados, el 35.3% de legumbres y hortalizas y el 42.8% del de frutas. El personal empleado tanto en manufacturados como en carbohidratos tiene un nivel educativo superior al de primaria.

Si se comparan estos resultados con los correspondientes al del Mercado Terminal de Productos Alimenticios de la ciudad de Bogotá, se encuentra que en promedio el nivel educativo del personal de CORABASTOS es inferior al de los establecimientos mayoristas de Bucaramanga. Además en ninguno de los dos estudios se detectó como importante la capacitación del personal de los establecimientos mayoristas que manejan productos alimenticios por parte del SENA o similar. El personal capacitado en CORABASTOS por dicha entidad o similar no es mayor del 7.7% y en Bucaramanga ninguno.

6. Area de capacitación deseada:

Acerca de la actitud de los mayoristas sobre su disposición a capacitarse, si se les facilitaran los medios correspondientes, la encuesta arrojó los siguientes resultados:

ESPECIALIDAD COMERCIAL	% DE MAYORISTAS CON DESEO DE CAPACITARSE
GRANOS Y PROCESADOS	89.29
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	94.6
MANUFACTURADOS	100.00
FRUTAS	100.00
CARBOHIDRATOS	100.00

De las áreas de capacitación preferidas, está en primer lugar la de Mercadeo ya que el 66.07% de los de Granos y Procesados, el 75% de los de Legumbres - Hortalizas, el 100% de los de Manufacturados y de Carbohidratos y el 85% de los de Frutas desean capacitarse en dicha área. La segunda es la de administración, mencionada por el 21.4% de los de granos y procesados y el 9.33% de los de manufacturados.

De la información analizada anteriormente, se puede concluir que existe gran deseo de capacitación por parte de los mayoristas. Ello posiblemente se deba a que el promedio de edad de los comerciantes es relativamente bajo. (Entre 25 y 43 años, tal como se observa en el Cuadro No. IV-12).

Así mismo, se aprecia que su experiencia en la actividad comercial varía según la especialidad comercial. Los de mayor experiencia corresponden a los de granos y procesados, cuyo promedio asciende a 18 años, seguido por los de legumbres - hortalizas con 15 años y los de frutas con 14 años. Entre los comerciantes con menos experiencia figuran los de carbohidratos y manufacturados, cuyos promedios ascienden a 5 y 3 años respectivamente.

7. Disposición a asociarse:

El Cuadro No. IV-14 muestra que la mayoría de los mayoristas de Bucaramanga no ha participado en ningún tipo de asociación. Lo señala la totalidad de los de manufacturados y carbohidratos, el 56.36% de los de granos y procesados, el 66.67% de los de legumbres - hortalizas y el 71.43% de los de frutas.

A pesar de lo anterior, la mayoría de ellos desea pertenecer a alguna asociación de comerciantes con el fin de poder desarrollar mejor sus actividades.

Se observa que el 76.36% de los de granos y procesados el 75% de los de legumbres - hortalizas el 100% de los de manufacturados y el 71% de los de frutas desean pertenecer a una organización gremial. Ninguno de los comerciantes de carbohidratos desea pertenecer.

8. Actitud de los mayoristas hacia los mercados móviles:

Del Cuadro IV-15, sobresale el alto porcentaje de mayoristas de todas las especialidades, con excepción de los de frutas, que conocen o están enterados del programa de los mercados móviles en las diferentes ciudades del país. Es de recordar, que en Bucaramanga hasta la realización del presente estudio, Febrero de 1985, no se había implantado este tipo de programa.

A la pregunta de si desearían participar en el programa, caso de realizarse en el futuro, la mayoría de los mayoristas de todas las especialidades respondieron afirmativamente.

B. Características Económicas y de Manejo de los Negocios

1. Ventas:

a. Volúmen de ventas

Con el objeto de analizar y comparar los promedios de venta de los mayoristas de diferentes especialidades, se elaboró el Cuadro IV-16 que presenta las frecuencias relativas de los mayoristas en cada uno de los cinco rangos de ventas preestablecidos, así como el promedio por especialidad en cada rango.

Dicho cuadro indica que en el rango de ventas mensuales de \$1000.000.00 o menos las mayores frecuencias relativas corresponden a los de carbohidratos (100%), granos y procesados (23.73%), legumbres - hortalizas 20.83% y frutas 14.29%. Ninguno de los de manufacturados pertenece a este rango.

Se observa también que en el rango entre 1 y 3 millones se encuentra la mayor concentración de los establecimientos de frutas y los de legumbres-hortalizas cuyas tasas de participación ascienden al 42.86% y 37.50% respectivamente. En este rango está la mayor parte de los mayoristas de granos y procesados 27.12%. En el rango de ventas mensuales más alto, o sea, igual o superior a \$5000.000.00, se encuentran el 23.73% de los de granos y procesados, el 20.83% de los de legumbres - hortalizas y el 42.86% de los de frutas.

De lo anteriormente descrito se puede concluir que en cuanto a número de establecimientos se refiere, en promedio, el rango con mayor frecuencia relativa de las especialidades comerciales figura el de 1 y 3 millones de pesos de ventas mensuales. Así mismo se observa que en el rango superior a 5 de pesos millones se presenta un número de establecimientos considerablemente alto en las especialidades Granos, Procesados, Legumbres y Hortalizas y Frutas.

b. Sistema de fijación de precios

Los procedimientos utilizados para la fijación de precios, por parte de los mayoristas, se observa en el Cuadro IV-17 el cual indica que, en la especialidad de granos y procesados el procedimiento más común (44.6%) es el de aplicar un porcentaje sobre el precio de compra; le sigue la fijación de precios de acuerdo a los precios de la competencia (28.5%), luego el método de agregar una suma fija al precios de compra (19.6%), y por último el de seguir la sugerencia del proveedor (5%).

En la especialidad legumbres - hortalizas aparecen con porcentajes iguales los procedimientos de la adición de una suma fija al precio de compra y el de fijación según la competencia (34.7%).

Entre los mayoristas de productos manufacturados es más común la práctica de fijar los precios de acuerdo con la sugerencia del proveedor; se observa que el 100% de los comerciantes de esta especialidad lo practica. Además de estos mayoristas, el 5% de los mayoristas de granos y procesados lo practica también.

En la especialidad de frutas, el 42.8% de los mayoristas utiliza el método de fijación de una suma fija sobre el precio de compra, el 14.2% determina sus precios de acuerdo a la actitud de la competencia y el 42.8% restante se abstuvo de contestar el procedimiento que usa.

Finalmente, en los establecimientos de carbohidratos la fijación de precios la hacen según los precios fijados por los competidores.

En resumen, para los establecimientos de granos y de legumbres - hortalizas la fijación de precios por medio de la agregación de una suma fija ó de un porcentaje sobre el nivel del precio de compra es importante. Como también lo es, el procedimiento de realizar el ajuste de precios según la actitud de los competidores. Los mayoristas de la especialidad comercial de Manufacturados se rigen

exclusivamente por la sugerencia de su proveedor y los de carbohidratos actúan según los competidores. En cuanto a los de frutas, una parte importante realiza su fijación de precios agregando una suma fija al precio de compra.

c. Fuentes de información sobre precios y mercados

Los datos sobre las fuentes de información de precios y de la situación del mercado mayorista, aparecen en el Cuadro No. IV-18.

Se observa que, con excepción de los mayoristas del grupo de manufacturados donde el 100% se informa en el sitio de compra, el resto tiene como fuente de información a los otros comerciantes mayoristas. En tal sentido lo manifiestan el 60.71% de los mayoristas de granos y procesados, el 50% de los de legumbres - hortalizas, el 57.14% de los de frutas y la totalidad de los de carbohidratos. La segunda fuente más importante es el sitio donde los mayoristas compran los productos. Estos sitios son fuentes principales de información para el 21.43% de los de granos y procesados, el 27.27% de los de legumbres y hortalizas, el 100% de los de manufacturados y el 28.57% de los de frutas. Las fuentes distintas a las ya mencionadas tales como la prensa, la radio y las agencias estatales no tienen ninguna importancia para los mayoristas de la ciudad de Bucaramanga.

Las informaciones provenientes de las centrales mayoristas del país, no son de importancia para los mayoristas, por cuanto sólo el 3.57% de los de granos y procesados y el 9.09% de los de legumbres - hortalizas las utilizan. En el mismo nivel de importancia se encuentran los boletines de Precios de CORABASTOS. Estos son utilizados por el 8.9% de los de granos y procesados y el 13.6% de los de legumbres - hortalizas.

En resumen, las informaciones sobre precios y mercados provenientes de otros mayoristas y en los sitios de compra son las más importantes para la toma de decisiones de los comerciantes mayoristas de la ciudad de Bucaramanga. Lo anterior coincide con las informaciones sobre los métodos de

la fijación de precios del Cuadro No. IV-17, en donde se señala que la gran parte de ellos fijan sus precios de acuerdo al comportamiento de la competencia, es decir otros mayoristas.

d. Modalidad de las ventas

En el Cuadro IV-19 se puede apreciar que salvo los mayoristas de productos manufacturados la mayoría realiza sus ventas al contado, en el 55% y el 72.9% de los casos. El 20% de los mayoristas de manufacturados vende al contado y el resto 80% lo hace a crédito. Lo anterior puede atribuirse a que ellos reciben crédito de las industrias. Los porcentajes de los establecimientos diferentes a los de manufacturados que realizan ventas a crédito son: 44.1% de los de legumbres - hortalizas, el 40.5% de los de granos y procesados, el 30% de los de carbohidratos y el 27.1% de los de frutas.

El servicio a domicilio, es decir entrega al sitio a donde indica el comprador, es prestado por el 100% de los mayoristas de manufacturados y los de carbohidratos. Los de granos y procesados lo hacen en el 21.8% de los casos y en igual forma el 8.3% de los de legumbres-hortalizas. En la especialidad de frutas, ninguno de los mayoristas practica esta modalidad de venta.

2. Compras:

a. Volúmenes de las compras mensuales

i. Granos y procesados

El Cuadro IV-20, contiene informaciones sobre la clasificación de los establecimientos mayoristas de granos según los diferentes rangos de compras mensuales. El 50.85% de los mayoristas aparecen en el rango de Un millón de pesos o menos, con un promedio de \$354.000.00 mensuales; en el rango entre uno y tres millones de pesos mensuales se encuentra el 28.81% con un promedio de \$1711.764.00, en el rango de tres millones de pesos se registra el 3.39%; en el rango entre tres y cinco millones el 6.78% con promedio de \$4000.000.00. En el rango más alto, es decir en el de cinco millones o más, se ubica el 10.17% de los mayoristas de granos.

En la especialidad de legumbres y hortalizas se observa la presencia de mayoristas que además comercializan otros productos perecederos y granos, aunque su participación es modesta si se compara con el total dentro de su agrupación comercial. En esta especialidad sólo el 8.33% se encuentra en el rango de un millón o menos y el 4.17% en el de más de cinco millones. En ambos rangos los promedios ascendieron a \$350.000.00 y \$5760.000.00 mensuales respectivamente.

El Cuadro No. IV-21, muestra la clasificación de los mayoristas de productos procesados. La distribución de frecuencias de los mayoristas de cada rango no difiere mucho de la clasificación según la compra mensual de granos, comentada en el literal anterior. Se observa que el 55.93% de ellos se encuentra en el rango de un millón de pesos y menos, con un promedio mensual de \$478.000.00; en el rango de uno a tres millones se concentra el 27.12% con un promedio que asciende a \$1661.250.00. En el de tres a cinco millones se ubica el 11.86%, con un promedio de \$3854.285.00; y finalmente en el rango más alto se observa la presencia del 5% de los mayoristas con un promedio de \$82000.000.00 de peso.

Se observa también la presencia de los mayoristas de legumbres y hortalizas comercializando productos procesados y todas se concentran en el rango inferior de un millón de pesos, llegando a un promedio mensual de \$135.000.00. Finalmente, el 100% de los mayoristas de manufacturados están en el rango entre uno y tres millones con un promedio de \$2500.000.00.

ii. Productos perecederos

El Cuadro No. IV-22, indica la clasificación de los mayoristas según el rango de compras mensuales de productos perecederos. Se observa la presencia de los mayoristas con actividades mixtas, un caso ya descrito en el literal anterior.

En la especialidad de legumbres y hortalizas los dos primeros rangos concentran al 87.50% de los mayoristas, 41.67% en el primero, y 45.83% en el segundo. Los promedios de compra ascienden a \$386.980.00 y \$1759.454.00,

respectivamente. En el rango entre los tres y cinco millones de pesos se observa la presencia del 12.5% de los mayoristas con un promedio de \$3.746.666.00 mensual. El rango más alto el 4.17% de los comerciantes con un promedio de \$17280.000.00.

En la especialidad de frutas, el 66.67% se clasifica dentro del primer rango con promedio de \$630.000.00, el 16.67% está en el rango entre uno y tres millones con un promedio de \$1440.000.00 y finalmente, el resto 16.67%, se encuentra en el rango entre los tres y los cinco millones de pesos con un promedio de \$4800.000.00.

En la especialidad de carbohidratos, la totalidad de los mayoristas se encuentra en el rango de un millón de pesos o menos con un promedio de \$160.000.00 mensuales.

b. Frecuencia de las compras

i. Perecederos:

En el abastecimiento de productos perecederos también se consideran los mayoristas del grupo de "Granos y Procesados" que venden productos perecederos. Se observa en el Cuadro No. IV-23 que los mayoristas de este grupo, el 52% se aprovisiona de productos perecederos semanalmente, el 31.25% quincenalmente y el 12.5% diariamente.

En el grupo de "Legumbres y Hortalizas" el 50% de los mayoristas se abastece diariamente y el otro 50% semanalmente; en el grupo de "Frutas" el 85.7% hace compras diarias mientras que el 14.29% restante cada dos días. La totalidad de los comerciantes del grupo de "Carbohidratos" se aprovisiona semanalmente.

ii. Granos

El Cuadro No. IV-24 muestra las frecuencias de abastecimiento de granos de los mayoristas según las especialidades comerciales. Se observa que de los mayoristas del grupo de granos y procesados, el 34% se abastece cada mes, el 30% cada quince días, el 26% cada semana, el 2% cada dos días y el resto 8% diariamente. Entre los mayoristas de legumbres-hortalizas que, como se señaló en el literal anterior manejan también granos y procesados el 12.5% realizan la provisión de granos cada mes. En el grupo de mayoristas de manufacturados que también manejan granos el 100% de ellos se aprovisiona mensualmente.

iii. Productos procesados.

El Cuadro No. IV-25, presenta informaciones sobre las frecuencias de compra de productos procesados de los mayoristas de las diferentes especialidades comerciales.

Se observa que en la especialidad comercial de "Granos y Procesados" el 28.8% se aprovisiona mensualmente, el 25.42% quincenalmente y el 20.34% semanalmente.

Por otra parte, en el grupo de "Legumbres y Hortalizas" se observa que el 8.32% de los mayoristas comercializa productos procesados y su frecuencia de abastecimiento es la siguiente: 50% cada semana y 50% cada mes. Finalmente el 100% del grupo de "Manufacturados" se abastece de productos procesados mensualmente.

c. Origen de las compras de los mayoristas

El origen de las compras, en cuanto al tipo de proveedor se refiere, se presenta en el Cuadro IV-26. Se puede apreciar que del sector agrícola se aprovisionan los siguientes mayoristas:

- El 32,14% de los de Granos
- El 83.3% de los de Legumbres y Hortalizas
- El 100% de los de frutas y,
- El 100% de los de Carbohidratos.

La industria provee los productos al 39.2% de los mayoristas de granos y procesados y a la totalidad de los de manufacturados. El papel de los mayoristas en el aprovisionamiento de otros mayoristas es realmente modesto, sólo aprovisionan al 19.6% de los establecimientos de granos y al 8.3% de los de legumbres y hortalizas.

Se destaca la ausencia total de las cooperativas en el abastecimiento de productos alimenticios, fenómeno detectado no sólo en esta ciudad sino también en los lugares donde hemos realizado estudios similares como son las ciudades de Barranquilla y Cartagena, y en El Mercado Terminal de Productos Alimenticios de la ciudad de Bogotá - CORNEASTOS-.

d. Modalidad de las compras

Según las informaciones consignadas en el Cuadro IV-27, la mayoría de los mayoristas de todas las especialidades comerciales, más del 71%, compra los productos al mismo proveedor. En tal sentido lo hacen el 91% de los mayoristas de granos y procesados, el 75% de los de legumbres - hortalizas y el 100% de los de carbohidratos.

e. Razones de la modalidad de las compras

El Cuadro IV-28 presenta las razones de compra al mismo proveedor por parte de los mayoristas de diferentes especialidades comerciales.

Se observa que la calidad es la razón principal. Esta razón es compartida por el 100% de los mayoristas de manufacturados, el 41% de los de granos y procesados, el 43.4% de los de legumbres - hortalizas y el 28.5% de los de frutas. La segunda razón más importante, es el precio que ofrece el proveedor para el 25% de los mayoristas de granos y procesados; Para los de legumbres y hortalizas, la segunda razón más importante es el crédito el 21.7% y para los de frutas lo es la amistad 28.5% de los casos.

3. Problemas de abastecimiento:

Con el propósito de detectar los problemas principales de abastecimiento de los productos alimenticios en el canal de distribución mayorista, se les indicó seis tipos de problemas considerados como principales: congestión de tráfico, amarre por crédito de los proveedores, inestabilidad de los precios, alto costo del transporte, falta de crédito y escasez de productos.

El resultado se registra en el Cuadro No. IV-30, del cual se puede observar que para los mayoristas de granos y procesados, y de legumbres-hortalizas, los principales problemas en orden de importancia son los precios inestables y la congestión del tráfico. Para los de productos manufacturados el problema principal es la escasez de productos (100%); para los de frutas, la inestabilidad de los precios y "otros" el 28.0% cada uno; finalmente, para los de carbohidratos, ninguno de los seis problemas considerados es importante y manifiestan que sus problema son "otros".

Llama la atención que la falta de crédito no figure como problema principal para los mayoristas de las diferentes especialidades comerciales. Sólo el 1.7% de los mayoristas de granos y procesados y el 14.2% de los de frutas así lo consideran.

C. Indicadores Económicos de los negocios Mayoristas

1. Estructura de los activos:

Los datos sobre la estructura de los activos y los promedios de los mismos, según la especialidad comercial, están consignados en el Cuadro IV-32.

a. Prima

Se observa que la "PRIMA", representa el 22.3% de los activos de los establecimientos de granos y

procesados, el 23.14% de los de legumbres-hortalizas, el 18.7% de los de manufacturados y el 9.6% de los de frutas. Así mismo, la participación de este rubro en el total de los activos de los mayoristas de carbohidratos es cero.

b. Inventario

El nivel de participación de las existencias de productos en los activos refleja también el grado de la rapidez con que se rotan los mismos. Es así que en los productos perecederos, cuyo grado de rotación es relativamente mayor si se compara con los de granos y procesados, la participación de existencias en el total de los activos es relativamente baja. En el Cuadro se observa que en los establecimientos de carbohidratos, frutas y legumbres-hortalizas los siguientes son sus porcentajes: 0.56%, 6.2% y 14.9%, respectivamente; en los de los productos manufacturados y los de granos y procesados dicha participación es del 15.6% y el 46.2%, respectivamente.

c. Vehículos

Este rubro también presenta diferencias de acuerdo con la especialidad comercial.

Se observa una relación directa entre el mayor grado de rotación de los productos y la participación de los vehículos dentro del total de los activos. Es decir, en las especialidades comerciales en las cuales se manejan principalmente productos con un alto grado de rotación, tal como se observa en el caso de los productos perecederos, se presenta una mayor participación de vehículos sobre el total de los activos.

Los indicadores de participación de este rubro sobre el total de los activos en cada grupo de mayoristas son los siguientes:

-Carbohidratos	44.8%
-Frutas	28.5%
-Legumbres y Hortalizas	16.2%
-Manufacturados	12.5%
-Granos y Procesados	10.07%

d. Equipos

Con excepción de los mayoristas de carbohidratos, en el cual este rubro participa con el 44.8% del total de los activos, en las demás especialidades comerciales la participación de equipos es muy baja, oscilando entre el 1.33% en el de frutas y 3.75% en el de legumbres-hortalizas.

La cifra para carbohidratos no tiene explicación, es posible que exista una doble contabilización al incluir dentro del rubro "Equipos" el valor del equipo de transporte ya contabilizado dentro del rubro "Vehículos". Lo anteriormente sugerido se basa en el hecho de que durante el desarrollo de las encuestas no se observó ningún equipo costoso aparte del equipo de transporte.

El bajo nivel de participación de el rubro en las demás especialidades muestra las precarias condiciones de tienen los negocios mayoristas de productos perecederos para manipular y conservar sus productos.

En el grupo de granos y procesados sólo algunos los más grandes, poseen equipo para el manipuleo interno de los productos en las bodegas. A las mismas conclusiones también se llegó en los estudios sobre El Mercado Terminal de Alimentos de la ciudad de Bogotá-CORABASTOS y los de Barranquilla y Cartagena.

e. Dinero en caja y bancos

La participación más alta de este rubro en el total de los activos se registra en la especialidad comercial de manufacturados con el 31.25%, seguido por el grupo de legumbres - hortalizas, con el 17.3% y el de frutas con el 13.9%. En los otros dos grupos este rubro tiene menor importancia, el 8.9% en el de Granos y Procesados y el 8.4% en el de carbohidratos.

f. Cuentas por cobrar

Este rubro corresponde a los créditos que otorgan por venta de mercancías y que generalmente corresponde a los períodos entre aprovisionamiento. Se observa que es de relativa importancia para las siguientes especialidades:

Legumbres - Hortalizas 24,5%, Manufacturados 18.7% y Frutas 17.6%.

Para las especialidades de granos - procesados y carbohidratos la importancia de este rubro es inferior, el 8.5% en el primero y el 1.4% en el segundo.

2. Estructura de los gastos

a. Gastos reales:

El Cuadro No. IV-34, muestra la estructura de los gastos reales de los establecimientos mayoristas según la especialidad comercial. Los gastos se desagregan en los siguientes rubros: Arrendamiento, servicios (agua, luz y teléfono) sueldos y salarios, transporte, pérdidas físicas, intereses y otros (rubros diferentes a los anteriores).

Se observa que, con excepción de los mayoristas de los grupos frutas y legumbres - hortalizas, en los cuales prevalece el rubro de gastos de transporte (59.35% y 29.74% respectivamente), el rubro más importante es el de sueldos y salarios, cuya participación sobre el total de gastos asciende al 45.29% en el grupo de granos y procesados, al 79.29% en el de manufacturados y al 75.19% en el de carbohidratos.

Cabe anotar que para los grupos de manufacturados y de carbohidratos el renglón de gastos de transporte aparece con cero, fenómeno atribuible a la posesión de los medios de transporte propios.

El renglón de "pérdidas físicas" no tiene importancia en el total de los gastos; en los establecimientos donde se manejan los productos perecederos, como en el caso de los del grupo de legumbres y hortalizas y los de frutas, dicho rubro sólo asciende al 7.65% para los primeros y al 7.91% para los segundos. El renglón de pagos de intereses tiene una participación relativamente baja en todas las especialidades comerciales, 6.01% en granos y procesados, 8.78% en legumbres y hortalizas, 10.83% en frutas y cero en las otras especialidades.

b. Gastos imputados:

El Cuadro No. IV-33 indica la estructura de los gastos imputados de los mayoristas según la agrupación comercial. Se observa que los dos rubros de gastos más importantes corresponden a los del transporte y arrendamiento. El renglón de transporte se constituye como el único componente de gastos imputados para los mayoristas de manufacturados y de carbohidratos. Para los mayoristas de otras agrupaciones comerciales la importancia relativa de dicho renglón varía. En el grupo de granos y procesados participa con el 18.90%, en el grupo de legumbres-hortalizas con el 67.30%, y en el de Frutas con el 38.99%.

En cuanto al rubro de gastos de arrendamiento, se observa que en el grupo de granos y procesados asciende a 67.32%, constituyéndose así como el rubro más importante dentro de los gastos imputados. Caso similar se presenta en el grupo de frutas, en el cual dicha participación es de 48.73%. Por otra parte, en el grupo de legumbres - hortalizas el rubro de arrendamiento participa con el 19.83% sobre el total de los gastos imputados.

El rubro de sueldos y salarios aparece como un componente de gastos imputados sólo en los grupos de granos y procesados, legumbres-hortalizas y frutas, con las siguientes participaciones: 13.78%, 12.79% y 12.28%, en el orden respectivo.

3. Relaciones gastos/ventas

El Cuadro IV-35 muestra los coeficientes de las relaciones entre cada uno de los gastos y las ventas de los mayoristas según la especialidad comercial. Se observa que para el grupo de granos y procesados, el rubro más importante es el de sueldos y salarios siendo su coeficiente el más alto, 0.0051. Los otros coeficientes son los siguientes: arrendamiento/ventas 0.0028, transporte/ventas 0.0029 e intereses/ventas 0.0014. Para el grupo de legumbres-hortalizas el rubro más significativo es el de transporte cuyo coeficiente es 0.0069, ligeramente superior al de salarios/venta 0.0061. Los otros dos indicadores, el de arrendamiento/ventas y el de intereses/ventas son 0.0035 y 0.0030, respectivamente. En el grupo de manufacturados, el más importantes también son el de transporte/ventas 0.0178, arrendamiento/ventas 0.0023, salarios/ventas 0.0040 e intereses/ventas 0.0051.

Finalmente, en el grupo de carbohidratos el salario se constituye como el componente más importante de los gastos. La relación de dicha variable con respecto a las ventas asciende a 0.1190. Esta relación es la más alta de todas. El componente de transporte para este grupo ocupa el segundo lugar, con un coeficiente de 0.0238. La relación entre arrendamiento/venta asciende a 0.0196.

En lo concerniente al coeficiente de los totales de la relación de gastos/ventas, el más alto es el del grupo de carbohidratos 0.1821, seguido por manufacturados 0.0857, frutas 0.0296, legumbres-hortalizas 0.0215 y por último granos y procesados 0.0133.

4. Relaciones ventas/activos, ventas/gastos y ventas/empleados

El Cuadro IV-36, muestra los coeficientes de ventas/activos, ventas/gastos y ventas/empleados. El más alto de los coeficientes de ventas anuales sobre los activos corresponde al grupo de legumbres-hortalizas 40.1027, seguido

por el de frutas 23.7714, granos y procesados 14.4033, carbohidratos 5.6470 y manufacturados 2.2500.

El más alto de los coeficientes correspondientes a la relación ventas anuales y gastos anuales es el del grupo de granos y procesados que asciende a 75.4275, mientras que en los otros grupos el comportamiento de dicho índice es el siguiente: legumbres-hortalizas 46.5364, frutas 33.8084, manufacturados 11.6732 y carbohidratos 5.4902.

El más alto de los coeficientes de la relación entre ventas anuales y total número de empleados es el del grupo de granos y procesados, el cual asciende a \$30754.998.00/empleado, le sigue el del grupo de frutas \$26339.780.00/empleado, el de legumbres-hortalizas \$20418.774.00/empleado, el de manufacturados \$4500.000.00 y finalmente, el del grupo de carbohidratos \$1260.000.00/empleado.

5. Problemas más serios en el Negocio de los Mayoristas

Para detectar los problemas más serios en el negocio de los mayoristas se elaboraron varias alternativas de respuestas, consideradas como las más importantes. Dichas respuestas son: "Falta de Capital", "Falta de Información sobre Precios y Mercados", "Pequeña Compra de los Clientes", "Mala localización de los Establecimientos", "Mora en los Pagos", "Problemas de Inseguridad", "Altos Intereses", "Mucha Competencia" y "Espacio Limitado". Los resultados de la investigación sobre el aspecto mencionado se resumen en el Cuadro IV-37. Se observa que para el grupo de granos y procesados, los problemas principales son la falta de capital y mucha competencia, cada una de las respuestas mencionadas fué señalada por el 28.3% de ellos; le sigue el problema de inseguridad, el cual fué señalado como problema más serio por el 22.6% de los mayoristas del grupo; finalmente para el 15.0% lo es la mora en los pagos de los clientes. Los otros problemas tienen poca importancia, como en el caso de espacio limitado (1%), pequeña compra de los clientes (3.77%), o de ninguna importancia como en el caso de la falta de información sobre precios y mercados.

En la especialidad de legumbres-hortalizas, el 52.63% indica la falta de capital como el problema más serio en el negocio, el 31.57% señala la mora en los pagos de los clientes y el 5.26% responde "Mucha Competencia". El 100% de los mayoristas del grupo manufacturados considera la mora en los pagos de los clientes como el problema más serio en su negocio. El 42.05% del grupo de frutas considera la mora en los pagos como el problema más serio.

Finalmente, en la especialidad comercial de carbohidratos la totalidad de los mayoristas considera como la presencia de mucha competencia en el mercado como el problema principal.

De lo analizado anteriormente se deriva que los problemas tales como la falta de información de precios y mercados y la mala localización de los establecimientos no se constituyen como problemas más serios en el negocio para los mayoristas de la ciudad. El problema de inseguridad en la zona fué señalado como problema serio por el 22% de los del grupo de granos y procesados y por ninguno de las otras agrupaciones comerciales.

CUADRO No. IV - 1 ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS SEGUN LA NATURALEZA JURIDICA
 BUCARAMANGA

E S P E C I A L I D A D C O M E R C I A L	S O C I E D A D C O O P E R A T I V A		N E G O C I O S O C I E D A D A N O N I M A		S O C I E D A D L I M I T A D A		O T R A		TOTAL
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
GRANOS Y PROCESADOS	26.79	3.57	58.93	0.00	10.71	0.00	0.00	0.00	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	41.67	0.00	58.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	42.86	0.00	57.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATO	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

CUADRO No. IV - 2 ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS SEGUN ANTIGUEDAD
 BUC383 BUCARAMANGA

ESPECIALIDAD MENOR DE ENTRE DOS Y TOTAL
 COMERCIAL DOS ANOS CINCO ANOS (%) (%) (%)

GRANOS Y PROCESADOS	85.71	14.29	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	95.83	4.17	100.00
MANUFACTURADOS	100.00	0.00	100.00
FRUTAS	100.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	100.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA MAYORISTA, 1985

CUADRO IV - 3 ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS SEGUN EL RANGO DEL AREA OCUPADA
 BUCARAMANGA

E S P E C I A L I D A D C O M E R C I A L	ENTRE 10 M2 (%)		ENTRE 20 M2 (%)		ENTRE 50 M2 (%)		ENTRE 100 M2 (%)		ENTRE 250 M2 (%)		TOTAL (%)
	10 M2 (%)	20 M2 (%)	20 M2 (%)	50 M2 (%)	50 M2 (%)	100 M2 (%)	100 M2 (%)	250 M2 (%)	250 M2 (%)	TOTAL (%)	
GRANOS Y PROCESADOS	0.93	14.29	14.29	12.50	26.79	37.50	100.00				
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	16.67	25.00	33.33	16.67	0.33	100.00					
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00					
FRUTAS	14.29	28.57	28.57	0.00	28.57	100.00					
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00					

FUENTE: IICA - ORI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 4 ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS SEGUN DOTACIONES DE INFRAESTRUCTURA
 BUCARAMANGA

	ESPECIALIDAD COMERCIAL	LO APROPIADO (%)	DEFICIENTE EXCESIVO (%)	AL EXCESIVO (%)	EL APROPIADO (%)	QU DEFICIENTE (%)	UI EXCESIVO (%)	PO EXCESIVO (%)
GRANOS Y PROCESADOS		94.55	3.64	1.82	97.37	2.63	0.00	
LEGUMBRES Y HORTALIZAS		79.17	20.83	0.00	87.50	12.50	0.00	
MANUFACTURADOS		100.00	0.00	0.00	87.50	12.50	0.00	
FRUTAS		71.43	28.57	0.00	100.00	0.00	0.00	
CARBOHIDRATOS		100.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	

FUENTE: IICA - ORI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV- 5 MODALIDAD OPERATIVA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS
 BUCARAMANGA

E S P E C I A L I D A D	REEMPACA		CLASIFICA		POSEE OTRA		POSEE OTROS		AREA	
	PRODUCTOS	(%)	PRODUCTOS	(%)	BODEGA	NEGOCIOS	OTRA	BODEGA	(M2)	
GRANOS Y PROCESADOS	52.73	94.55	32.00	18.87	172.75					
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	17.39	75.00	13.64	0.00	216.66					
MANUFACTURADOS	0.00	100.00	100.00	0.00	110.00					
FRUTAS	71.43	57.14	0.00	14.29	0.00					
CARBOHIDRATOS	0.00	100.00	100.00	100.00	20.00					

FUENTE: IICA - DRI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 6 PERSONAL OCUPADO DE ESTABLEMIENTOS MAYORISTAS
 BUCARAMANGA

ESPECIALIDAD COMERCIAL	PERSONAL REMUNERADO (%)	PERSONAL NO REMUNERADO (%)	TOTALES
GRANOS Y PROCESADOS	74.68	25.32	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	64.52	35.48	100.00
MANUFACTURADOS	100.00	0.00	100.00
FRUTAS	70.83	29.17	100.00
CARBOHIDRATOS	87.50	12.50	100.00

FUENTE: IICA- DRI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

JABRO No. IV - 7 PERSONAL REMUNERADO DE LOS ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS
 JC388 BUCARAMANGA

	DUENO	DIRECTIVO	ADMINISTRAT.	VENDEDOR	COMISIONISTA	OTROS	TOTALES
COMERCIAL	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
BEBIDAS Y PROCESADOS	6.90	4.02	27.59	50.00	4.02	7.47	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	22.50	0.00	20.00	47.50	2.50	7.50	100.00
MANUFACTURADOS	25.00	0.00	75.00	0.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	11.76	0.00	29.41	47.06	0.00	11.76	100.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 8 PERSONAL NOREMUNERADO DE LOS ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS
 BUCARAMANGA

ESPECIALIDAD COMERCIAL	DUENO (%)	DIRECTIVO ADMINISTRAT. (%)	VENDEDOR COMISIONISTA (%)	OTROS (%)	TOTALES (%)		
GRANOS Y PROCESADOS	72.88	10.17	3.39	10.17	1.69	1.70	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	77.27	0.00	0.00	0.00	0.00	22.73	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FRUTAS	85.71	0.00	14.29	0.00	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 9 NIVEL DE EDUCACION DEL PERSONAL DE ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS
 BUCARAMANGA

	PRIMARIA (%)	SECUNDARIA (%)	UNIVERSIDAD (%)	SENA (%)	OTRA (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	27.91	51.16	16.28	0.00	4.65	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	36.36	63.64	0.00	0.00	0.00	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	42.86	57.14	0.00	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO IV - 10 NIVELES DE EDUCACION DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA

BUC310.WKS

ESPECIALIDAD COMERCIAL	PRIMARIA	SECUNDARIA	UNIVERSITARIA	SENA	OTRA	TOTAL
GRANOS Y PROCESADOS	27.91	51.16	16.28	0.00	4.65	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	36.36	63.64	0.00	0.00	0.00	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	42.86	57.14	0.00	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE : IICA-DRI ENCUESTA MAYORISTA

CUADRO IV-12 PROMEDIO DE EDAD DE LOS MAYORISTAS Y AREA DE CAPACITACION DESEADA -BUCARAMANGA
BUC329

ESPECIALIDAD COMERCIAL	PROMEDIO EDAD ACTIVIDAD COMERCIAL (ANOS)	MERCADEO (%)	ADMINISTRACION (%)	CLASIF.PRODUCTOS (%)	OTRA AREA (%)
GRANOS Y PROCESADOS	43	66.07	21.43	-	1.79
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	42	75.00	8.33	4.17	4.17
MANUFACTURADOS	30	100.00	-	-	-
FRUTAS	46	85.71	-	-	14.29
CARBOHIDRATOS	25	100.00	-	-	-

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 13 AREA DE INVERSION DESEADA POR LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
 BUC327A

E S P E C I A L I D A D		AMPLIAR VOLUMEN PRODUCTO (%)	AMPLIAR SURTIDO (%)	OTRO NEGOCIO (%)	TOTAL (%)
C O M E R C I A L					
GRANOS Y PROCESADOS		28.26	65.22	6.52	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS		27.78	66.67	5.56	100.00
MANUFACTURADOS		0.00	100.00	0.00	100.00
FRUTAS		60.00	40.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS		100.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV -13A ALTERNATIVAS DE INVERSION DE LOS MAYORISTAS SI SE DISPUSIESE
 BUC327 DE FONDOS BUCARAMANGA

ESPECIALIDAD COMERCIAL	AMPLIAR NEGOCIOS (%)	NO DESEAR AMPLIAR (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	82.14	17.86	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	79.17	20.83	100.00
MANUFACTURADOS	100.00	0.00	100.00
FRUTAS	71.43	28.57	100.00
CARBOHIDRATOS	100.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO IV-14 EXPERIENCIA EN ASOCIACION Y DISPOSICION A ASOCIARSE DE LOS MAYORISTAS -BUCHARAMANGA
BUC310A

ESPECIALIDAD COMERCIAL	HA PARTICIPADO EN NO HA PARTICIPADO EN		DESEA PERTENECER EN NO DESEA PERTENECER EN	
	UNA ASOCIACION (%)	NINGUNA ASOCIACION (%)	UNA ASOCIACION (%)	UNA ASOCIACION (%)
GRANOS Y PROCESADOS	43.64	56.36	76.36	23.64
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	33.33	66.67	75.00	25.00
MANUFACTURADOS	0.00	100.00	100.00	0.00
FRUTAS	28.57	71.43	71.43	28.57
CARBOHIDRATOS	0.00	100.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA MAYORISTA, 1985

CUADRO No.IV - 15 ACTITUD DE LOS MAYORISTAS HACIA PROG.MERCADEO DRI
 BUCARAMANGA

=====

E S P E C I A L I D A D	CONOCIMIENTO	DESEO
C O M E R C I A L	MERCADO MOVIL (%)	PARTICIPACION (%)

=====

GRANOS Y PROCESADOS	50.00	50.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	58.33	75.00
MANUFACTURADOS	100.00	100.00
FRUTAS	14.29	80.00
CARBOHIDRATOS	100.00	100.00

=====

FUENTE: IICA - DRI ENCUESTA MAYORISTA 1985

=====

CUADRO IV - 16 ESTABLECIMIENTOS MAYORISTAS SEGUN RANGO DE VENTAS MENSUALES - BUCARRAMANGA

ESPECIALIDAD COMERCIAL	MENOR A		ENTRE		IGUAL A		ENTRE		IGUAL O MAYOR A	
	FRECUENCIA (%)	1 Y 3 MILLONES PROMEDIO(\$)	FRECUENCIA (%)	1 Y 3 MILLONES PROMEDIO(\$)	FRECUENCIA (%)	3 Y 5 MILLONES PROMEDIO(\$)	FRECUENCIA (%)	3 Y 5 MILLONES PROMEDIO(\$)	FRECUENCIA (%)	5.000.000.00 PROMEDIO(\$)
GRANOS Y PROCESADOS	23.73	1834375	27.12	3000000	3.39	398769	22.03	15820571	23.73	
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	20.03	1637333	37.50	-	0.00	3724000	20.03	14454000	20.03	
MANUFACTURADOS	-	-	-	3000000	100.00	-	-	-	-	
FRUTAS	14.29	1376000	42.06	-	-	-	-	16000000	42.06	
CARBOHIDRATOS	100.00	-	-	-	-	-	-	-	-	

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV- 17 PROCEDIMIENTO DE FIJACION DE PRECIOS(1RA.OPCION) POR LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
BUC313A

ESPECIALIDAD COMERCIAL	PRECIO COMPRA Y SUMA FIJA (%)	PORCENTAJE S/PRECIO COMPRA (%)	SEGUN LA COMPETENCIA (%)	SUGERENCIA PROVEEDOR (%)	OTRO (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	19.64	44.64	28.57	5.36	1.79	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	34.78	17.39	34.78	0.00	13.04	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	100.00
FRUTAS	42.86	0.00	14.29	0.00	42.86	100.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA MAYORISTA

CUADRO No. 18 FUENTE DE INFORMACION SOBRE PRECIOS Y MERCADOS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
BUC314

ESPECIALIDAD COMERCIAL	OTROS COMERCIANTE (%)	RADIO (%)	PRENSA (%)	BOLETIN DE PRECIOS (%)	OTRAS CENTRALES MAYORISTAS (%)	EN SITIO DE COMPRAS (%)	OTRAS AGENCIAS ESTATALES (%)	OTRAS FUENTES
GRANOS Y PROCESADOS	60.71	1.79	-	8.93	3.57	21.43	1.79	1.79
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	50.00	-	-	13.64	9.09	27.27	-	-
MANUFACTURADOS	-	-	-	-	-	100.00	-	-
FRUTAS	57.14	-	-	-	-	20.57	-	14.29
CARBOHIDRATOS	100.00	-	-	-	-	-	-	-

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 19 MODALIDAD DE LAS VENTAS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
 BUC315

=====

E S P E C I A L I D A D	AL CONTADO	A CREDITO	SERV. A DOMICILIO
COMERCIAL	(%)	(%)	(%)

=====

GRANOS Y PROCESADOS	59.45	40.54	21.82
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	55.00	44.17	8.33
MANUFACTURADOS	20.00	80.00	100.00
FRUTAS	72.86	27.14	0.00
CARBOHIDRATOS	70.00	30.00	100.00

=====

FUENTE : IICA - DRI ENCUESTA MAYORISTA 1985

=====

BORO IV-20 VALOR PROMEDIO Y RANGO DE COMPRAS MENSUALES DE GRANOS DE LOS MAYORISTAS-BUCARRAMANGA

SPECIALIDAD MERCIAL	MENOR O IGUAL A		ENTRE 1 Y 3		IGUAL A		ENTRE 3 Y 5		MAYOR O IGUAL A	
	FRECUENCIA (%)	PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	MILLONES PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	\$3.000.000.00 PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	MILLONES PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	\$5.000.000.00 PROMEDIO (\$)
ANOS Y PROCESADOS	50.85	354000	28.81	1711764	3.39	300000	6.78	400000	10.17	20033333
GUMBRES Y HORTALIZAS	8.33	35000	-	-	-	-	-	-	4.17	576000
NUFACTURADOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BOHIDRATOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ENTE: IICA-ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO IV - 21 PROMEDIO Y RANGO DE COMPRA MENSUAL DE PRODUCTOS PROCESADOS DE LOS MAYORISTAS -BUCARAMANGA
BUC316A

ESPECIALIDAD COMERCIAL	MENOR A		ENTRE 1 Y 3		ENTRE 3 Y 5		IGUAL O MAYOR A		
	\$1000.000.00 PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	MILLONES PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	MILLONES PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	\$5000.000.00 PROMEDIO (\$)	FRECUENCIA (%)	
GRANOS Y PROCESADOS	478666	55.93	1661250	27.12	-	3854285	11.86	82800000	5.88
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	135000	8.33	-	-	-	-	-	-	-
MANUFACTURADOS	-	-	2500000	100.00	-	-	-	-	-
FRUTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CARBOHIDRATOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-

FUENTE: IICA -ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

ADRO No. IV - 22 PROMEDIO Y RANGO DE COMPRA MENSUAL DE PRODUCTOS PERECEDEROS DE LOS MAYORISTAS

ESPECIALIDAD MERCIAL	MENOR A		FRECUCENCIA		ENTRE 1 Y 3		FRECUCENCIA		IGUAL A		ENTRE 3 Y 5		FRECUCENCIA		MAYOR O IGUAL A	
	\$1000.000.00 PROMEDIO (\$)	248642	23.73	(%)	MILLONES	PROMEDIO (\$)	(%)	\$3000.000.00 PROMEDIO (\$)	(%)	MILLONES	PROMEDIO (\$)	(%)	\$5000.000.00 PROMEDIO (\$)	(%)	MILLONES	PROMEDIO (\$)
ANOS Y PROCESADOS					1024000		1.69									
GUMBRES Y HORTALIZAS	306900	41.67		45.83	1759454					3746656		12.50			17200000	4.17
NUFACTURADOS																
UTAS	630000	66.67		16.67	1440000					4000000		16.67				
RBOHIDRATOS	160000	100.00														

ENTE: IICA- ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 23 FRECUENCIA DE LAS COMPRAS DE PERECEDEROS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
 BUC317

	DIARIO CADA 2 DIAS (%)	DIARIO CADA 3 DIAS (%)	CADA 4 DIAS (%)	SEMANAL (%)	QUINCENAL (%)	MENSUAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	12.50	2.00	0.00	0.00	52.00	31.25 2.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	50.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00 0.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00 0.00
FRUTAS	85.71	14.29	0.00	0.00	0.00	0.00 0.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00 0.00

FUENTE: IICA - DRI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 24 FRECUENCIA DE LAS COMPRAS DE LOS PRODUCTOS DE GRANOS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
 BUC317A

=====

	CADA 2 DIAS	CADA 3 DIAS	CADA 4 DIAS	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL
COMERCIAL (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)

=====

GRANOS Y PROCESADOS	0.00	0.00	2.00	0.00	26.00	30.00	34.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	12.50
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

=====

FUENTE: IICA- ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 25 FRECUENCIA DEAS COMPRAS DE PRODUCTOS PROCESADOS DE LOS MAYORISTAS BUCARAMANGA
BUC317B

	CADA 2DIAS CADA 3 DIAS CADA 4 DIAS SEMANAL	QUINCENAL MENSUAL	
COMERCIAL	(%)	(%)	(%)
GRANOS Y PROCESADOS	6.77	0.00	0.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	0.00	0.00	0.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00
FRUTAS	0.00	0.00	0.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	0.00

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 26 ORIGEN DE LAS PROVISIONES DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
BUC318

ESPECIALIDAD COMERCIAL	PRODUCTOR (%)	INDUSTRIAS (%)	MAYORISTAS (%)	OTROS MAYORISTAS (%)	COOPERATIVAS (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	32.14	39.29	19.64	0.93	0.00	0.00	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	83.33	0.00	0.33	0.00	0.00	0.33	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV-27 MODALIDAD DE COMPRAS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
 BUC319

ESPECIALIDAD	DEL MISMO PROVEEDOR (%)	DE DIFERENTES PROVEEDORES (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	91.07	8.93	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	75.00	25.00	100.00
MANUFACTURADOS	100.00	0.00	100.00
FRUTAS	71.43	28.57	100.00
CARBOHIDRATOS	100.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV-28 RAZONES (1RA OPCION) DE COMPRA DE LOS MAYORISTAS AL MISMO PROVEEDOR - BUCARAMANGA
 BUC3208

ESPECIALIDAD COMERCIAL	CONFIANZA AMISTAD (%)	CALIDAD (%)	PRECIOS (%)	CREDITO (%)	DESCUENTO (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	7.14	41.07	25.00	17.86	5.36	1.79	100.00
LEGUMBRRES Y HORTALIZAS	13.04	43.48	17.39	21.74	0.00	0.00	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	14.29	28.57	14.29	14.29	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

PROBLEMAS MAS FRECUENTES EN EL ABASTECIMIENTO DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA

21A

	CONGESTION AMARRE CREDITO DE TRAFICO	PROVEEDOR	INESTABLES	TRANSPORTE	ALTO COSTO	NOHAY CREDITO	ESCASEZ PRODUCTO	OTROS
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
FRUTOS Y PROCESADOS	28.57	0.00	44.64	5.36	1.79	8.93	10.71	
VERDUMBRES Y HORTALIZAS	29.17	0.00	54.17	12.50	0.00	4.17	0.00	
CONFABACTURADOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	
GRASAS	14.29	0.00	28.57	0.00	14.29	14.29	28.57	
ALIMENTOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	

FUENTE: IICA - DRI ENCUESTA MAYORISTA 1985

W - 30A PROBLEMAS MAS FRECUENTES (2DA.OPCION) EN EL ABASTECIMIENTO DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA

	CONGESTION DE TRAFICO (%)	AMARRE CREDITO PROVEEDOR (%)	PRECIOS INESTABLES (%)	ALTO COSTO TRANSPORTE (%)	NO HAY CREDITO (%)	ESCARSEZ PRODUCTO (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
DESAYUNADOS	12.00	2.00	32.00	18.00	0.00	18.00	10.00	100.00
HORTALIZAS	15.00	5.00	30.00	10.00	20.00	5.00	15.00	100.00
POSTOS	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
POSTOS	50.00	0.00	0.00	25.00	0.00	25.00	0.00	100.00
POSTOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

OPORI ENCUESTA MAYORI TA 1985

MEDIO POR ESTABLECIMIENTO MAYORISTA Y LA ESTRUCTURA DE LOS ACTIVOS - BUCARRAMANGA

PRIMA	MERCANCIAS	VEHICULO	EQUIPOS	DINERO EN CAJA	CUENTAS POR COBRAR	OTROS	TOTAL PROMEDIO
(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)
(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
4464.28	485357.14	883123.21	324464.28	783571.42	759642.85	8928.57	8769551.75
22.29	46.24	18.87	3.70	8.93	8.66	0.10	0.10
4583.33	283791.66	228833.33	51841.66	23333.33	333875.00	8.00	1359458.31
23.14	14.99	16.24	3.75	17.31	24.56	0.00	0.00
8080.00	258888.00	288888.00	58888.00	38888.00	388888.00	8.00	1688888.00
18.75	15.63	12.50	3.13	31.25	18.75	0.00	0.00
4324.18	238571.42	1885714.28	58428.57	531428.57	671428.57	857142.85	3799838.36
9.59	6.28	28.58	1.33	13.99	17.67	22.56	22.56
8.00	18888.00	888888.00	888888.00	158888.00	258888.00	8.00	1785888.00
0.00	0.56	44.82	44.82	8.48	1.48	0.00	0.00

MAYORISTA 1985

o. IV-33 ESTRUCTURA DE GASTOS IMPUTADOS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA

UNIDAD	ARRIENDO (%)	SERVICIOS (%)	SUELDOS Y SALARIOS (%)	TRANSPORTE (%)	PERDIDAS FISICAS (%)	INTERESES (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
PROCESADOS	67.32	0.00	13.78	18.90	0.00	0.00	0.00	100.00
S Y HORTALIZAS	19.83	0.00	12.79	67.38	0.00	0.00	0.00	100.00
URADOS	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	48.73	0.00	12.28	38.99	0.00	0.00	0.00	100.00
RATOS	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

ICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV-34 ESTRUCTURA DE LOS GASTOS REALES DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
BUC323

ESPECIALIDAD COMERCIAL	ARRIENDO (%)	SERVICIOS (%)	SUELDOS Y SALARIOS (%)	TRANSPORTE (%)	PERDIDAS FISICAS (%)	INTERESES (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	14.95	6.33	45.29	22.62	3.89	6.01	1.72	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	19.80	4.76	28.12	29.74	7.55	8.78	1.15	100.00
MANUFACTURADOS	15.42	0.88	79.29	0.00	0.00	0.00	4.40	100.00
FRUTAS	4.94	1.22	15.73	59.35	7.91	10.83	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	12.41	12.41	75.19	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA-ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

CUADRO No. IV - 35 INDICADORES ECONOMICOS 4 -COMERCIO MAYORISTA BUCARAMANGA
BUC352

ESPECIFICACION	ARRENDAMIENTO /VENTA	SALARIOS /VENTA	TRANSPORTE /VENTA	INTERESES /VENTA	TOTAL GASTOS /VENTA
GRANOS Y PROCESADOS	0.0028	0.0051	0.0029	0.0014	0.0133
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	0.0035	0.0061	0.0069	0.0030	0.0215
MANUFACTURADOS	0.0117	0.0600	0.0100	0.0000	0.0857
FRUTAS	0.0023	0.0040	0.0178	0.0051	0.0296
CARBOHIDRATOS	0.0196	0.1190	0.0230	0.0000	0.1021

FUENTE : IICA - DRI ENCUESTA MAYORISTA, 1985
CALCULOS: LOS AUTORES

CUADRO No. IV - 36 INDICADORES ECONOMICOS 3 - COMERCIO MAYORISTA BUCARAMANGA
BUC351

	VENTAS ANUALES /ACTIVOS	VENTAS ANUALES /GASTOS ANUALES	VENTAS ANUALES /#EMPLERADOS (\$)
GRANOS Y PROCESADOS	14.4033	75.4285	30.754.998
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	40.1027	46.5264	20.410.724
MANUFACTURADOS	2.2500	11.6732	4.500.000
FRUTAS	23.7714	33.8084	26.339.780
CARBOHIDRATOS	5.6470	5.4902	1.260.000

FUENTE : IICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA, 1985
CALCULOS: LOS AUTORES

PRECIOS Y MARGENES

Estudio de Precios y Márgenes

A. Generalidades

El presente Capítulo analiza las diferencias de precios de los principales productos alimenticios considerados en el estudio de consumidores, entre los seis estratos de la ciudad, o sea los bajos, los medios y los altos. Así mismo la diferencia de precios de algunos productos vendidos en diferentes unidades de medida (litro, cuarto de litro, libra, etc) que como se verá, presentan diferencias significativas que afectan a los consumidores de más bajos ingresos; usuarios en mayor proporción de estos productos fraccionados.

Como hipótesis del estudio se plantea la de que los consumidores de más bajos ingresos pagan precios más altos por los productos alimenticios que los consumidores de ingresos altos. Ello debido a los costos más elevados de los minoristas que les sirven y los cuales se derivan de los bajos volúmenes de los negocios, las ventas muy fraccionadas y los altos costos de transporte ocasionados por las distancias y lo fraccionados de los volúmenes transportados.

Una de las mayores dificultades de este estudio estribó en la reticencia de los tenderos para dar la correcta información sobre precios, ya que durante la realización de la encuesta hubo una campaña radial contra la especulación en precios, además de las acciones de la Oficina de Control de Precios y Medidas de la Alcaldía de la ciudad. Lo anterior, no obstante la identificación de los encuestadores y la introducción hecha por los mismo en cada entrevista explicando sobre el particular.

B. Resultados

El Cuadro V-1 contiene la información sobre precios promedios de los principales productos analizados en el Capítulo sobre los consumidores, en los niveles: productor, detallista y mayorista. Además presenta los márgenes de precios tanto mayorista como detallista.

1. Márgenes de precios:

Los márgenes de precios a nivel mayorista varían según el tipo de producto. Los correspondientes a productos perecederos son más amplios que los de los granos y productos procesados. También se observa que las diferencias entre productos, dentro de cada grupo, son mayores también en los de perecederos.

En el grupo de perecederos que incluye hortalizas, frutas y carbohidratos se destacan los márgenes de los siguientes productos: zanahoria 38.3%, tomate 33.7%, piña 32%, mora 25%, papa 22% y plátano 20%.

Dichos márgenes se explican en parte, por las altas pérdidas físicas que se presentan dadas las pésimas condiciones que tienen los mayoristas para su almacenamiento y manipuleo, además de las que tienen los productos cuando llegan del campo (clasificación y empaque).

En el grupo de granos los márgenes más altos corresponden a frijol radical 21.6% y a maíz amarillo 15.6%,

los cuales son bastante altos si se considera que no son productos perecibles.

En el grupo de productos procesados sobresale el margen de la panela que asciende al 18.6%, el resto oscila entre el 4% y el 9% que se consideran normales en este tipo de productos.

Los márgenes de precios a nivel detallista, en términos generales son más amplios que los del nivel mayorista. También se observa que son mayores los de los productos perecederos que los de granos y procesados.

En el grupo de perecederos se destacan los márgenes de precios detallistas para los siguientes productos: Tomate 41.5%, piña 41.0%, yuca 34.2%, papa 32.8%, naranja 27.5% y plátano 20.3%.

En el grupo de granos sobresalen los de frijol radical 18.1% y cebada 17.5%.

En el grupo de procesados los márgenes oscilan alrededor del 14% para la mayoría de productos, los cuales son bajos si se les compara con los de otras ciudades del país.

2. Precios a nivel detallista:

Los precios detallistas, promedios por estrato, de los principales productos alimenticios de la canasta familiar de la ciudad de Bucaramanga, se presentan en los Cuadros V-2 al V-8.

Se observa que las diferencias de precios detallistas de las hortalizas y frutas entre los diferentes estratos llegan a más del 50%, como por ejemplo el de la cebolla larga (\$11.43/manojo en el estrato bajo y \$21.00/manojo en el estrato medio-alto). Sin embargo en la mayoría de estos productos las diferencias oscilan alrededor

del 15%. No es claro el comportamiento de los precios en el sentido de que sean más altos en los estratos bajos que en los altos o viceversa, pues se observa que varían indiscriminadamente.

En el grupo de carbohidratos se observa que las diferencias de precios entre estratos son menores que las de frutas y hortalizas, y que al igual que en estas los precios varían indiscriminadamente entre estratos.

En los grupos de granos y procesados las diferencias de precios son menores que las observadas anteriormente y tampoco se observa que los precios sean más altos en determinados estratos.

En el grupo de lácteos las diferencias de precios son aún menores y, en forma similar a los demás grupos los precios varían indiscriminadamente en todos los estratos.

CUADRO No. V-1 MARGENES DE PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS ALIMENTICIOS
BUCARAMANGA

P R O D U C T O	UNIDAD	PRECIO DE VENTA		M A R G E N		
		PRODUCTOR MAYORISTA DETALLISTA	MAYORISTA DETALLISTA			
PAPA	KILO	14.00	18.00	26.78	22.22	32.79
YUCA	KILO	13.20	16.00	24.30	17.50	34.16
PLATANO	UNIDAD	18.00	22.50	28.25	20.00	20.35
TOMATE	KILO	23.20	35.00	59.80	33.71	41.47
CEBOLLA CABEZONA OC.	KILO	78.00	91.00	116.10	14.29	21.62
ZANAHORIA	KILO	19.75	32.00	50.45	38.28	36.57
NARANJA	KILO	15.20	17.54	24.20	13.34	27.52
PINA	UNIDAD	12.50	18.60	31.58	32.80	41.10
MORA	KILO	59.70	80.00	90.63	25.38	11.73
ARROZ	KILO	50.00	56.00	58.77	10.71	4.71
MAIZ AMARILLO	KILO	30.40	36.00	43.96	15.56	18.11
FRIJOL RADICAL	KILO	157.00	200.20	225.49	21.58	11.22
CEBADA	KILO	46.40	48.63	58.92	4.59	17.46
PASTAS	KILO	95.90	99.90	108.51	4.00	7.93
HARINA DE MAIZ	KILO	59.22	63.00	72.69	6.00	13.33
AZUCAR	KILO	42.75	45.00	52.81	5.00	14.79
PANELA BLANCA	KILO	22.80	28.00	32.00	18.57	12.50
CHOCOLATE	KILO	160.36	168.80	193.95	5.00	12.97
CAFE MOLIDO	KILO	110.68	116.50	124.16	5.00	6.17
CUBITOS -CALDOS	CUBO	8.74	9.40	11.15	7.02	15.70
ACEITE COCINA	LITRO	120.00	146.60	231.00	18.14	36.54
MANTECA	KILO	158.00	167.00	196.20	5.39	14.88
MANTEQ./MARGAR.	KILO	174.72	192.00	211.50	9.00	9.22

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA DE PRECIOS, FEBRERO 16 DE 1985

CUADRO V -2
HORTALIA

PRECIO DETALLISTA HORTALIZAS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO \$	PROM. / \$ KILOGRAMO
AJO	ATADO, MANOJO	BAJO	11.70	12.01
	ATADO, MANOJO	MEDIO-BAJO	10.00	
	ATADO, MANOJO	MEDIO	12.00	
	ATADO, MANOJO	MEDIO-ALTO	13.33	
	ATADO, MANOJO	ALTO	10.00	
	ATADO, MANOJO	PLAZA	15.00	
CEBOLLA CABEZONA.	KILO	BAJO	112.86	116.10
	KILO	MEDIO-BAJO	109.06	
	KILO	MEDIO	105.76	
	KILO	MEDIO-ALTO	113.64	
	KILO	ALTO	150.00	
	KILO	PLAZA	105.26	
CEBOLLA LARGA	ATADO, MANOJO	BAJO	11.43	18.63
	ATADO, MANOJO	MEDIO-BAJO	20.18	
	ATADO, MANOJO	MEDIO	17.73	
	ATADO, MANOJO	MEDIO-ALTO	21.00	
	ATADO, MANOJO	ALTO	20.00	
	ATADO, MANOJO	PLAZA	21.43	
PEREJIL	ATADO, MANOJO	BAJO	15.00	14.94
	ATADO, MANOJO	MEDIO-BAJO	13.67	
	ATADO, MANOJO	MEDIO	14.55	
	ATADO, MANOJO	MEDIO-ALTO	13.57	
	ATADO, MANOJO	ALTO	20.00	
	ATADO, MANOJO	PLAZA	12.83	
REPOLLO	KILO	BAJO-BAJO	50.20	50.85
	KILO	BAJO	50.00	
	KILO	MEDIO-BAJO	47.70	
	KILO	MEDIO	47.00	
	KILO	MEDIO-ALTO	52.20	
	KILO	ALTO	58.00	
	KILO	PLAZA	46.00	
TOMATE	KILO	BAJO	57.34	59.82
	KILO	MEDIO-BAJO	57.10	
	KILO	MEDIO	58.00	
	KILO	MEDIO-ALTO	64.16	
	KILO	ALTO	68.00	
	KILO	PLAZA	54.34	
ZANAHORIA	KILO	BAJO	48.34	50.46
	KILO	MEDIO-BAJO	52.66	
	KILO	MEDIO	49.64	
	KILO	MEDIO-ALTO	47.14	
	KILO	ALTO	60.00	
	KILO	PLAZA	45.00	

FUENTE: IICA DRI, ENCUESTA PRECIOS FEBRERO 16 DE 1985

CUADRO V-3
FRUTASIA

PRECIO DETALLISTA FRUTAS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO \$	PROM \$ KILOGRAMO
AGUACATE	UNIDAD	BAJO-BAJO	60.00	57.73
	UNIDAD	BAJO	60.00	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	41.67	
	UNIDAD	MEDIO	51.08	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	52.50	
	UNIDAD	ALTO	82.50	
	UNIDAD	PLAZA	56.33	
BANANO	UNIDAD	BAJO-BAJO	7.00	5.96
	UNIDAD	BAJO	5.70	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	6.40	
	UNIDAD	MEDIO	5.00	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	6.60	
	UNIDAD	ALTO	5.40	
	UNIDAD	PLAZA	5.60	
LIMON	UNIDAD	BAJO-BAJO	7.00	5.19
	UNIDAD	BAJO	4.25	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	5.15	
	UNIDAD	MEDIO	5.56	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	5.14	
	UNIDAD	ALTO	4.30	
	UNIDAD	PLAZA	4.90	
LULO	KILO	BAJO	120.00	115.17
	KILO	MEDIO-BAJO	105.54	
	KILO	MEDIO	104.10	
	KILO	MEDIO-ALTO	102.50	
	KILO	ALTO	144.60	
	KILO	PLAZA	114.28	
MANDARINA	UNIDAD	BAJO-BAJO	11.00	6.90
	UNIDAD	BAJO	4.33	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	8.00	
	UNIDAD	MEDIO	4.80	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	5.00	
	UNIDAD	ALTO	6.30	
	UNIDAD	PLAZA	8.90	
MANGO	UNIDAD	BAJO-BAJO	15.00	11.53
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	8.00	
	UNIDAD	MEDIO	7.00	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	13.75	
	UNIDAD	ALTO	15.00	
	UNIDAD	PLAZA	10.40	
MORA	KILO	BAJO-BAJO	106.67	90.63
	KILO	BAJO	94.00	
	KILO	MEDIO-BAJO	82.44	
	KILO	MEDIO	88.72	
	KILO	MEDIO-ALTO	88.00	
	KILO	ALTO	90.00	
	KILO	PLAZA	84.58	

CONT. CUADRO V-3
FRUTAS:::

PRECIO DETALLISTA FRUTAS
BUCARAMANGA

NARANJA:	UNIDAD	BAJO-BAJO	9.00	5.69
	UNIDAD	BAJO	4.57	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	5.47	
	UNIDAD	MEDIO	4.95	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	4.89	
	UNIDAD	ALTO	5.00	
	UNIDAD	PLAZA	5.97	
PINA:	UNIDAD	BAJO-BAJO	42.50	31.58
	UNIDAD	BAJO	25.00	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	31.25	
	UNIDAD	MEDIO	27.25	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	28.89	
	UNIDAD	ALTO	27.00	
	UNIDAD	PLAZA	39.17	

FUENTE: IICA-DRI, ENCUESTA PRECIOS FEBRERO 16 DE 1985

CUADRO No. V-4
CARBOH1

PRECIO DETALLISTA CARBOHIDRATOS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO	PROM. \$ KILOGRAMO
ARRACACHA	KILO	BAJO	58.34	57.23
	KILO	MEDIO-BAJO	57.64	
	KILO	MEDIO	55.10	
	KILO	MEDIO-ALTO	53.00	
	KILO	ALTO	67.00	
	KILO	PLAZA	52.28	
PAPA	KILO	BAJO-BAJO	23.40	36.07
	KILO	BAJO	25.58	
	KILO	MEDIO-BAJO	56.98	
	KILO	MEDIO	26.40	
	KILO	MEDIO-ALTO	62.28	
	KILO	ALTO	24.66	
	KILO	PLAZA	33.22	
PLATANO	KILO	BAJO	27.60	28.26
	KILO	MEDIO-BAJO	27.00	
	KILO	MEDIO	30.36	
	KILO	MEDIO-ALTO	28.84	
	KILO	ALTO	28.00	
	KILO	PLAZA	27.74	
YUCA	KILO	BAJO	22.88	24.31
	KILO	MEDIO-BAJO	24.76	
	KILO	MEDIO	22.26	
	KILO	MEDIO-ALTO	26.66	
	KILO	ALTO	24.00	
	KILO	PLAZA	25.28	

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA PRECIOS , FEBRERO 16 DE 1986

CUADRO V -5
GRANOS 1A

PRECIO DETALLISTA GRANOS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO \$	PROM. \$ KILOGRAMO
ARROZ	KILO	BAJO-BAJO	58.58	58.77
ARROZ	KILO	BAJO	59.88	
ARROZ	KILO	MEDIO-BAJO	57.56	
ARROZ	KILO	MEDIO	59.70	
ARROZ	KILO	MEDIO-ALTO	59.46	
ARROZ	KILO	ALTO	59.50	
ARROZ	KILO	PLAZA	56.72	
CEBADA	KILO	BAJO-BAJO	60.00	58.92
CEBADA	KILO	BAJO	60.00	
CEBADA	KILO	MEDIO-BAJO	60.16	
CEBADA	KILO	MEDIO	55.00	
CEBADA	KILO	MEDIO-ALTO	60.00	
CEBADA	KILO	PLAZA	58.38	
FRIJOL RADICAL	KILO	BAJO-BAJO	230.00	225.49
FRIJOL RADICAL	KILO	BAJO	224.00	
FRIJOL RADICAL	KILO	MEDIO-BAJO	224.36	
FRIJOL RADICAL	KILO	MEDIO	216.86	
FRIJOL RADICAL	KILO	MEDIO-ALTO	224.00	
FRIJOL RADICAL	KILO	ALTO	219.40	
FRIJOL RADICAL	KILO	PLAZA	239.82	
MAIZ	KILO	BAJO	41.72	43.96
MAIZ	KILO	MEDIO-BAJO	42.34	
MAIZ	KILO	MEDIO	46.00	
MAIZ	KILO	MEDIO-ALTO	44.30	
MAIZ	KILO	PLAZA	45.42	

FUENTE: IICA - DRI, ENCUESTA PRECIOS FEBRERO 16 1985

CUADRO V-6
PROCESIA

PRECIO DETALLISTA PRODUCTOS PROCESADOS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO \$	PROM. \$ KILOGRAMO
AZUCAR	KILO	BAJO-BAJO	55.26	52.81
	KILO	BAJO	51.74	
	KILO	MEDIO-BAJO	52.96	
	KILO	MEDIO	51.66	
	KILO	MEDIO-ALTO	53.00	
	KILO	ALTO	52.20	
	KILO	PLAZA	52.82	
CAFE MOLIDO	KILO	BAJO-BAJO	132.00	124.16
	KILO	BAJO	127.66	
	KILO	MEDIO-BAJO	125.06	
	KILO	MEDIO	124.50	
	KILO	MEDIO-ALTO	119.92	
	KILO	ALTO	120.40	
	KILO	PLAZA	119.58	
CHOCOLATE	KILO	BAJO-BAJO	217.42	193.95
	KILO	BAJO	190.00	
	KILO	MEDIO-BAJO	190.98	
	KILO	MEDIO	190.94	
	KILO	MEDIO-ALTO	190.56	
	KILO	ALTO	189.20	
	KILO	PLAZA	188.54	
CUBITOS -CALDOS	UNIDAD	BAJO-BAJO	11.25	11.13
	UNIDAD	BAJO	10.93	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	11.19	
	UNIDAD	MEDIO	10.78	
	UNIDAD	ALTO	12.17	
	UNIDAD	PLAZA	10.44	
HARINA DE MAIZ	KILO	BAJO	56.00	72.69
	KILO	MEDIO-BAJO	74.86	
	KILO	MEDIO	71.30	
	KILO	MEDIO-ALTO	85.94	
	KILO	ALTO	91.00	
	KILO	PLAZA	57.06	
PANELA	UNIDAD	BAJO-BAJO	23.71	22.98
	UNIDAD	BAJO	23.13	
	UNIDAD	MEDIO-BAJO	22.34	
	UNIDAD	MEDIO	22.85	
	UNIDAD	MEDIO-ALTO	23.73	
	UNIDAD	ALTO	23.62	
PASTAS	UNIDAD	PLAZA	21.47	
	KILO	BAJO-BAJO	109.26	108.51
	KILO	BAJO	106.26	
	KILO	MEDIO-BAJO	108.80	
	KILO	MEDIO	108.74	
	KILO	MEDIO-ALTO	113.04	
	KILO	ALTO	110.66	
KILO	PLAZA	102.80		

FUENTE: IICA DRI, ENCUESTA DE PRECIOS FEBRERO 16 DE 1985

CUADRO No. V-7
ACEITES

PRECIO DETALLISTA ACEITES Y GRASAS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO	PROM. \$ KILOGRAMO
ACEITE COCINA	BOTELLA	BAJO-BAJO	139.00	125.99
	BOTELLA	BAJO	117.70	
	BOTELLA	MEDIO-BAJO	119.08	
	BOTELLA	MEDIO	125.11	
	BOTELLA	MEDIO-ALTO	120.20	
	BOTELLA	ALTO	137.83	
	BOTELLA	PLAZA	123.03	
ACEITE COCINA	LITRO	BAJO-BAJO	230.00	231.36
	LITRO	BAJO	220.00	
	LITRO	MEDIO-BAJO	227.75	
	LITRO	MEDIO	229.00	
	LITRO	MEDIO-ALTO	230.00	
	LITRO	ALTO	242.02	
	LITRO	PLAZA	240.78	
MANTECA:	LIBRA	BAJO-BAJO	105.14	98.11
	LIBRA	BAJO	98.80	
	LIBRA	MEDIO-BAJO	97.71	
	LIBRA	MEDIO	95.00	
	LIBRA	MEDIO-ALTO	98.63	
	LIBRA	ALTO	93.39	
MANTEQUILLA/MARGARINA.	LIBRA	BAJO-BAJO	118.00	110.54
	LIBRA	BAJO	108.14	
	LIBRA	MEDIO-BAJO	106.54	
	LIBRA	MEDIO	105.80	
	LIBRA	MEDIO-ALTO	124.39	
	LIBRA	ALTO	106.40	
	LIBRA	PLAZA	104.51	

FUENTE: IICA-DRI ENCUESTA PRECIOS , FEBRERO 16 DE 1986

CUADRO V -8
LACTECIA

PRECIO DETALLISTA LACTEOS
BUCARAMANGA

PRODUCTO	UNIDAD	ESTRATO	PRECIO \$	PROM. \$ KILOGRAMO
LECHE	LITRO	BAJO-BAJO	46.55	46.97
	LITRO	BAJO	46.55	
	LITRO	MEDIO-BAJO	49.82	
	LITRO	MEDIO	46.55	
	LITRO	MEDIO-ALTO	46.55	
	LITRO	ALTO	46.55	
	LITRO	PLAZA	46.20	
QUESO	KILO	BAJO-BAJO	452.00	364.61
	KILO	BAJO	280.00	
	KILO	MEDIO-BAJO	337.68	
	KILO	MEDIO	350.00	
	KILO	MEDIO-ALTO	386.80	
	KILO	ALTO	366.40	
	KILO	PLAZA	379.36	

FUENTE : IICA-DRI, ENCUESTA PRECIOS, FEBRERO 16 DE 1985

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. Conclusiones

De los análisis realizados en los capítulos anteriores se destacan las siguientes:

1. El 44.52% de la población de la ciudad de Bucaramanga, se clasifica dentro de los tres estratos socioeconómicos más bajos de la ciudad.

2. Existe un alto porcentaje de personas menores de doce años, especialmente en los tres estratos más bajos, destacándose el del estrato bajo-bajo.

3. Los servicios públicos son deficientes en el estrato bajo-bajo, excepto el de energía eléctrica. Sólo el 7.5% de las viviendas tiene servicio de agua y el 2.5% tiene servicio de alcantarillado. Esta situación es grave si se considera que el 45.74% de esta población está constituido por menores de doce años.

4. El nivel de desempleo es bajo 12% aproximadamente si se le compara con el de otras ciudades del país. Más del 70% del personal empleado tiene empleo permanente.

5. Los ingresos percapita de la población difieren bastante de estrato a estrato, lo se que refleja en los consumos percapita de alimentos y en los porcentajes de los ingresos dedicados a la alimentación que son cerca del 60% en los bajos. En el estrato I, los gastos en alimentación, servicios, y transporte alcanza a ser el 94.7% de los ingresos.

6. Las plazas de mercado figuran como la principal fuente de abastecimiento de productos perecederos de la ciudad, 79.80% en promedio, les sigue las tiendas de barrio en los estratos bajos y los supermercados en los altos.

Las tiendas a pesar de tener importancia para los cuatro estratos más bajos, no son tan importantes como en la ciudad de Barranquilla. Lo anterior debido a la abundancia de plazas de mercado en la ciudad y a la preferencia de los consumidores. Para granos y procesados el lugar de compra preferido por los compradores de los cuatro estratos más bajos es la plaza de mercado, seguido por las tiendas y por último los supermercados. En los estratos altos el primer lugar lo ocupan los supermercados seguido por las tiendas y por último las plazas de mercado.

7. Las razones de los consumidores para el patronazgo de sus detallistas son: Precios más bajos, entre los consumidores de los cuatro estratos más bajos, lugar más cercano y comodidad en los de los estratos altos.

8. La frecuencia de las compras de productos perecederos es mucho más alta (diaria) en los estratos bajos que en los altos (semanal).

La frecuencia de las compra de granos y productos procesados es más baja que la de perecederos en todos los estratos, aunque en los dos estratos más bajos el 25% de las familias realizan compras diarias. Las razones de esas frecuencias son la posesión de nevera y la frecuencia de percepción de los ingresos.

9. El horario preferido por los consumidores de todos los estratos, para la compra principal de alimentos, es entre las 8 y las 12 AM, las horas de la tarde no tienen ninguna importancia.

10. El principal problema de los consumidores para el aprovisionamiento de productos alimenticios es el de precios para el 90% de los de los cuatro estratos más bajos y el 77% para los de los dos más altos.

11. Los consumidores de la ciudad de Bucaramanga en general, están poco informados sobre el programa de los mercados móviles de otras ciudades. Sin embargo, después de explicarles en que consistía respondieron casi que en su totalidad que creen les traería beneficios.

12. Las tiendas detallistas que venden productos alimenticios a la población de los diferentes estratos de la ciudad en su mayoría tienen las siguientes características: Tamaño relativamente pequeño, activos promedios inferiores a un millón de pesos en las plazas de mercado y en todos los estratos con excepción de las del estrato V constituidas jurídicamente como sociedades de hecho o negocios particulares, con personal empleado en su mayoría no remunerado, con un nivel de educación bajo, bajos volúmenes de compra, altas frecuencias de abastecimiento, niveles de venta muy bajos y bastante fraccionados.

Dadas las características anteriores las tiendas de barrio tiene costos operacionales muy altos y poca capacidad de generar ahorros, para modernización o aumentar el tamaño que generaría economías de escala.

13. El principal problema de los detallistas es la falta de capital de trabajo, especialmente para los de los estratos medios y bajos. Para los establecimientos de los estratos medio-alto y alto, lo son la inseguridad y la excesiva competencia.

14. Los detallistas en su mayoría, si dispusiesen de capital invertirían en el mismo negocio.

15. Los detallistas por lo general, se abastecen de mayoristas de varias líneas de productos. Esta modalidad la practican especialmente los de los barrios residenciales entre el 83% y el 100%. El 66% de las tiendas se abastece de un mismo proveedor debido al crédito que le otorgan y a la confianza que le tiene al mayorista respectivo. El problema principal en el abastecimiento de productos alimenticios de los comerciantes del estrato bajo-bajo, consiste en la falta de financiación. Para los de los estratos medios, el de transporte y para los de las plazas de mercado y de otros es la inestabilidad de los precios de los productos.

16. La actitud, de los detallistas hacia las formas asociativas es muy positiva entre los localizados en las plazas de mercados y en los barrios de los estratos bajos. La de los de los estratos altos es negativa.

17. El grado de conocimiento sobre el programa de los mercados móviles entre los comerciantes detallistas es bastante bajo. En los estratos I, II y VI ninguno está enterado. Entre los que tiene conocimiento el 22% de los del estrato III, el 45% de los del estrato IV y el 13.3% de los del estrato V considera que este programa, de implantarse, podría beneficiarlos.

18. Los mayoristas distribuidores de productos alimenticios de esta ciudad, salvo los del grupo de manufacturados, tiene formas de organización jurídica individual. Las más frecuentes son sociedades de hecho y negocios particulares. Su sistema de administración es simple y, generalmente, los negocios son manejados por sus propios dueños.

19. Los establecimientos mayoristas del grupo granos y procesados ocupan áreas más amplias que las de los otros grupos; la mayoría de ellos ocupa áreas entre los 50m² y los 250m². En contraste, más del 70% de los integrantes de los grypis de legumbres - hortalizas y frutas ocupa áreas de 50m² o menos.

20. La dotación de equipos de frío para conservar los productos no se detectó en los establecimientos que manejan perecederos, como tampoco bandas clasificadoras. Sólo se encontró una dotación de equipos manuales tales como

cargadores y otros rudimentarios, entre estos y entre los mayoristas de granos y procesados. La mayoría de los comerciantes considera que sus equipos son adecuados, lo que se puede interpretar como si la modernización de los mismos no figure como prioritaria.

21. En los establecimientos mayoristas de todas las especialidades comerciales la mayoría del personal empleado está constituido por el remunerado. Se observan altas tasas de participación en las especialidades legumbres-hortalizas (35.4%) y frutas (29.1%); lo anterior por cuanto los negocios de productos perecederos generalmente poseen una forma de organización, más tradicional que la de los de manufacturados y granos.

22. Existe un alto porcentaje del personal empleado por los establecimientos mayoristas con nivel de educación secundaria, el cual varía entre el 51.1% y el 100%. El nivel de educación superior es alcanzado por el personal de los grupos de manufacturados y de granos y procesados. En promedio, el nivel de educación del personal incorporado al negocio mayorista de esta ciudad es superior al del personal de CORABASTOS. También lo es la disposición para adquirir mayor capacitación, especialmente en el área de mercadeo.

23. A pesar de que gran parte de los mayoristas no tiene experiencia en ningún tipo de asociación, la mayoría desea pertenecer a alguna asociación de comerciantes con el fin de desarrollar mejor sus actividades.

24. Gran parte de los mayoristas, con excepción de los de frutas, están enterados sobre los programas de mercadeo urbano de alimentos, promovidos por el DRI, en otras ciudades del país. La mayoría manifiesta el deseo de participar en ellos caso que se llevasen a cabo en la ciudad.

25. Existen varias modalidades en el procedimiento de fijación de precios por parte de los mayoristas. Para los establecimientos de granos, frutas y de legumbres-hortalizas, la fijación de precios por medio de la agregación de una suma fija o de un porcentaje sobre el precio de compra es la más importante. Luego el procedimiento de realizar ajuste de precios según la actividad de los competidores. Los mayoristas de manufacturados se rigen exclusivamente por la

sugerencia del proveedor, mientras que los de carbohidratos actúan según la competencia, o sea siguen los líderes del grupo.

26. Las informaciones sobre precios y mercados provenientes de otros mayoristas y del sitio de compras son las más importantes para la toma de decisiones de los comerciantes mayoristas de la ciudad de Bucaramanga. Los boletines publicados por otras centrales o los de las entidades gubernamentales prácticamente no tienen importancia para ellos.

27. La frecuencia de abastecimiento de productos perecederos varía según la especialidad comercial. En el grupo de legumbres - hortalizas, la mitad de los mayoristas se abastece semanalmente mientras que la otra mitad diariamente. En cambio, en el grupo de frutas, la mayoría (el 85.71%) realiza compras diariamente, el resto lo hace cada dos días. El grupo de carbohidratos se aprovisiona semanalmente.

Las frecuencias de abastecimiento de granos y procesados es de cada mes para el 34% de los mayoristas que los manejan, el 30% lo hace cada quince días y el 26.% semanalmente. Las frecuencias de abastecimiento de productos procesados en el grupo de granos y procesados es así: el 28.8% se aprovisiona mensualmente, el 25.42% lo hace cada quince días, mientras que el 20.34% cada semana, más importantes, para los mayoristas que manejan estos productos son: la mensual para el 34% aproximadamente, la quincenal para el 30% y la semanal para el 26% de ellos.

28. Se observa que el sector agrícola es el proveedor más importante de los mayoristas de Bucaramanga. Abastece al 32% de los de granos, al 93% de los de legumbres-hortalizas, al 100% de los de frutas y al 100% de los de carbohidratos. La industria provee el 39.2% de los mayoristas de granos y procesados.

29. Gran parte de los comerciantes mayoristas efectúa compras al mismo proveedor. La razón principal para ello es la calidad de productos que le suministra. La segunda razón es el precio de los productos y por último el crédito que le otorga.

31. Los problemas considerados como principales en el abastecimiento de los productos alimenticios, por los mayoristas de granos y procesados y de legumbres-hortalizas son la inestabilidad de los precios y la congestión del tráfico. Para los de manufacturados el problema principal es la escasez de productos y para los de frutas la inestabilidad de los precios. La falta de crédito no figura como problema importante entre los mayoristas de Bucaramanga.

B. Recomendaciones

De acuerdo con los resultados del presente estudio, teniendo en consideración los progresos que se han llevado a cabo en la construcción de la Central de Abastos GRANABASTOS, la terminación de los centros de acopio de San Vicente y de San Gil y otros, las siguientes son nuestras recomendaciones:

1. Tratar de integrar las acciones que, en forma independiente están desarrollando diversas instituciones en el área de mercadeo en la ciudad.

2. Adelantar por parte del DRI, acciones ante las Empresas Públicas de Bucaramanga para que se provean de agua potable y de alcantarillado a los barrios del estrato bajo-bajo.

3. Iniciar programas de promoción, a través de las Juntas de Acción Comunal que tal como se observó son fuertes en los cuatro estratos socioeconómicos más bajos de la ciudad, para hacer conocer los Mercados Móviles a ser instalados y fomentar las compras semanales de alimentos. También educar a las amas de casa en el manejo de alimentos tanto en su conservación como en su distribución para obtener dietas alimenticias balanceadas.

4. Continuar apoyando a la Asociación de Tenderos ASTENBUC, que, además de llevar más de seis meses de operaciones, ha recibido crédito de CORFAS puede convertirse en un proyecto piloto que se ampliaría posteriormente a otras áreas de ingresos bajos de la ciudad. Se debe tener en

cuenta la actitud positiva que muestran los tenderos de la ciudad hacia las asociaciones.

5. Establecer el primer grupo de Mercados Móviles considerando los hechos de que la mayoría de las tiendas de barrio venden productos perecederos y que muchos barrios tienen el servicio de pequeñas plazas de mercado. En principio, teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, los siguientes podrían ser los lugares para el funcionamiento de los primeros Mercados Móviles:

Bucarica
IPC (Tradicción, Regadero)
Ciudad Bolívar
Zapamanga
Girón
Floridablanca

Para la introducción de este programa, se recomienda conformar un grupo de personas coordinadas por el DRI, para visitar los Mercados Móviles de otras ciudades, observando su funcionamiento, sus ventajas y desventajas. Con las observaciones anteriores y las consideraciones sobre las características de la ciudad, programar el primer grupo de ellos.

Los mercados móviles y las asociaciones de tenderos deberían servir como puntos de venta para los productos originados en las áreas de producción DRI, de la región.

6. Teniendo en consideración que la Central de Abastos iniciará operaciones durante el primer trimestre del año 1987, y que los Centros de Acopio funcionarán en el segundo semestre de 1986, es prudente no iniciar programas con los mayoristas a corto plazo. El desplazamiento de los mayoristas del área central de la ciudad significa cambios drásticos durante el primer año. El DRI debería aprovechar la iniciación de operaciones de la Central para arrendar al menos una bodega que le sirva tanto a los productores como a las Proveedurías de Tenderos u otro programas de mercadeo que se implanten en el futuro.

MINISTERIO DE AGRICULTURA
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION
PROYECTO DRI-PAN-IICA

FORMULARIO DE ENCUESTA
CONSUMIDORES

 / / / Encuestador: _____ No. Encuesta / / /

Fecha: _____ CIUDAD: 1. Bucaramanga

2. Girón

3. Floridablanca

ESTRATO SOCIOECONOMICO

1.

4.

2.

5.

3.

6.

A. DATOS GENERALES

1. Nombre del Encuestado _____

2. Dirección _____

3. Barrio _____ Teléfono: _____

5. / / Cuántas familias habitan la vivienda?

6. / / / Cuántas personas, que viven con usted, habitan el hogar?

7. Edad de los miembros del hogar:

/ / / Menores de doce (12) años

/ / / De doce (12) a sesenta (60) años

/ / / De sesenta (60 en adelante)

8. Grado de educación de los miembros del hogar:

1. / / / Ninguno

En caso de tener miembros con alguna educación formal, favor discriminarlo (indicando el número de personas que han alcanzado determinado grado).

2. Nivel de Educación alcanzado:

Nivel Educativo	Años Alcanzados					
	1	2	3	4	5	6
Primaria						
Secundaria						
Universitario						
SENA u otro						

9. Estado ocupacional

1. Número de personas de esta casa que tiene trabajo
2. Cuántos trabajan ocasionalmente?
3. Los que trabajan ocasionalmente, cuántos días en promedio trabajan en la semana?
4. Cuántos buscan trabajo?
5. Cuántos trabajan permanentemente?

10. Tipo de vivienda

- | | | | |
|-----------------------------|---------------|-----------------------------|-------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | Casa material | 2. <input type="checkbox"/> | Casa otro |
| 3. <input type="checkbox"/> | Apartamento | 4. <input type="checkbox"/> | Inquilinato |

11. Area construída aproximada en metros cuadrados.

12. Dotación de servicios públicos y sociales. Si dispone de ello marque con una X

- | | | | |
|-----------------------------|-----------------------|------------------------------|---------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | Acueducto | 2. <input type="checkbox"/> | Energía eléctrica |
| 3. <input type="checkbox"/> | Teléfono | 4. <input type="checkbox"/> | Alcantarillado |
| 5. <input type="checkbox"/> | Recolección basuras | 6. <input type="checkbox"/> | Ruta de bus cercana |
| 7. <input type="checkbox"/> | Acción comunal | 8. <input type="checkbox"/> | Puesto de salud |
| 9. <input type="checkbox"/> | Expendios Boletos PAN | 10. <input type="checkbox"/> | Estación de policía |

13. Posesión de electrodomésticos

Radio

Televisión

Nevera

B. INGRESOS

1. Ingreso principal del Jefe de Familia:

\$ / / / / / / Semanal \$ / / / / / / / Mensual

2. Otros Ingresos Jefe de la familia :

\$ / / / / / / Semanal \$ / / / / / / / Mensual

3. Ingresos totales otros miembros de la familia:

\$ / / / / / / Semanal \$ / / / / / / / Mensual

4. Frecuencia de entrada de los principales ingresos del hogar:

1. Diaria

2. Semanal

3. Quincenal

4. Mensual

5. Ocasional

6. Otros (Especifique)

C. ESTRUCTURA DE LOS GASTOS MENSUALES DE LA FAMILIA

Indique los gastos realizados señalando si son semanales o mensuales

TIPO DE GASTOS	GASTOS SEMANALES (En pesos)	GASTOS MENSUALES (En pesos)
1. Alimentación 2. Arrendamiento 3. Servicios públicos 4. Transporte 5. Otros		

D. CONSUMO DE ALIMENTOS

Indique la cantidad consumida por la familia durante una semana (promedio).

PERECEDEROS	CANTIDAD	UNIDAD
<p>A. <u>TUBERCULOS Y PLATANOS</u></p> <p>1. Papa</p> <p>2. Yuca</p> <p>3. Arracacha</p> <p>4. Plátano</p> <p>B. <u>HORTALIZAS Y LEGUMBRES</u></p> <p>5. Tomate</p> <p>6. Cebolla Cabezona</p> <p>7. Cebolla</p> <p>8. Ajo</p> <p>9. Zanahoria</p> <p>10. Repollo</p> <p>11. Arveja verde</p>		

PERECEDEROS	CANTIDAD	UNIDAD
<p>C. <u>FRUTAS</u></p> <p>12. Banano</p> <p>13. Naranja</p> <p>14. Limón</p> <p>15. Mango</p> <p>16. Aguacate</p> <p>17. Piña</p> <p>18. Mandarino</p> <p>19. Lulo</p> <p>20. Mora</p> <p>D. <u>CARNES, PESCADO, HUEVOS</u></p> <p>21. Carne de res de primera</p> <p>22. Cogote</p> <p>23. Carne de res de segunda</p> <p>24. Cabro</p> <p>25. Huevos</p> <p>26. Carne de cerdo</p> <p>27. Carne de pollo</p> <p>28. Menudencias</p> <p>29. Pescado</p> <p>30. Leche</p> <p>31. Queso</p>		

GRANOS Y PROCESADOS	CANTIDAD	UNIDAD
<p>E. <u>GRANOS Y FRIJOL</u></p> <p>1. Arroz</p> <p>2. Maíz</p> <p>3. Fríjol Radical</p> <p>4. Fríjol</p> <p>5. Cebada</p> <p>F. <u>PRODUCTOS PROCESADOS</u></p> <p>5. Pastas</p> <p>6. Harina de maíz (promasa)</p> <p>7. Azúcar</p> <p>8. Panela</p> <p>9. Chocolate</p> <p>10. Aceite de cocina</p> <p>11. Café molido</p> <p>12. Mantequilla</p> <p>13. Cubitos para caldos</p> <p>14. Pan</p>		

E. LUGARES DE COMPRA DE ALIMENTOS

Donde realiza usted las compras principales de productos alimenticios ? Señale las dos más importantes, la primera como 1 y la otra como 2.

PRODUCTOS PERECEDEROS

- 1 Plaza de mercado
 2 Tienda de la vecindad
 3 Tiendas de barrio cercano
 4 Supermercado
 5 Cooperativa
 6 Carretas o vendedores
 ambulantes

GRANOS Y PROCESADOS

- 1 Plaza de mercado
 2 Tienda de la vecindad
 3 Tiendas de barrio cercano
 4 Supermercado
 5 Cooperativa
 6 Expendio del IDEMA
 7 Granero
 8 Expendio Programa PAN-Boletos

Porqué realiza usted compras principales en los lugares indicados?

Señale lo más importante como 1 y la otra como 2.

1. Por amistad con el dueño
 2. Dan crédito
 3. Otorgan descuento
 4. Venden más barato que otros
 5. El único lugar más cercano
 6. Buena calidad de productos
 7. Tiene buen surtido de productos.
 8. Otros (Especifique)

F. FRECUENCIA DE LAS COMPRAS

Indique usted cada cuanto hace las compras principales, tanto de productos perecederos como de productos procesados y granos

PERECEDEROS

- 1 Todos los días
- 2 Tres veces por semana
- 3 Dos veces por semana
- 4 Una vez por semana

GRANOS Y PROCESADOS

- 1 Todos los días
- 2 Tres veces por semana
- 3 Dos veces por semana
- 4 Una vez por semana
- 5 Cada quincena
- 6 Cada mes

Porqué hace usted las compras con la frecuencia anotada?

- 1. Coincide con el día de pago
- 2. No se dispone de nevera
- 3. Falta de espacio para almacenar
- 4. Coincide con el mejor día de la plaza de mercado.
- 5. Disponibilidad de tiempo fuera del trabajo
- 6. Otra (Especifique)

G. TIEMPO Y DINERO GASTADO EN TRANSPORTE

Favor indicar el tiempo y dinero gastados sólo en transporte, las veces que hace mercado principal.

1. / / / Valor pagado en transporte
2. / / / Tiempo utilizado, en transporte (Cuántos minutos ida y regreso?).
3. / Carro particular 4. / Taxi 5. / Bus

H. HORARIO DE COMPRAS

Favor indicar la hora habitual, en la que usted realiza sus compras principales de productos alimenticios. (Marque con una X la casilla correspondiente).

1. / Antes de las 8am
2. / Entre las 8 y las 12m
3. / Entre 12m y 2pm
4. / Entre las 2pm y las 4pm
5. / Entre las 4 y las 6pm
6. / Después de las 6pm.

I. PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO

Cuales son los problemas más frecuentes de abastecimiento de alimentos en su barrio?

Favor señale dos (2) razones en orden de importancia, con el número 1 (la más importante) y como número 2 (la otra razón).

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | Precios altos | 4. <input type="checkbox"/> | Lejanía de la plaza de mercado |
| 2. <input type="checkbox"/> | Escaséz de productos (Cuáles?) | 5. <input type="checkbox"/> | Mala atención |
| 3. <input type="checkbox"/> | Expendio con pocos productos. | 6. <input type="checkbox"/> | Productos de baja calidad. |

J. ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Favor califique la respuesta así: Con 0 si no escuchan (ven o leen), con 1 si con frecuencia escuchan (ven o leen) y con 2 si a veces lo hacen.

- | | | |
|----------------------------|---------------|---------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Escucha radio | Estación de radio más escuchada |
| 2 <input type="checkbox"/> | Ve televisión | _____ |
| 3 <input type="checkbox"/> | Lee prensa | |

K. ALTERNATIVAS DE PROGRAMAS

Está enterado del Programa de Mercados Móviles en otras ciudades?
Diferente al de Camiones del IDEMA).

1. SI

2. NO

Ha sido beneficiario del Programa PAN-BOLETO?

1. SI

2. NO

Le ha ayudado este Programa en sus gastos mensuales?

1. SI

2. NO

Observación: _____

MINISTERIO DE AGRICULTURA
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION
PROYECTO DRI-PAN-IICA

FORMULARIO DE ENCUESTA
COMERCIANTES MINORISTAS

/ / / Encuestador: _____ No. Encuesta / / / /

Fecha: _____ CIUDAD: 1. / / / Bucaramanga

2. / / / Girón

3. / / / Floridablanca

ESTRATO SOCIOECONOMICO

1. / / /

4. / / /

2. / / /

5. / / /

3. / / /

6. / / /

A. DATOS GENERALES

1. Nombre del Establecimiento: _____

2. Dirección _____

3. Especialidad: (Marque con una X la casilla correspondiente)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Tienda miscelánea | 2. <input type="checkbox"/> Supermercado |
| 3. <input type="checkbox"/> Sólo granos | 4. <input type="checkbox"/> Sólo perecederos |
| 5. <input type="checkbox"/> Puesto de mercado | 6. <input type="checkbox"/> Expendio de carnes |
| 7. <input type="checkbox"/> Otros (especifique) | |
-

B. NATURALEZA JURIDICA (Marque con una X)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Sociedad de hecho | 2. <input type="checkbox"/> Negocio particular |
| 3. <input type="checkbox"/> Sociedad anónima | 4. <input type="checkbox"/> Cooperativas |
| 5. <input type="checkbox"/> Cía Limitada | 6. <input type="checkbox"/> Otra (Especifique) |
-

C. PERSONAL EMPLEADO (NUMERO)

CATEGORIA	REMUNERADO #	NO REMUNERADO #
1. Directivos		
2. Administrativo		
3. Vendedores		
4. Otros (Especifique)		

D. INFRAESTRUCTURA DEL ESTABLECIMIENTO

1. Area de Ventas

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> 10 o menos mts ² | 2. <input type="checkbox"/> Entre 11 y 20 mts ² |
| 3. <input type="checkbox"/> Entre 21 y 30 mts ² | 4. <input type="checkbox"/> Entre 31 y 50 mts ² |
| 5. <input type="checkbox"/> Más de 50 mts ² | |

2. Instalaciones (Señale con una X)

LOCAL

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Propio | 2. <input type="checkbox"/> Arrendado |
|------------------------------------|---------------------------------------|

EQUIPO DE REFRIGERACION

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Botellero | 2. <input type="checkbox"/> Conservación de alimentos |
|---------------------------------------|---|

BODEGA

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Propia | 2. <input type="checkbox"/> Arrendada |
|------------------------------------|---------------------------------------|

E. NIVEL DE CAPACITACION Y DISPOSICION A ASOCIARSE

Qué grado de Educación tiene la mayoría del personal del establecimiento?

	Primaria	Secundar.	Univers.	SENA	Otra
Dueño					
Gerente					
Admón					
Vendedores					

Ha participado usted en alguna Asociación en los últimos cinco (5) años?

1. SI

2. NO

Desearía pertenecer a una Asociación de Tenderos?

1. SI

2. NO

G. COMPRAS

Compra usted a los Proveedores de varias líneas de productos ?

1. SI 2. NO

Compra usualmente a los mismos Proveedores?

1. SI 2. NO

Porqué razón (señale dos, como número 1 la primera y como número 2 la segunda). Si es afirmativo

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Confianza | 2. <input type="checkbox"/> Amistad |
| 3. <input type="checkbox"/> Calidad | 4. <input type="checkbox"/> Precios |
| 5. <input type="checkbox"/> Créditos | 6. <input type="checkbox"/> Descuentos |
| 7. <input type="checkbox"/> Otros | |

Porqué razón (señale dos, como número 1 la primera, como número 2 la segunda). Si es negativo.

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mala calidad | 2. <input type="checkbox"/> Precios inestables |
| 3. <input type="checkbox"/> Incumplido | 4. <input type="checkbox"/> Falta de productos |
| 5. <input type="checkbox"/> Otros _____ | |

H. PROBLEMAS MAS FRECUENTES EN SU ABASTECIMIENTO

(Señale dos en orden de importancia): 1, la principal, 2 la otra.

- | | | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|---------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | Problemas transporte | 2. <input type="checkbox"/> | Precios inestables |
| 3. <input type="checkbox"/> | Amarre al proveedor
por créditos | 4. <input type="checkbox"/> | No hay financiación |
| 5. <input type="checkbox"/> | Costos transportes | 6. <input type="checkbox"/> | Otros _____ |

I. FRECUENCIA Y VALOR DE LOS PEDIDOS POR GRUPOS DE PRODUCTOS

GRANOS Y PROCESADOS

a. Cada cuánto hace compras o pedidos ?

- | | | | |
|-----------------------------|----------------|-----------------------------|------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | Diarios | 2. <input type="checkbox"/> | Cada dos días |
| 3. <input type="checkbox"/> | Cada tres días | 4. <input type="checkbox"/> | Cada cuatro días |
| 5. <input type="checkbox"/> | Semanales | 6. <input type="checkbox"/> | Quincenales |
| 7. <input type="checkbox"/> | Mensuales | | |

b. Valor del pedido en pesos para el período anotado \$ _____

c. Quién es su principal proveedor? _____

PERECEDEROS

a. Cada cuánto hace compras o pedidos?

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Diario | 2. <input type="checkbox"/> Cada dos días |
| 3. <input type="checkbox"/> Cada tres días | 4. <input type="checkbox"/> Cada cuatro días |
| 5. <input type="checkbox"/> Semanales | 6. <input type="checkbox"/> Quincenales |
| 7. <input type="checkbox"/> Mensuales | |

b. Valor de la compra en pesos para el período anotado \$ _____

c. Quién es su principal proveedor? _____

ESTIMATIVO SOBRE INVERSION

- a. Local \$ _____
- b. Mercancías \$ _____
- c. Vehículos \$ _____
- d. Equipos \$ _____
- e. Estantería \$ _____

COSTOS MENSUALES DEL NEGOCIO

Concepto	(1) Costo Real	(2) Costo Imputado
Arrendamiento		
Servicios (luz, agua, teléfono)		
Pago empleados (excepto dueños)		
Transporte (incluye cargue y descargue)		
Pérdidas Físicas de Productos		
Otros (Especifique) _____		

(1) Los que efectivamente paga el detallista.

(2) Los costos estimados para propietarios del local, personal familiar, no remunerado; propietario de vehículos, etc.

J. PROBLEMAS MAS SERIOS EN EL NEGOCIO

1. Falta de capital de trabajo
2. Dificultad en aprovisionamiento
3. Pequeños volúmenes de compra de los Clientes
4. Establecimiento mal localizado
5. Mora en los pagos de los que fía
6. Problemas de inseguridad

MINISTERIO DE AGRICULTURA
PROYECTO DRI-PAN-IICA

FORMULARIO DE ENCUESTA
MAYORISTAS

/___/ Encuestador: _____ No. Encuesta: /___/___/___/

CIUDAD: 1 /___/ Bucaramanga 2. /___/ Girón 3. /___/ Floridablanca

Fecha: _____ Dirección: _____

Teléfono: _____

A. DATOS GENERALES

1. Nombre del Establecimiento Y/O Dueño: _____

2. Especialidad: (Marque con una x la casilla correspondiente)

1/___/ Ventas de granos y
Procesados

2. /___/ Ventas de Legumbres
y Hortalizas

3/___/ Ventas de manufacturados

4. /___/ Ventas de Frutas

5/___/ Carbohidratos

6. /___/ Proteicos

B. NATURALEZA JURIDICA

1/___/ Sociedad de Hecho

2. /___/ Cooperativa

3/___/ Negocio particular

4. /___/ Sociedad Anónima

5/___/ Compañía Ltda.

6. /___/ Otra (Especifique)

C. PERSONAL EMPLEADO

CATEGORIA	REMUNERADO	NO REMUNERADO
1. Dueño		
2. Directivo		
3. Administrativo		
4. Vendedores		
5. Comisionistas		
6. Otros		

Comora usualmente a los mismos proveedores

1./__ / SI
Porqué razón (Señale dos)
Como 1 la principal, como 2
la otra.

2./__ / NO
Porqué razón (Señale dos)
Como 1 la principal, como 2
la otra.

1./__ / Confianza
2./__ / Amistad
3./__ / Calidad
4./__ / Precios
5./__ / Créditos
6./__ / Descuentos
7./__ / Otros-----

1./__ / Mala calidad
2./__ / Precios inestables
3./__ / Incumplimiento
4./__ / Falta producto
5./__ / Otros-----

I. PROBLEMAS MAS FRECUENTES EN SU ABASTECIMIENTO

(Señale dos, en orden de importancia, como 1 la principal y como 2 la otra)

1./__ / Congestión de tráfico para cargue 2./__ / Atado al proveedor
por crédito.
3./__ / Precios inestables 4./__ / Alto costo transoorte
5./__ / No hay crédito 6./__ / Escaséz de productos
7./__ / Otros

J. FRECUENCIA Y VALOR DE LOS PEDIDOS POR GRUPO DE PRODUCTOS

1. GRANOS

a. Cada cuanto hace compras o pedidos?

1./__ / Diarios 2./__ / Cada dos días
3./__ / Cada tres días 4./__ / Cada cuatro días
5./__ / Semanales 6./__ / Quincenales
7./__ / Mensuales

b. Valor del pedido en pesos en el período anotado\$-----

c. Volúmen físico del pedido en el período anotado-----kilos

d. Origen de los productos _____

2. PROCESADOS

a. Cada cuánto hace compras o pedidos?

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. /__ / Diarios | 2. /__ / Cada dos días |
| 3. /__ / Cada tres días | 4. /__ / Cada cuatro días |
| 5. /__ / Semanales | 6. /__ / Quincenales |
| 7. /__ / Mensuales | |

b. Valor de la compra en pesos en el periodo anotado \$ _____

c. Volúmen físico del pedido en el periodo anotado _____ kilos

d. Origen de los productos _____

3. PERECEDEROS

a. Cada cuanto hace pedidos?

- | | |
|---|---------------------------|
| 1. / <input checked="" type="checkbox"/> / Diario | 2. /__ / Cada dos días |
| 3. /__ / Cada tres días | 4. /__ / Cada cuatro días |
| 5. /__ / Semanales | 6. /__ / Quincenales |
| 7. /__ / Mensuales | |

b. Valor en pesos de la compra en el periodo anotado \$ _____

c. Volúmen físico de los pedidos en el periodo anotado _____ kilos

d. Origen de los productos _____

K. ESTIMATIVO SOBRE LOS ACTIVOS

Valor en miles de pesos (\$000)

- | | |
|---------------|----------|
| a. Prima | \$ _____ |
| b. Mercancías | \$ _____ |
| c. Vehículos | \$ _____ |

d. Equipos \$ _____

e. Dinero en caja y bancos \$ _____

f. Cuentas por cobrar \$ _____

g. Otros activos del negocio \$ _____

L. COSTOS MENSUALES DEL NEGOCIO

CONCEPTO	COSTO REAL (1)	COSTO IMPUTADO (2)
Arrendamiento	\$ _____	\$ _____
Servicios (agua, luz, etc)	_____	\$ _____
Pago empleados	\$ _____	\$ _____
Transporte	\$ _____	\$ _____
Pérdidas Físicas	\$ _____	\$ _____
Intereses pagados	\$ _____	\$ _____
Otros (Eso)	\$ _____	\$ _____

M. ESTIMATIVOS DE LOS PASIVOS

1. De corto plazo \$ _____

2. De Largo plazo \$ _____

3. Patrimonio y Capital \$ _____

(1) Los que efectivamente paga el mayorista
 (2) Los costos estimados del local, familiar no remunerado, etc.

N. PROBLEMAS MAS SERIOS EN EL NEGOCIO

(Señale dos, como 1 el principal y como 2 el otro)

- 1. /___/ Falta de capital de trabajo
- 2. /___/ Falta de información sobre precios y mercados
- 3. /___/ Pequeños volúmenes de compra de los clientes
- 4. /___/ Establecimiento mal localizado
- 5. /___/ Mora en los pagos de lo que fía
- 6. /___/ Problemas de inseguridad
- 7. /___/ altos intereses de los proveedores
- 8. /___/ Mucha competencia
- 9. /___/ espacio limitado

O. PRODUCTOS DE MAYOR MOVIMIENTO EN EL NEGOCIO DURANTE LA ULTIMA SEMANA

PRODUCTOS	%	VOLUMEN KILOS	PRECIOS DE COMPRA \$	PRECIO VENTA \$
10! 1. _____				
2. _____				
3. _____				
4. _____				
5. _____				
6. OTROS _____				

La última semana con relación a la venta promedio año fué

Alta /...../ Baja /...../

MINISTERIO DE AGRICULTURA
 PROYECTO DRI-PAN-IICA

FORMULARIO DE ENCUESTA
 PRECIOS

/__/_/ Encuestador _____ N0. Encuesta /__/_/_/

CIUDAD: 1./__/_/Bucaramanga 2./__/_/Girón 3./__/_/Floridablanca

Fecha: _____

ESTRATO: 1./__/_/ 2./__/_/ 3./__/_/ 4./__/_/ 5./__/_/ 6./__/_/

Nombre del establecimiento: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____

Tipo de establecimiento:

1./__/_/ Mayorista 2./__/_/ Minorista 3./__/_/ Productor

Especialidad: (Marque con una x la casilla correspondiente)

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1./__/_/ Tienda miscelánea | 2./__/_/ Supermercado |
| 3./__/_/ Sólo granos | 4./__/_/ Sólo perecederos |
| 5./__/_/ Puesto de mercado | 6./__/_/ Expendio de carnes |
| 7./__/_/ Otros Especifique) | |

Código	Producto	Clase	Sustituto	Unidad de Medida	Precio con Ct.
1.	TUBERCULOS Y PLATANO				
1.1.	Papa				
1.2	Yuca				
1.3	Arracacha				
1.4	Plátano				

Código	Producto	Clase	Sustituto	Unidad de Medida	Precio con Ct.
2.	!MORTALIZAS Y LEGUMBRES				
2.1	!Tomate				
2.2	!Cebolla cabezona				
2.3	!Cebolla larga				
2.4	!Ajo				
2.5	!Zanahoria				
2.6	!Repollo				
2.7	!Perejil				
3.	!FRUTAS				
3.1	!Banano				
3.2	!Naranja				
3.3	!Mandarina				
3.4	!Limón				
3.5	!Mango				
3.6	!Aguacate				
3.7	!Piña				
3.8	!Mora				
3.9	!Lulo				
4.	!CARNE, PESCADO, HUEVOS				
4.1	!Carne de res de primera				
4.2	!Carne de res de segunda				
4.3	!Cogote				
4.4	!Cabro				
4.5	!Carne de cerdo				
4.6	!Carne de pollo				
4.7	!Menudencias				
4.8	!Pescado				
4.9	!Huevos				
5.	!LACTEOS				
5.1	!Leche				
5.2	!Queso				

Código	Producto	Clase	Sustituto	Unidad de Medida	Precio con Ct.
6.	GRANOS Y FRIJOL				
6.1	Arroz				
6.2	Maíz				
6.3	Frijol radical				
6.4	Cebada				
7.	PRODUCTOS PROCESADOS				
7.1	Pastas				
7.2	Harina de maíz				
7.3	Azúcar				
7.4	Panela				
7.5	Chocolate				
7.6	Café molido				
7.7	Cubitos para caldos				
8.	GRASAS Y ACEITES				
8.1	Aceite de cocina				
8.2	Manteca				
8.3	Mantequilla o margarina				

CUADRO No. IV-33 ESTRUCTURA DE GASTOS IMPUTADOS DE LOS MAYORISTAS - BUCARAMANGA
 BUC323A

ESPECIALIDAD COMERCIAL	ARRIENDO (%)	SERVICIOS (%)	SUELDOS.Y SALARIOS (%)	TRANSPORTE (%)	PERDIDAS FISICAS (%)	INTERESES (%)	OTROS (%)	TOTAL (%)
GRANOS Y PROCESADOS	67.32	0.00	13.78	18.90	0.00	0.00	0.00	100.00
LEGUMBRES Y HORTALIZAS	19.83	0.00	12.79	67.38	0.00	0.00	0.00	100.00
MANUFACTURADOS	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
FRUTAS	48.73	0.00	12.28	38.99	0.00	0.00	0.00	100.00
CARBOHIDRATOS	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

FUENTE: IICA - ORI ENCUESTA MAYORISTA 1985

